CÔNG THƯƠNG

TẠP CHÍ - CƠ QUAN THÔNG TIN LÝ LUẬN CỦA BỘ CÔNG THƯƠNG p-ISSN: 0866-7756

CÁC KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU KHOA HỌC VÀ ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ

SỐ 14/2026

Website: http://tapchicongthuong.vn



HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP

GS.TS. Trần Thọ Đạt

GS.TS. Trần Văn Địch

GS.TS. Nguyễn Bách Khoa

GS.TSKH. Đỗ Ngọc Khuê

GS.TSKH. Bành Tiến Long

GS.TSKH. Nguyễn Xuân Quỳnh

GS.TS. Đinh Văn Sơn

GS.TSKH. Trần Văn Sung

GS.TS. Lê Văn Tán

GS. TS. Phạm Minh Tuấn

GS.TSKH. Đào Trí Úc

GS.TSKH. Đặng Ứng Vận

GS.TS. Võ Khánh Vinh

TỔNG BIÊN TẬP

Phạm Thị Lệ Nhung

PHÓ TỔNG BIÊN TẬP

Ngô Thị Diệu Thúy

ĐT: 0903223096

TÒA SOẠN

Tầng 8, số 655 Phạm Văn Đồng,
phường Nghĩa Đô, thành phố Hà Nội
ĐT: 0243.2088856 - 0936.131861
Email: tapchicongthuong.moit@gmail.com

VĂN PHÒNG ĐẠI DIỆN PHÍA NAM

Số 12 Nguyễn Thị Minh Khai,
phường Tân Định, TP. Hồ Chí Minh
ĐT: (028) 38213488
Fax: (028) 38213478

VĂN PHÒNG ĐẠI DIỆN MIỀN TRUNG

Số 7 đường Cách mạng tháng Tám,
phường Hòa Cường, thành phố Đà Nẵng
ĐT: 0983405777 - 0914062428

Giấy phép hoạt động báo chí số:
196/GP-BTTTT
Cấp ngày 05/06/2023
Trình bày: Tại Tòa soạn
In tại Công ty CP Đầu tư và
Hợp tác quốc tế

Giá 250.000 đồng

Website: www.tapchicongthuong.vn

MỤC LỤC

CONTENTS

ISSN: p-0866-7756 Số **14**/2026

KINH TẾ

PHẠM THU HƯƠNG - BÙI THỊ THU THỦY
Sự chuyển dịch từ giá gốc sang giá trị hợp lý trong ngành khai thác khoáng sản tại Việt Nam:
Tất yếu khách quan và lộ trình thực hiện
The shift from historical cost to fair value in Vietnam's mining industry:
An objective necessity and implementation roadmap.....8

LÊ TÀI THU
Vai trò của kinh tế tư nhân trong phát triển kinh tế xanh và hội nhập kinh tế quốc tế
The role of the private sector in green economic development and international economic integration.....14

TẠ HUỲNH KHANG - NGUYỄN THỤY CẨM HƯƠNG
Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định làm việc trong các công ty có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI)
của sinh viên các trường đại học công lập tại thành phố Hồ Chí Minh
Factors influencing public university students' intention to work for FDI enterprises in Ho Chi Minh City.....21

NGUYỄN THỊ HƯỜNG - LÊ THỊ BÍCH VÂN
Thúc đẩy kinh tế tuần hoàn tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam trong bối cảnh chuyển đổi xanh
Promoting circular economy adoption among small and medium-sized enterprises
in Vietnam amid the green transformation.....26

LẠI TRẦN TÙNG - VŨ ĐÌNH THUẬN
Vai trò kinh tế nhà nước trong nắm giữ công nghệ nguồn ở Việt Nam hiện nay
The role of the state economy in owning core technologies in Vietnam.....31

NGUYỄN THU HÀ
Chất lượng nguồn nhân lực và sự thích ứng với dòng vốn fdi thế hệ mới trong bối cảnh
tái cấu trúc chuỗi cung ứng toàn cầu
Human resource quality and adaptability to new-generation FDI flows in the context
of global supply chain restructuring.....38

DƯƠNG THỊ TUYẾT NHUNG
Chính sách phát triển nông nghiệp xanh gắn với đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số: Thực trạng và giải pháp
Green agricultural development policy in association with innovation and digital transformation:
Current status and solutions.....44

NGUYỄN MINH NGUYỆT
Thực trạng và giải pháp phát triển kinh tế du lịch tỉnh Sơn La giai đoạn 2020-2025
Current situation and solutions for tourism economy development in Son La province during the 2020 - 2025 period.....50

VÕ THỊ THƯƠNG
Phát triển vận tải thủy nội địa gắn với mô hình logistics đa phương thức tại khu vực Bắc Đồng Nai
Developing inland waterway transport in assoctiation with a multimodal logistics model in the North Dong Nai region 55

TRẦN THỊ HOA LÝ
Phát triển ngành công nghiệp chế tạo máy công nghệ cao Việt Nam:
Thực trạng, kinh nghiệm quốc tế và nhiệm vụ, giải pháp
Developing Vietnam's high-tech machine manufacturing industry:
Current status, international experience, and solutions.....62

NGUYỄN THỊ HỒNG PHƯƠNG - HỒ NGỌC NINH
Giải pháp phát triển vùng nguyên liệu tập trung theo chuỗi giá trị tỉnh Quảng Trị
Developing concentrated raw material areas along the value chain in Quang Tri province 68

NGUYỄN HUỲNH PHƯỚC
Giải pháp phát triển vùng sản xuất sầu riêng theo tiêu chuẩn VietGap trên địa bàn Thành phố Cần Thơ
Solutions for developing VietGAP-compliant durian production areas in Can Tho City 74

NGÔ THÁI HÀ
Phát triển Nông nghiệp xanh trên địa bàn các tỉnh miền núi phía Bắc
Developing green agriculture in Vietnam's northern mountainous provinces 82

NGUYỄN THÙY LINH
Cơ chế giám sát xã hội đối với các dự án hợp tác công - tư: Kinh nghiệm quốc tế và gợi ý cho Việt Nam
Social oversight mechanisms for public–private partnership projects:
International experiences and implications for Vietnam 88

NGUYỄN ANH DUY - NGUYỄN PHÚC QUỲNH NHƯ
Xuất khẩu nông sản và các rào cản xanh trong tiếp cận thị trường EU:
Cơ hội và thách thức cho Doanh nghiệp Việt Nam
Vietnamese agricultural exports and green barriers in the EU market:
Opportunities and challenges for enterprises 96

QUẢN TRỊ - QUẢN LÝ

PHAN THỊ ANH THƯ - LÊ GIA HÂN - TRẦN THỊ THU HÀ - NGUYỄN VŨ THÙY TRINH - NGUYỄN DUY THANH
Chấp nhận chuỗi khối trong thương mại điện tử: Vai trò của an toàn bảo mật và lòng tin
Blockchain adoption in e-commerce: The role perceived security - privacy and trust 102

ĐẶNG PHƯƠNG NGHI - LÊ NỮ GIA HÂN - ĐỖ THỊ THANH HÀ
- NGUYỄN THỊ TƯỜNG VI - NGUYỄN VĂN KIÊN - NGUYỄN DUY THANH
Dịch vụ thanh toán điện tử và thương mại điện tử: Vai trò của hiệu quả chuỗi cung ứng trong đổi mới sáng tạo mở
E-payment services and e-commerce: The role of supply chain efficiency in open innovation.....109

NGUYỄN NGỌC HUYỀN ANH - PHÙNG THỊ NGỌC BÍCH - TRIỆU HIỀN THANH
- NGUYỄN THỊ HỒNG HẠNH - NGUYỄN THỊ DIỆU LY - ĐÀO THU HÀ
Sự thích ứng về kỹ năng nghề nghiệp của sinh viên kế toán trước tác động của trí tuệ nhân tạo:
Nghiên cứu trường hợp tại các trường đại học trên địa bàn TP. Hà Nội
Accounting students' professional skill adaptation in AI era: Evidence from universities in Hanoi.....116

NGUYỄN TRỌNG NGUYÊN
Vai trò của doanh nghiệp kiểm toán trong việc xây dựng đạo đức nghề nghiệp
The role of auditing firms in building professional ethics 123

TRỊNH HOÀNG NAM
Sự chấp nhận sử dụng trợ lý ảo AI trong thương mại hội thoại: Vai trò điều tiết của kiến thức số
The adoption of AI virtual assistants in conversational commerce: The moderating role of digital literacy 129

PHẠM MINH VIỆT - NGUYỄN THU THẢO - LÊ VIỆT HÀ
Nâng cao hiệu quả quản lý nguồn nhân lực tại Công ty Cổ phần Thương mại và Du lịch Hà Lan:
Thực trạng và giải pháp
Enhancing human resource management efficiency at Ha Lan Trade and Tourism Joint Stock Company:
Current practices and solutions 136

TRƯƠNG THANH QUỲNH THƯ
Phát triển sản phẩm du lịch văn hóa từ nghệ thuật múa trống Chhay-dăm của người Khmer tại tỉnh Tây Ninh
Developing cultural tourism products based on the Khmer Chhay-dăm drum dance in Tay Ninh province.....142

TRAN PHAN DOAN KHANH - NGUYEN LE THUY LIEN
Internal capabilities and innovation activities of trade and service enterprises:
A theoretical review and proposed research model for the eastern area of Dong Thap province
Năng lực nội tại và hoạt động đổi mới sáng tạo trong các doanh nghiệp thương mại và dịch vụ:
Tổng quan lý thuyết và mô hình nghiên cứu đề xuất cho khu vực phía Đông tỉnh Đồng Tháp.....149

LÊ HOÀNG VÂN TRANG - VÕ VĂN HIỀN
Giải pháp tăng cường ảnh hưởng của động lực học tập đến kết quả học tập
của sinh viên ngành Quản trị kinh doanh Trường Đại học Tiền Giang
Solutions for enhancing the effect of learning motivation on the academic performance
of business administration students at Tien Giang University 156

HUỲNH KHÁNH AN - NGUYỄN NGỌC THÙY DƯƠNG - PHẠM THỊ THÚY QUYÊN - NGUYỄN TRÍ THÔNG
Yếu tố ảnh hưởng ý định dùng Chatbot trong mua sắm thời trang trực tuyến
của người tiêu dùng Thành Phố Hồ Chí Minh
Factors influencing consumers' intention to use chatbots in online fashion shopping in Ho Chi Minh City 163

LÊ THỊ NGỌC TIỀN - TỐNG YÊN ĐAN - NGUYỄN VĂN KIỀN - TRỊNH THỊ LAN
- NGUYỄN HỮU YẾN NHI - NGUYỄN THỊ THÚY HẰNG - TRẦN VĂN HIẾU - NGUYỄN MINH ĐĂNG
- NGUYỄN THỊ TIỂU LOAN - LÊ THÁI MỘNG HUYỀN - VÕ VĂN ỐC - PHAN VĂN ĐẠI
- PHẠM TRẦN LAN PHƯƠNG - ĐẶNG NGUYỄN PHƯƠNG LINH
Quản trị phụ phẩm trong chế biến cá tra: Hàm ý giảm thất thoát giá trị trong chuỗi sản xuất
By-product management in pangasius processing: Implications for reducing value loss in the production chain 170

NGUYỄN THỊ LÊ NA
Thực trạng phát thải khí nhà kính tại Công ty Xi măng Bỉm Sơn
Assessment of greenhouse gas emissions at Bim Son Cement Joint Stock Company200

NGUYỄN THỊ PHƯƠNG LAN - NGÔ THU GIANG
Tác động của chuyển đổi số đến hoạt động quản lý bệnh viện: Trường hợp cụ thể tại Bệnh viện Đa khoa Nông nghiệp
Impact of digital transformation on hospital management: Case study of the Agricultural General Hospital 186

NGUYỄN HỮU DANH
Hoàn thiện thể chế dữ liệu số ở Việt Nam hiện nay
Improving the institutional framework for digital data system in Vietnam 194

ĐỖ THỊ LOAN
Đánh giá vai trò của hệ thống pin lưu trữ trong cắt giảm công suất tại các nhà máy điện mặt trời tại Việt Nam
Assessing the role of Battery Energy Storage Systems in mitigating power curtailment
at solar power plants in Vietnam 200

ĐOÀN LIÊNG DIỄM - TRỊNH DẠ THẢO VY - CAO THỊ KIỀU VINH
Ảnh hưởng phong cách lãnh đạo đến hiệu suất làm việc của nhân viên tại các nhà hàng ở TP. Hồ Chí Minh
The influence of leadership styles on employee performance in restaurants in Ho Chi Minh City 207

TRƯƠNG HUY HOÀNG
Đánh giá chính sách phát triển năng lượng tái tạo tại Việt Nam: Tiếp cận đa tiêu chí
Evaluating Vietnam's renewable energy development policy: A multi-criteria approach 215

KINH DOANH

TRẦN THANH HẢI
Nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn dịch vụ đặt phòng khách sạn trên nền tảng trực tuyến:
Nghiên cứu tại Đà Nẵng
Factors influencing customers' choice of online hotel booking services: Evidence from Da Nang City 223

PHẠM THỊ UYÊN THI - HỒ DIỆU KHÁNH
Nghiên cứu sự dịch chuyển trong hành vi mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng trên địa bàn TP. Đà Nẵng
Examining changes in consumers' online shopping behavior in Da Nang City 230

PHAN QUỲNH TRANG
Tuổi đời doanh nghiệp và hiệu quả tài chính: Trường hợp các doanh nghiệp niêm yết tại Việt Nam
Firm age and financial performance: Evidence from Vietnamese listed firms 236

TRỊNH QUỐC HUY - HÀ SƠN TÙNG
Năng lực ứng dụng trí tuệ nhân tạo: Trường hợp Công ty TNHH Keo vữa Sông Hồng
Artificial intelligence application capabilities: Evidence from Song Hong Mortar and Adhesive Company Limited 244

NGUYỄN THU HÀ
Trải nghiệm khách hàng trên sàn thương mại điện tử và ý định mua lại sản phẩm thời trang của Gen Z
Customer experience on e-commerce platforms and Gen Z's intention to repurchase fashion products 252

NGUYỄN QUỐC VƯƠNG
Trí tuệ nhân tạo trong sản xuất kinh doanh: Cơ hội và thách thức cho doanh nghiệp Việt Nam
Artificial Intelligence in manufacturing and business: Opportunities and challenges for Vietnamese enterprises 259

VÕ PHAN NHẬT PHƯƠNG - LÊ NGUYỄN NGÂN HÀ
Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ
tại các cửa hàng xăng dầu của Công ty TNHH MTV Petrolimex Huế
Factors influencing customer satisfaction with service quality at gas stations of Petrolimex Hue Co., Ltd 266

NGUYEN XUAN THINH - TON BICH TUONG
The impact of perceived risk on Gen Z consumers' purchase intention on TikTok Shop in Ho Chi Minh City
Tác động của rủi ro cảm nhận đến ý định mua hàng trên TikTok Shop
của người tiêu dùng thế hệ Gen Z tại TP. Hồ Chí Minh 272

TÀI CHÍNH - NGÂN HÀNG - BẢO HIỂM

NGUYỄN THỊ NHẬT LỆ
Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng về chất lượng dịch vụ tín dụng khách hàng cá nhân
tại VPBank - Chi nhánh TP. Hồ Chí Minh
Factors influencing customer satisfaction with personal credit service quality
at VPBank - Ho Chi Minh City Branch.....278

NGUYỄN THỊ THÁI HƯNG
Phân tích xu hướng phát triển Smart ESG trong kỷ nguyên số
Analyzing the development trends of Smart ESG in the digital age.....285

TRẦN MINH QUÂN - NGUYỄN THỊ PHƯƠNG QUYÊN
- NGUYỄN BẢO PHƯƠNG NGHI - NGUYỄN THỊ QUẾ HƯỜNG - LÂM THỊ KIM NGÂN
Tác động của vốn trí tuệ đến hiệu quả tài chính tại các doanh nghiệp phi tài chính Việt Nam
The impact of intellectual capital on the financial performance of Vietnamese non-financial enterprises 291

NGUYEN THI MY DUNG - NGUYEN HUYNH PHUOC THIEN
Solutions for improving the marketing of card services
at Viet Capital Commercial Joint Stock Bank - Can Tho branch
Giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động marketing dịch vụ thẻ
tại Ngân hàng TMCP Bản Việt - Chi nhánh Cần Thơ.....296

VŨ TRỌNG HIỀN - ĐẶNG PHƯƠNG BÌNH - NGUYỄN NGỌC HÂN
- NGUYỄN HOÀNG LONG - NGUYỄN THỊ KIM NGÂN - LỤC THỊ THANH NHÀN
Tác động của kiệt quệ tài chính đến tỷ suất sinh lợi cổ phiếu của các doanh nghiệp niêm yết tại Việt Nam
The impact of financial distress on return on equity among listed companies in Vietnam.....301

LÊ HỒNG LẮM
Ma trận quản trị tài chính 16 mặt:
Công cụ nhận diện sức mạnh và vị thế doanh nghiệp trong chuỗi giá trị cung ứng
The 16-facet financial management Matrix:
A tool for identifying a firm's strength and position in the supply chain 306

LÊ THỊ PHƯƠNG HÀ - LÊ NGỌC THANH - DƯƠNG THỊ THÙY AN
Tác động của chi phí thuế đến giá trị doanh nghiệp: Nghiên cứu thực nghiệm tại Việt Nam
The impact of tax costs on firm value: Empirical evidence from Vietnam.....314

VŨ TRỌNG HIỀN - LÊ THỊ MAI HƯƠNG - NGUYỄN THỊ NGỌC HÂN
- NGUYỄN THỊ DIỄM QUỲNH - HUỲNH THANH NGÂN - PHAN THỊ BÍCH HOA
Tác động của phát triển Fintech đến quyết định tài trợ và quyết định đầu tư
của các doanh nghiệp niêm yết tại Việt Nam
The impact of fintech development on the financing and investment decisions
of listed companies in Vietnam 321

PHAM THI THU HIEN - NGUYEN THI BUP - SON THI THUY OANH
Factors influencing savings deposit intention at Sacombank - Tra Vinh Branch:
Evidence from individual customers
Các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng trả nợ đúng hạn của khách hàng cá nhân
tại Ngân hàng Sacombank - Chi nhánh Trà Vinh 326

VŨ TRỌNG HIỀN - NGUYỄN THANH THƯƠNG - TRẦN THỊ NGỌC KHUÊ
- VÕ PHÚ ĐIỀN - NGUYỄN THỊ NGỌC LAN - BÙI LÊ THẢO MY
Tăng trưởng tín dụng và tỷ suất sinh lợi cổ phiếu ngân hàng:
Vai trò điều tiết của không minh bạch thông tin trong báo cáo tài chính tại các ngân hàng thương mại Việt Nam
Credit growth and bank stock returns:
The moderating role of financial reporting opacity in Vietnamese commercial banks 331

NGUYEN THI BUP - PHAM THI THU HIEN
Factors affecting the on-time loan repayment ability of individual customers at Sacombank - Tra Vinh Branch
Các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng trả nợ đúng hạn của khách hàng cá nhân
tại Ngân hàng Sacombank - Chi nhánh Trà Vinh 336

DƯƠNG THỊ NHÀN - ĐỖ NGỌC QUẢNG
Phát triển dịch vụ thanh toán thẻ tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương - Chi nhánh Móng Cái
Developing card payment services of Vietcombank - Mong Cai Branch 342

NGUYỄN HOÀNG MINH THÔNG - TRẦN NAM PHƯƠNG - MAI LÊ NGỌC LINH
- NGUYỄN QUỐC TÀI - NGÔ QUỐC TẤN - LÊ TUẤN BÁCH
Nghiên cứu tâm lý đám đông trên thị trường chứng khoán Việt Nam
Herding behavior in the Vietnamese stock market 348

LÊ THỊ NGÂN TRANH - LÊ TRƯƠNG MINH NGUYỆT - NGUYỄN GIA HÂN - ĐẶNG THỊ DIỄM QUỲNH
Tác động của điểm số ESG đến giá trị doanh nghiệp tại các công ty niêm yết
trên Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh
Impact of ESG scores on firm value: Evidence from companies listed
on the Ho Chi Minh Stock Exchange 354

ĐOÀN VĂN THÀNH
Mối quan hệ tự do hóa giao dịch vốn với tăng trưởng kinh tế Việt Nam
The relationship between capital transaction liberalization and Vietnam's economic growth 361

VÕ THUÝ HÀ - TRẦN LÊ BẢO NGÂN - HUỲNH NGUYỄN THANH NHÃ
- TRẦN THỊ KHÁNH LY - VÕ THỊ THU HƯƠNG - LÊ THỊ KHUYẾN - NGUYỄN HÀ KHANH
Ứng dụng phương pháp PCA vào phân tích ảnh hưởng của dòng tiền đến hiệu quả hoạt động
của doanh nghiệp niêm yết: Trường hợp tại Sở Giao dịch Chứng khoán Hà Nội (HNX)
Applying Principal Component Analysis to Examine the impact of cash flow on the operating performance
of listed companies: Evidence from companies listed on the Hanoi Stock Exchange 367

PHẠM THỊ LÂM ANH
Chiến lược ứng phó của các ngân hàng trung ương trước tác động của cuộc xung đột Iran:
Kinh nghiệm quốc tế và gợi ý chính sách cho Việt Nam
Central bank response strategies to the Iran conflict:
International experience and policy implications for Vietnam 373

KẾ TOÁN - KIỂM TOÁN

NGUYỄN THỊ THANH HUỆ
Hoàn thiện kế toán doanh thu tại các doanh nghiệp sản xuất giày trên địa bàn thành phố Hải Phòng
Improving revenue accounting in shoe manufacturing businesses in Hai Phong City 380

ĐỖ THỊ HƯƠNG - NGUYỄN THỊ MAI HƯƠNG
Nâng tầm vai trò kiểm toán nội bộ: quản trị rủi ro mô hình trong dòng chảy ngân hàng số
mpact of internal auditing on model risk management
in Vietnamese commercial banks amid digital transformation 386

HOÀNG THỊ THANH
Giải pháp quản lý chi phí và doanh thu theo Thông tư 20/2026/TT-BTC tại các doanh nghiệp Việt Nam
Cost and revenue management solutions for Vietnamese enterprises under Circular No. 20/2026/TT-BTC 392

SỰ CHUYỂN DỊCH TỪ GIÁ GỐC SANG GIÁ TRỊ HỢP LÝ TRONG NGÀNH KHAI THÁC KHOÁNG SẢN TẠI VIỆT NAM: TẤT YẾU KHÁCH QUAN VÀ LỘ TRÌNH THỰC HIỆN

● **PHẠM THU HƯƠNG[1] - BÙI THỊ THU THỦY[1,*]**
[1]Trường Đại học Mỏ - Địa chất,
*Tác giả hiệu chỉnh: buithithuthuy@humg.edu.vn

TÓM TẮT:

Bài viết phân tích 3 nhóm bất cập chủ yếu của mô hình giá gốc trong ngành khai khoáng: (i) khoảng cách giữa giá trị ghi sổ và giá trị kinh tế thực tế của quyền khai thác tài nguyên; (ii) định giá thiếu đầy đủ đối với nghĩa vụ hoàn phục môi trường và đóng cửa mỏ; (iii) không phản ánh được giá trị thực của tài sản công nghệ hiện đại như thiết bị bay không người lái, phần mềm và các hệ thống trí tuệ nhân tạo. Thông qua phân tích định lượng trường hợp mỏ Núi Pháo, bài viết minh chứng khoảng cách giữa giá trị lịch sử và giá trị kinh tế thực tế có thể lên đến 2,49 lần. Dựa trên khung phân cấp đầu vào của chuẩn mực quốc tế IFRS 13, bài viết đề xuất lộ trình chuyển đổi 3 giai đoạn từ chuẩn hóa dữ liệu địa chất, áp dụng song song đến hội nhập toàn diện với chuẩn mực kế toán quốc tế, đồng thời đề xuất kiến nghị cụ thể đối với cơ quan quản lý nhà nước, cơ sở đào tạo và doanh nghiệp khai khoáng.

Từ khóa: giá trị hợp lý, giá gốc, ngành khai thác khoáng sản, IFRS 13, định giá trữ lượng khoáng sản.

1. Đặt vấn đề

Trong nhiều năm qua, hệ thống kế toán ngành khai khoáng tại Việt Nam được thực hiện theo nguyên tắc giá gốc, theo đó tài sản được ghi nhận dựa trên giá phí thực tế phát sinh tại thời điểm hình thành. Chuẩn mực kế toán Việt Nam hiện hành vẫn yêu cầu ghi nhận tài sản theo giá gốc, dẫn đến tình trạng giá trị trình bày trên báo cáo tài chính không phản ánh đầy đủ giá trị kinh tế hiện tại. Nhiều nghiên cứu quốc tế đã khẳng định, việc sử dụng giá gốc trong các ngành có tài sản phụ thuộc mạnh vào thị trường như khai khoáng, bất động sản có thể làm giảm đáng kể tính thích hợp của thông tin kế toán (Barth, 2006). Ngược lại, chuẩn mực quốc tế IFRS 13 về đo lường giá trị hợp lý quy định tài sản được định giá theo mức giá có thể nhận được khi bán trên thị trường tại thời điểm hiện tại, giúp thông tin tài chính cập nhật và phù hợp hơn với nhu cầu của nhà đầu tư. Bối cảnh đó đặt ra yêu cầu cấp thiết cần nghiên cứu lộ trình chuyển dịch từ mô hình giá gốc sang giá trị hợp lý trong các doanh nghiệp nói chung và trong ngành khai khoáng Việt Nam nói riêng.

2. Sự bất cập của mô hình ghi sổ kế toán theo giá gốc và tính tất yếu của mô hình giá hợp lý trong ngành khai thác khoáng sản

2.1. Sự bất cập của mô hình giá gốc đối với đặc thù ngành khai khoáng

2.1.1. Chênh lệch giữa giá trị ghi sổ và giá trị kinh tế thực tế

Theo nguyên tắc giá gốc, giá trị của một mỏ khoáng sản được xác định chủ yếu dựa trên chi phí ban đầu, bao gồm lệ phí cấp quyền khai thác và các chi phí thăm dò ở giai đoạn đầu. Song, xét theo bản chất kinh tế, giá trị của nó phụ thuộc vào các biến số thị trường như giá bán khoáng sản, trữ lượng có thể thu hồi và chi phí khai thác dự kiến. Khi giá khoáng sản tăng, giá trị kinh tế của quyền khai thác tăng theo, nhưng không được phản ánh trên báo cáo tài chính. Hệ quả trực tiếp là giá trị tài sản và vốn chủ sở hữu bị ghi nhận thấp hơn thực tế, năng lực tài chính của doanh nghiệp bị đánh giá thấp, ảnh hưởng tiêu cực đến quá trình ra quyết định của nhà đầu tư và khả năng huy động vốn quốc tế.

2.1.2. Nghĩa vụ hoàn phục môi trường và chi phí đóng cửa mỏ

Hoạt động khai thác khoáng sản luôn gắn liền với trách nhiệm hoàn phục môi trường sau khai thác, bao gồm phục hồi hiện trạng và đóng cửa mỏ. Khi ghi sổ kế toán theo giá gốc, các khoản dự phòng này thường được xác định dựa trên ước tính chi phí danh nghĩa tại thời điểm ghi nhận, không đo lường ảnh hưởng của yếu tố thời gian và lạm phát. Theo thông lệ quốc tế, nghĩa vụ hoàn phục môi trường cần được ghi nhận theo giá trị hiện tại của dòng tiền dự kiến chi trả trong tương lai, thông qua kỹ thuật chiết khấu về thời điểm hiện tại. Cách tiếp cận này phản ánh trung thực hơn bản chất kinh tế của nghĩa vụ, giúp doanh nghiệp nhận diện đầy đủ các khoản nợ tiềm ẩn và chủ động hơn trong lập kế hoạch tài chính dài hạn.

2.2. Giá trị hợp lý các tài sản của ngành khai khoáng cần được đo lường theo cách tiếp cận hiện đại

2.2.1. Phân cấp giá trị hợp lý theo chuẩn mực quốc tế IFRS 13

Theo chuẩn mực quốc tế về đo lường giá trị hợp lý (IFRS 13), các đầu vào sử dụng trong định giá được phân thành 3 cấp độ: Cấp độ 1 phản ánh giá niêm yết trên thị trường hoạt động; cấp độ 2 sử dụng dữ liệu có thể quan sát gián tiếp; cấp độ 3 dựa chủ yếu vào giả định và ước tính nội bộ. Trong ngành khai khoáng, hoạt động định giá thường thuộc cấp độ 3 - mức phức tạp cao nhất, đòi hỏi nhiều xét đoán chuyên môn và sự phối hợp liên ngành.

2.2.2. Mô hình chiết khấu dòng tiền trong định giá quyền khai thác

Phương pháp phổ biến nhất để ước tính giá trị hợp lý của một mỏ khoáng sản là mô hình chiết khấu dòng tiền, đòi hỏi sự phối hợp giữa kế toán, kỹ sư địa chất và kỹ thuật mỏ. Dòng tiền vào được xác định trên cơ sở trữ lượng có thể khai thác kinh tế và giá dự kiến của khoáng sản trên thị trường quốc tế; dòng tiền ra bao gồm các chi phí vận hành, nghĩa vụ thuế và chi phí liên quan đến khai thác. Tỷ lệ chiết khấu không chỉ phản ánh chi phí vốn mà còn hàm chứa mức độ rủi ro của dự án, bao gồm rủi ro quốc gia và những bất định đặc thù của từng mỏ, do đó cần được lựa chọn thận trọng và có căn cứ khoa học rõ ràng.

2.3. Minh họa từ mỏ Núi Pháo

2.3.1. Khoảng cách giữa chi phí lịch sử và giá trị kinh tế được thừa nhận

Mỏ đa kim Núi Pháo (Thái Nguyên) hiện do Masan High-Tech Materials vận hành, là một trong những trường hợp điển hình để minh họa sự chênh lệch giữa 2 mô hình đo lường. Với thông tin của kế toán, khi Masan công bố báo cáo năm 2010, doanh nghiệp ghi nhận chi phí phát triển hiện hữu của Núi Pháo là 2.009 tỷ đồng, trong khi giá trị trữ lượng khoáng sản được ghi nhận khi hợp nhất kinh doanh là 5.007 tỷ đồng - cao hơn khoảng 2.998 tỷ đồng, tương đương 2,49 lần. Ngay tại thời điểm giao dịch, khoảng cách giữa giá trị này đã khác biệt rất đáng kể. Ngày nay, khi mỏ vận hành ở quy mô lớn và nắm giữ vị trí chiến lược trong chuỗi cung ứng khoáng sản quan trọng, khoảng cách này chắc chắn sẽ còn cao hơn rất nhiều.

2.3.2. Giá trị hiện tại của nghĩa vụ hoàn phục môi trường

Trong các công bố tài chính của Masan High-Tech Materials, doanh nghiệp ghi nhận các khoản

Bảng 1. Tổng hợp số liệu công khai về mỏ Núi Pháo

Chỉ tiêu	Số liệu công khai
Chi phí phát triển hiện hữu được Masan tiếp nhận	2.009 tỷ đồng
Giá trị trữ lượng khoáng sản ghi nhận khi hợp nhất kinh doanh (2010)	5.007 tỷ đồng
Chênh lệch (giá trị hợp lý - chi phí gốc)	2.998 tỷ đồng
Tỷ lệ giá trị trữ lượng / chi phí phát triển	2,49 lần

Nguồn: Tổng hợp từ Báo cáo thường niên của Masan High-Tech Materials (2024-2025) và Reuters (2025)

dự phòng đóng cửa mỏ và phục hồi môi trường trên cơ sở giá trị hiện tại của dòng tiền tương lai dự kiến chi trả, phụ thuộc vào vòng đời của mỏ. Đây là một khoản nợ thực có tính kinh tế hiện hữu, cần được chiết khấu và phản ánh từ sớm trong báo cáo tài chính - minh chứng cho tính ưu việt của mô hình giá trị hợp lý trong nhận diện và quản lý rủi ro tài chính dài hạn.

2.4. Sự tất yếu phải đo lường tài sản theo giá trị hợp lý khi ứng dụng công nghệ khai thác hiện đại

2.4.1. Giá trị của các công nghệ hiện đại (công nghệ bay không người lái và trí tuệ nhân tạo, phần mềm)

Ứng dụng thiết bị bay không người lái kết hợp trí tuệ nhân tạo trong khảo sát và đánh giá trữ lượng đã tạo ra những thay đổi đáng kể trong thu thập và xử lý dữ liệu địa chất. Giá trị của các hệ thống này không chỉ nằm ở chi phí đầu tư ban đầu, mà còn ở khả năng tạo ra dữ liệu có độ chính xác cao và hỗ trợ ra quyết định hiệu quả hơn: một hệ thống UAV có thể được khấu hao trong thời gian ngắn, song giá trị sử dụng thực tế lại có thể tăng theo thời gian khi dữ liệu được tích lũy và các thuật toán AI được cải thiện - điều mà mô hình giá gốc không thể phản ánh.

2.4.2. Rủi ro lỗi thời của công nghệ hiện đại và yêu cầu đánh giá lại định kỳ

Khác với quyền khai thác khoáng sản vốn có vòng đời dài gắn với trữ lượng tài nguyên, tài sản công nghệ chịu áp lực đổi mới rất nhanh. Sự phát triển liên tục của khoa học công nghệ khiến nhiều tài sản kỹ thuật số có thể nhanh chóng trở nên lỗi thời. Việc định kỳ đánh giá lại giá trị tài sản giúp doanh nghiệp kịp thời ghi nhận sự suy giảm giá trị, đảm bảo thông tin tài chính phản ánh đúng năng lực công nghệ thực tế.

2.5. So sánh mô hình giá gốc và giá trị hợp lý của ngành khai khoáng

Như phân tích ở trên, giữa 2 mô hình có sự khác biệt đáng kể, và mô hình giá trị hợp lý được đánh giá là phù hợp hơn với các doanh nghiệp khai khoáng trong bối cảnh hiện nay, như kết quả đã chỉ ra trong Bảng 2.

Bảng 2. So sánh mô hình giá gốc và giá trị hợp lý của tài sản ngành khai khoáng

Tiêu chí so sánh	Mô hình giá gốc	Mô hình giá trị hợp lý
Nguyên tắc ghi nhận tài sản	Ghi nhận theo chi phí thực tế đã phát sinh tại thời điểm hình thành tài sản; không điều chỉnh theo biến động thị trường sau đó.	Ghi nhận theo giá có thể nhận được khi bán tài sản hoặc chuyển giao nợ phải trả trên thị trường tại ngày đo lường.
Cơ sở định giá	Chi phí mua sắm, xây dựng, thăm dò ban đầu. Căn cứ vào hóa đơn, hợp đồng, chứng từ gốc.	Giá thị trường, mô hình định giá (chiết khấu dòng tiền, so sánh giao dịch). Dữ liệu đầu vào phân ra 3 cấp độ theo IFRS 13.

Tiêu chí so sánh	Mô hình giá gốc	Mô hình giá trị hợp lý
Định giá quyền khai thác khoáng sản	Ghi nhận theo lệ phí cấp quyền và chi phí thăm dò ban đầu. Không điều chỉnh khi giá khoáng sản thị trường tăng.	Ước tính theo mô hình chiết khấu dòng tiền: quy đổi về hiện tại dòng tiền kỳ vọng từ trữ lượng có thể khai thác, phản ánh giá thị trường hiện hành và tỷ lệ chiết khấu điều chỉnh rủi ro.
Nghĩa vụ hoàn phục môi trường & đóng cửa mỏ	Dự phòng theo chi phí danh nghĩa ước tính tại thời điểm ghi nhận, chưa tính yếu tố thời gian và lạm phát; thường bị đánh giá thấp hơn nghĩa vụ thực tế.	Ghi nhận theo giá trị hiện tại của dòng tiền tương lai dự kiến chi trả (chiết khấu về thời điểm hiện tại), phản ánh đầy đủ quy mô nghĩa vụ từ thời điểm phát sinh.
Tài sản công nghệ (thiết bị bay không người lái, trí tuệ nhân tạo, phần mềm)	Khấu hao theo thời gian sử dụng ước tính cố định. Không phản ánh sự lỗi thời nhanh hoặc gia tăng giá trị do dữ liệu tích lũy.	Định kỳ đánh giá lại; kịp thời ghi nhận tổn thất giá trị hoặc điều chỉnh giá trị sử dụng theo thực tế vận hành và dữ liệu tích lũy.
Phương pháp đo lường sau ghi nhận ban đầu	Nguyên giá trừ khấu hao lũy kế và tổn thất giá trị. Không điều chỉnh lên nếu giá trị thị trường tăng.	Đo lường định kỳ theo giá thị trường tại ngày lập báo cáo. Chênh lệch ghi nhận vào lãi/lỗ hoặc thu nhập khác.
Độ tin cậy và thích hợp của thông tin kế toán	Cao về độ tin cậy (dữ liệu lịch sử, kiểm chứng được); thấp về tính thích hợp với nhà đầu tư vì không phản ánh giá trị hiện tại.	Cao về tính thích hợp - cung cấp thông tin hiện hành, hữu ích cho quyết định đầu tư; độ tin cậy phụ thuộc vào chất lượng mô hình định giá.
Khả năng so sánh quốc tế và huy động vốn	Hạn chế. Báo cáo theo chuẩn mực Việt Nam khó so sánh với quốc tế; nhà đầu tư nước ngoài gặp khó khăn trong phân tích.	Cao. Tương thích với chuẩn mực quốc tế áp dụng tại hơn 140 quốc gia; tăng tính minh bạch và khả năng tiếp cận thị trường vốn.
Yêu cầu chuyên môn và chi phí thực hiện	Thấp đến trung bình. Dựa trên chứng từ sẵn có; kế toán viên không có chuyên môn về lĩnh vực địa chất, mỏ có thể thực hiện.	Cao. Đòi hỏi nhân lực liên ngành (kế toán - tài chính - địa chất - kỹ thuật mỏ) và chuyên gia định giá độc lập.
Chuẩn mực kế toán áp dụng chủ yếu	Chuẩn mực kế toán Việt Nam; IFRS 6 về thăm dò và đánh giá tài nguyên khoáng sản (giai đoạn ban đầu).	IFRS 13 về đo lường giá trị hợp lý; IAS 16 (mô hình đánh giá lại); IAS 37 (dự phòng theo giá trị hiện tại); IFRS 6 kết hợp phương pháp đánh giá lại.

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ các chuẩn mực kế toán quốc tế (IFRS 13, IAS 16, IAS 37), Chuẩn mực kế toán Việt Nam và thực tiễn ngành khai khoáng Việt Nam

3. Những thách thức và lộ trình thực hiện kế toán tài sản ngành khai khoáng theo giá trị hợp lý

3.1. Những thách thức

3.1.1. Độ tin cậy của dữ liệu trữ lượng

Một điều kiện tiên quyết để áp dụng các phương pháp định giá hiện đại là chất lượng dữ liệu đầu vào. Trong khai khoáng, dữ liệu về trữ lượng đóng vai trò nền tảng. Tuy nhiên, hệ thống phân loại và báo cáo trữ lượng tại Việt Nam vẫn còn khoảng cách đáng kể so với các chuẩn mực phân loại trữ lượng quốc tế như JORC (Úc) hoặc NI 43-101 (Canada). Khi dữ liệu địa chất chưa được chuẩn hóa và kiểm chứng đầy đủ, các mô hình định giá - đặc biệt là mô hình chiết khấu dòng tiền - có thể cho ra kết quả thiếu chính xác, không chỉ làm giảm độ tin cậy của thông tin tài chính mà còn tiềm ẩn nguy cơ bị lạm dụng để điều chỉnh lợi nhuận.

3.1.2. Hạn chế về nguồn nhân lực liên ngành

Việc triển khai phương pháp định giá theo thông lệ quốc tế trong ngành khai khoáng đòi hỏi đội ngũ nhân sự có kiến thức đa lĩnh vực: kế toán, tài chính, địa chất và kỹ thuật mỏ. Tuy nhiên, nguồn nhân lực đáp ứng được yêu cầu này tại Việt Nam hiện còn rất hạn chế, khiến nhiều doanh nghiệp phải phụ thuộc vào các đơn vị tư vấn định giá bên ngoài với chi phí cao, là rào cản đặc biệt lớn đối với các doanh nghiệp khai khoáng vừa và nhỏ.

3.2. Lộ trình chuyển đổi sang giá trị hợp lý

3.2.1. Giai đoạn 1 - Chuẩn hóa và số hóa dữ liệu

Tập trung xây dựng hệ thống dữ liệu trữ lượng đáng tin cậy theo các chuẩn mực phân loại trữ lượng quốc tế (JORC, NI 43-101), đồng thời ứng dụng công nghệ bay không người lái, trí tuệ nhân tạo và hệ thống thông tin địa lý nhằm nâng cao độ chính xác của thông tin địa chất. Đây là nền tảng không thể thiếu.

3.2.2. Giai đoạn 2 - Áp dụng song song và thuyết minh bổ sung

Bên cạnh việc lập báo cáo theo Chuẩn mực kế toán Việt Nam hiện hành, doanh nghiệp trình bày thêm thông tin về giá trị hợp lý trong phần thuyết minh báo cáo tài chính. Cách tiếp cận song song này giúp các bên liên quan - nhà đầu tư, kiểm toán viên, cơ quan quản lý - dần làm quen với phương pháp mới, đồng thời tạo cơ sở dữ liệu lịch sử để đánh giá tính nhất quán của ước tính.

3.3.3. Giai đoạn 3 - Hội nhập toàn diện

Từng bước chuyển đổi sang áp dụng đầy đủ các chuẩn mực kế toán quốc tế, ưu tiên các doanh nghiệp niêm yết và các tập đoàn lớn trong lĩnh vực khai khoáng. Giai đoạn này cần gắn liền với việc hoàn thiện khung pháp lý, nâng cao năng lực kiểm toán và xây dựng đội ngũ chuyên gia định giá khoáng sản đủ năng lực.

4. Kết luận

Việc chuyển từ mô hình giá gốc sang giá trị hợp lý không đơn thuần là thay đổi phương pháp đo lường kế toán, mà phản ánh một bước chuyển mang tính chiến lược trong tư duy quản trị và minh bạch thông tin tài chính. Đối với ngành khai khoáng, là nơi giá trị tài sản phụ thuộc lớn vào các yếu tố thị trường và điều kiện tự nhiên thì cách tiếp cận theo giá trị hợp lý giúp phản ánh đầy đủ hơn bản chất kinh tế của doanh nghiệp, nâng cao tính so sánh quốc tế và cải thiện khả năng tiếp cận vốn. Minh chứng từ mỏ Núi Pháo cho thấy khoảng cách giữa giá trị ghi sổ theo chi phí lịch sử và giá trị kinh tế thực tế là rất đáng kể và khoảng cách đó sẽ ngày càng lớn hơn khi thị trường khoáng sản tiếp tục biến động ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Masan High-Tech Materials Corporation. (2025). Báo cáo thường niên năm 2024. Hà Nội: Masan Group. Truy cập từ https://masangroup.com/investor-relations

Nui Phao Mining Company. (2024). Báo cáo tài chính đã kiểm toán năm tài chính 2023. Thái Nguyên: Nui Phao Mining Company.

International Accounting Standards Board (IASB). (2016). IAS 16: Property, Plant and Equipment (amended). London: IFRS Foundation.

International Accounting Standards Board (IASB). (2020). IAS 37: Provisions, Contingent Liabilities and Contingent Assets (amended). London: IFRS Foundation.

Reuters. (2025, March). Vietnam's Nui Phao produces nearly all domestic tungsten output. Reuters Commodities. Truy cập từ https://www.reuters.com

Ngày nhận bài: 5/4/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 20/4/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 12/5/2026

THE SHIFT FROM HISTORICAL COST TO FAIR VALUE IN VIETNAM'S MINING INDUSTRY: AN OBJECTIVE NECESSITY AND IMPLEMENTATION ROADMAP

● **PHAM THU HUONG**[1]
● **BUI THI THU THUY**[1]*
[1]Hanoi University of Mining and Geology
*Corresponding author: buithithuthuy@humg.edu.vn

ABSTRACT:

This study examines three major limitations of the historical cost model in the mining industry: the discrepancy between the book value and the actual economic value of resource exploitation rights; the inadequate measurement of environmental restoration and mine closure obligations; and the failure to capture the value of modern technological assets, including drones, software, and artificial intelligence systems. Using a quantitative analysis of the Nui Phao mine case, the study demonstrates that the gap between historical cost and actual economic value may reach 2.49 times. Drawing on the input hierarchy framework under IFRS 13, the study proposes a three-stage transition roadmap, encompassing the standardization of geological data, parallel application, and full integration with international accounting standards. It also provides specific recommendations for state management agencies, training institutions, and mining enterprises.

Keywords: fair value, cost price, mining industry, IFRS 13, mineral reserve valuation.

VAI TRÒ CỦA KINH TẾ TƯ NHÂN TRONG PHÁT TRIỂN KINH TẾ XANH VÀ HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ

● **LÊ TÀI THU**
Bộ môn Toán, Học viện Ngân hàng
Email: thult.bmtoan@hvnh.edu.vn

TÓM TẮT:

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và Cách mạng công nghiệp 4.0, khu vực kinh tế tư nhân ngày càng khẳng định vai trò là động lực quan trọng của tăng trưởng kinh tế tại Việt Nam. Bài viết phân tích vai trò của kinh tế tư nhân trong phát triển kinh tế xanh và hội nhập kinh tế quốc tế. Trên cơ sở đó, bài viết đề xuất một số chính sách nhằm phát huy hơn nữa tiềm năng của khu vực này trong giai đoạn tới.

Từ khóa: kinh tế tư nhân, kinh tế xanh, hội nhập quốc tế.

1. Đặt vấn đề

Kinh tế tư nhân đã trở thành một trong những trụ cột quan trọng của nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa tại Việt Nam. Sự phát triển mạnh mẽ của khu vực này không chỉ đóng góp vào tăng trưởng GDP mà còn đóng vai trò quan trọng trong đổi mới mô hình tăng trưởng, nâng cao năng suất và năng lực cạnh tranh quốc gia.

Trong bối cảnh chuyển đổi số, biến đổi khí hậu và hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng, vai trò của kinh tế tư nhân càng trở nên nổi bật. Do đó, việc phân tích sâu vai trò của khu vực này là cần thiết nhằm cung cấp cơ sở khoa học cho hoạch định chính sách.

2. Vai trò của kinh tế tư nhân trong phát triển kinh tế xanh

2.1. Đầu tư vào công nghệ sạch

Trong bối cảnh biến đổi khí hậu và yêu cầu chuyển đổi sang mô hình tăng trưởng bền vững, đầu tư vào công nghệ sạch trở thành xu hướng tất yếu của nền kinh tế toàn cầu. Tại Việt Nam, khu vực kinh tế tư nhân đang đóng vai trò ngày càng quan trọng trong việc thúc đẩy quá trình này, không chỉ với tư cách là nhà đầu tư mà còn là chủ thể triển khai và lan tỏa các giải pháp công nghệ thân thiện với môi trường.

Doanh nghiệp (DN) tư nhân là lực lượng tiên phong trong phát triển và ứng dụng các nguồn năng lượng tái tạo như điện mặt trời, điện gió và sinh khối. Nhờ khả năng huy động vốn linh hoạt và nhạy bén với cơ hội thị trường, nhiều DN đã tham gia mạnh mẽ vào lĩnh vực năng lượng sạch, góp phần gia tăng tỷ trọng năng lượng tái tạo trong cơ cấu năng lượng quốc gia. Việc đầu tư vào các dự án năng lượng sạch không chỉ giúp giảm sự phụ thuộc vào nhiên liệu hóa thạch mà còn góp phần giảm phát thải khí nhà kính, phù hợp với các cam kết quốc tế của Việt Nam.

Khu vực kinh tế tư nhân tích cực ứng dụng công nghệ sạch trong sản xuất công nghiệp nhằm nâng cao hiệu quả sử dụng tài nguyên và giảm thiểu tác động môi trường. Các giải pháp như công nghệ tiết kiệm năng lượng, tái chế chất thải, sản xuất sạch hơn và quản lý vòng đời sản phẩm đang được nhiều DN áp

dụng. Điều này không chỉ giúp giảm chi phí sản xuất trong dài hạn mà còn nâng cao khả năng đáp ứng các tiêu chuẩn môi trường ngày càng khắt khe của thị trường quốc tế.

Đầu tư vào công nghệ sạch còn gắn liền với xu hướng chuyển đổi sang kinh tế tuần hoàn. Nhiều DN tư nhân đã triển khai các mô hình sản xuất - tiêu dùng khép kín, trong đó chất thải của quá trình sản xuất được tái sử dụng làm đầu vào cho chu trình tiếp theo. Mô hình này không chỉ góp phần giảm thiểu ô nhiễm môi trường mà còn tạo ra giá trị kinh tế mới từ việc tối ưu hóa sử dụng tài nguyên.

Ngoài ra, khu vực tư nhân còn đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển thị trường công nghệ môi trường thông qua các hoạt động nghiên cứu, chuyển giao và thương mại hóa công nghệ sạch. Sự tham gia của các DN công nghệ và các quỹ đầu tư tư nhân đã góp phần thúc đẩy đổi mới sáng tạo trong lĩnh vực môi trường, tạo điều kiện cho các giải pháp công nghệ xanh được triển khai rộng rãi hơn.

Tuy nhiên, đầu tư vào công nghệ sạch của DN tư nhân vẫn đối mặt với nhiều thách thức như chi phí đầu tư ban đầu cao, thời gian thu hồi vốn dài và rủi ro chính sách. Bên cạnh đó, việc tiếp cận nguồn tài chính xanh và công nghệ tiên tiến còn hạn chế, đặc biệt đối với DN nhỏ và vừa.

Với vai trò là lực lượng năng động và linh hoạt, khu vực kinh tế tư nhân không chỉ góp phần thúc đẩy quá trình chuyển đổi xanh của nền kinh tế mà còn tạo nền tảng cho phát triển bền vững trong dài hạn.

2.2. Thúc đẩy sản xuất bền vững

Trong bối cảnh tài nguyên thiên nhiên ngày càng suy giảm và áp lực môi trường gia tăng, sản xuất bền vững trở thành yêu cầu tất yếu đối với các nền kinh tế đang phát triển. Khu vực kinh tế tư nhân đóng vai trò quan trọng, bởi:

Đây là lực lượng sản xuất chủ yếu, đang ngày càng thể hiện sự chủ động trong việc chuyển đổi sang các mô hình sản xuất bền vững, góp phần giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường và nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn lực.

Đóng vai trò quan trọng trong việc triển khai các mô hình sản xuất sạch hơn. Thông qua việc tối ưu hóa quy trình sản xuất, sử dụng hiệu quả nguyên vật liệu và năng lượng, cũng như giảm thiểu chất thải và phát thải, giúp giảm chi phí và nâng cao khả năng tuân thủ các quy định môi trường ngày càng nghiêm ngặt.

Thúc đẩy mô hình kinh tế tuần hoàn trong sản xuất. Nhiều DN đã áp dụng các giải pháp như tái chế, tái sử dụng, thiết kế sản phẩm thân thiện môi trường và tối ưu hóa chuỗi cung ứng nhằm hướng tới sản xuất khép kín và bền vững.

Tích hợp các tiêu chí môi trường vào chiến lược sản xuất và kinh doanh, giúp DN nâng cao hiệu quả quản lý và giảm thiểu rủi ro môi trường, góp phần nâng cao tính minh bạch và uy tín của DN.

Sản xuất bền vững còn gắn liền với việc đổi mới công nghệ và nâng cao năng lực quản trị, giúp DN giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường và tạo ra lợi thế cạnh tranh. Giúp DN nâng cao hiệu quả và thích ứng với các yêu cầu mới của thị trường.

Tuy nhiên, quá trình chuyển đổi sang sản xuất bền vững của DN tư nhân vẫn còn đối mặt với nhiều thách thức như chi phí đầu tư ban đầu cao, thiếu hụt công nghệ và nguồn nhân lực chất lượng cao, cũng như sự hạn chế trong nhận thức và năng lực quản trị. Đối với các DN nhỏ và vừa, việc tiếp cận các nguồn lực cho chuyển đổi sang sản xuất bền vững còn gặp nhiều khó khăn.

2.3. Thực hiện cam kết môi trường

Trong bối cảnh các vấn đề môi trường toàn cầu, đặc biệt là biến đổi khí hậu, ngày càng trở nên cấp bách, việc thực hiện các cam kết môi trường không chỉ là trách nhiệm của Nhà nước mà còn đòi hỏi sự tham gia tích cực của khu vực kinh tế tư nhân. Tại Việt Nam, cùng với các cam kết quốc tế như mục tiêu phát thải ròng bằng "0" (Net Zero) vào năm 2050, khu vực kinh tế tư nhân đang đóng vai trò quan trọng trong việc hiện thực hóa các mục tiêu phát triển bền vững thông qua việc điều chỉnh chiến lược kinh doanh và áp dụng các tiêu chuẩn môi trường tiên tiến, thực hiện các cam kết sau:

Chủ động tích hợp các tiêu chí môi trường, xã hội và quản trị (ESG) vào hoạt động sản xuất - kinh doanh. Áp dụng ESG giúp nâng cao hiệu quả quản trị rủi ro và tạo điều kiện thuận lợi trong việc tiếp cận các nguồn vốn quốc tế, đặc biệt là các quỹ đầu tư xanh và tài chính bền vững. Trong bối cảnh các thị trường xuất khẩu lớn như Liên minh châu Âu và Hoa Kỳ ngày càng siết chặt các quy định về môi

trường, việc tuân thủ các tiêu chuẩn ESG trở thành yêu cầu bắt buộc đối với DN nếu muốn duy trì và mở rộng thị trường.

Giảm phát thải khí nhà kính thông qua đổi mới công nghệ và cải tiến quy trình sản xuất. Nhiều DN đã triển khai các giải pháp đo lường và quản lý phát thải carbon, sử dụng năng lượng tái tạo và tối ưu hóa tiêu thụ năng lượng. Một số DN còn tham gia vào thị trường tín chỉ carbon, qua đó góp phần hình thành cơ chế thị trường trong việc phân bổ chi phí giảm phát thải và thúc đẩy các hoạt động bảo vệ môi trường.

Tích cực tham gia vào các sáng kiến và chương trình hợp tác quốc tế về môi trường. Thông qua việc hợp tác với các tổ chức quốc tế, đối tác nước ngoài và các tổ chức phi chính phủ, DN có cơ hội tiếp cận công nghệ tiên tiến, kinh nghiệm quản lý và các nguồn lực tài chính phục vụ cho quá trình chuyển đổi xanh, góp phần nâng cao vị thế của Việt Nam trong các nỗ lực toàn cầu về bảo vệ môi trường.

Đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao nhận thức xã hội về bảo vệ môi trường thông qua các hoạt động trách nhiệm xã hội DN. Các chương trình giảm thiểu rác thải, tiết kiệm năng lượng, bảo vệ tài nguyên thiên nhiên và phát triển cộng đồng bền vững đã và đang được nhiều DN triển khai, góp phần lan tỏa các giá trị phát triển bền vững trong xã hội.

Việc thực hiện các cam kết môi trường vẫn còn gặp nhiều thách thức như chi phí tuân thủ cao, thiếu hụt thông tin và năng lực kỹ thuật, cũng như sự chưa hoàn thiện của khung pháp lý liên quan đến thị trường carbon và tiêu chuẩn môi trường.

Như vậy, khu vực kinh tế tư nhân không chỉ là đối tượng thực thi mà còn là lực lượng đồng hành quan trọng cùng Nhà nước trong việc hiện thực hóa các cam kết môi trường, góp phần hướng tới mục tiêu phát triển kinh tế xanh và bền vững tại Việt Nam.

3. Vai trò của kinh tế tư nhân trong hội nhập kinh tế quốc tế

3.1. Tham gia chuỗi giá trị toàn cầu

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng, việc tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu (Global Value Chains - GVCs) trở thành con đường quan trọng để các quốc gia nâng cao năng lực cạnh tranh và tăng giá trị gia tăng. Tại Việt Nam, khu vực kinh tế tư nhân đang dần khẳng định vai trò là lực lượng chủ chốt trong việc kết nối nền kinh tế trong nước với hệ thống sản xuất và phân phối toàn cầu, đó là:

Đóng vai trò ngày càng quan trọng trong việc tham gia vào các công đoạn của chuỗi giá trị toàn cầu, đặc biệt trong các ngành công nghiệp chế biến, chế tạo, dệt may, da giày và điện tử. Trở thành nhà cung ứng linh kiện, bán thành phẩm hoặc dịch vụ hỗ trợ cho các tập đoàn đa quốc gia. Có cơ hội tiếp cận các tiêu chuẩn sản xuất quốc tế, nâng cao năng lực kỹ thuật và cải thiện chất lượng sản phẩm. Từng bước nâng cấp vị trí trong chuỗi giá trị, từ các công đoạn gia công có giá trị gia tăng thấp sang các khâu có hàm lượng công nghệ và tri thức cao hơn.

Góp phần thúc đẩy quá trình chuyển giao công nghệ và quản lý. Thông qua hợp tác với các đối tác nước ngoài, DN không chỉ tiếp thu công nghệ sản xuất tiên tiến mà còn học hỏi các phương thức quản trị hiện đại, tiêu chuẩn chất lượng và quy trình kiểm soát rủi ro. Giúp nâng cao năng lực cạnh tranh của DN và của nền kinh tế.

Là cầu nối trong việc tăng cường liên kết giữa khu vực đầu tư nước ngoài (FDI) và khu vực kinh tế trong nước. Việc hình thành các mạng lưới cung ứng nội địa với sự tham gia của DN tư nhân giúp nâng cao tỷ lệ nội địa hóa, giảm phụ thuộc vào nhập khẩu và gia tăng giá trị trong nước. Góp phần tạo hiệu ứng lan tỏa về công nghệ và kỹ năng giữa các khu vực kinh tế.

Sự tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu tạo động lực để DN tư nhân nâng cao năng lực đổi mới sáng tạo và tuân thủ các tiêu chuẩn quốc tế, đáp ứng yêu cầu khắt khe của các đối tác và thị trường quốc tế. DN buộc phải đầu tư vào công nghệ, cải tiến quy trình sản xuất và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, giúp DN nâng cao vị thế trong chuỗi giá trị và góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia.

Tuy nhiên, mức độ tham gia của DN tư nhân Việt Nam vào chuỗi giá trị toàn cầu vẫn còn hạn chế, chủ yếu tập trung ở các công đoạn có giá trị gia tăng thấp, trong khi khả năng tham gia vào các khâu có giá trị cao như thiết kế, nghiên cứu và phát triển, và xây dựng thương hiệu còn yếu. Nguyên nhân chủ yếu xuất phát từ hạn chế về quy mô DN, năng lực công nghệ, chất lượng nguồn nhân lực và khả năng đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế.

3.2. Thúc đẩy xuất khẩu

Trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế, xuất khẩu giữ vai trò là một trong những động lực quan trọng thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và nâng cao vị thế của Việt Nam trên thị trường toàn cầu. Trong bối cảnh đó, khu vực kinh tế tư nhân ngày càng khẳng định vai trò là lực lượng chủ lực trong hoạt động xuất khẩu, góp phần mở rộng thị trường, gia tăng kim ngạch và nâng cao giá trị gia tăng của hàng hóa Việt Nam. Cụ thể:

Đóng góp tỷ trọng lớn trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam, đặc biệt trong các ngành hàng có lợi thế so sánh như dệt may, da giày, nông sản, thủy sản và đồ gỗ. Nhờ khả năng linh hoạt trong sản xuất và kinh doanh, các DN này có thể nhanh chóng thích ứng với biến động của thị trường quốc tế, điều chỉnh cơ cấu sản phẩm và chiến lược xuất khẩu phù hợp với nhu cầu của từng thị trường.

Khai thác hiệu quả các hiệp định thương mại tự do (FTA) mà Việt Nam đã ký kết. Các hiệp định thế hệ mới như CPTPP, EVFTA và RCEP đã mở ra nhiều cơ hội tiếp cận thị trường với mức thuế quan ưu đãi và các điều kiện thuận lợi hơn. DN tư nhân, với sự chủ động và nhạy bén, đã tận dụng các ưu đãi này để mở rộng thị trường xuất khẩu, đa dạng hóa đối tác thương mại và giảm thiểu rủi ro phụ thuộc vào một số thị trường truyền thống.

Góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của hàng hóa xuất khẩu thông qua việc đầu tư vào công nghệ, cải tiến quy trình sản xuất và nâng cao chất lượng sản phẩm. Tuân thủ các tiêu chuẩn quốc tế về chất lượng, an toàn thực phẩm, môi trường và truy xuất nguồn gốc đã trở thành yêu cầu bắt buộc đối với DN khi tham gia thị trường toàn cầu. Góp phần nâng cao giá trị sản phẩm, xây dựng và củng cố thương hiệu quốc gia.

Sự phát triển của thương mại điện tử xuyên biên giới và các nền tảng số đã tạo điều kiện thuận lợi cho DN tư nhân tiếp cận trực tiếp người tiêu dùng quốc tế. Các kênh phân phối mới này giúp giảm chi phí trung gian, tăng tính minh bạch và mở rộng khả năng tiếp cận thị trường, đặc biệt đối với các DN nhỏ và vừa.

Hoạt động xuất khẩu của khu vực kinh tế tư nhân vẫn còn đối mặt với nhiều thách thức như quy mô DN nhỏ, năng lực tài chính hạn chế, khả năng đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật cao còn yếu và sự thiếu hụt thông tin về thị trường quốc tế. Bên cạnh đó, các rào cản phi thuế quan ngày càng gia tăng, đặc biệt là các quy định liên quan đến môi trường, lao động và phát triển bền vững.

3.3. Tiếp thu chuẩn mực quốc tế

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng, việc tiếp thu và tuân thủ các chuẩn mực quốc tế trở thành yêu cầu tất yếu đối với DN nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh và khả năng tham gia bền vững vào thị trường toàn cầu. Khu vực kinh tế tư nhân tại Việt Nam, với vai trò là lực lượng trực tiếp tham gia vào các hoạt động thương mại và đầu tư quốc tế, đang ngày càng chủ động trong việc tiếp cận, thích ứng và nội địa hóa các chuẩn mực quốc tế trong hoạt động sản xuất - kinh doanh, thể hiện qua:

Tích cực áp dụng các tiêu chuẩn quốc tế về chất lượng, quản lý và sản xuất như ISO, HACCP, GMP và các tiêu chuẩn liên quan đến truy xuất nguồn gốc. Tuân thủ các tiêu chuẩn này không chỉ giúp DN nâng cao chất lượng sản phẩm, đảm bảo an toàn cho người tiêu dùng mà còn là điều kiện tiên quyết để thâm nhập vào các thị trường khó tính như Liên minh châu Âu, Hoa Kỳ và Nhật Bản. Đồng thời, quá trình áp dụng các tiêu chuẩn quốc tế cũng thúc đẩy DN cải tiến quy trình sản xuất, nâng cao hiệu quả quản lý và giảm thiểu rủi ro.

Ngày càng chú trọng tiếp thu các chuẩn mực quốc tế về quản trị DN, như: minh bạch thông tin, trách nhiệm giải trình, quản lý rủi ro và bảo vệ quyền lợi cổ đông. Điều này không chỉ giúp nâng cao hiệu quả hoạt động mà còn tạo dựng niềm tin với nhà đầu tư, đối tác và các bên liên quan.

Đóng vai trò quan trọng trong việc thực hiện các tiêu chuẩn quốc tế về môi trường và lao động. Các yêu cầu về phát triển bền vững, giảm phát thải carbon, sử dụng tài nguyên hiệu quả và đảm bảo điều kiện lao động an toàn, công bằng đang trở thành tiêu chí quan trọng trong các chuỗi cung ứng toàn cầu, giúp DN đáp ứng yêu cầu của đối tác quốc tế và góp phần nâng cao hình ảnh và uy tín của DN trên thị trường quốc tế.

Có cơ hội tiếp thu các thông lệ tốt trong quản lý, sản xuất và đổi mới sáng tạo. Từ đó rút ngắn khoảng cách phát triển, nâng cao năng lực và thích ứng nhanh hơn với các xu hướng toàn cầu.

Tiếp thu chuẩn mực quốc tế cũng đặt ra không ít thách thức đối với DN tư nhân, đặc biệt là các DN nhỏ và vừa. Chi phí tuân thủ cao, yêu cầu kỹ thuật phức tạp và sự thiếu hụt về nguồn lực (tài chính, nhân lực, công nghệ) là những rào cản đáng kể. Bên cạnh đó, sự khác biệt về thể chế, văn hóa kinh doanh và mức độ phát triển cũng có thể ảnh hưởng đến khả năng thích ứng của DN.

4. Một số giải pháp đề xuất

Để phát huy vai trò của kinh tế tư nhân, cần tập trung vào một số giải pháp sau:

4.1. Khuyến khích đầu tư vào kinh tế xanh

Trong bối cảnh biến đổi khí hậu và yêu cầu phát triển bền vững ngày càng trở nên cấp thiết, kinh tế xanh không chỉ là xu hướng mà còn là định hướng chiến lược trong phát triển kinh tế của Việt Nam. Để hiện thực hóa mục tiêu này, việc khuyến khích khu vực kinh tế tư nhân gia tăng đầu tư vào các lĩnh vực xanh đóng vai trò đặc biệt quan trọng, bởi đây là khu vực có khả năng huy động nguồn lực lớn, linh hoạt và nhạy bén với các cơ hội thị trường.

Thứ nhất, hoàn thiện cơ chế chính sách nhằm tạo động lực kinh tế rõ ràng cho các hoạt động đầu tư xanh. Các công cụ tài chính như ưu đãi thuế, miễn giảm phí, tín dụng xanh và trái phiếu xanh cần được thiết kế và triển khai hiệu quả để giảm chi phí đầu tư ban đầu và rủi ro tài chính cho DN. Đồng thời, việc xây dựng cơ chế định giá carbon và phát triển thị trường tín chỉ carbon sẽ góp phần nội hóa chi phí môi trường, từ đó khuyến khích DN chuyển dịch sang các hoạt động sản xuất thân thiện với môi trường.

Thứ hai, cần phát triển thị trường tài chính xanh nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho DN tiếp cận nguồn vốn dài hạn cho các dự án xanh. Sự tham gia của các tổ chức tài chính, ngân hàng thương mại và nhà đầu tư tư nhân trong việc cung cấp các sản phẩm tài chính xanh sẽ góp phần đa dạng hóa nguồn vốn và thúc đẩy đầu tư vào các lĩnh vực như năng lượng tái tạo, nông nghiệp bền vững, giao thông xanh và công nghệ môi trường.

Thứ ba, cần thúc đẩy đổi mới công nghệ và chuyển giao công nghệ xanh. Nhà nước cần có chính sách hỗ trợ DN tiếp cận và ứng dụng các công nghệ sạch thông qua các chương trình hợp tác quốc tế, quỹ hỗ trợ đổi mới sáng tạo và cơ chế khuyến khích chuyển giao công nghệ. Việc nâng cao năng lực công nghệ sẽ giúp DN không chỉ giảm thiểu tác động môi trường mà còn nâng cao hiệu quả sản xuất và khả năng cạnh tranh.

Thứ tư, cần xây dựng và hoàn thiện hệ thống tiêu chuẩn, quy chuẩn và công cụ đánh giá liên quan đến kinh tế xanh. Việc ban hành các tiêu chí rõ ràng về sản phẩm xanh, DN xanh và dự án xanh sẽ giúp định hướng hoạt động đầu tư và tạo cơ sở cho việc giám sát, đánh giá hiệu quả. Đồng thời, việc minh bạch hóa thông tin về môi trường và phát triển bền vững sẽ giúp nâng cao niềm tin của nhà đầu tư và các bên liên quan.

Thứ năm, cần tăng cường nâng cao nhận thức và năng lực của DN về kinh tế xanh. Thông qua các chương trình đào tạo, tư vấn và truyền thông, DN có thể hiểu rõ hơn về lợi ích dài hạn của đầu tư xanh, từ đó chủ động chuyển đổi mô hình sản xuất và kinh doanh theo hướng bền vững.

Việc khuyến khích đầu tư vào kinh tế xanh vẫn còn đối mặt với nhiều thách thức như chi phí đầu tư cao, thời gian thu hồi vốn dài, rủi ro công nghệ và sự thiếu đồng bộ của chính sách. Đặc biệt, đối với các DN nhỏ và vừa, việc tiếp cận nguồn vốn và công nghệ xanh còn hạn chế, đòi hỏi sự hỗ trợ mạnh mẽ hơn từ phía Nhà nước.

Do đó, cần có cách tiếp cận tổng thể và dài hạn trong việc xây dựng chính sách khuyến khích đầu tư vào kinh tế xanh, trong đó khu vực kinh tế tư nhân được xác định là trung tâm của quá trình chuyển đổi. Việc tạo lập một môi trường đầu tư thuận lợi, minh bạch và ổn định sẽ là điều kiện tiên quyết để thu hút và phát huy hiệu quả nguồn lực từ khu vực tư nhân, góp phần thúc đẩy quá trình chuyển đổi sang nền kinh tế xanh và phát triển bền vững tại Việt Nam.

4.2. Nâng cao năng lực hội nhập quốc tế

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng, năng lực hội nhập của DN trở thành yếu tố quyết định khả năng tận dụng cơ hội và ứng phó với thách thức từ thị trường quốc tế. Đối với khu vực kinh tế tư nhân tại Việt Nam, việc nâng cao năng lực hội nhập không chỉ giúp mở rộng thị trường mà còn góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh, thúc đẩy đổi mới sáng tạo và tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị toàn cầu.

Thứ nhất, cần nâng cao năng lực tiếp cận và khai thác thông tin thị trường quốc tế cho DN. Trong bối cảnh các hiệp định thương mại tự do (FTA) thế hệ mới ngày càng gia tăng về số lượng và phạm vi, DN cần được hỗ trợ trong việc nắm bắt các cam kết quốc tế, quy định kỹ thuật, tiêu chuẩn chất lượng và xu hướng tiêu dùng của từng thị trường. Việc xây dựng các hệ thống thông tin thị trường, trung tâm xúc tiến thương mại và nền tảng dữ liệu số sẽ giúp DN tiếp cận thông tin một cách kịp thời và hiệu quả.

Thứ hai, cần nâng cao năng lực tuân thủ các tiêu chuẩn và quy định quốc tế. Các rào cản phi thuế quan như tiêu chuẩn kỹ thuật, quy định về môi trường, lao động và truy xuất nguồn gốc ngày càng trở nên khắt khe, đòi hỏi DN phải đầu tư vào công nghệ, cải tiến quy trình sản xuất và nâng cao chất lượng quản trị. Việc hỗ trợ DN trong quá trình chứng nhận tiêu chuẩn quốc tế và xây dựng hệ thống quản lý chất lượng là yếu tố quan trọng giúp DN thâm nhập và duy trì vị thế trên thị trường quốc tế.

Thứ ba, phát triển nguồn nhân lực có năng lực hội nhập quốc tế là yêu cầu cấp thiết. DN cần đội ngũ lao động có trình độ chuyên môn cao, kỹ năng ngoại ngữ, hiểu biết về luật pháp quốc tế và khả năng làm việc trong môi trường đa văn hóa. Nhà nước cần đẩy mạnh đào tạo và nâng cao kỹ năng hội nhập cho lực lượng lao động, đồng thời khuyến khích DN đầu tư vào đào tạo nội bộ và hợp tác với các cơ sở giáo dục, tổ chức quốc tế.

Thứ tư, cần thúc đẩy năng lực xây dựng và phát triển thương hiệu quốc tế cho DN tư nhân. Việc xây dựng thương hiệu không chỉ giúp nâng cao giá trị gia tăng của sản phẩm mà còn tạo dựng uy tín và niềm tin với đối tác và người tiêu dùng quốc tế. Các chương trình hỗ trợ xúc tiến thương mại, quảng bá thương hiệu quốc gia và bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ cần được triển khai đồng bộ nhằm hỗ trợ DN trong quá trình này.

Thứ năm, việc tăng cường liên kết và hợp tác quốc tế cũng là một yếu tố quan trọng trong nâng cao năng lực hội nhập. Thông qua việc tham gia vào các mạng lưới sản xuất, chuỗi cung ứng và các tổ chức kinh tế quốc tế, DN có cơ hội học hỏi kinh nghiệm, tiếp cận công nghệ và mở rộng thị trường. Đồng thời, việc hợp tác với các đối tác nước ngoài cũng giúp DN nâng cao năng lực quản trị và thích ứng với các chuẩn mực quốc tế.

Năng lực hội nhập quốc tế của DN tư nhân Việt Nam vẫn còn hạn chế do quy mô nhỏ, nguồn lực hạn chế, thiếu kinh nghiệm quốc tế và khả năng thích ứng với các tiêu chuẩn cao còn yếu. Bên cạnh đó, sự thiếu đồng bộ trong chính sách hỗ trợ và thông tin thị trường cũng là những rào cản đáng kể.

Do đó, cần có các chính sách hỗ trợ toàn diện và đồng bộ nhằm nâng cao năng lực hội nhập quốc tế cho DN, trong đó tập trung vào cung cấp thông tin, đào tạo nguồn nhân lực, hỗ trợ tài chính và phát triển hạ tầng thương mại. Việc lấy DN làm trung tâm trong thiết kế và thực thi chính sách sẽ góp phần bảo đảm hiệu quả và tính bền vững của quá trình hội nhập.

Nâng cao năng lực hội nhập quốc tế không chỉ giúp DN tư nhân tận dụng tốt các cơ hội từ toàn cầu hóa mà còn là điều kiện quan trọng để Việt Nam nâng cao vị thế trong nền kinh tế thế giới và phát triển bền vững trong dài hạn.

5. Kết luận

Trong bối cảnh nền kinh tế Việt Nam đang chuyển dịch mạnh mẽ theo hướng dựa trên đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số, phát triển xanh và hội nhập quốc tế sâu rộng, khu vực kinh tế tư nhân ngày càng khẳng định vai trò là động lực quan trọng của tăng trưởng và phát triển bền vững.

Kinh tế tư nhân, ngoài việc đóng góp trực tiếp vào gia tăng quy mô và hiệu quả của nền kinh tế, giữ vai trò dẫn dắt trong quá trình đổi mới mô hình tăng trưởng, thúc đẩy hoạt động nghiên cứu và phát triển, thúc đẩy tiến trình chuyển đổi số và nền kinh tế số tại Việt Nam. Trong bối cảnh toàn cầu hướng tới phát triển bền vững, khu vực kinh tế tư nhân đã và đang tích cực tham gia vào quá trình chuyển đổi xanh thông qua đầu tư vào công nghệ sạch, áp dụng các mô hình sản xuất bền vững và thực hiện các cam kết môi trường. Trong lĩnh vực hội nhập kinh tế quốc tế, DN tư nhân ngày càng tham gia sâu vào chuỗi giá trị toàn cầu, thúc đẩy xuất khẩu và tiếp thu các chuẩn mực quốc tế, qua đó nâng cao vị thế và năng lực cạnh tranh của nền kinh tế Việt Nam trên trường quốc tế.

Tuy nhiên, để khu vực kinh tế tư nhân phát huy tối đa vai trò này, cần có sự hỗ trợ đồng bộ từ phía Nhà nước thông qua việc hoàn thiện thể chế, cải thiện môi

trường kinh doanh, thúc đẩy đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số, khuyến khích đầu tư vào kinh tế xanh, cũng như nâng cao năng lực hội nhập quốc tế cho DN. Đây là những điều kiện tiên quyết nhằm tạo lập một hệ sinh thái phát triển thuận lợi, giúp khu vực kinh tế tư nhân phát triển mạnh mẽ và bền vững.

Trong dài hạn, việc phát huy vai trò của kinh tế tư nhân không chỉ góp phần nâng cao chất lượng tăng trưởng mà còn là yếu tố then chốt giúp Việt Nam thực hiện thành công mục tiêu trở thành quốc gia có thu nhập cao, phát triển bền vững và hội nhập sâu rộng vào nền kinh tế toàn cầu ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Bộ Công Thương. (2025a). Báo cáo xuất nhập khẩu Việt Nam 2025. Nhà xuất bản Công Thương.

Bộ Kế hoạch và Đầu tư. (2024). Sách trắng doanh nghiệp Việt Nam 2024. Nhà xuất bản Thống kê.

Nguyễn Đình Tuấn & Trần Văn Hùng. (2024). Vai trò của kinh tế tư nhân trong tăng trưởng kinh tế Việt Nam. Tạp chí Công Thương, (12), 45-52.

Tổng cục Thống kê. (2025). Báo cáo tình hình kinh tế - xã hội quý IV năm 2025. Truy cập tại https://www.nso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2026/01/bao-cao-tinh-hinh-kinh-te-xa-hoi-quy-iv-va-nam-2025/

Ngày nhận bài: 18/3/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 30/3/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 15/4/2026

THE ROLE OF THE PRIVATE SECTOR IN GREEN ECONOMIC DEVELOPMENT AND INTERNATIONAL ECONOMIC INTEGRATION

● **LE TAI THU**
Department of Mathematics, Banking Academy of Vietnam
Email: thult.bmtoan@hvnh.edu.vn

ABSTRACT:

Against the backdrop of globalization and the Fourth Industrial Revolution, the private sector has increasingly affirmed its role as a key driver of Vietnam's economic growth. This study analyzes the contribution of the private sector to green economic development and international economic integration. Based on this analysis, the study offers policy implications for further unlocking the sector's potential and strengthening its contribution to Vietnam's sustainable development in the coming period.

Keywords: private sector economy, green economy, international integration.

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH LÀM VIỆC TRONG CÁC CÔNG TY CÓ VỐN ĐẦU TƯ TRỰC TIẾP NƯỚC NGOÀI (FDI) CỦA SINH VIÊN CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG LẬP TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

● **TẠ HUỲNH KHANG[1] - NGUYỄN THỤY CẨM HƯƠNG[1]***
[1]Trường Đại học Công Thương Thành phố Hồ Chí Minh
*Email: huongntc@huit.edu.vn

TÓM TẮT:

Trong bối cảnh tái cấu trúc chuỗi cung ứng toàn cầu và cạnh tranh thu hút vốn đầu tư quốc tế ngày càng mạnh mẽ, công ty có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) tiếp tục giữ vai trò đặc biệt quan trọng đối với tăng trưởng, xuất khẩu và tạo việc làm. Nghiên cứu đề xuất mô hình ban đầu gồm 6 nhóm yếu tố: uy tín và thương hiệu tổ chức, sự phù hợp giữa cá nhân và tổ chức, chính sách lương thưởng và phúc lợi, môi trường và văn hóa tổ chức, chương trình đào tạo và thăng tiến và ảnh hưởng xã hội. Phương pháp nghiên cứu chủ yếu là khảo sát định lượng, thu thập dữ liệu từ đối tượng là sinh viên đang học tập tại các trường đại học công lập trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh, đồng thời sử dụng các kỹ thuật phân tích thống kê hiện đại để kiểm định các giả thuyết đề ra. Kết quả cho thấy 5/6 yếu tố có ảnh hưởng đáng kể đến ý định làm việc. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đề xuất một số hàm ý quản trị nhằm nâng cao sức hấp dẫn của công ty FDI đối với nguồn nhân lực trẻ.

Từ khóa: công ty FDI, ý định lựa chọn nơi làm việc, ý định làm việc, sinh viên.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế và dịch chuyển chuỗi cung ứng toàn cầu, khu vực doanh nghiệp (DN) có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) tiếp tục giữ vai trò quan trọng đối với tăng trưởng, xuất khẩu và tạo việc làm tại Việt Nam. Tại TP. Hồ Chí Minh, nơi tập trung nhiều DN FDI và nhiều trường Đại học nói chung và các trường Đại học công lập nói riêng, nhu cầu kết nối giữa DN với nguồn nhân lực trẻ ngày càng trở nên rõ nét. Sự bùng nổ của khu vực kinh tế này mở ra một không gian phát triển nghề nghiệp đầy tiềm năng nhưng cũng tạo ra áp lực cạnh tranh khốc liệt đối với lực lượng lao động trẻ. Tuy nhiên, cơ hội việc làm lớn không đồng nghĩa với việc sinh viên sẵn sàng lựa chọn DN FDI là nơi làm việc sau tốt nghiệp, bởi ý định này còn chịu tác động của nhiều yếu tố như uy tín tổ chức, chính sách đãi ngộ, cơ hội phát triển nghề nghiệp và ảnh hưởng xã hội. Khác với những thế hệ trước thường đề cao tính ổn định cơ học, sinh viên hiện nay có xu hướng xem xét các cơ hội việc làm dưới nhiều lăng kính phức tạp hơn. Họ không đơn thuần tìm kiếm một công việc với mức lương cạnh tranh, mà còn bị chi phối mạnh mẽ bởi thương hiệu uy tín của nhà tuyển dụng, văn hóa DN, lộ trình đào tạo, cũng như những áp lực từ mạng lưới quan hệ xã hội. Dù các công ty FDI mang lại nhiều ưu thế, nhiều DN vẫn lúng túng và gặp khó khăn trong bài toán thu hút hay giữ chân nhân tài trẻ

do chưa giải mã được chính xác các yếu tố thực sự chi phối quyết định ứng tuyển của họ. Điều này dẫn đến sự lãng phí nguồn lực truyền thông tuyển dụng, dễ gây bão hòa thông tin và làm giảm sức cạnh tranh của DN trên thị trường nhân sự.

Xuất phát từ những vấn đề trên, nghiên cứu này được thực hiện nhằm xác định và đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến ý định làm việc trong các công ty có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI), với phạm vi nghiên cứu tập trung vào sinh viên đang theo học tại các trường Đại học công lập trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh - trung tâm kinh tế lớn, nơi tập trung đông đảo sinh viên và có mức độ thu hút FDI cao nhất cả nước.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu liên quan

2.1. Cơ sở lý thuyết

2.1.1. Công ty có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI)

Quỹ Tiền tệ Quốc tế - IMF (2009) đã đưa ra khái niệm đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) như sau: "Đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) là một hạng mục đầu tư quốc tế phản ánh mục tiêu của một chủ thể cư trú tại một nền kinh tế nhằm thu được lợi ích lâu dài từ một DN cư trú tại một nền kinh tế khác. Lợi ích lâu dài bao hàm sự tồn tại của một mối quan hệ dài hạn giữa nhà đầu tư và DN, đồng thời nhà đầu tư có mức độ ảnh hưởng đáng kể đối với việc quản lý DN đó. Mối quan hệ đầu tư trực tiếp được xác lập khi nhà đầu tư sở hữu từ 10% trở lên số cổ phần thông thường hoặc quyền biểu quyết tại DN.". Nghiên cứu này tiếp cận công ty FDI theo quan điểm "công ty FDI là công ty có vốn của người nước ngoài và có sự quản lý trực tiếp của người nước ngoài".

2.1.2. Ý định làm việc

Ý định làm việc được hình thành trên nền tảng của khái niệm ý định hành vi. Theo Warshaw và Davis (1985), ý định hành vi là mức độ mà cá nhân lập kế hoạch một cách có ý thức để thực hiện hoặc không thực hiện một hành vi trong tương lai. Theo Fishbein và Ajzen (1975), ý định hành vi là sự biểu thị mức độ sẵn sàng của cá nhân khi thực hiện một hành vi xác định và được xem là tiền đề trực tiếp dẫn tới hành vi thực tế. Trong nghiên cứu này, nhóm tác giả sử dụng ý định làm việc trong các công ty có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài được hiểu là mức độ sẵn sàng, ưu tiên và quyết tâm của sinh viên đối với việc lựa chọn công ty FDI như một điểm đến nghề nghiệp trong tương lai.

2.2. Các mô hình nghiên cứu liên quan

2.2.1. Vai trò trung gian của việc sử dụng các nền tảng truyền thông xã hội thúc đẩy mối quan hệ giữa sức hấp dẫn của nhà tuyển dụng và ý định ứng tuyển của thế thế Z như thế nào của (El-Menawy và Saleh, 2023)

Trong nghiên cứu "How does the mediating role of the use of social media platforms foster the relationship between employer attractiveness and generation Z intentions to apply for a job?" (El-Menawy và Saleh, 2023) xem xét mối quan hệ giữa sức hấp dẫn của nhà tuyển dụng và ý định ứng tuyển của thế hệ Z, đồng thời kiểm định vai trò trung gian của việc sử dụng các nền tảng mạng xã hội. Kết quả cho thấy, sức hấp dẫn của nhà tuyển dụng có ảnh hưởng tích cực đến ý định ứng tuyển; đồng thời, mạng xã hội đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ này. Đáng chú ý, khi đánh giá nhà tuyển dụng, nhóm người trẻ trong nghiên cứu ưu tiên giá trị kinh tế, giá trị xã hội, uy tín và cơ hội phát triển hơn các khía cạnh như tính đa dạng trong công việc, môi trường làm việc hay cân bằng công việc - cuộc sống.

2.2.2. Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định làm việc tại DN có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) của sinh viên thành phố Hà Nội (Phan Thị Thanh Hoa và cộng sự, 2021).

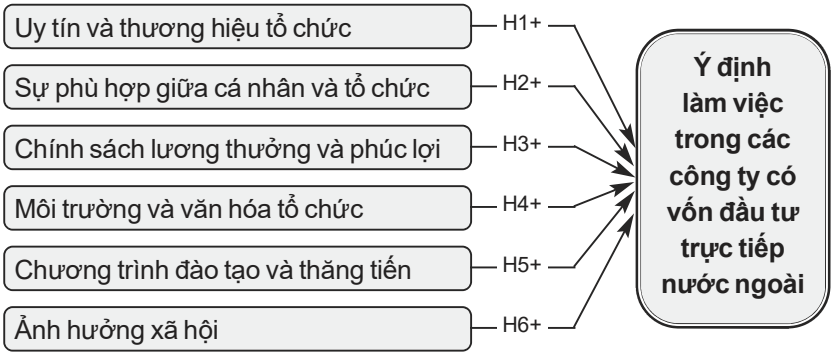
Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định làm việc tại DN có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) của sinh viên thành phố Hà Nội. Dựa trên các lý thuyết như TRA, TPB, nhóm tác giả đề xuất mô hình gồm 7 nhân tố ảnh hưởng đến ý định làm việc tại DN FDI của sinh viên thành phố Hà Nội, bao gồm: ảnh hưởng xã hội, chính sách và môi trường tổ chức, cơ hội đào tạo và thăng tiến, thách thức trong công việc, chính sách lương thưởng, sự phù hợp giữa cá nhân và tổ chức và uy tín - thương hiệu tổ chức. Kết quả nghiên cứu cho thấy, cả 7 nhân tố đều có tác động cùng chiều đến ý định làm việc. Trong đó, chính sách lương thưởng là yếu tố có tác động mạnh nhất, còn cơ hội đào tạo và thăng tiến có tác động yếu nhất.

2.2.3. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Qua các công trình nghiên cứu trước đây thì nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến ý định làm việc trong các công ty có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI), riêng tại Việt Nam còn khá ít. Trên quan điểm kế thừa và tiếp tục phát triển những công trình

nghiên cứu trước đây, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như sau: (Hình 1)

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: Tác giả tổng hợp, 2026

3. Phương pháp nghiên cứu

Dữ liệu trong nghiên cứu này được thu thập trực tiếp bằng bảng câu hỏi thang đo Likert 5 mức độ được sử dụng để đo lường các khái niệm nghiên cứu trong mô hình phân tích nhân tố với mức độ từ 1 đến 5 (với 1: hoàn toàn không đồng ý, 5: hoàn toàn đồng ý). Cỡ mẫu được xác định theo tác giả Nguyễn Đình Thọ (2011), kích cỡ mẫu tối thiểu gấp 5 lần số biến, tốt nhất gấp 10 lần. Với 34 biến quan sát ban đầu của các thang đo đề xuất, vậy để tiến hành EFA, cỡ mẫu tối thiểu của nghiên cứu là 34*5 = 170. Để đảm bảo số lượng mẫu tối thiểu, trong quá trình thu thập dữ liệu sẽ phải loại bỏ những phiếu khảo sát không đạt yêu cầu, tác giả đã phát ra số lượng lớn phiếu khảo sát và thu về 413 mẫu với 346 mẫu đạt yêu cầu, bằng hình thức bảng hỏi trực tuyến, được triển khai trực tiếp tại các lớp học và chia sẻ qua các kênh trực tuyến theo phương pháp chọn mẫu thuận tiện.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha

Kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo cho thấy, sau khi kiểm định các nhân tố, hệ số Cronbach's Alpha tổng các thang đo thành phần đều lớn hơn 0.6, thấp nhất là nhân tố thuộc thang đo Ảnh hưởng của xã hội (AHXH - 0.801), Tuy nhiên, biến UT5 bị loại do có hệ số tương quan biến - tổng là 0.231 (< 0.3). Sau khi loại UT5, hệ số Cronbach's Alpha của thang đo Uy tín và thương hiệu tổ chức tăng từ 0.816 lên 0.874. Các biến còn lại đều đạt tiêu chuẩn về giá trị hội tụ và độ tin cậy, đủ điều kiện để thực hiện phân tích nhân tố khám phá (EFA).

4.2. Kết quả phân tích nhân tố khám phá

Kết quả sau khi phân tích EFA biến phụ thuộc cho thấy hệ số KMO của nhóm biến Ý định làm việc trong công ty FDI là 0.853, thỏa mãn điều kiện 0.5 < KMO < 1 với mức ý nghĩa là Sig. < 0.001 trong kiểm định Barletts (Sig < 0.05). Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA cho thấy, có một nhóm nhân tố được rút trích ra với giá trị Eigen lớn hơn 1 và trị số phương sai trích là 61,533%, điều này có nghĩa là biến Ý định làm việc trong công ty FDI giải thích được 61,533% sự biến thiên của các biến quan sát.

Phân tích EFA cho thang đo các nhân tố tác động đến ý định làm việc trong công ty FDI của sinh viên các trường đại học công lập tại TP. Hồ Chí Minh, kết quả cho thấy hệ số KMO của nhóm biến nhân tố tác động là 0.898 > 0.5. Vậy thang đo các nhân tố tác động đến ý định làm việc tại công ty FDI được xem là phù hợp để phân tích EFA. Trong quá trình phân tích, 01 biến quan sát là DT1 không đạt yêu cầu về hệ số tải nhân tố (< 0.5) nên đã bị loại. Kiểm định Bartlett's về sự tương quan của các biến quan sát (Sig. = 0.000 < 0.05) chứng tỏ các biến có tương quan chặt chẽ với nhau. Điểm dừng khi rút trích các nhân tố tại eigenvalues = 1.138 > 1. Phương sai trích là 66.935% > 50% là đạt yêu cầu, 27 biến quan sát còn lại đều có hệ số tải nhân tố > 0.5, điều này thể hiện kết quả phân tích nhân tố là phù hợp và số nhân tố trích được là 06 hoàn toàn phù hợp với lý thuyết về ý định làm việc tại công ty FDI.

Kết quả cho thấy, tất cả các biến có mối liên quan tuyến tính ở mức ý nghĩa $\alpha < 0.01$, tất cả các hệ số tương quan tuyệt đối giữa các biến dao động trong khoảng $-1 \leq r \leq 1$. Do đó, tất cả các biến đều đạt yêu cầu trong phân tích hồi quy tuyến tính bội.

4.3. Kết quả phân tích hồi quy tuyến tính

Kết quả cho thấy R^2 hiệu chỉnh bằng 0.578 có nghĩa là 57.8% sự biến thiên của YD (Ý định làm việc trong công ty FDI) được giải thích bởi sự biến thiên của 06 biến độc lập UT, PH, LT, MT, DT, AHXH. Đồng thời trị số F có mức ý nghĩa với Sig. < 0.001 (< 0.05) chứng tỏ mô hình hồi quy tuyến tính bội được xây dựng là phù hợp với dữ liệu nghiên cứu và có ý nghĩa thống kê ở mức 5%.

Phân tích hồi quy tuyến tính bội cho thấy trong 06 nhân tố đưa vào mô hình, có 05 nhân tố là UT, PH, LT, DT và AHXH có ảnh hưởng đến ý định làm việc trong công ty FDI (Sig < 0.05). Nhân tố MT (Sig = 0.487 > 0.05) nên không có ý nghĩa thống kê trong mô hình.

Mô hình nghiên cứu xác định các nhân tố ảnh hưởng đến ý định làm việc trong công ty FDI của sinh viên các trường đại học công lập tại TP. Hồ Chí Minh với hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa được thiết lập có dạng hàm như sau:

$$YD = 0.301 + 0.148*UT + 0.183*PH + 0.181*LT + 0.293*DT + 0.201*AHXH + \varepsilon$$

5. Kết luận và đề xuất

Mục tiêu nghiên cứu của đề tài là nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định làm việc trong các công ty có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) của sinh viên các trường Đại học công lập tại TP. Hồ Chí Minh. Theo kết quả nghiên cứu, tác giả xác định được các yếu tố như sau: (1) Chương trình đào tạo và thăng tiến, (2) Ảnh hưởng xã hội, (3) Chính sách lương thưởng và phúc lợi,(4) Sự phù hợp giữa cá nhân và tổ chức, (5) Uy tín và thương hiệu tổ chức.

Trong đó, chương trình đào tạo và thăng tiến là yếu tố có tác động mạnh nhất, còn uy tín và thương hiệu tổ chức có tác động yếu nhất. Dựa vào kết quả nghiên cứu và mức độ tác động của các nhân tố, tác giả đề xuất một số hàm ý quản trị nhằm giúp các DN FDI nâng cao khả năng thu hút và giữ chân nguồn nhân lực trẻ như sau: Trước hết, việc thiết kế lộ trình đào tạo và thăng tiến cá nhân hóa là yếu tố then chốt, DN không chỉ cung cấp kiến thức chuyên môn mà cần xây dựng sơ đồ phát triển nghề nghiệp rõ ràng, giúp sinh viên thấy được tương lai bền vững. Song song đó, cần tận dụng sức mạnh của ảnh hưởng xã hội thông qua việc kết nối với mạng lưới cựu sinh viên và đẩy mạnh truyền thông trên mạng xã hội để tạo dựng niềm tin từ cộng đồng. Về mặt kinh tế, chính sách lương thưởng và phúc lợi phải đảm bảo tính cạnh tranh và minh bạch, kết hợp các gói đãi ngộ linh hoạt nhằm tạo động lực vật chất mạnh mẽ. Đặc biệt, để tối ưu hóa nguồn lực, tổ chức cần chú trọng sự phù hợp giữa cá nhân và tổ chức bằng cách minh bạch hóa bảng mô tả công việc, đảm bảo giá trị cốt lõi của DN tương thích với kỳ vọng của ứng viên. Cuối cùng, việc khẳng định uy tín và thương hiệu công ty thông qua môi trường làm việc chuyên nghiệp, thượng tôn pháp luật sẽ là nền tảng vững chắc nhất. Sự kết hợp hài hòa giữa các giải pháp này không chỉ thu hút nhân tài mà còn củng cố niềm tin và cam kết gắn bó lâu dài của thế hệ nhân lực trẻ trong bối cảnh hội nhập quốc tế ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Nguyễn Đình Thọ. (2011). Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh: Thiết kế và thực hiện. Nhà xuất bản Lao động - Xã hội.

Phan Thị Thanh Hoa, Nguyễn Phương Thảo, Trần Thị Thảo An, Nguyễn Minh Hiếu, Mai Đức Toàn, & Đỗ Thu Uyên. (2021). Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định làm việc tại doanh nghiệp có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) của sinh viên thành phố Hà Nội. Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương, (4), 58-60.

Trần Thị Ngọc Duyên, & Cao Hào Thi. (2010). Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định làm việc tại doanh nghiệp nhà nước. Science & Technology Development, 13(Q1), 44-60.

Ajzen Icek. (1991). The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50(2), 179-211.

Berthon Pierre, Ewing Michael & Hah Li Lian. (2005). Captivating company: Dimensions of attractiveness in employer branding. International Journal of Advertising, 24(2), 151-172.

Cable Daniel M., Judge Timothy A. (1996). Person-organization fit, job choice decisions, and organizational entry. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 67(3), 294-311.

Cable Daniel M., Turban Daniel B. (2003). The value of organizational reputation in the recruitment context: A brand-equity perspective. Journal of Applied Social Psychology, 33(11), 2244-2266.

Chapman Derek S., Uggerslev Krista L., Carroll Steven A., Piasentin Kelly A., & Jones David A. (2005). Applicant attraction to organizations and job choice: A meta-analytic review of the correlates of recruiting outcomes. Journal of Applied Psychology, 90(5), 928-944.

Fishbein Martin, Ajzen Icek. (1975). Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research. Addison-Wesley.

El-Menawy Sara Mohamed Abdelaziz, Saleh, Pancie Salah. (2023). How does the mediating role of the use of social media platforms foster the relationship between employer attractiveness and Generation Z intentions to apply for a job? Future Business Journal, 9(1), Article 65.
Highhouse Scott, Lievens Filip, Sinar Evan F. (2003). Measuring attraction to organizations. Educational and Psychological Measurement, 63(6), 986-1001.
International Monetary Fund. (2009). Balance of payments and international investment position manual (6th ed.). International Monetary Fund.
Judge Timothy. A., Bretz Robert D., Jr. (1992). Effects of work values on job choice decisions. Journal of Applied Psychology, 77(3), 261-271.
Resick Christian J., Baltes Boris B., & Shantz Cynthia Walker. (2007). Person-organization fit and work-related attitudes and decisions: Examining interactive effects with job fit and conscientiousness. Journal of Applied Psychology, 92(5), 1446-1455.
Warshaw Paul R., Davis Fred D. (1985). Disentangling behavioral intention and behavioral expectation. Journal of Experimental Social Psychology, 21(3), 213-228.

Ngày nhận bài: 25/03/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 15/04/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 04/05/2026

FACTORS INFLUENCING PUBLIC UNIVERSITY STUDENTS' INTENTION TO WORK FOR FDI ENTERPRISES IN HO CHI MINH CITY

● **TA HUYNH KHANG**[1]
● **NGUYEN THUY CAM HUONG**[1*]
[1]Ho Chi Minh City University of Industry and Trade
*Email: huongntc@huit.edu.vn

ABSTRACT:
Against the backdrop of global supply chain restructuring and intensifying competition for international investment, foreign direct investment (FDI) enterprises continue to play a vital role in economic growth, export expansion, and job creation. This study develops an initial research model comprising six groups of factors: organizational reputation and employer branding, person–organization fit, compensation and benefits policies, organizational environment and culture, training and promotion opportunities, and social influence. Employing a quantitative survey approach, the research collects data from students at public universities in Ho Chi Minh City and applies modern statistical techniques to test the proposed hypotheses. The findings indicate that five of the six factors significantly influence students' intention to work for FDI enterprises. Based on these results, the study offers managerial implications for strengthening the attractiveness of FDI enterprises to young human resources.

Keywords: FDI enterprises, intention to choose a workplace, intention to work, students.

THÚC ĐẨY KINH TẾ TUẦN HOÀN TẠI CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA Ở VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH CHUYỂN ĐỔI XANH

● **NGUYỄN THỊ HƯỜNG[1] - LÊ THỊ BÍCH VÂN[1]***
[1]Trường Đại học Hải Phòng
*Email:vanltb@dhhp.edu.vn

TÓM TẮT:

Bài viết tập trung phân tích thực trạng triển khai kinh tế tuần hoàn (KTTH) tại khu vực doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs) sản xuất ở Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế và yêu cầu giảm phát thải ngày càng gia tăng. Trên cơ sở tổng hợp tài liệu, báo cáo chính sách và thực tiễn triển khai tại doanh nghiệp, nghiên cứu cho thấy, SMEs đã bước đầu tiếp cận các hoạt động tuần hoàn như tiết kiệm năng lượng, tái sử dụng nguyên vật liệu và giảm chất thải. Tuy nhiên, việc triển khai vẫn mang tính phân tán, thiếu liên kết chuỗi giá trị và chưa hình thành hệ sinh thái tuần hoàn hiệu quả. Bài viết đồng thời đề xuất một số hàm ý chính sách nhằm thúc đẩy KTTH tại SMEs, qua đó nâng cao năng lực cạnh tranh và hỗ trợ mục tiêu phát triển bền vững của Việt Nam trong giai đoạn tới.

Từ khóa: kinh tế tuần hoàn, doanh nghiệp nhỏ và vừa, chuyển đổi xanh, phát triển bền vững.

1. Đặt vấn đề

Trong những năm gần đây, khái niệm KTTH ngày càng được nhắc đến như một giải pháp quan trọng nhằm giải quyết đồng thời các vấn đề về môi trường, cạn kiệt tài nguyên và tăng trưởng kinh tế bền vững. Trước áp lực từ biến đổi khí hậu, suy giảm đa dạng sinh học và yêu cầu giảm phát thải carbon, nhiều quốc gia đã chuyển từ mô hình kinh tế tuyến tính truyền thống sang mô hình phát triển dựa trên tái sử dụng tài nguyên và giảm thiểu chất thải.

Khác với mô hình "khai thác - sản xuất - tiêu dùng - thải bỏ", KTTH hướng tới việc kéo dài vòng đời sản phẩm, tối ưu hóa việc sử dụng nguyên liệu và tái tạo giá trị tài nguyên trong toàn bộ chuỗi sản xuất và tiêu dùng. Đây không chỉ là giải pháp môi trường mà còn được xem là động lực đổi mới mô hình tăng trưởng trong bối cảnh kinh tế toàn cầu đang chuyển dịch theo hướng xanh hóa và phát triển bền vững.

Tại Việt Nam, chủ trương phát triển KTTH đã được thể hiện trong nhiều văn bản chiến lược quan trọng như Luật Bảo vệ môi trường năm 2020, Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2021 - 2030 và Quyết định số 687/QĐ-TTg phê duyệt Đề án phát triển KTTH. Những định hướng này cho thấy KTTH không còn là xu hướng mang tính khuyến khích mà đang dần trở thành yêu cầu tất yếu đối với doanh nghiệp trong quá trình hội nhập quốc tế.

Trong bối cảnh đó, khu vực doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs) giữ vai trò đặc biệt quan trọng đối với nền kinh tế Việt Nam. SMEs hiện chiếm hơn 97% tổng số doanh nghiệp đang hoạt động, đóng góp lớn

vào GDP, tạo việc làm và thúc đẩy tăng trưởng ở nhiều địa phương. Tuy nhiên, đây cũng là khu vực dễ bị tổn thương trước các yêu cầu chuyển đổi xanh do hạn chế về vốn, công nghệ và năng lực quản trị. Hiện nay, nhiều doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam đang chịu áp lực ngày càng lớn từ các tiêu chuẩn môi trường và phát triển bền vững của thị trường quốc tế. Những yêu cầu như giảm phát thải carbon, truy xuất nguồn gốc nguyên liệu, trách nhiệm mở rộng của nhà sản xuất (EPR) hay tiêu chuẩn ESG đang buộc doanh nghiệp phải thay đổi phương thức sản xuất nếu muốn duy trì khả năng cạnh tranh.

Mặc dù vậy, quá trình triển khai KTTH trong các SMEs Việt Nam vẫn còn chậm và thiếu đồng bộ. Phần lớn doanh nghiệp mới chỉ thực hiện các giải pháp đơn lẻ nhằm tiết kiệm chi phí thay vì xây dựng chiến lược tuần hoàn dài hạn. Việc thiếu liên kết chuỗi giá trị, hạn chế tiếp cận nguồn lực tài chính và sự chưa hoàn thiện của cơ chế hỗ trợ đang trở thành những rào cản lớn đối với tiến trình chuyển đổi. Xuất phát từ thực tiễn đó, bài viết tập trung phân tích thực trạng triển khai KTTH tại các SMEs sản xuất ở Việt Nam, đồng thời làm rõ những vấn đề đặt ra trong quá trình chuyển đổi xanh hiện nay. Trên cơ sở đó, bài viết đề xuất một số hàm ý chính sách nhằm thúc đẩy KTTH phù hợp với điều kiện thực tiễn của SMEs Việt Nam.

2. Khái quát về kinh tế tuần hoàn và vai trò đối với SMEs

KTTH được hiểu là mô hình kinh tế hướng tới duy trì giá trị của tài nguyên, nguyên vật liệu và sản phẩm trong thời gian dài nhất có thể thông qua tái sử dụng, tái chế, sửa chữa và tái tạo tài nguyên. Theo cách tiếp cận này, chất thải phát sinh từ quá trình sản xuất và tiêu dùng sẽ được xem như nguồn nguyên liệu đầu vào cho chu trình sản xuất mới.

Không giống như mô hình tuyến tính truyền thống vốn phụ thuộc nhiều vào khai thác tài nguyên tự nhiên, KTTH nhấn mạnh việc tối ưu hóa hiệu quả sử dụng tài nguyên và giảm thiểu tác động môi trường trong toàn bộ vòng đời sản phẩm. Điều này đặc biệt có ý nghĩa trong bối cảnh nguồn tài nguyên ngày càng suy giảm và chi phí xử lý chất thải ngày càng gia tăng.

Đối với SMEs, KTTH không chỉ mang ý nghĩa về môi trường mà còn tạo ra nhiều cơ hội nâng cao hiệu quả kinh doanh. Việc tiết kiệm nguyên vật liệu, giảm tiêu hao năng lượng và tối ưu hóa quy trình sản xuất có thể giúp doanh nghiệp giảm chi phí vận hành và nâng cao năng lực cạnh tranh.

Bên cạnh đó, KTTH còn giúp doanh nghiệp thích ứng tốt hơn với xu hướng tiêu dùng xanh và các tiêu chuẩn bền vững của thị trường quốc tế. Trong bối cảnh nhiều quốc gia đang áp dụng các cơ chế điều chỉnh carbon và tiêu chuẩn ESG trong chuỗi cung ứng, việc chuyển đổi sang mô hình sản xuất tuần hoàn đang trở thành điều kiện quan trọng để doanh nghiệp duy trì khả năng tham gia thị trường.

Ngoài lợi ích kinh tế, KTTH còn góp phần nâng cao hình ảnh doanh nghiệp và tạo ra giá trị xã hội tích cực thông qua giảm phát thải, giảm ô nhiễm và sử dụng hiệu quả tài nguyên thiên nhiên. Đây cũng là cơ sở để doanh nghiệp từng bước hướng tới mô hình phát triển bền vững trong dài hạn.

3. Thực trạng triển khai kinh tế tuần hoàn tại các SMEs ở Việt Nam

3.1. Sự cải thiện về nhận thức và xu hướng chuyển đổi xanh

Trong những năm gần đây, nhận thức của doanh nghiệp Việt Nam về KTTH đã có nhiều chuyển biến tích cực. Các chương trình truyền thông, hội thảo chuyên đề và chính sách thúc đẩy tăng trưởng xanh đã góp phần nâng cao sự quan tâm của doanh nghiệp đối với các mô hình sản xuất thân thiện môi trường.

Đặc biệt, nhóm doanh nghiệp tham gia chuỗi cung ứng xuất khẩu trong các ngành dệt may, da giày, điện tử và chế biến thực phẩm đang chịu áp lực lớn từ đối tác quốc tế về truy xuất nguồn gốc, sử dụng nguyên liệu tái chế và giảm phát thải carbon. Điều này đã thúc đẩy nhiều doanh nghiệp quan tâm hơn đến việc áp dụng các hoạt động tuần hoàn trong sản xuất.

Một số doanh nghiệp đã bước đầu triển khai các giải pháp như tiết kiệm điện năng, tái sử dụng nước sản xuất, phân loại chất thải tại nguồn hoặc tận dụng phụ phẩm làm nguyên liệu đầu vào cho các hoạt động khác. Trong lĩnh vực chế biến nông sản, nhiều doanh nghiệp đã tận dụng phụ phẩm từ sản xuất để sản xuất phân bón hữu cơ hoặc thức ăn chăn nuôi.

Ngoài ra, xu hướng tiêu dùng xanh và sự gia tăng của các yêu cầu về phát triển bền vững từ nhà đầu tư cũng đang tạo áp lực thúc đẩy doanh nghiệp thay đổi phương thức sản xuất theo hướng tuần hoàn hơn.

3.2. Mức độ triển khai còn phân tán và thiếu hệ thống

Mặc dù nhận thức đã được cải thiện, song việc

triển khai KTTH trong thực tế vẫn còn nhiều hạn chế. Phần lớn SMEs hiện mới chỉ thực hiện các giải pháp đơn lẻ mang tính tiết kiệm chi phí hơn là áp dụng mô hình tuần hoàn toàn diện.

Nhiều doanh nghiệp vẫn xem KTTH chủ yếu là hoạt động xử lý chất thải hoặc tái chế sau sản xuất thay vì tái cấu trúc toàn bộ chuỗi giá trị theo hướng khép kín. Các khâu như thiết kế sản phẩm thân thiện môi trường, logistics ngược hay thu hồi sản phẩm sau tiêu dùng vẫn chưa được quan tâm đúng mức.

Trong một số trường hợp, doanh nghiệp triển khai các hoạt động môi trường chủ yếu để đáp ứng yêu cầu kiểm tra của khách hàng hoặc cơ quan quản lý thay vì xuất phát từ chiến lược phát triển dài hạn. Điều này khiến việc triển khai KTTH thiếu tính ổn định và chưa tạo được hiệu quả rõ rệt.

Bên cạnh đó, sự chênh lệch về năng lực giữa các doanh nghiệp cũng khá lớn. Những doanh nghiệp có quy mô lớn hơn hoặc tham gia sâu vào chuỗi cung ứng quốc tế thường có điều kiện tiếp cận công nghệ và tiêu chuẩn quản trị tốt hơn, trong khi nhiều SMEs nhỏ vẫn gặp khó khăn trong việc triển khai các hoạt động tuần hoàn cơ bản.

3.3. Liên kết chuỗi giá trị tuần hoàn còn hạn chế

Một trong những vấn đề lớn hiện nay là hệ sinh thái tuần hoàn tại Việt Nam vẫn chưa được hình thành đầy đủ. Nhiều SMEs gặp khó khăn trong việc tìm kiếm đối tác thu gom, tái chế hoặc tái sử dụng chất thải và phụ phẩm sản xuất.

Trong khi đó, sự kết nối giữa doanh nghiệp sản xuất với doanh nghiệp tái chế, đơn vị logistics và tổ chức hỗ trợ công nghệ còn lỏng lẻo. Điều này làm gia tăng chi phí triển khai KTTH và khiến doanh nghiệp khó duy trì mô hình tuần hoàn trong dài hạn.

Ngoài ra, hạ tầng phục vụ logistics ngược và thu hồi sản phẩm sau tiêu dùng tại Việt Nam còn thiếu đồng bộ. Nhiều địa phương chưa có hệ thống thu gom, phân loại và tái chế chất thải hiệu quả, khiến quá trình tái sử dụng tài nguyên gặp nhiều trở ngại.

4. Những vấn đề đặt ra trong thúc đẩy kinh tế tuần hoàn tại SMEs

4.1. Hạn chế về nguồn lực tài chính

Nguồn lực tài chính là rào cản lớn nhất đối với quá trình chuyển đổi tuần hoàn của SMEs Việt Nam. Việc đầu tư công nghệ sạch, cải tiến dây chuyền sản xuất và áp dụng các tiêu chuẩn môi trường thường đòi hỏi chi phí lớn, trong khi phần lớn SMEs có quy mô vốn nhỏ và khả năng tích lũy hạn chế.

Nhiều doanh nghiệp cho rằng việc chuyển đổi sang mô hình sản xuất tuần hoàn có thể làm tăng chi phí đầu tư trong ngắn hạn, trong khi hiệu quả kinh tế chưa thể hiện ngay lập tức. Điều này khiến doanh nghiệp còn tâm lý e ngại và chưa mạnh dạn đầu tư cho các giải pháp xanh.

Mặc dù đã có các chương trình tín dụng xanh và hỗ trợ đổi mới công nghệ, nhưng khả năng tiếp cận của SMEs vẫn còn hạn chế do điều kiện vay vốn khắt khe và thiếu tài sản đảm bảo.

4.2. Hạn chế về công nghệ và đổi mới sáng tạo

Trình độ công nghệ của nhiều SMEs hiện vẫn ở mức thấp và phụ thuộc nhiều vào máy móc, thiết bị cũ tiêu hao nhiều năng lượng. Điều này khiến doanh nghiệp khó đáp ứng yêu cầu sản xuất sạch hơn và giảm phát thải.

Bên cạnh đó, hoạt động nghiên cứu và đổi mới sáng tạo trong SMEs còn yếu. Nhiều doanh nghiệp chưa có khả năng tự nghiên cứu hoặc tiếp cận công nghệ tuần hoàn phù hợp với quy mô sản xuất của mình.

Việc thiếu thông tin về giải pháp công nghệ và mô hình tuần hoàn hiệu quả cũng khiến doanh nghiệp gặp khó khăn trong quá trình chuyển đổi.

4.3. Hạn chế về nguồn nhân lực và năng lực quản trị

Phần lớn SMEs Việt Nam chưa có đội ngũ nhân sự chuyên trách về môi trường hoặc phát triển bền vững. Năng lực quản trị của doanh nghiệp chủ yếu tập trung vào mục tiêu ngắn hạn như doanh thu và chi phí, trong khi chưa chú trọng xây dựng chiến lược phát triển xanh dài hạn.

Nhiều chủ doanh nghiệp còn thiếu hiểu biết đầy đủ về KTTH và lợi ích của chuyển đổi tuần hoàn. Điều này dẫn đến việc triển khai các hoạt động môi trường còn mang tính tự phát và thiếu định hướng.

Ngoài ra, chất lượng lao động kỹ thuật trong một số ngành sản xuất còn hạn chế, gây khó khăn cho việc vận hành công nghệ mới và áp dụng quy trình sản xuất bền vững.

4.4. Chính sách hỗ trợ chưa đồng bộ

Mặc dù Việt Nam đã ban hành nhiều chủ trương liên quan đến KTTH và tăng trưởng xanh, song hệ thống chính sách hỗ trợ dành riêng cho SMEs vẫn còn phân tán và thiếu tính đồng bộ.

Một số cơ chế ưu đãi về thuế, tín dụng xanh hoặc hỗ trợ đổi mới công nghệ chưa thực sự phù hợp với khả năng tiếp cận của doanh nghiệp nhỏ. Thủ tục

hành chính trong việc tiếp cận các chương trình hỗ trợ còn phức tạp, khiến nhiều doanh nghiệp chưa mặn mà tham gia.

Ngoài ra, việc thiếu các tiêu chuẩn và hướng dẫn cụ thể về KTTH trong từng ngành nghề cũng khiến doanh nghiệp gặp khó khăn trong quá trình triển khai.

4.5. Thị trường tiêu dùng xanh phát triển chưa mạnh

Một trong những yếu tố ảnh hưởng đến động lực chuyển đổi của doanh nghiệp là nhu cầu thị trường đối với sản phẩm xanh còn hạn chế. Phần lớn người tiêu dùng Việt Nam vẫn ưu tiên giá cả hơn các tiêu chí môi trường.

Trong khi đó, sản phẩm sản xuất theo mô hình tuần hoàn thường có chi phí cao hơn do doanh nghiệp phải đầu tư thêm cho công nghệ, nguyên liệu và quy trình sản xuất. Điều này làm giảm khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường trong nước.

5. Hàm ý chính sách nhằm thúc đẩy kinh tế tuần hoàn tại SMEs

5.1. Hoàn thiện khung pháp lý và cơ chế hỗ trợ

Trong thời gian tới, cần tiếp tục hoàn thiện hệ thống chính sách về KTTH theo hướng đồng bộ và phù hợp với đặc điểm của SMEs. Nhà nước cần xây dựng cơ chế khuyến khích cụ thể đối với doanh nghiệp áp dụng mô hình sản xuất tuần hoàn như ưu đãi thuế, hỗ trợ tín dụng xanh và hỗ trợ đổi mới công nghệ. Bên cạnh đó, cần xây dựng các bộ tiêu chuẩn và hướng dẫn thực hiện KTTH theo từng ngành nghề nhằm giúp doanh nghiệp dễ dàng triển khai trong thực tế.

5.2. Thúc đẩy phát triển hệ sinh thái tuần hoàn

Việc phát triển hệ sinh thái tuần hoàn cần được xem là giải pháp trọng tâm trong quá trình thúc đẩy KTTH tại Việt Nam. Nhà nước cần hỗ trợ kết nối giữa doanh nghiệp sản xuất, doanh nghiệp tái chế, cơ sở logistics và các tổ chức nghiên cứu nhằm hình thành chuỗi giá trị tuần hoàn hiệu quả. Ngoài ra, cần đầu tư phát triển hạ tầng thu gom, phân loại và tái chế chất thải tại các khu công nghiệp và địa phương nhằm giảm chi phí triển khai cho doanh nghiệp.

5.3. Nâng cao năng lực doanh nghiệp và chất lượng nguồn nhân lực

Các chương trình đào tạo về quản trị môi trường, sản xuất sạch hơn và KTTH cần được triển khai rộng rãi cho SMEs. Điều này giúp doanh nghiệp nâng cao nhận thức và từng bước xây dựng chiến lược phát triển bền vững phù hợp. Bên cạnh đó, cần khuyến khích hợp tác giữa doanh nghiệp với các trường đại học, viện nghiên cứu và tổ chức hỗ trợ công nghệ nhằm thúc đẩy đổi mới sáng tạo và chuyển giao công nghệ xanh.

5.4. Phát triển thị trường tiêu dùng xanh

Để tạo động lực cho doanh nghiệp chuyển đổi, cần thúc đẩy phát triển thị trường tiêu dùng xanh thông qua các hoạt động truyền thông nâng cao nhận thức cộng đồng về sản phẩm thân thiện môi trường. Ngoài ra, Nhà nước có thể thúc đẩy mua sắm công xanh và hỗ trợ xây dựng hệ thống nhãn sinh thái nhằm tạo niềm tin cho người tiêu dùng đối với sản phẩm sản xuất theo mô hình tuần hoàn.

6. Kết luận

KTTH đang trở thành xu hướng phát triển quan trọng trong tiến trình chuyển đổi xanh của Việt Nam. Đối với khu vực SMEs, việc áp dụng KTTH không chỉ góp phần giảm áp lực môi trường mà còn tạo cơ hội nâng cao hiệu quả sản xuất và năng lực cạnh tranh trong bối cảnh hội nhập quốc tế. Tuy nhiên, thực tế cho thấy quá trình triển khai KTTH tại SMEs Việt Nam vẫn còn nhiều hạn chế liên quan đến nguồn lực tài chính, công nghệ, nhân lực và khả năng liên kết chuỗi giá trị. Điều này đòi hỏi cần có sự phối hợp đồng bộ giữa Nhà nước, doanh nghiệp và các bên liên quan nhằm xây dựng hệ sinh thái hỗ trợ chuyển đổi tuần hoàn hiệu quả hơn.

Trong thời gian tới, việc thúc đẩy KTTH cần gắn với chiến lược phát triển xanh quốc gia và quá trình tái cấu trúc mô hình tăng trưởng của doanh nghiệp. Nếu được triển khai hiệu quả, KTTH sẽ không chỉ giúp SMEs thích ứng tốt hơn với yêu cầu của thị trường quốc tế mà còn góp phần quan trọng vào mục tiêu phát triển bền vững của Việt Nam ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Bộ Nông nghiệp và Môi trường (2020). Luật Bảo vệ môi trường số 72/2020/QH14, ngày 17/11/2020.

Chính phủ Nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2022). Quyết định số 687/QĐ-TTg ngày 7/6/2022 phê duyệt Đề án phát triển kinh tế tuần hoàn tại Việt Nam.

Geissdoerfer M., Savaget P., Bocken N., & Hultink E. (2017). The circular economy – A new sustainability paradigm? Journal of Cleaner Production, 143, 757-768.

GIZ (2025). Pre-consumer textile waste recycling in Viet Nam. Available at https://www.giz.de/de/downloads/giz2025-en-ecosystem-mapping.pdf

Kalmykova Y., Sadagopan M., & Rosado L. (2018). Circular economy – From review of theories and practices to development of implementation tools. Resources, Conservation and Recycling, 135, 190-201.

Kirchherr J., Reike D., & Hekkert M. (2018). Conceptualizing the circular economy: An analysis of 114 definitions. Resources, Conservation and Recycling, 127, 221-232.

Lewandowski M. (2016). Designing the business models for circular economy. Sustainability, 8(1), 43.

Nguyen Thi Thanh Huyen (2024). Circular Economy Development towards Sustainable Development in Vietnamese Textile and Garment. Available at https://www.multiresearchjournal.com/admin/uploads/archives/archive-1705399401.pdf

UNDP (2022). Assessment of circular economy potential for small and medium enterprises in Vietnam.

WB (2021) .Market Study for Vietnam: Plastics Circularity Opportunities and Barriers. Available at https://wb.com/Market-Study-for-Vietnam-Plastics-Circularity-Opportunities-and-Barriers.pdf.

Ngày nhận bài: 05/04/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 22/04/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 09/05/2026

PROMOTING CIRCULAR ECONOMY ADOPTION AMONG SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN VIETNAM AMID THE GREEN TRANSFORMATION

● **NGUYEN THI HUONG**[1]
● **LE THI BICH VAN**[1]*
[1]Hai Phong University
*Email:vanltb@dhhp.edu.vn

ABSTRACT:

This study examines the current state of circular economy implementation among small and medium-sized enterprises (SMEs) in Vietnam's manufacturing sector amid deepening international integration and growing pressure to reduce emissions. Drawing on a synthesis of academic literature, policy reports, and enterprise-level practices, the study shows that SMEs have begun to adopt circular activities such as energy conservation, material reuse, and waste reduction. However, implementation remains fragmented, with limited value-chain linkages and an underdeveloped circular ecosystem. The article further offers policy implications for advancing circular economy adoption among SMEs, thereby strengthening enterprise competitiveness and contributing to Vietnam's sustainable development goals in the coming period.

Keywords: circular economy, small and medium-sized enterprises, green transition, sustainable development.

VAI TRÒ KINH TẾ NHÀ NƯỚC TRONG NẮM GIỮ CÔNG NGHỆ NGUỒN Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

● LẠI TRẦN TÙNG[1] - VŨ ĐÌNH THUẬN[1]
[1]Học Viện Kỹ thuật Quân sự, Bộ Quốc Phòng

TÓM TẮT:

Làm chủ công nghệ chiến lược trên cơ sở nắm giữ công nghệ nguồn vừa là giải pháp phát triển kinh tế, vừa là nền tảng đảm bảo an ninh, quốc phòng trong kỷ nguyên cạnh tranh toàn cầu ở Việt Nam hiện nay. Thực tiễn ở Việt Nam đã chứng minh kinh tế nhà nước giữ vai trò chủ đạo trong nắm giữ công nghệ nguồn ở Việt Nam. Bên cạnh những kết quả đã đạt được, việc nắm giữ công nghệ nguồn của kinh tế nhà nước vẫn còn tồn tại một số hạn chế. Bài viết sử dụng một số phương pháp như phân tích, tổng hợp; thống kê so sánh; logic - lịch sử... để tổng hợp, lập luận dựa trên các dữ liệu thứ cấp đã tập trung chủ yếu làm rõ vấn đề lý luận, thực tiễn và đề xuất một số giải pháp về vai trò kinh tế nhà nước nắm giữ công nghệ nguồn ở Việt Nam hiện nay.

Từ khóa: công nghệ nguồn, kinh tế nhà nước, lực lượng sản xuất mới, Việt Nam.

1. Đặt vấn đề

Việt Nam cần thực hiện yêu cầu "huy động mọi nguồn lực, khai thác mọi động lực" để phát huy sức mạnh tổng hợp của toàn dân tộc, đặc biệt trước yêu cầu đặt ra về phát triển kinh tế, xã hội trong kỷ nguyên mới hiện nay. Kinh tế nhà nước giữ vai trò chủ đạo trong nắm giữ công nghệ nguồn và hỗ trợ phát triển lực lượng sản xuất mới. Bởi vậy, cần làm rõ những vấn đề lý luận và thực tiễn, đề xuất giải pháp về vấn đề vai trò kinh tế nhà nước giữ vai trò chủ đạo trong nắm giữ công nghệ nguồn ở Việt Nam là cần thiết hiện nay.

2. Một số vấn đề lý luận và thực tiễn về vai trò kinh tế nhà nước nắm giữ công nghệ nguồn ở Việt Nam

2.1. Một số vấn đề lý luận về kinh tế nhà nước nắm giữ công nghệ nguồn ở Việt Nam

Công nghệ nguồn (Base Technology/Generic Technology) là những công nghệ nền tảng và có tính ứng dụng rộng rãi trong nhiều lĩnh vực. Công nghệ nguồn được hình thành bắt đầu từ những nghiên cứu cơ bản, thông qua một quá trình nghiên cứu và phát triển dài hạn, sau đó được ứng dụng vào thực tế và dần trở thành nền tảng cho nhiều ngành công nghiệp khác nhau.

Công nghệ nguồn được hình thành bắt đầu từ những nghiên cứu cơ bản, là kết quả của quá trình nghiên cứu và phát triển công nghệ (R&D). Theo khoản 5 Điều 3 Luật Khoa học và công nghệ năm 2013: Nghiên cứu cơ bản là hoạt động nghiên cứu nhằm khám phá bản chất, quy luật của sự vật, hiện tượng tự nhiên, xã hội và tư duy. Trong đó, Chính phủ thành lập Quỹ phát triển khoa học và công nghệ quốc gia để tài trợ, cấp kinh phí cho việc thực hiện nghiên cứu cơ bản. Quỹ phát triển khoa học và công nghệ quốc gia nhằm mục đích tài trợ, cấp kinh phí cho cả việc thực hiện nghiên cứu ứng dụng.

Vốn đầu tư phát triển công nghệ nguồn thường đòi

hỏi kinh phí rất lớn, tính chất rủi ro, mạo hiểm cao và phát triển công nghệ nguồn gắn liền với hệ sinh thái khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo.

Ở Việt Nam hiện nay, công nghệ nguồn là công nghệ cao (nếu là công nghệ cao được ưu tiên phát triển là công nghệ chiến lược) và nghiên cứu thành công công nghệ nguồn trong một lĩnh vực nào đó thì công nghệ nguồn có thể trở thành công nghệ lõi. Công nghệ nguồn có vai trò rất quan trọng, góp phần hình thành nên hệ thống lực lượng sản xuất mới, hiện đại ở Việt Nam hiện nay.

Kinh tế nhà nước là thành phần đặc biệt quan trọng và giữ vai trò chủ đạo trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa. Để thực hiện các mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội, ổn định vĩ mô và bảo đảm an ninh, quốc phòng, kinh tế nhà nước sẽ dựa trên nền tảng bao gồm các nguồn lực do Nhà nước nắm giữ, quản lý và chi phối hoạt động, như: Đất đai, tài nguyên khoáng sản, tài nguyên nước, vùng biển, vùng trời, không gian ngầm, các công trình kết cấu hạ tầng do Nhà nước đầu tư xây dựng, ngân sách nhà nước, dự trữ quốc gia, các quỹ tài chính nhà nước ngoài ngân sách, doanh nghiệp nhà nước, tổ chức tín dụng nhà nước, vốn nhà nước tại doanh nghiệp do Nhà nước nắm giữ từ 50% vốn điều lệ trở xuống, đơn vị sự nghiệp công lập...

Kinh tế nhà nước giữ vai trò chủ đạo trong nắm giữ các công nghệ nguồn ở Việt Nam hiện nay, bởi kinh tế nhà nước phải nắm giữ lĩnh vực then chốt và tiên phong trong lĩnh vực mới. Theo Nghị quyết số 20-NQ/TW ngày 01/11/2012 của Hội nghị lần thứ sáu Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XI về phát triển khoa học và công nghệ phục vụ công nghiệp hóa, hiện đại hóa trong điều kiện kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập quốc tế đã xác định: Chú trọng nghiên cứu ứng dụng và triển khai; coi doanh nghiệp và các đơn vị dịch vụ công là trung tâm của đổi mới ứng dụng và chuyển giao công nghệ, là nguồn cầu quan trọng nhất của thị trường khoa học và công nghệ.

Theo đó, kinh tế nhà nước giữ vai trò chủ đạo tạo nên "đường băng" bằng sự kiến tạo, mở đường, dẫn dắt trong sử dụng, phân chia nguồn lực công nghệ nguồn cho các khu vực kinh tế khác ở Việt Nam, doanh nghiệp nhà nước là trung tâm trong hệ thống đổi mới sáng tạo quốc gia để nâng cao trình độ, tiềm lực công nghệ quốc gia nhằm bảo đảm quốc phòng, an ninh, phát triển nhanh và bền vững kinh tế - xã hội.

Để có công nghệ nguồn mà kinh tế nhà nước nắm giữ, có thể thực hiện bằng các con đường cơ bản như:

Một là, thông qua ngân sách nhà nước và doanh nghiệp nhà nước đầu tư nghiên cứu và phát triển công nghệ nguồn.

Hai là, tiếp nhận chuyển giao công nghệ nguồn từ thị trường, bao gồm thị trường trong nước và nước ngoài.

2.2. Một số vấn đề thực tiễn về kinh tế nhà nước nắm giữ công nghệ nguồn ở Việt Nam

Trong thời gian qua, kinh tế nhà nước đã tiên phong kiến tạo, dẫn dắt, mở đường trong nghiên cứu và phát triển công nghệ nguồn. Chính phủ ban hành Nghị định số 265/2025/NĐ-CP quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Khoa học, Công nghệ và Đổi mới sáng tạo về tài chính và đầu tư trong khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo. Trong đó, theo nghị quyết này, nội dung ngân sách nhà nước chi đầu tư phát triển và chi sự nghiệp cho hoạt động khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo, trong đó chi cho đầu tư phát triển chủ yếu. Nghị quyết 20-NQ/TW năm 2012, Luật Khoa học và Công nghệ 2013, mục tiêu ít nhất 2% tổng chi ngân sách nhà nước cho khoa học và công nghệ cũng đã được nhắc lại nhiều lần và Nghị quyết 57-NQ/TW tiếp tục duy trì và nâng cao yêu cầu "hướng tới 2% GDP cho R&D tổng thể và ít nhất 3% tổng chi ngân sách cho khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo". Tuy nhiên, tỷ lệ chi chỉ dao động quanh mức 1%, năm cao nhất cũng chỉ tiệm cận khoảng 1,8% nhưng vẫn chưa đạt ngưỡng đề ra trong những năm gần đây.

Bởi vậy, bản thân ngân sách nhà nước - nguồn lực chủ động nhất trong phát triển công nghệ, công nghệ nguồn còn chưa thực hiện được mục tiêu đề ra. Nguyên nhân theo các chuyên gia, vấn đề lớn nhất của Việt Nam hiện nay không nằm ở định hướng hay chiến lược, mà nằm ở thực tiễn phát triển. Ví dụ, việc giải ngân kinh phí nghiên cứu khoa học bị ách tắc do quy trình hành chính, kế toán và kiểm soát nội bộ, chỉ cần một khâu không thông suốt, cả đề tài có thể bị đình trệ. Ngoài ra, tỷ lệ giải ngân của nhiều quỹ hỗ trợ khoa học công nghệ (Quỹ phát triển khoa học công

nghệ, Quỹ đổi mới sáng tạo; Quỹ hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa…) vẫn ở mức thấp; Tâm lý e ngại rủi ro trong hoạt động nghiên cứu và phát triển công nghệ, khiến nhiều người vẫn e dè, không dám mạnh dạn giải ngân"…

Đồng thời với chính sách chi ngân sách, Việt Nam cũng có nhiều cơ chế như ưu đãi về thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế nhập khẩu, thuế giá trị gia tăng, tiền thuê đất… nhằm khuyến khích doanh nghiệp đầu tư cho khoa học công nghệ. Tuy nhiên, hiệu quả của hoạt động này còn khá hạn chế, các ưu đãi chưa đủ hấp dẫn, khó triển khai. Theo số liệu thống kê, mức chi cho nghiên cứu và phát triển (R&D) của khu vực doanh nghiệp Việt Nam hiện chỉ khoảng 0,2% GDP, thấp hơn rất nhiều so với nhiều quốc gia khác. Tổng chi quốc gia cho nghiên cứu và phát triển khoảng 0,4% GDP, chỉ nhỉnh hơn một số ít nước như Philippines[1].

Thứ nhất, các doanh nghiệp nhà nước dẫn dắt, mở đường, thúc đẩy nghiên cứu và phát triển công nghệ nguồn. Theo Bộ Khoa học và Công nghệ, trong những năm gần đây, các doanh nghiệp Việt Nam đã bắt đầu ý thức việc đầu tư cho hoạt động R&D sẽ giúp cho doanh nghiệp làm chủ công nghệ nhập khẩu cũng như bắt tay vào việc nghiên cứu sản phẩm, dịch vụ mới. Trên thực tế, nhiều doanh nghiệp đã thành lập các bộ phận R&D, như: Viện Nghiên cứu Dầu khí (thuộc Tập đoàn Dầu khí quốc gia Việt Nam), Viện Nghiên cứu Cao su (thuộc Tập đoàn Công nghiệp Cao su Việt Nam), Viện Nghiên cứu và Phát triển Viettel (thuộc Tập đoàn Viễn thông Quân đội)..

Trong đó, điển hình là các tập đoàn kinh tế như: Tập đoàn Bưu chính - Viễn thông Việt Nam (VNPT) - một doanh nghiệp công nghệ hàng đầu của cả nước, đã và đang chủ động và tích cực triển khai thực hiện Nghị quyết số 57-NQ/TW được Bộ Chính trị về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia; Tập đoàn Công nghiệp viễn thông quân đội Viettel hiện nay đang tập trung vào những lĩnh vực tiên tiến nhất của mạng lõi 5G với những công nghệ đòi hỏi tiêu chuẩn khắt khe, hứa hẹn sẽ tạo ra thêm nhiều sáng chế và tri thức mới trong giai đoạn tới và dự án Trung tâm Nghiên cứu và Phát triển Viettel được đầu tư lớn với định hướng phục vụ nghiên cứu phát triển sản phẩm quân sự, dân sự và lưỡng dụng và là hạ tầng quan trọng cho chiến lược công nghiệp công nghệ cao cũng như nhiệm vụ quốc phòng - an ninh của Viettel, phù hợp chủ trương và định hướng của Đảng, Nhà nước, Bộ Quốc phòng.

Thứ hai, doanh nghiệp nhà nước tiếp nhận chuyển giao công nghệ nguồn từ thị trường. Trong thời gian qua, nhà nước đã ban hành cơ chế, chính sách để huy động công nghệ nguồn, theo đó công nghệ nguồn đã được huy động từ đa dạng hóa hình thức, phương thức chuyển giao và từ nhiều nguồn khác nhau, thị trường trong nước hoặc nước ngoài.

Công nghệ nguồn mà doanh nghiệp nhà nước nắm giữ, nguồn trong nước đã được huy động chuyển giao từ các cá nhân có ý tưởng công nghệ, doanh nghiệp; doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo, ươm tạo công nghệ; tổ chức nghiên cứu khoa học và phát triển công nghệ thông qua quá trình thương mại hóa kết quả nghiên cứu khoa học và phát triển công nghệ được tạo ra trong nước…; nguồn ngoài nước được huy từ nhiều nguồn khác nhau nhưng chủ yếu từ các tập đoàn đa quốc gia (MNC).

Tuy nhiên, quá trình chuyển giao công nghệ nói chung và chuyển giao công nghệ nguồn còn gặp phải những thách thức pháp lý và các vấn đề thực tiễn như: Chênh lệch trình độ công nghệ giữa các chủ thể tham gia chuyển giao; Rào cản pháp lý về sở hữu trí tuệ, thủ tục hành chính và quy định đầu tư; Năng lực hấp thụ công nghệ của doanh nghiệp trong nước; mức độ liên kết của các chủ thể trong phát triển công nghệ nguồn[2].

3. Đề xuất một số giải pháp về kinh tế nhà nước nắm giữ công nghệ nguồn ở Việt Nam

Để nhà nước thực hiện tốt vai trò kinh tế nhà nước nắm giữ công nghệ nguồn, Việt Nam cần có các giải pháp khơi thông nguồn lực, đẩy mạnh nghiên cứu và làm chủ khoa học công nghệ; lấy đổi mới sáng tạo để tạo động lực phát triển đột phá và tham gia sâu rộng, hiệu quả vào công cuộc chuyển đổi số quốc gia… Theo đó, trên cơ sở tiếp tục phát triển chương trình đầu tư, phát triển quốc gia về công nghệ chiến lược; phát triển hệ sinh thái công nghệ; phát triển và hoàn thiện hạ tầng số và công nghiệp; có cơ chế tài chính đột phá, đầu tư đủ lớn cho nghiên cứu phát triển công nghệ chiến lược; thu hút và trọng dụng nhân tài… cần thực hiện tốt các giải pháp cụ thể sau:

Thứ nhất, cần nhận thức rõ về đầu tư phát triển công nghệ nguồn từ nguồn vốn hỗ trợ từ Nhà nước. Trong đó, đầu tư này có thể thất bại, phải chấp nhận những rủi ro nhất định bởi nghiên cứu khoa học chính là thử nghiệm, mà đã thử chưa chắc thành công, nhưng nếu không bắt đầu, thì không bao giờ có kết thúc. Do đó, các cơ quan quản lý Nhà nước phải là người dẫn dắt, tạo điều kiện để các doanh nghiệp khởi nghiệp thuận lợi, Nhà nước ngoài chức năng giống như là "bà đỡ" cần phải tiên phong đi đầu trong đầu tư mạo hiểm để lôi kéo mọi cá nhân, tổ chức khác cùng tham gia. Theo đó, cần thực hiện tốt các chính sách theo quan điểm Nghị quyết số 68-NQ/TW ngày 4/5/2025 của Bộ Chính trị về phát triển kinh tế tư nhân (Nghị quyết 68) nhằm giúp giảm thiểu rủi ro pháp lý, tạo môi trường kinh doanh an toàn, khuyến khích doanh nghiệp mạnh dạn đầu tư và đổi mới sáng tạo.

Nghị quyết số 68 đã ban hành nhấn mạnh việc không hình sự hóa các quan hệ kinh tế - dân sự và đã chỉ ra: đối với các sai phạm kinh tế, ưu tiên áp dụng biện pháp hành chính, dân sự và kinh tế; chỉ xử lý hình sự trong trường hợp nghiêm trọng và cố ý. Đây là cơ sở để các tổ chức, cá nhân mạnh dạn, dám nghĩ, dám đầu tư vào lĩnh vực công nghệ nguồn. Song hành với Nghị quyết số 68, cần thực hiện nghiêm theo Nghị quyết 79-NQ/TW của Bộ Chính trị ngày 6/1/2026 của Bộ Chính trị về phát triển kinh tế nhà nước (Nghị quyết 79). Có thể khẳng định, Nghị quyết 79 là cơ sở để xây dựng cơ chế vững chắc để bảo vệ những cán bộ dám nghĩ, dám đổi mới và dám chịu trách nhiệm vì lợi ích chung; đồng thời phân định rõ ràng giữa sai sót khách quan trong các quyết định theo cơ chế thị trường và các hành vi vi phạm pháp luật. Bởi theo quan điểm của Nghị quyết, công tác giám sát cần được hiện đại hóa, với việc đánh giá hiệu quả doanh nghiệp nhà nước cần dựa trên các chỉ tiêu rõ ràng, phù hợp với thị trường. Đặc biệt, cần yêu cầu chấm dứt tình trạng thanh tra, kiểm tra chồng chéo, kéo dài và không cần thiết, vốn gây ra tâm lý e ngại, tê liệt trong ra quyết định.

Thứ hai, tiếp tục phát huy vai trò chủ đạo của kinh tế nhà nước trong nắm giữ công nghệ nguồn. Theo Nghị quyết 79, xác định rõ vai trò của Nhà nước phải đóng vai trò chủ đạo trong đầu tư và quản lý trên tất cả các lĩnh vực và các tập đoàn, tổng công ty nhà nước không chỉ hoạt động kinh doanh đơn thuần, mà còn phải cùng nhà nước kiến tạo phát triển, có trách nhiệm dẫn dắt, tạo đột phá trong những ngành, lĩnh vực then chốt của đất nước nói chung, trong đó có lĩnh vực công nghệ nguồn.

Tuy nhiên, cần phải huy động tất cả các nguồn lực cho phát triển công nghệ nguồn, trong đó có khu vực kinh tế tư nhân. Bởi Nghị quyết 68 mở rộng sự tham gia của doanh tư nhân vào các lĩnh vực chiến lược như công nghiệp quốc phòng, an ninh, đường sắt tốc độ cao, đường sắt đô thị, hạ tầng năng lượng... Điều này phá bỏ rào cản "vùng cấm", bởi các lĩnh vực chiến lược vốn trước đây chỉ dành cho doanh nghiệp nhà nước. Đồng thời, Nghị quyết 68 tiếp nối tinh thần của Nghị quyết 57-NQ/TW ngày 22/12/2024 của Bộ Chính trị về đột phá phát triển khoa học - công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia. Trong đó Nghị quyết số 68 đã đưa ra các chính sách ưu đãi mạnh mẽ để doanh nghiệp tư nhân tham gia nền kinh tế số: Chi phí đầu tư cho nghiên cứu và phát triển (R&D) được khấu trừ thuế lên tới 200%, tạo động lực cho doanh nghiệp ứng dụng công nghệ mới, trí tuệ nhân tạo và chuyển đổi số.

Để phát huy vai trò chủ đạo của kinh tế nhà nước trong nắm giữ công nghệ nguồn, cần thực hiện một số biện pháp:

Một là, nhà nước đồng hành cùng các doanh nghiệp phát triển công nghệ nguồn bằng cách tạo điều kiện thực tiễn cho các chủ thể nghiên cứu và phát triển công nghệ nguồn. Ví dụ, để khuyến khích phát triển ứng dụng AI, Nhà nước cần xây dựng các Trung tâm dữ liệu trí tuệ nhân tạo (AI Data Center) và đầu tư nhằm tạo thành sân chơi cho các tổ chức, cá nhân phối kết hợp cùng nhau tận dụng các nguồn tài nguyên dữ liệu để khám phá trong lĩnh vực này;

Hai là, đổi mới phương thức quản trị của doanh nghiệp nhà nước. Giải pháp này quan trọng, cấp thiết bởi doanh nghiệp nhà nước không chỉ là lực lượng vật chất then chốt mà còn là công cụ điều tiết vĩ mô, giữ vai trò dẫn dắt và mở đường cho các lực lượng khác trong nắm giữ công nghệ nguồn. Từ thực tiễn hiện nay, yêu cầu cần phải cải cách căn bản thể chế quản trị doanh nghiệp nhà nước theo chuẩn mực thị

trường và thông lệ quốc tế; điểm cốt lõi cần tách bạch thực chất giữa chức năng quản lý nhà nước và chức năng đại diện chủ sở hữu vốn nhà nước. Doanh nghiệp nhà nước phải áp dụng các nguyên tắc và thông lệ quản trị hiện đại theo chuẩn mực quốc tế tốt, như khung quản trị của OECD (Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế) và trước mắt một số doanh nghiệp nhà nước có thể thí điểm cơ chế thuê, tuyển dụng, bổ nhiệm Tổng Giám đốc, Giám đốc (một cuộc "cách mạng" về tư duy nhân sự trong khu vực công mà từ trước đến nay, lãnh đạo doanh nghiệp thường được nhìn nhận như những "viên chức cao cấp" hơn là những "nhà quản trị kinh doanh và những người này phải chứng minh được năng lực thông qua các bản kế hoạch kinh doanh và cam kết chỉ số đánh giá hiệu quả công việc cụ thể - thực hiện theo một quy luật sòng phẳng của thị trường).

Ba là, cần tái cấu trúc chiến lược ngành, lĩnh vực và danh mục đầu tư của doanh nghiệp nhà nước. Theo đó, doanh nghiệp nhà nước cần thực hiện nghiêm theo nguyên tắc đầu tư tập trung và chọn lọc. Bởi vậy, trong phát triển công nghệ nguồn, nguồn lực nhà nước phải được tập trung cho những ngành then chốt, có vai trò nền tảng, có khả năng tạo hiệu ứng lan tỏa lớn đối với toàn bộ nền kinh tế (Hiện nay đó là các ngành, lĩnh vực như: năng lượng, hạ tầng chiến lược, tài chính - ngân hàng, công nghệ cao, logistics và một số lĩnh vực bảo đảm an ninh kinh tế quốc gia).

Bốn là, tăng cường chuyển giao công nghệ giữa doanh nghiệp nhà nước và các khu vực kinh tế khác. Theo đó, cần tăng cường chuyển giao công nghệ nguồn từ khu vực kinh tế tư nhân, kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài sang doanh nghiệp nhà nước. Mặc dù, công nghệ chiến lược phải xuất phát từ Nhà nước, nhưng việc nhận chuyển giao công nghệ có thể để tư nhân hoặc các tổ chức nước ngoài khác làm theo đặt hàng của Nhà nước, nếu doanh nghiệp, tổ chức nào có công nghệ với giá thấp hơn thì Nhà nước có thể mua.

Cần giải quyết tốt mối quan hệ giữa nhà nước - tư nhân và các khu vực kinh tế khác trong chuyển giao công nghệ nguồn. Trong kỷ nguyên mới, thực hiện mục tiêu tăng trưởng hai con số, vượt qua bẫy thu nhập trung bình thì Việt Nam không thể thực hiện được nếu chỉ dựa vào khu vực kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài FDI; mà cần phải tạo nên sự lớn mạnh của kinh tế tư nhân với những tập đoàn tư nhân lớn, có thương hiệu quốc gia, quốc tế. Đồng thời, tạo điều kiện cho cả kinh tế nhà nước, kinh tế tư nhân tiếp thu nguồn lực bên ngoài quan trọng để thúc đẩy quá trình hiện đại hóa như hấp thụ được công nghệ từ khu vực FDI và liên kết được vào chuỗi giá trị của khu vực này (cần nhân rộng mô hình thu hút FDI như thu hút Tập đoàn NVIDIA… với các triển khai dự án công nghệ chiến lược).

Đồng thời, cần tăng cường chuyển giao từ doanh nghiệp nhà nước sang doanh nghiệp tư nhân. Nghị quyết số 68 khuyến khích các doanh nghiệp tư nhân kết nối, chia sẻ và khai thác dữ liệu nhằm khắc phục sự hạn chế về năng lực công nghệ và quản trị, nâng cao năng lực cạnh tranh và khả năng tham gia chuỗi giá trị toàn cầu của các doanh nghiệp tư nhân (Thông qua việc hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ tiếp cận nền tảng số, phần mềm kế toán miễn phí và các chương trình đào tạo quản trị..).

Thứ ba, thiết lập cơ chế, chính sách hợp lý để kinh tế nhà nước có công nghệ nguồn nắm giữ. Cần tiếp tục đổi mới tư duy hơn nữa trong việc hoạch định chính sách phát triển, cũng như tầm quan trọng của khoa học, công nghệ. Theo đó, chính sách phát triển khoa học, công nghệ phải được xây dựng và thực thi ở một tầm nhìn dài hạn, gắn với thị trường khoa học, công nghệ trong nước và quốc tế. Các cơ quan quản lý nhà nước phải là người dẫn dắt, tạo điều kiện để các doanh nghiệp dễ tiếp cận với khoa học, công nghệ, phải thực sự là "bà đỡ" để khoa học, công nghệ thực sự đóng góp vai trò to lớn của mình đối với hoạt động sản xuất, kinh doanh của các doanh nghiệp. Do đó, cần thực hiện một số chính sách như:

Chính sách chuyển giao công nghệ chiến lược; Chính sách tích hợp các ưu đãi mạnh về thuế và vốn thông qua các quỹ đổi mới sáng tạo, đồng thời quy định rõ cam kết chuyển giao công nghệ từ nhà đầu tư quốc tế để thu hút nguồn lực khu vực FDI với chất lượng cao, mang công nghệ tiên tiến, hiện đại vào Việt Nam; Chính sách tăng cường kiểm soát chuyển giao công nghệ xuyên biên giới cần tiếp tục được sửa đổi, bổ sung nhằm bảo đảm an ninh công nghệ, đồng thời thúc đẩy xuất khẩu công nghệ Việt Nam.

Có cơ chế, chính sách ưu đãi ngộ vượt trội, linh hoạt nhằm thu hút các chuyên gia, nhà khoa học hàng đầu trong và ngoài nước tham gia nghiên cứu, phát triển công nghệ nguồn, công nghệ chiến lược (các chính sách này phải là các chính sách đãi ngộ đặc biệt, không gò bó theo ngạch, bậc, hệ số mà nên linh hoạt, cạnh tranh như: Vượt khung lương, nhà ở, môi trường làm việc, áp dụng quy trình rút gọn thủ tục đăng ký quốc tịch... để thu hút các chuyên gia hàng đầu về nước làm việc). Thu hút những cá nhân có kỹ năng, kiến thức và kinh nghiệm đặc biệt, đóng góp vào sự phát triển kinh tế - xã hội của quốc gia (ví dụ như có thể nên xem xét xây dựng chính sách "Visa Talent" với quyền lợi được làm việc và sinh sống lâu dài, được tiếp cận tới các dịch vụ an sinh xã hội của Việt Nam).

Thứ tư, hình thành các nguồn lực nhằm phát triển công nghệ nguồn. Trước hết, cần thực hiện theo Nghị quyết 79 định hướng tái cơ cấu Tổng Công ty Đầu tư và Kinh doanh vốn nhà nước (SCIC), hướng tới hình thành một quỹ đầu tư quốc gia. (Mô hình này cho phép Nhà nước chủ động, dẫn dắt và tiên phong đầu tư vào các lĩnh vực, ngành nghề công nghệ mới, hoạt động theo nguyên tắc thị trường, tương tự mô hình Temasek của Singapore - mô hình quản lý tài sản nhà nước thông qua một tập đoàn đầu tư vận hành như một công ty tư nhân).

Hình thành quỹ hỗ trợ để đưa những công nghệ chiến lược về Việt Nam nhằm hỗ trợ doanh nghiệp mua lại các công ty công nghệ lõi của nước ngoài (Nhà nước nên có chiến lược giúp các công ty Việt Nam mua lại các công ty nước ngoài có công nghệ lõi và mang nhân tài của họ về Việt Nam).

Hình thành quỹ đầu tư mạo hiểm ở các địa phương thành phố, tỉnh; hình thành sàn giao dịch và trung tâm công bố công nghệ (đây là công cụ giúp thị trường khoa học - công nghệ vận hành hiệu quả hơn, giảm rủi ro và tăng kết nối giữa nhà nghiên cứu với doanh nghiệp).

Hình thành được mạng lưới chuyên gia trong một số ngành và lựa chọn các tổng công trình sư trong một số ngành, lĩnh vực có thể có vai trò tác động sâu rộng đến các lĩnh vực của đất nước trong kỷ nguyên mới (đội ngũ này bao gồm các chuyên gia hàng đầu trong nước, người Việt Nam ở nước ngoài và các chuyên gia quốc tế có uy tín cho phát triển công nghệ chiến lược với những năng lực và chuyên môn bổ sung nhau).

4. Kết luận

Công nghệ cao là lĩnh vực mới ở Việt Nam, có vai trò đặc biệt quan trọng đối với nước đang phát triển như nước ta trong việc nâng cao năng suất lao động và rút ngắn khoảng cách phát triển. Tuy nhiên, việc phát triển công nghệ nguồn, công nghệ cao ở Việt Nam vẫn chưa được như mong đợi, còn nhiều hạn chế, bất cập. Bài viết đã khái quát lý luận và thực tiễn, đề xuất một số giải pháp nhằm phát huy vai trò kinh tế nhà nước trong nắm giữ công nghệ nguồn, phát triển lực lượng sản xuất mới ở Việt Nam. Bài viết sẽ là những vấn đề tham khảo bổ ích đối với cơ quan quản lý, lập chính sách, nghiên cứu và doanh nghiệp Việt Nam vận dụng và đưa ra được chiến lược và chính sách phù hợp ■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN:

[1]ttps://vneconomy.vn/techconnect/ngan-sach-nghien-cuu-khoa-hoc-cong-nghe-cua-viet-nam-van-thap-hon-trung-binh-the-gioi.htm. Ngân sách nghiên cứu khoa học công nghệ của Việt Nam vẫn thấp hơn trung bình thế giới

[2]https://phaply.net.vn/chuyen-giao-cong-nghe-tu-cac-tap-doan-da-quoc-gia-mnc-sang-doanh-nghiep-trong-nuoc-tiep-can-phap-ly-so-sanh-va-ham-y-cho-viet-nam-a261307.html.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Bộ Chính trị (2024), Nghị quyết số 57-NQ/TW ngày 22/12/2024 của Bộ Chính trị về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia.

Bộ Chính trị (2025), Nghị quyết số 59-NQ/TW ngày 24/1/2025 của Bộ Chính trị về "Hội nhập quốc tế trong tình hình mới".

Bộ Chính trị (2025), Nghị quyết 66-NQ/TW ngày 30/4/2025 về đổi mới công tác xây dựng và thi hành pháp luật đáp ứng yêu cầu phát triển đất nước trong kỷ nguyên mới.

Bộ Chính trị (2025), Nghị quyết số 68-NQ/TW ngày 4/5/2025 của Bộ Chính trị về phát triển kinh tế tư nhân.

Bộ Chính trị (2026), Nghị quyết 79-NQ/TW của Bộ Chính trị ngày 6/1/2026 của Bộ Chính trị về phát triển kinh tế nhà nước.

Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2008), Luật Công nghệ cao, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia, Hà Nội, tr.16.

Bảo Bình (2026), Ngân sách nghiên cứu khoa học công nghệ của Việt Nam vẫn thấp hơn trung bình thế giới, truy cập tại https://vneconomy.vn/techconnect/ngan-sach-nghien-cuu-khoa-hoc-cong-nghe-cua-viet-nam-van-thap-hon-trung-binh-the-gioi.htm.

Phùng Thị Yến (2026), Chuyển giao công nghệ từ các tập đoàn đa quốc gia (MNC) sang doanh nghiệp trong nước: Tiếp cận pháp lý so sánh và hàm ý cho Việt Nam, truy cập tại https://phaply.net.vn/chuyen-giao-cong-nghe-tu-cac-tap-doan-da-quoc-gia-mnc-sang-doanh-nghiep-trong-nuoc-tiep-can-phap-ly-so-sanh-va-ham-y-cho-viet-nam-a261307.html

Ngày nhận bài: 05/04/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 22/04/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 09/05/2026

THE ROLE OF THE STATE ECONOMY IN OWNING CORE TECHNOLOGIES IN VIETNAM

● **LAI TRAN TUNG**[1]
● **VU DINH THUAN**[1]
[1]Military Technical Academy,
Ministry of National Defence

ABSTRACT:

Mastering strategic technologies through the ownership and control of core technologies is not only a driver of economic development but also a critical foundation for safeguarding national security and defense amid intensifying global competition. Vietnam's practical experience indicates that the state-owned economy plays a leading role in controlling and developing core technologies. Despite notable achievements, however, this role continues to face several limitations. Using analytical, synthetic, comparative-statistical, and historical-logical methods, and drawing primarily on secondary data, this article clarifies the theoretical and practical issues related to the role of the state-owned economy in mastering core technologies in Vietnam today, while proposing solutions to enhance this role in the current context.

Keywords: core technology, state-owned economy, new productive forces, Vietnam.

CHẤT LƯỢNG NGUỒN NHÂN LỰC VÀ SỰ THÍCH ỨNG VỚI DÒNG VỐN FDI THẾ HỆ MỚI TRONG BỐI CẢNH TÁI CẤU TRÚC CHUỖI CUNG ỨNG TOÀN CẦU

● **NGUYỄN THU HÀ**
Học viện Ngân hàng
Email: hant1@hvnh.edu.vn

TÓM TẮT:

Bài báo nghiên cứu giải pháp nâng cao chất lượng nguồn nhân lực nhằm đáp ứng yêu cầu khắt khe của dòng vốn FDI thế hệ mới trong bối cảnh tái cấu trúc chuỗi cung ứng toàn cầu. Từ thực trạng giai đoạn 2020 - 2025, nghiên cứu chỉ ra chênh lệch lớn giữa năng lực lao động hiện tại và yêu cầu về kỹ năng số, kỹ năng xanh của các nhà đầu tư công nghệ cao. Kết quả nhấn mạnh vai trò then chốt của mô hình liên kết "ba nhà" và đào tạo song hành. Bài viết đề xuất lộ trình chiến lược giúp Việt Nam tăng cường vị thế cạnh tranh và từng bước tham gia vào các công đoạn giá trị gia tăng cao trong chuỗi giá trị toàn cầu.

Từ khóa: FDI thế hệ mới, chất lượng nguồn nhân lực, chuỗi cung ứng toàn cầu, kỹ năng xanh, kỹ năng số.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh biến động địa chính trị và gián đoạn chuỗi cung ứng, các tập đoàn đa quốc gia đang dịch chuyển chiến lược từ tối ưu hóa chi phí sang ưu tiên tính ổn định và an toàn hệ thống. Các xu hướng như Sản xuất tại nước lân cận (nearshoring) và Sản xuất tại nước đối tác (friend-shoring) đang tái định hình dòng vốn FDI toàn cầu. Trong xu thế đó, Việt Nam nổi lên như một mắt xích quan trọng của chiến lược "Trung Quốc + 1" (China + 1), thu hút mạnh mẽ đầu tư vào các lĩnh vực công nghệ cao, bán dẫn và chế biến chế tạo.

Tuy nhiên, lợi thế nhân công giá rẻ của Việt Nam đang dần mất đi sức hút đối với các nhà đầu tư chất lượng cao. Sự xuất hiện của các FDI thế hệ mới hiện nay đòi hỏi khắt khe hơn về trình độ chuyên môn, kỹ năng số và khả năng đáp ứng các tiêu chuẩn bền vững. Trong bối cảnh đó, việc cải thiện chất lượng nguồn nhân lực trở nên cấp bách để Việt Nam có thể tham gia sâu hơn vào các khâu giá trị cao trong chuỗi cung ứng toàn cầu.

Trên cơ sở này, bài viết tập trung phân tích vấn đề đặc điểm nguồn nhân lực nhằm đáp ứng nhu cầu của dòng vốn FDI thế hệ mới trong quá trình tái cấu trúc kinh tế toàn cầu. Nghiên cứu hướng tới việc làm rõ các yêu cầu về kỹ năng của các nhà đầu tư công nghệ

cao, đồng thời đánh giá chênh lệch giữa năng lực hiện tại của lực lượng lao động Việt Nam và nhu cầu của doanh nghiệp. Nghiên cứu được thực hiện dựa trên quan sát thực trạng các ngành công nghiệp chế biến, chế tạo và công nghệ cao tại Việt Nam giai đoạn 2020 - 2025. Từ các điểm hạn chế, một số giải pháp được đề xuất nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh và hỗ trợ quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa theo hướng bền vững.

2. Cơ sở lý luận và khung phân tích

Dòng vốn FDI thế hệ mới là những dự án có quy mô lớn, hàm lượng công nghệ cao, quản trị hiện đại và có khả năng kết nối sâu rộng với các doanh nghiệp trong nước. Theo Nghị quyết số 50-NQ/TW Bộ Chính trị (2019), việc thu hút FDI trong giai đoạn đến năm 2030 phải ưu tiên các dự án có giá trị gia tăng cao, có tác động lan tỏa tích cực và đặc biệt đảm bảo các tiêu chuẩn bảo vệ môi trường. Chính vì vậy, trọng tâm của dòng vốn này là sự chuyển dịch từ các ngành thâm dụng lao động phổ thông sang các lĩnh vực thâm dụng tri thức, thúc đẩy chuyển đổi số và tuân thủ các chuẩn mực về Môi trường - Xã hội - Quản trị (ESG).

Theo lý thuyết vốn nhân lực (Human Capital Theory), Schultz (1961) và Becker (1964) cho rằng, năng lực lao động không phải là một yếu tố cố định. Đó là kết quả của quá trình tích lũy thông qua giáo dục và đào tạo, đóng vai trò quyết định đến năng suất và năng lực cạnh tranh của mỗi quốc gia. Đặt trong bối cảnh tái cấu trúc chuỗi cung ứng, năng suất và chất lượng nhân lực tại nước sở tại là yếu tố then chốt để các tập đoàn đa quốc gia quyết định mức độ chuyển giao công nghệ và quy mô đầu tư. Những khu vực có lao động đáp ứng tốt yêu cầu kỹ thuật thường thu hút được các dự án công nghệ cao thay vì chỉ dừng lại ở các công đoạn gia công thâm dụng lao động.

Như vậy, giữa FDI thế hệ mới và chất lượng nguồn nhân lực tồn tại một mối quan hệ biện chứng chặt chẽ. Trong khi dòng vốn chất lượng cao đòi hỏi đội ngũ lao động trình độ cao để vận hành hệ thống phức tạp, thì ngược lại, sự hiện diện của các doanh nghiệp này cũng tạo ra hiệu ứng lan tỏa, giúp nâng cấp kỹ năng và tư duy cho lực lượng lao động địa phương.

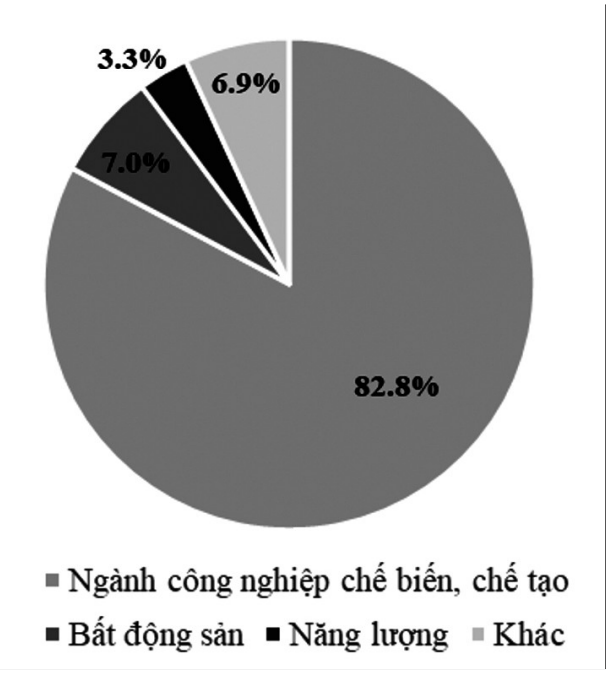
Để đáp ứng yêu cầu từ các chuỗi giá trị toàn cầu hiện đại, kỹ năng của nguồn nhân lực cần được hình thành dựa trên 3 trụ cột chính. Thứ nhất là kỹ năng cứng liên quan đến kỹ thuật và công nghệ. Theo đó, cần nhấn mạnh khả năng làm chủ công nghệ số, vận hành hệ thống tự động hóa và quản trị chuỗi cung ứng theo các tiêu chuẩn kỹ thuật mới. Thứ hai là các kỹ năng mềm, bao gồm tư duy phản biện, khả năng làm việc nhóm trong môi trường đa văn hóa và đặc biệt là khả năng thích ứng linh hoạt trước những thay đổi nhanh chóng của thị trường. Thứ ba là yêu cầu bắt buộc về các kỹ năng xanh. Người lao động cần có hiểu biết nhất định về các tiêu chuẩn môi trường, quy trình sản xuất sạch và báo cáo ESG, đặc biệt khi tham gia vào các thị trường có mức độ điều tiết cao như Liên minh Châu Âu hay Hoa Kỳ. Việc hội tụ đầy đủ 3 nhóm kỹ năng này không chỉ giúp người lao động thích ứng trong kỷ nguyên số mà còn giúp doanh nghiệp nội địa tham gia sâu hơn vào mạng lưới sản xuất của các tập đoàn FDI thế hệ mới.

3. Phân tích thực trạng chất lượng nguồn nhân lực trước làn sóng FDI thế hệ mới

3.1. Đặc điểm các dòng vốn FDI thế hệ mới vào Việt Nam

Giai đoạn 2021- 2025 chứng kiến sự chuyển dịch căn bản của dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) vào Việt Nam, không chỉ về quy mô mà còn về chất lượng đầu tư theo định hướng của Nghị quyết số 50-NQ/TW của Bộ Chính trị. Dữ liệu từ Cục Thống kê cho thấy, dòng vốn FDI đang ngày càng tập trung mạnh vào các ngành sản xuất. Năm 2025, tổng vốn FDI thực hiện ước đạt 27,62 tỷ USD, mức cao nhất trong vòng 5 năm qua. Trong đó, ngành công nghiệp chế biến, chế tạo chiếm tới 82,8% tổng vốn (tương đương 22,88 tỷ USD), theo sau là các lĩnh vực khác như bất động sản (7,0%), và năng lượng (3,3%). Xu hướng này cho thấy, vai trò ngày càng rõ nét của Việt Nam như một trung tâm sản xuất công nghiệp quan trọng trong chuỗi cung ứng khu vực và toàn cầu. (Hình 1)

Hình 1: Tổng vốn FDI thực hiện trong năm 2025



Nguồn: Cục Thống kê (2025)

Đặc trưng nổi bật của dòng vốn FDI thế hệ mới là xu hướng đầu tư theo chiều sâu, thể hiện qua việc tỷ trọng vốn điều chỉnh tăng thêm liên tục duy trì ở mức cao trong những năm gần đây. Theo đó, các dự án hiện hữu liên tục nâng cấp dây chuyền, mở rộng công suất và kéo dài thời gian hoạt động. Khác với giai đoạn trước 2020, dòng vốn chủ yếu tập trung vào các lĩnh vực thâm dụng lao động phổ thông, dòng vốn FDI hiện nay đang dần ưu tiên các ngành có hàm lượng công nghệ cao và yêu cầu kỹ thuật phức tạp. Sự thay đổi này dường như tương thích với lộ trình tái cơ cấu kinh tế của Việt Nam. Từ đó hướng tới mục tiêu chuyển đổi mô hình tăng trưởng từ số lượng sang chất lượng và hiệu quả.

Xét về hoạt động nghiên cứu và phát triển (R&D), Việt Nam đang dịch chuyển từ vị thế điểm gia công tạm thời thành trung tâm chiến lược trong chuỗi cung ứng toàn cầu. Tập đoàn Samsung đã tập trung hơn 50% sản lượng điện thoại toàn cầu tại Việt Nam và vận hành Trung tâm R&D quy mô lớn tại Hà Nội. Cùng với đó là sự mở rộng hoạt động nghiên cứu của các đối tác lớn trong hệ sinh thái Apple như Foxconn, Luxshare và BYD. Tuy nhiên, một chỉ số đáng quan ngại là mức chi cho hoạt động R&D của toàn xã hội hiện chỉ duy trì ở mức khoảng 0,5% GDP. Theo số liệu thống kê về chỉ số chi tiêu cho R&D do Viện Thống kê UNESCO công bố năm 2026, con số này thấp hơn đáng kể so với các quốc gia đang cạnh tranh trực tiếp trong khu vực như Thái Lan (1,1%) hay Malaysia (1,4%). Điều này gây áp lực lớn lên khả năng tiếp nhận và chuyển giao công nghệ của nhân lực nội địa.

3.2. Thực trạng chất lượng nguồn nhân lực

Về phía cung, dù sở hữu quy mô lớn nhưng chất lượng lao động có trình độ chuyên môn kỹ thuật của Việt Nam vẫn chưa đáp ứng kịp tốc độ chuyển dịch cơ cấu đầu tư. Theo Cục Thống kê (2025), tỷ lệ lao động qua đào tạo có bằng cấp, chứng chỉ dù tăng dần từ mức 27% (năm 2023) lên khoảng 29,5% (năm 2025), song phần lớn lực lượng lao động vẫn thiếu sự đào tạo bài bản để thích nghi với yêu cầu kỹ thuật của dòng vốn FDI thế hệ mới. Đáng chú ý, dù Ngân hàng Thế giới đánh giá cao chỉ số Vốn nhân lực mở rộng (HCI+) nhờ nền tảng giáo dục phổ thông tốt, nhưng việc chuyển hóa từ kiến thức cơ bản sang kỹ năng thực hành trong các ngành STEM vẫn diễn ra chậm.

Về phía cầu, các doanh nghiệp FDI đang đối mặt với tình trạng thiếu hụt nhân sự chất lượng cao và khoảng trống kỹ năng rõ rệt. Báo cáo Chỉ số Năng lực cạnh tranh cấp tỉnh của Việt Nam 2024 (VCCI, 2025) đã chỉ ra đào tạo lao động là lĩnh vực cải thiện chậm nhất, khiến nhiều doanh nghiệp điện tử và bán dẫn gặp khó trong việc tuyển dụng nhân lực vừa giỏi chuyên môn vừa thành thạo ngoại ngữ. Hệ quả là doanh nghiệp phải tốn thêm chi phí và thời gian để đào tạo lại sau tuyển dụng. Đồng thời, sự phân hóa thu nhập gay gắt với mức lương kỹ sư hoặc quản lý có thể cao gấp 4- 6 lần lao động phổ thông đã phản ánh cuộc cạnh tranh thu hút nhân tài ngày càng khốc liệt trong khu vực này.

3.3. Đánh giá khả năng đáp ứng trong bối cảnh tái cấu trúc chuỗi cung ứng

Trong tiến trình tái cấu trúc chuỗi cung ứng toàn cầu, các doanh nghiệp FDI thế hệ mới đòi hỏi khả

năng tích hợp sâu của các nhà cung ứng nội địa. Tuy nhiên, năng lực đáp ứng của nguồn nhân lực Việt Nam trong các công đoạn có giá trị gia tăng cao như sản xuất linh kiện phức tạp, thiết kế mạch hay quản trị logistics xanh vẫn còn hạn chế. Các dữ liệu ngành cho thấy, tỷ lệ nội địa hóa trong ngành điện tử hiện mới đạt khoảng 5-10%, chủ yếu tập trung ở các khâu có hàm lượng kỹ thuật chưa cao như bao bì, in ấn và linh kiện nhựa đơn giản (VCCI, 2025). Bên cạnh đó, sự thiếu hụt đội ngũ kỹ sư có khả năng đáp ứng các tiêu chuẩn bền vững và báo cáo ESG đang khiến các doanh nghiệp Việt Nam gặp khó khăn khi muốn trở thành nhà cung ứng cấp 1 hoặc cấp 2 cho các tập đoàn đa quốc gia.

Quá trình chuyển đổi từ mô hình lắp ráp sang sản xuất tích hợp và nghiên cứu phát triển đòi hỏi một sự thay đổi toàn diện về tư duy quản trị, trình độ và kỹ năng thực hành. Mục tiêu đào tạo 50.000 kỹ sư cho ngành bán dẫn đến năm 2030 là một bước đi chiến lược. Tuy nhiên, thực tiễn giai đoạn 2020-2025 cho thấy, khoảng cách giữa năng lực đào tạo tại các cơ sở giáo dục đại học và nhu cầu thực tế của dây chuyền sản xuất hiện đại vẫn còn rất lớn. Nếu không kịp thời gắn kết đào tạo với nhu cầu của doanh nghiệp FDI, Việt Nam có nguy cơ tiếp tục bị kẹt lại ở những khâu có giá trị gia tăng thấp trong chuỗi giá trị toàn cầu. Bên cạnh đó, Việt Nam cũng khó có thể tận dụng tối đa cơ hội từ làn sóng tái cấu trúc chuỗi cung ứng để nâng cao giá trị thặng dư trong nền kinh tế toàn cầu.

4. Thách thức trong phát triển nguồn nhân lực

Dù đã đạt được những thành tựu nhất định trong việc nâng cao chỉ số nguồn nhân lực, quá trình thu hút FDI thế hệ mới tại Việt Nam vẫn gặp những rào cản hệ thống đáng kể.

Thứ nhất, thách thức nằm ở chỗ hệ thống giáo dục đại học và đào tạo nghề vẫn chưa theo kịp tốc độ thay đổi của công nghệ. Trong bối cảnh các doanh nghiệp công nghiệp chế biến, chế tạo đang chuyển dịch mạnh mẽ sang tự động hóa và sản xuất thông minh, chương trình đào tạo tại nhiều cơ sở giáo dục vẫn nặng về lý thuyết. Các xu hướng như trí tuệ nhân tạo (AI), Internet vạn vật (IoT) hay các quy trình quản trị chuỗi cung ứng xanh chưa được cập nhật đầy đủ vào giáo trình. Điều này tạo ra một độ trễ nhất định giữa kiến thức sinh viên được học và yêu cầu thực tiễn của doanh nghiệp, dẫn đến tình trạng lãng phí nguồn lực khi doanh nghiệp FDI phải đầu tư để đào tạo nhân sự mới.

Thứ hai, sự thiếu hụt về kỹ năng mềm và ngoại ngữ trong môi trường làm việc toàn cầu. Đối với các dòng vốn FDI thế hệ mới, khả năng tư duy phản biện, làm việc nhóm đa văn hóa và sự thích nghi linh hoạt được coi là những kỹ năng bắt buộc. Tuy nhiên, theo đánh giá từ Báo cáo Chỉ số Năng lực cạnh tranh cấp tỉnh của Việt Nam (PCI) 2024 (VCCI, 2025), năng lực ngoại ngữ và các kỹ năng bổ trợ của lao động Việt Nam vẫn bị đánh giá thấp hơn so với các đối thủ trong khu vực như Philippines hay Malaysia. Việc thiếu hụt khả năng giao tiếp chuyên môn bằng tiếng Anh hoặc các ngôn ngữ của nhà đầu tư như Nhật Bản, Hàn Quốc, và Trung Quốc không chỉ hạn chế khả năng thăng tiến của lao động nội địa mà còn cản trở việc chuyển giao công nghệ từ các chuyên gia nước ngoài sang nhân sự Việt Nam.

Cuối cùng, sự thiếu gắn kết trong hệ sinh thái liên kết giữa nhà trường và doanh nghiệp FDI đang làm gia tăng tình trạng mất cân đối cung - cầu lao động. Hiện nay, hoạt động hợp tác chủ yếu vẫn mang tính hình thức hoặc dừng lại ở việc tiếp nhận sinh viên thực tập ngắn hạn, chưa hình thành được các chiến lược đào tạo dài hạn và có chiều sâu. Các doanh nghiệp FDI thường ít tham gia vào quá trình xây dựng chương trình đào tạo, trong khi các cơ sở giáo dục lại hạn chế về thông tin dự báo nhu cầu nhân lực trong tương lai. Sự thiếu liên kết này khiến cho đầu ra của hệ thống đào tạo chưa đáp ứng đầy đủ yêu cầu của thị trường FDI, đặc biệt trong các lĩnh vực đòi hỏi trình độ chuyên môn cao như thiết kế vi mạch hay quản trị năng lượng tái tạo.

5. Giải pháp và kiến nghị nâng cao chất lượng nhân lực

Để biến thách thức thành cơ hội và tối ưu hóa lợi ích từ làn sóng tái cấu trúc chuỗi cung ứng toàn cầu, Việt Nam cần một chiến lược tổng thể với sự quyết liệt của các bên liên quan. Nhà nước đóng vai trò

kiến tạo thông qua việc quy hoạch đào tạo nhân lực cho các ngành công nghiệp mũi nhọn. Việc xây dựng và triển khai Đề án "Phát triển nguồn nhân lực ngành công nghiệp bán dẫn đến năm 2030, định hướng đến năm 2050" là một bước đi đúng đắn. Tuy nhiên, đề án này cần được dẫn dắt bằng các cơ chế ưu đãi về thuế, đất đai cho các cơ sở giáo dục đầu tư vào phòng thí nghiệm hiện đại. Đồng thời, cần xây dựng một hệ sinh thái đào tạo dựa trên mô hình 3 nhà. Trong đó, Nhà nước đóng vai trò định hướng chính sách, Nhà trường tập trung nâng cao năng lực cung ứng, và Doanh nghiệp đóng vai trò xác định nhu cầu. Sự gắn kết chặt chẽ này đảm bảo rằng mỗi tín chỉ đào tạo đều bám sát yêu cầu thực tiễn của thị trường lao động.

Về phía các cơ sở giáo dục, cần đẩy mạnh mô hình đào tạo song hành. Đây là một mô hình rất thành công tại các quốc gia công nghiệp phát triển như Đức, Pháp, Bỉ, Hà Lan. Theo đó, thời gian học tập của sinh viên cần được chia sẻ hài hòa giữa giảng đường và trải nghiệm thực tế tại doanh nghiệp FDI. Việc chủ động mời các chuyên gia, kỹ sư dày dạn kinh nghiệm từ các tập đoàn lớn tham gia trực tiếp vào quá trình giảng dạy và đánh giá kết quả đầu ra sẽ giúp rút ngắn khoảng cách kỹ năng. Nhà trường cũng cần linh hoạt hóa chương trình đào tạo, ưu tiên các chứng chỉ quốc tế về công nghệ số và tiêu chuẩn xanh để đáp ứng nhanh các nhu cầu chuyển đổi của doanh nghiệp.

Đối với các doanh nghiệp FDI, cần có sự thay đổi tư duy từ người sử dụng lao động sang người đầu tư nhân lực. Các công ty đa quốc gia nên được khuyến khích xây dựng các học viện đào tạo nội bộ hoặc trung tâm đào tạo vùng tại Việt Nam để không chỉ phục vụ nhu cầu riêng mà còn góp phần nâng cao mặt bằng kỹ năng cho lực lượng lao động địa phương. Việc chuyển giao kỹ năng quản trị và kiến thức về tiêu chuẩn ESG cho các đối tác nội địa trong chuỗi cung ứng sẽ giúp doanh nghiệp FDI tối ưu hóa mạng lưới sản xuất tại chỗ và thể hiện trách nhiệm xã hội, tạo dựng nền tảng phát triển bền vững. Chỉ khi nguồn nhân lực được coi là tài sản chiến lược chung, Việt Nam mới có thể thực sự trở thành một mắt xích không thể thay thế trong chuỗi giá trị toàn cầu của thế hệ FDI mới.

6. Kết luận

Việc nâng cao chất lượng nguồn nhân lực không chỉ là yêu cầu cấp bách mà còn là điều kiện tiên quyết để Việt Nam có thể hưởng lợi từ làn sóng tái cấu trúc chuỗi cung ứng toàn cầu và sự dịch chuyển của dòng vốn FDI thế hệ mới. Bài viết đã làm rõ, trong giai đoạn phát triển của công nghệ bán dẫn, chuyển đổi số và các tiêu chuẩn bền vững (ESG), những lợi thế truyền thống về nhân công giá rẻ đang dần mất đi vị thế vốn có. Thay vào đó, một đội ngũ lao động hội tụ đủ 3 yếu tố gồm kỹ năng kỹ thuật chuyên sâu, kỹ năng mềm linh hoạt và tư duy xanh mới chính là sức mạnh nội sinh giúp quốc gia bứt phá khỏi bẫy thu nhập trung bình và tiến sâu hơn vào các công đoạn có giá trị gia tăng cao.

Kết quả phân tích thực trạng cho thấy, mặc dù Việt Nam đã có những bước tiến đáng khích lệ về Chỉ số Vốn nhân lực mở rộng, nhưng khoảng cách giữa năng lực đào tạo hiện có và yêu cầu khắt khe của các tập đoàn đa quốc gia vẫn là một thách thức lớn. Những điểm nghẽn về hệ thống đào tạo, sự lệch pha kỹ năng và mối liên kết lỏng lẻo giữa "ba nhà" cần được tháo gỡ bằng những chiến lược mang tính đột phá và dài hạn. Các giải pháp được đề xuất từ việc quy hoạch nhân lực mũi nhọn, đẩy mạnh mô hình đào tạo song hành cho đến việc khuyến khích chuyển giao kỹ năng từ các doanh nghiệp FDI chính là lộ trình cần thiết để xây dựng một hệ sinh thái lao động bền bỉ và thích ứng.

Bài viết đã quan sát các con số thống kê để hướng tới việc thay đổi tư duy quản trị nguồn nhân lực trong giai đoạn mới. Việc chuẩn bị sẵn sàng một lực lượng lao động chất lượng cao chính là yếu tố thu hút bền vững nhất với các nhà đầu tư nước ngoài. Đồng thời, đây cũng là yếu tố để khẳng định vị thế của Việt Nam như một mắt xích quan trọng, an toàn và sáng tạo trong mạng lưới sản xuất toàn cầu. Trong hành trình hướng tới mục tiêu công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước đến năm 2030 và tầm nhìn 2045, đầu tư vào con người chính là khoản đầu tư có lãi nhất, đảm bảo cho một tương lai phát triển thịnh vượng và bền vững ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Bộ Chính trị (2019). Nghị quyết số 50-NQ/TW ngày 20/8/2019 về định hướng hoàn thiện thể chế, chính sách, nâng cao chất lượng, hiệu quả hợp tác đầu tư nước ngoài đến năm 2030.

Cục Thống kê (2025). Báo cáo tình hình kinh tế - xã hội quý IV và cả năm 2025. NXB Thống kê, Hà Nội.

Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam - VCCI (2025). Báo cáo Chỉ số Năng lực cạnh tranh cấp tỉnh (PCI) 2024.

Becker G. S. (1964). Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education. National Bureau of Economic Research, New York.

Schultz T. W. (1961). Investment in Human Capital. American Economic Review, 51(1), 1-17.

UNESCO Institute for Statistics (2026). Research and Development (R&D) Expenditure as a Proportion of GDP. UNESCO Publishing, Paris.

World Bank (2024). Vietnam Human Capital Index+ Update 2024. Available at https://www.worldbank.org/en/country/vietnam.

Ngày nhận bài: 05/04/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 22/04/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 09/05/2026

HUMAN RESOURCE QUALITY AND ADAPTABILITY TO NEW-GENERATION FDI FLOWS IN THE CONTEXT OF GLOBAL SUPPLY CHAIN RESTRUCTURING

● **NGUYEN THU HA**
Banking Academy of Vietnam
Email: hant1@hvnh.edu.vn

ABSTRACT:

This study examines solutions to enhance human resource quality to meet the stringent requirements of the new FDI generation in the context of global supply chain restructuring. Based on the current situation during the 2020-2025 period, the study highlights a significant gap between existing labor capacity and the demand for digital and green skills from high-tech investors. The findings emphasize the importance of the "three-party" model and parallel training. The study proposes a strategic roadmap to help Vietnam strengthen its competitive position and gradually participate in high value-added stages of the global value chain.

Keywords: new-generation FDI, human resource quality, global supply chain, green skills, digital skills.

CHÍNH SÁCH PHÁT TRIỂN NÔNG NGHIỆP XANH GẮN VỚI ĐỔI MỚI SÁNG TẠO VÀ CHUYỂN ĐỔI SỐ: THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

● **DƯƠNG THỊ TUYẾT NHUNG**
Trường Đại học Mỏ - Địa chất

TÓM TẮT:

Trong bối cảnh biến đổi khí hậu và yêu cầu phát triển bền vững, nông nghiệp xanh gắn với đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số trở thành xu hướng tất yếu. Tại Việt Nam, dù giữ vai trò quan trọng, ngành nông nghiệp vẫn đối mặt với nhiều thách thức về hiệu quả, môi trường và năng lực cạnh tranh. Những năm gần đây, Nhà nước đã ban hành nhiều chính sách thúc đẩy nông nghiệp xanh, chuyển đổi số và đã đạt được một số kết quả bước đầu. Bài viết trình bày khái niệm nông nghiệp xanh; phân tích thực trạng chính sách thúc đẩy phát triển nông nghiệp xanh gắn với đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số thời gian qua, từ đó đề xuất các giải pháp đồng bộ nhằm xây dựng một nền nông nghiệp Việt Nam "sinh thái, hiện đại, bền vững".

Từ khóa: chính sách phát triển nông nghiệp xanh, đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số, phát triển bền vững, Việt Nam.

1. Đặt vấn đề

Trong những thập kỷ qua, nông nghiệp Việt Nam tuy đã đạt nhiều thành tựu nhưng mô hình tăng trưởng thâm canh đã bộc lộ hạn chế về môi trường và sức cạnh tranh. Trước bối cảnh đó, nông nghiệp xanh trở thành xu hướng tất yếu, trong đó đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số là động lực then chốt giúp nâng cao hiệu quả, giảm phát thải và tái cấu trúc chuỗi giá trị. Tuy nhiên, quá trình triển khai vẫn gặp nhiều rào cản về thể chế, hạ tầng và nguồn lực. Vì vậy, việc nghiên cứu, đánh giá chính sách và đề xuất giải pháp là cần thiết nhằm thúc đẩy nông nghiệp phát triển theo hướng xanh, hiện đại và bền vững.

2. Thực trạng chính sách phát triển nông nghiệp xanh gắn với đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số ở Việt Nam

2.1. Khung chính sách và kết quả triển khai

Khung chính sách phát triển nông nghiệp xanh ở Việt Nam được xây dựng trên nền tảng các chiến lược về tăng trưởng xanh, chuyển đổi số và tái cơ cấu ngành. Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2021-2030 xác định nông nghiệp là lĩnh vực trọng tâm cần chuyển đổi theo hướng sử dụng hiệu quả tài nguyên và giảm phát thải (Thủ tướng Chính phủ, 2021). Nghị quyết số 19-NQ/TW (2022) tiếp tục khẳng định vai trò chiến lược của nông nghiệp, định

hướng phát triển theo mô hình xanh, hữu cơ và tuần hoàn. Trên cơ sở đó, hệ thống chính sách được ban hành nhằm cụ thể hóa mục tiêu và thúc đẩy đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số trong nông nghiệp.

Thứ nhất, về cơ chế tài chính và khuyến khích đầu tư, khung chính sách hướng tới mục tiêu tạo lập các động lực tài chính nhằm thu hút cả khu vực công và khu vực tư nhân tham gia đầu tư vào nông nghiệp xanh, nông nghiệp công nghệ cao và chuyển đổi số trong nông nghiệp. Các chính sách hiện hành đã bước đầu đề cập đến các công cụ như tín dụng ưu đãi cho dự án nông nghiệp xanh, cơ chế bảo hiểm rủi ro khí hậu cho nông dân, phát triển trái phiếu xanh, quỹ đổi mới sáng tạo trong lĩnh vực agtech, cũng như ưu đãi thuế đối với đầu tư công nghệ cao và cơ sở chế biến thân thiện với môi trường.

Thứ hai, về cơ cấu tổ chức và thể chế phối hợp liên ngành, khung chính sách đặt mục tiêu nâng cao hiệu quả quản trị thông qua cơ chế điều phối liên bộ, liên ngành và giữa trung ương với địa phương. Các văn bản chính sách đã bước đầu xác định vai trò, trách nhiệm của các bộ, ngành liên quan trong phát triển nông nghiệp xanh gắn với chuyển đổi số.

Thứ ba, về chính sách khoa học - công nghệ và đổi mới sáng tạo, khung chính sách hướng tới thúc đẩy nghiên cứu, phát triển và chuyển giao công nghệ, đồng thời hình thành hệ sinh thái đổi mới sáng tạo trong nông nghiệp. Nhà nước đã ban hành nhiều chương trình hỗ trợ nghiên cứu - phát triển, vườn ươm công nghệ, quỹ đổi mới sáng tạo, cũng như các chính sách khuyến khích liên kết giữa viện nghiên cứu, doanh nghiệp và nông dân. Các định hướng phát triển giống cây trồng, vật nuôi thích ứng với biến đổi khí hậu, công nghệ xử lý đất và nước thải, ứng dụng IoT trong canh tác đã được nhấn mạnh trong các chiến lược khoa học - công nghệ quốc gia.

Thứ tư, về hạ tầng số và nền tảng dữ liệu nông nghiệp, khung chính sách đặt mục tiêu xây dựng hệ sinh thái dữ liệu phục vụ chuyển đổi số toàn diện ngành nông nghiệp, bao gồm bản đồ đất đai số, hệ thống quản lý thông tin sản xuất, dữ liệu khí tượng nông nghiệp và hệ thống truy xuất nguồn gốc. Việc triển khai chương trình chuyển đổi số quốc gia và các kế hoạch chuyển đổi số ngành nông nghiệp đã xác định rõ nhiệm vụ xây dựng cơ sở dữ liệu và ứng dụng công nghệ số trong sản xuất.

Thứ năm, về chuẩn mực, tiêu chuẩn xanh và cơ chế truy xuất nguồn gốc, khung chính sách nhằm thiết lập các tiêu chí và chứng nhận cho sản phẩm nông nghiệp xanh, giúp thị trường và người tiêu dùng dễ dàng nhận diện. Các chương trình xây dựng tiêu chuẩn sinh thái, truy xuất nguồn gốc điện tử và liên kết với tiêu chuẩn quốc tế đã được triển khai thí điểm ở nhiều địa phương.

Thứ sáu, về nguồn nhân lực, đào tạo và chuyển giao công nghệ, khung chính sách tập trung nâng cao năng lực cho nông dân, cán bộ quản lý và doanh nghiệp trong việc áp dụng kỹ thuật nông nghiệp xanh và kỹ năng số.

Thứ bảy, về cơ chế hợp tác công - tư và thúc đẩy doanh nghiệp tham gia chuỗi giá trị, khung chính sách hướng tới huy động nguồn lực xã hội cho đầu tư vào công nghệ, hạ tầng chế biến, logistics và nền tảng thị trường số trong nông nghiệp.

Thứ tám, về giám sát, đánh giá và báo cáo kết quả, khung chính sách đặt mục tiêu thiết lập hệ thống chỉ số để đo lường hiệu quả kinh tế, môi trường và xã hội của các chương trình phát triển nông nghiệp xanh gắn với chuyển đổi số.

Việc triển khai chính sách phát triển nông nghiệp xanh gắn với đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số trong giai đoạn 2021-2025 đã tạo ra những chuyển biến rõ nét trong cấu trúc ngành nông nghiệp Việt Nam. Về mặt chuyển đổi số, việc hình thành hệ sinh thái dữ liệu số bước đầu đã mang lại hiệu quả trong công tác quản trị và minh bạch hóa chuỗi cung ứng. Hệ thống quản lý mã số vùng trồng và cơ sở đóng gói đã được số hóa hoàn toàn, tạo điều kiện thuận lợi cho công tác truy xuất nguồn gốc và đáp ứng các rào cản kỹ thuật của thị trường quốc tế. Tính đến cuối năm 2024, việc ứng dụng công nghệ IoT, Drone và các phần mềm quản trị trang trại đã giúp các doanh nghiệp nông nghiệp tiết giảm chi phí đầu vào trung bình từ 15% đến 20%, đồng thời tối ưu hóa năng suất lao động trong các khâu canh tác khó khăn (Nguyễn Quang Tin, 2025).

Song song với tiến trình số hóa, các mô hình nông nghiệp xanh và đổi mới sáng tạo đã ghi nhận những chỉ số tích cực về cả kinh tế lẫn môi trường. Đáng chú ý nhất là Đề án "Phát triển bền vững một triệu héc-ta lúa chất lượng cao, phát thải thấp" (Thủ tướng Chính phủ, 2023), nơi các kỹ thuật canh tác đổi mới sáng tạo như "1 phải 5 giảm" và "tưới ngập khô xen kẽ" đã giúp giảm lượng giống gieo sạ và phân bón hóa học đáng kể. Kết quả thực nghiệm cho thấy, các mô hình này không chỉ giúp giảm lượng khí nhà kính phát thải mà còn gia tăng lợi nhuận cho người nông dân thông qua việc giảm chi phí sản xuất và nâng cao phẩm cấp nông sản.

Về mặt đòn bẩy tài chính, sự lan tỏa của chính sách tín dụng xanh đã tạo điều kiện cho các doanh nghiệp Agritech tiếp cận nguồn vốn để đầu tư vào hạ tầng công nghệ. Dư nợ cho vay đối với các dự án nông nghiệp sạch và ứng dụng công nghệ cao đã tăng trưởng ổn định, đóng góp vào việc hình thành các vùng nguyên liệu quy mô lớn, liên kết theo chuỗi giá trị bền vững. Tuy nhiên, kết quả triển khai cũng cho thấy sự phân hóa giữa các vùng miền, trong đó khu vực Đồng bằng sông Cửu Long và Tây Nguyên đang dẫn đầu về tốc độ hấp thụ chính sách nhờ lợi thế về quy mô sản xuất hàng hóa tập trung.

2.2. Hạn chế còn tồn tại

Thứ nhất, khung chính sách còn phân tán, thiếu tính tích hợp và liên kết liên ngành. Mặc dù Việt Nam đã ban hành nhiều chiến lược và chương trình liên quan đến tăng trưởng xanh, chuyển đổi số và phát triển nông nghiệp, song các chính sách này vẫn tồn tại dưới dạng các văn bản riêng lẻ, được xây dựng và triển khai bởi nhiều bộ, ngành khác nhau. Chưa hình thành một khung chính sách tích hợp thống nhất cho phát triển nông nghiệp xanh gắn với đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số (Nguyễn Thị Miền, 2022). Điều này dẫn đến tình trạng chồng chéo về mục tiêu, thiếu liên thông trong triển khai và khó khăn trong điều phối nguồn lực.

Thứ hai, mục tiêu và chỉ tiêu chính sách chưa được lượng hóa cụ thể. Nhiều văn bản chính sách mới dừng lại ở việc nêu định hướng và mục tiêu tổng quát (như phát triển nông nghiệp xanh, đẩy mạnh chuyển đổi số, giảm phát thải), nhưng thiếu các chỉ tiêu định lượng cụ thể để đo lường kết quả thực hiện. Chưa có hệ thống chỉ số thống nhất phản ánh mức độ "xanh hóa" và "số hóa" trong nông nghiệp, khiến việc đánh giá hiệu quả chính sách còn mang tính định tính.

Thứ ba, cơ chế tài chính và khuyến khích đầu tư cho nông nghiệp xanh còn yếu. Khung chính sách hiện nay chưa tạo ra các cơ chế tài chính đủ mạnh để thúc đẩy doanh nghiệp, hợp tác xã và nông dân đầu tư vào đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số phục vụ nông nghiệp xanh. Các công cụ tài chính xanh như tín dụng ưu đãi, bảo hiểm rủi ro khí hậu, quỹ đầu tư đổi mới sáng tạo nông nghiệp hay trái phiếu xanh trong nông nghiệp còn rất hạn chế cả về quy mô lẫn khả năng tiếp cận.

Thứ tư, hạ tầng số và hệ thống dữ liệu nông nghiệp chưa đáp ứng yêu cầu. Hạ tầng số phục vụ chuyển đổi số nông nghiệp, đặc biệt ở khu vực nông thôn, miền núi và vùng sâu, vùng xa, còn nhiều hạn chế. Hệ thống cơ sở dữ liệu nông nghiệp quốc gia chưa hoàn thiện, dữ liệu phân tán ở nhiều cơ quan, thiếu tiêu chuẩn hóa và khả năng kết nối, chia sẻ. Điều này làm giảm hiệu quả của các chính sách chuyển đổi số và cản trở việc ứng dụng công nghệ số trong phát triển nông nghiệp xanh (Nguyễn Nguyên Cự, 2024).

Thứ năm, năng lực thực thi chính sách và nguồn nhân lực còn hạn chế. Khả năng triển khai chính sách nông nghiệp xanh gắn với đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số ở nhiều địa phương còn yếu. Đội ngũ cán bộ quản lý, hợp tác xã và người nông dân thiếu kỹ năng số, kỹ năng quản lý và khả năng tiếp cận, ứng dụng công nghệ mới. Điều này khiến nhiều chính sách chỉ dừng lại ở mức thí điểm, khó nhân rộng trên diện rộng.

Thứ sáu, thiếu cơ chế giám sát, đánh giá và phản hồi chính sách hiệu quả. Khung chính sách hiện nay chưa thiết lập được hệ thống giám sát, đánh giá và phản hồi chính sách hiệu quả đối với phát triển nông nghiệp xanh gắn với đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số. Việc theo dõi tiến độ và đánh giá tác động môi trường, kinh tế - xã hội của các chính sách còn mang tính hình thức, thiếu tính so sánh và khả năng điều chỉnh kịp thời.

3. Giải pháp hoàn thiện chính sách phát triển nông nghiệp xanh gắn với đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số

Thứ nhất, hoàn thiện khung chính sách theo hướng tích hợp và tăng cường phối hợp liên ngành. Để khắc phục tình trạng chính sách phân tán, thiếu liên kết, Chính phủ cần chuyển dịch từ cách tiếp cận quản lý theo ngành dọc sang mô hình quản trị theo hệ sinh thái, trong đó nông nghiệp xanh, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số được lồng ghép trong một lộ trình chiến lược thống nhất. Giải pháp trọng tâm là thiết lập một cơ chế điều phối đa lĩnh vực có thẩm quyền cao, đóng vai trò là đầu mối kết nối nguồn lực giữa Bộ Nông nghiệp và Môi trường với Bộ Khoa học và Công nghệ. Đồng thời, cần thiết lập cơ chế điều phối liên ngành có đủ thẩm quyền, nguồn lực và trách nhiệm rõ ràng, đóng vai trò đầu mối tích hợp chính sách, giám sát thực hiện và xử lý các vấn đề phát sinh trong quá trình triển khai ở cả cấp trung ương và địa phương.

Thứ hai, lượng hóa mục tiêu và xây dựng hệ thống chỉ số đánh giá nông nghiệp xanh và chuyển đổi số. Trước yêu cầu đánh giá hiệu quả chính sách một cách khách quan và dựa trên bằng chứng, cần cụ thể hóa các mục tiêu phát triển nông nghiệp xanh và chuyển đổi số bằng hệ thống chỉ tiêu định lượng rõ ràng, có thể đo lường và so sánh theo thời gian.

Bộ Nông nghiệp và Môi trường cần sớm ban hành bộ tiêu chí quốc gia về nông nghiệp xanh với các ngưỡng định mức cụ thể về phát thải khí nhà kính, tỷ lệ tuần hoàn phế phẩm và mức độ thâm nhập của công nghệ số trong sản xuất. Hệ thống này phải dựa trên nền tảng kỹ thuật về đo đạc, báo cáo và thẩm định theo tiêu chuẩn quốc tế. Việc xây dựng một hệ thống chỉ số thống nhất không chỉ giúp các cơ quan quản lý giám sát tiến độ thực hiện mà còn tạo cơ sở dữ liệu tin cậy để các doanh nghiệp khẳng định uy tín thương hiệu xanh và tham gia vào thị trường tín chỉ carbon toàn cầu.

Thứ ba, tăng cường cơ chế tài chính và khuyến khích đầu tư cho nông nghiệp xanh và nông nghiệp số. Để khắc phục sự thiếu hụt về nguồn lực tài chính, cần hoàn thiện các cơ chế tài chính theo hướng tạo động lực mạnh mẽ hơn cho doanh nghiệp, hợp tác xã và nông dân đầu tư vào đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số. Trọng tâm là xây dựng bộ tiêu chí rõ ràng để xác định dự án nông nghiệp xanh, làm căn cứ triển khai các công cụ tài chính xanh như tín dụng ưu đãi, bảo hiểm rủi ro khí hậu, quỹ đầu tư đổi mới sáng tạo và trái phiếu xanh trong nông nghiệp. Bên cạnh đó, cần có cơ chế chia sẻ rủi ro giữa Nhà nước và khu vực tư nhân nhằm giảm bớt e ngại của nhà đầu tư trước đặc thù rủi ro cao và quy mô sản xuất nhỏ lẻ của nông nghiệp.

Thứ tư, đẩy mạnh đầu tư hạ tầng số và hoàn thiện hệ thống dữ liệu nông nghiệp quốc gia. Xây dựng hạ tầng số đồng bộ tại khu vực nông thôn là nền tảng cốt yếu để thu hẹp khoảng cách về công nghệ. Bộ Khoa học và Công nghệ cần ưu tiên ngân sách đầu tư vào mạng lưới viễn thông thế hệ mới và hạ tầng dữ liệu dùng chung để khắc phục tình trạng phân tán thông tin. Khung pháp lý về quản trị dữ liệu nông nghiệp phải quy định rõ quyền sở hữu và trách nhiệm chia sẻ dữ liệu giữa các bên. Việc thiết lập các tiêu chuẩn kỹ thuật về kết nối API sẽ cho phép các cơ sở dữ liệu từ cấp địa phương đến Trung ương liên thông chặt chẽ, từ đó cung cấp những dự báo chính xác về thị trường và dịch bệnh, giúp nông nghiệp xanh vận hành trên nền tảng tri thức số xác thực.

Thứ năm, nâng cao năng lực thực thi chính sách và phát triển nguồn nhân lực.

Để khắc phục hạn chế về năng lực triển khai ở cơ sở, cần chú trọng phát triển nguồn nhân lực cho nông nghiệp xanh và chuyển đổi số thông qua các chương trình đào tạo, bồi dưỡng có hệ thống và dài hạn. Nội dung đào tạo cần tập trung vào kỹ năng số, kỹ năng quản lý, khả năng tiếp cận và ứng dụng công nghệ mới cho đội ngũ cán bộ quản lý, hợp tác xã và người nông dân (Nguyễn Quang Tin, 2025). Chính sách hỗ trợ kỹ thuật cần được thực hiện thông qua mạng lưới khuyến nông dưới sự điều phối của Bộ Nông nghiệp và Môi trường, kết hợp giữa tri thức bản địa và công nghệ hiện đại. Đồng thời, cần có các cơ chế đãi ngộ đặc thù nhằm thu hút đội ngũ chuyên gia công nghệ từ Bộ Khoa học và Công nghệ về làm việc tại khu vực nông thôn, tạo ra lực lượng lao động nòng cốt có khả năng làm chủ các công nghệ đổi mới sáng tạo.

Thứ sáu, hoàn thiện cơ chế giám sát, đánh giá và phản hồi chính sách. Để nâng cao hiệu quả và tính thích ứng của chính sách, cần thiết lập hệ thống giám sát, đánh giá và phản hồi chính sách dựa trên bộ chỉ số thống nhất và dữ liệu đáng tin cậy. Cơ chế này cần được lồng ghép ngay từ khâu xây dựng chính sách, bảo đảm việc theo dõi tiến độ, đánh giá tác động kinh tế - xã hội - môi trường và điều chỉnh chính sách kịp thời. Đồng thời, cần quy định rõ trách nhiệm phối hợp trong thu thập, báo cáo và công bố dữ liệu giữa các cơ quan liên quan, qua đó nâng cao tính minh bạch và trách nhiệm giải trình trong thực thi chính sách. Cơ chế này đảm bảo tính tương tác hai chiều, giúp các chính sách về nông nghiệp xanh và đổi mới sáng tạo luôn được cập nhật, thích ứng kịp thời với những thay đổi nhanh chóng của công nghệ và biến động thị trường toàn cầu.

4. Kết luận

Phát triển nông nghiệp xanh gắn liền với đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số không còn là một lựa chọn mang tính xu thế, mà đã trở thành yêu cầu sống còn và là mục tiêu chiến lược của ngành nông nghiệp Việt Nam trong bối cảnh mới. Qua phân tích, có thể thấy mặc dù hệ thống chủ trương của Đảng và Nhà nước đã tạo ra những tiền đề quan trọng, thực tiễn triển khai vẫn còn đối mặt với nhiều "điểm nghẽn" về tính tích hợp chính sách, hạ tầng dữ liệu và nguồn lực thực thi. Cùng với việc hợp nhất và kiện toàn bộ máy quản lý, Bộ Nông nghiệp và Môi trường cùng Bộ Khoa học và Công nghệ được kỳ vọng sẽ tạo ra bước đột phá trong việc tháo gỡ các rào cản liên ngành để thúc đẩy phát triển nông nghiệp xanh gắn liền với đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số. Thành công của chiến lược này phụ thuộc vào việc chuyển dịch từ tư duy sản xuất truyền thống sang kinh tế nông nghiệp dựa trên tri thức số, trong đó Nhà nước đóng vai trò kiến tạo, doanh nghiệp là hạt nhân đổi mới và nông dân là chủ thể của quá trình chuyển đổi bền vững ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Tài liệu tiếng Việt:

Lê Nguyễn Diệu Anh (2024). Chính sách phát triển nông nghiệp xanh ở Việt Nam. Truy cập tại https://lyluanchinhtri.vn/chinh-sach-phat-trien-nong-nghiep-xanh-o-viet-nam-6577.html

Nguyễn Nguyên Cự (2024). Tăng trưởng nông nghiệp xanh ở Việt Nam: Thực trạng và khuyến nghị. Tạp chí Kinh tế và xã hội, số 13 tháng 9, tr.5-13

Nguyễn Quang Tin (2025). Xây dựng hệ sinh thái nông nghiệp thông minh trong bối cảnh của Việt Nam. Truy cập tại https://nongnghiepmoitruong.vn/xay-dung-he-sinh-thai-nong-nghiep-thong-minh-trong-boi-canh-cua-viet-nam-d790826.html

Nguyễn Thế Kiên, Trần Quý (2023). Chuyển đổi số để phát triển nông nghiệp công nghệ cao theo hướng đa chức năng, kinh tế tuần hoàn. Truy cập tại https://www.tapchicongsan.org.vn/web/guest/kinh-te/-/2018/827492/view_content

Nguyễn Thị Miền (2022). Chuyển đổi số trong nông nghiệp nhằm phát triển bền vững ngành nông nghiệp Việt Nam. Truy cập tại https://lyluanchinhtrivatruyenthong.vn/chuyen-doi-so-trong-nong-nghiep-nham-phat-trien-ben-vung-nganh-nong-nghiep-viet-nam-p25931.html

Nguyễn Trung Hiếu (2024). Chuyển đổi số nông nghiệp xanh Việt Nam trong xu hướng toàn cầu hóa. Truy cập tại https://www.quanlynhanuoc.vn/2024/06/25/chuyen-doi-so-nong-nghiep-xanh-viet-nam-trong-xu-huong-toan-cau-hoa/

Thủ tướng Chính phủ (2021). Quyết định số 1658/QĐ-TTg ngày 01/10/2021 phê duyệt Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050

Thủ tướng Chính phủ (2023). Quyết định số 1490/QĐ-TTg ngày 27/11/2023 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án Phát triển bền vững một triệu héc-ta chuyên canh lúa chất lượng cao và phát thải thấp gắn với tăng trưởng xanh vùng đồng bằng sông Cửu Long đến năm 2030.

Tài liệu tiếng nước ngoài:

FAO (2018). Sustainable food and agriculture: An integrated approach, Food and Agriculture Organization of the United Nations. Truy cập tại https://www.fao.org/3/i9037en/i9037en.pdf

OECD (2025). Sustainable agricultural productivity to address food systems challenges measurement, data, drivers and policies proceedings from the OECD Conference 28 October 2024, Paris. Available at https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/networks/network-on-agricultural-total-factor-productivity-and-the-environment/sustainable-agricultural-productivity-to-address-food-systems-challenges.pdf

United Nations Environment Programme (UNEP) (2018). Towards a Green Economy: Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication. Available at https://www.unep.org/resources/report/towards-green-economy-pathways-sustainable-development-and-poverty-eradication-10

Ngày nhận bài: 5/3/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 22/3/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 9/4/2026

GREEN AGRICULTURAL DEVELOPMENT POLICY IN ASSOCIATION WITH INNOVATION AND DIGITAL TRANSFORMATION: CURRENT STATUS AND SOLUTIONS

● **DUONG THI TUYET NHUNG**
Hanoi University of Mining and Geology

ABSTRACT:

In the context of climate change and the growing demand for sustainable development, green agriculture linked with innovation and digital transformation has become an inevitable development trend. In Vietnam, although agriculture plays a vital role in the national economy, the sector continues to face challenges related to productivity, environmental impacts, and competitiveness. In recent years, the Government has introduced various policies to promote green agriculture and digital transformation, generating initial positive outcomes. This article clarifies the concept of green agriculture, analyzes the current policy framework for promoting green agricultural development in association with innovation and digital transformation, and proposes comprehensive solutions for building an ecological, modern, and sustainable agricultural sector in Vietnam.

Keywords: green agricultural development policies, innovation, digital transformation, sustainable development, Vietnam.

THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN KINH TẾ DU LỊCH TỈNH SƠN LA GIAI ĐOẠN 2020 - 2025

● **NGUYỄN MINH NGUYỆT**
Học viện Báo chí và Tuyên truyền
Email: minhnguyet.ktct@gmail.com

TÓM TẮT:

Bài viết sử dụng các phương pháp tổng hợp, phân tích tài liệu, khảo sát thực địa,… để tập trung nghiên cứu thực trạng kinh tế du lịch tỉnh Sơn La trong giai đoạn 2020 - 2025 theo các tiêu chí về doanh thu du lịch, khách du lịch, cơ sở vật chất phục vụ du lịch, sản phẩm du lịch, lao động phục vụ du lịch,... Kết quả nghiên cứu cho thấy, kinh tế du lịch Sơn La tăng trưởng nhanh và đạt được nhiều thành tựu nổi bật nhưng vẫn tồn tại một số hạn chế. Trên cơ sở đó, bài viết đề xuất các giải pháp nhằm thúc đẩy phát triển kinh tế du lịch tỉnh Sơn La trong thời gian tới.

Từ khóa: du lịch, kinh tế du lịch, tỉnh Sơn La.

1. Đặt vấn đề

Kinh tế du lịch chiếm vị trí quan trọng trong chiến lược phát triển của mỗi quốc gia. Đây được xem là một ngành dịch vụ đặc thù, cung cấp đa dạng các sản phẩm và trải nghiệm du lịch cho du khách, góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, chuyển dịch cơ cấu ngành, tạo việc làm và nâng cao thu nhập cho người dân cũng như ngân sách địa phương. Kinh tế du lịch thường được phân tích dựa các tiêu chí như: doanh thu du lịch, khách du lịch, cơ sở vật chất phục vụ du lịch, nguồn nhân lực du lịch và sản phẩm du lịch.

Sơn La là tỉnh miền núi thuộc vùng Tây Bắc Việt Nam, có diện tích trên 14.109 km² với tài nguyên du lịch tự nhiên đa dạng và tài nguyên du lịch văn hóa đặc sắc, thuận lợi để phát triển kinh tế du lịch. Trong giai đoạn 2020 - 2025, kinh tế du lịch Sơn La đạt được nhiều thành tựu đáng kể, năm 2025 tỉnh đã đón tới 5,3 triệu lượt khách, đạt tổng doanh thu du lịch 6.300 tỷ đồng vào năm 2025 [6]. Tuy nhiên, hoạt động du lịch của tỉnh vẫn còn tồn tại nhiều hạn chế, chưa tương xứng với tiềm năng sẵn có. Do vậy, việc phân tích rõ thực trạng kinh tế du lịch Sơn La giai đoạn 2020 - 2025 và đề xuất một số giải pháp thúc đẩy kinh tế du lịch địa phương trong giai đoạn tới là vấn đề cấp thiết của tỉnh.

2. Đối tượng và phương pháp nghiên cứu

** Đối tượng nghiên cứu: là thực trạng kinh tế du lịch của tỉnh Sơn La giai đoạn 2020 - 2025*

** Phương pháp nghiên cứu: bài viết sử dụng một số phương pháp sau:*

- Phương pháp thu thập dữ liệu thứ cấp: Các báo cáo, tài liệu, thông tin liên quan đến vấn đề kinh tế du lịch Sơn La được thu thập từ UBND tỉnh Sơn La, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Sơn La, Cục Thống kê Sơn La,…

- Phương pháp phân tích tổng hợp: Các số liệu, dữ liệu thứ cấp được phân loại, hệ thống và phân tích

theo những nội dung nghiên cứu, làm cơ sở để đánh giá thực trạng kinh tế du lịch của tỉnh.

- *Phương pháp khảo sát thực địa:* Việc khảo sát được tiến hành theo các tuyến, điểm trong tháng 11/2025 tại các điểm du lịch nổi tiếng của Sơn La nhằm thu thập các thông tin về chi phí, các sản phẩm du lịch,… trong hoạt động của khách du lịch.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Thực trạng kinh tế du lịch tỉnh Sơn La giai đoạn 2020 - 2025

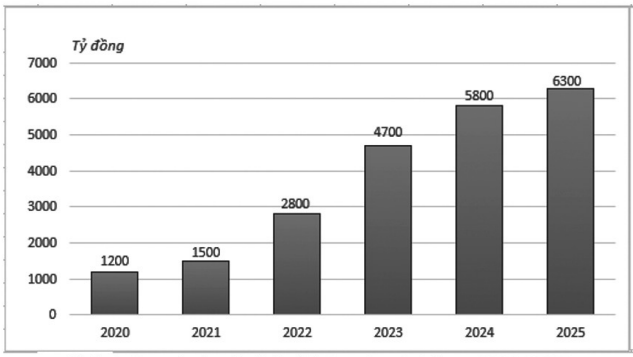
* *Doanh thu du lịch:* Doanh thu du lịch Sơn La có xu hướng tăng nhanh và tăng liên tục trong giai đoạn 2020 - 2025 (Hình 1). Tính chung toàn giai đoạn, doanh thu du lịch năm 2025 tăng gấp 5,25 lần so với năm 2020, trung bình tăng 850 tỷ đồng/năm, nâng tỷ lệ đóng góp của ngành du lịch vào GRDP của tỉnh Sơn La từ 2,14% năm 2020 lên 7,6% năm 2025. Tuy nhiên, tốc độ tăng doanh thu du lịch không đều do ảnh hưởng của dịch Covid-19. Giai đoạn 2020 - 2021, doanh thu du lịch chỉ tăng nhẹ lên 1,25 lần, tức tăng 300 tỷ đồng/năm, bước sang giai đoạn 2021 - 2025, doanh thu bắt đầu phục hồi và tăng trưởng bứt phá rõ rệt, đặc biệt năm 2025 doanh thu gấp 4,2 lần năm 2021, tăng trung bình 960 tỷ đồng/năm.

* *Khách du lịch:* Tổng lượng khách du lịch của tỉnh có xu hướng tăng mạnh lên 3,5 lần giai đoạn 2020 - 2025, trong đó lượng khách nội địa là chủ yếu (Hình 2). Sau thời kỳ ảnh hưởng bởi đại dịch Covid-19 lượng khách du lịch dao động từ 1,5-1,8 triệu người, lượng khách du lịch trong giai đoạn 2021 - 2025 tăng nhanh chóng từ 1,8 triệu lượt khách lên 5,3 triệu lượt khách, tức tăng lên 2,9 lần, trung bình tăng 700 nghìn lượt khách/năm. Điều đáng chú ý là số lượt khách quốc tế có xu hướng tăng lên sau dịch Covid (tập trung nhiều ở các khu du lịch Mộc Châu), nhưng vẫn còn chiếm tỷ lệ nhỏ so với tiềm năng du lịch của tỉnh.

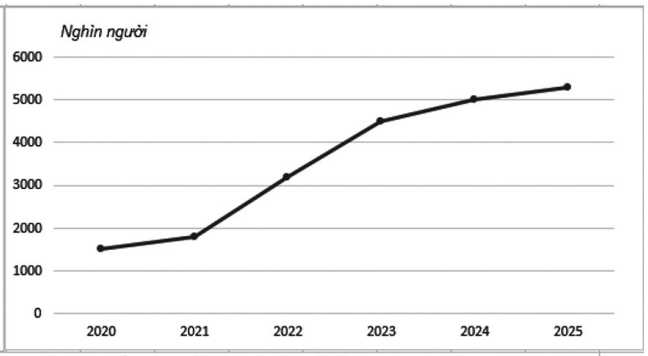
* *Cơ sở vật chất phục vụ du lịch:* giai đoạn 2020 - 2025 cũng ghi nhận sự biến động lớn về cơ sở lưu trú. Giai đoạn 2020-2022, số lượng các cơ sở lưu trú giảm từ 741 cơ sở xuống còn 540 cơ sở, tức giảm 27,1% (số phòng cũng giảm xuống 5.167 phòng) do nhiều cơ sở lưu trú phải đóng cửa và chuyển hình thức hoạt động vì dịch Covid. Sang giai đoạn 2022-2025, các cơ sở lưu trú tại tỉnh Sơn La có sự tăng trưởng khá nhanh, từ 540 cơ sở lên 644 cơ sở, tức tăng 19%.

Hiện toàn tỉnh có 29 khách sạn, resort đã được xếp hạng từ 1-5 sao, nhiều cơ sở lưu trú được thiết kế độc đáo, hiện đại, tăng trải nghiệm của khách du lịch (như Tổ hợp nghỉ dưỡng, vui chơi, giải trí tại Khu du lịch Mộc Châu Island, Khu du lịch rừng thông bản Áng, resort Thảo Nguyên, Mường Thanh luxury Mộc Châu,...). Bên cạnh đó, các cơ sở vui chơi giải trí, dịch vụ ăn uống,... cũng được đầu tư một cách đồng bộ, bài bản, đáp ứng nhu cầu đa dạng của du khách. Tuy nhiên, đa phần là các cơ sở lưu trú, dịch vụ ăn uống nhỏ, lẻ, nhiều nơi chưa đáp ứng được tiêu chuẩn, gây ác cảm cho du khách.

* *Lao động du lịch:* Giai đoạn 2020 - 2025 là giai đoạn có sự biến động mạnh mẽ về nguồn nhân lực du lịch. Giai đoạn 2020 - 2022, do ảnh hưởng của dịch bệnh, số lượng lao động trong ngành du lịch có sự sụt giảm từ khoảng 6.000 lao động trực tiếp năm 2020 xuống còn 5.100 lao động trực tiếp vào năm 2022, giảm 450 người/năm. Từ năm 2022 - 2025, số lượng lao động trực tiếp có xu hướng tăng nhẹ, đạt khoảng



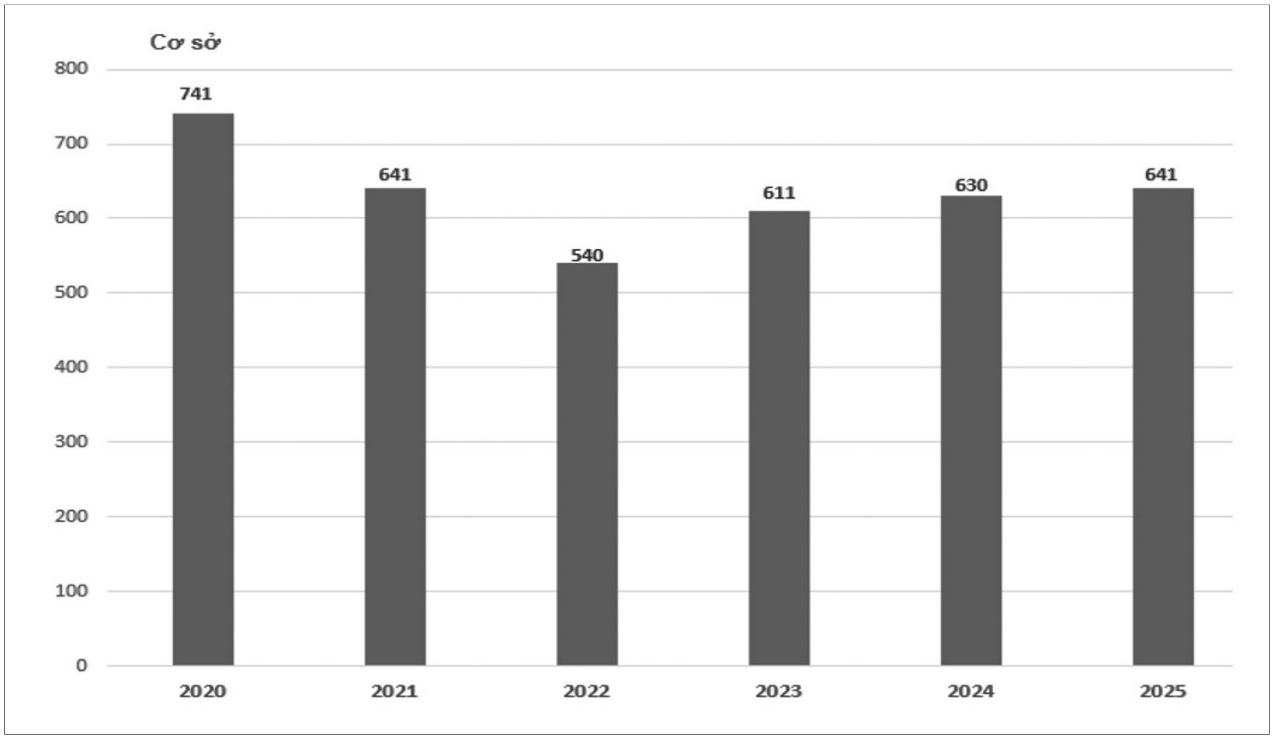
Hình 1: Doanh thu du lịch tỉnh Sơn La giai đoạn 2020-2025



Hình 2: Tổng lượt khách du lịch tỉnh Sơn La giai đoạn 2020-2025

Nguồn: Tác giả tự tổng hợp từ Niên giám Thống kê tỉnh Sơn La năm 2024 và website Sonla.gov.vn [2,6]

Hình 3: Các cơ sở lưu trú tại tỉnh Sơn La giai đoạn 2020 - 2025



Nguồn: Tác giả tự tổng hợp từ Niên giám Thống kê tỉnh Sơn La năm 2024 và website Sonla.gov.vn [2,6]

7000 người năm 2025, tức tăng khoảng 475 người/năm. Về chất lượng, tỷ lệ lao động ngành du lịch được đào tạo có xu hướng tăng rõ rệt những năm gần đây. Trong năm 2025, tỉnh đã tổ chức hơn 73 lớp đào tạo, tập huấn kỹ năng như hướng dẫn viên, lễ tân, phục vụ lưu trú, nghiệp vụ nhà hàng, thuyết minh văn hóa - lịch sử, kỹ năng truyền thông và ứng xử du lịch cộng đồng; bồi dưỡng kiến thức về văn hóa bản địa, bảo vệ môi trường và du lịch bền vững,… cho gần 2.700 lao động du lịch. Tuy nhiên, số lao động được đào tạo tập trung chủ yếu ở Khu du lịch Mộc Châu, tình trạng lao động làm việc theo mùa vụ, bán thời gian, chưa có được đào tạo vẫn còn chiếm số lượng lớn.

* *Sản phẩm du lịch:* Với lợi thế đa dạng các tài nguyên du lịch (Sơn La có lợi thế về địa hình, khí hậu, sinh vật cùng với 7 di sản văn hóa phi vật thể quốc gia, 96 di tích lịch sử - văn hóa, danh lam thắng cảnh độc đáo) nên sản phẩm du lịch của tỉnh cũng rất đa dạng và nổi bật. Các sản phẩm du lịch chính bao gồm: du lịch sinh thái nông nghiệp; du lịch văn hóa lịch sử; du lịch cộng đồng; du lịch nghỉ dưỡng, giải trí và sức khỏe; du lịch ẩm thực,… Nổi bật nhất là khu du lịch quốc gia Mộc Châu với đa dạng các hoạt động du lịch (trải nghiệm văn hóa Thái, Mông tại các bản làng, tham quan di tích lịch sử, du lịch lòng hồ thủy điện và khám phá thiên nhiên (đồi chè, thác nước), tham quan vườn mận, vườn hồng). Tuy nhiên một số điểm du lịch khác còn khá đơn điệu, các sản phẩm du lịch chưa được thiết kế bài bản, chưa có sự kết nối chặt chẽ theo tuyến.

3.2. Một số giải pháp thúc đẩy kinh tế du lịch Sơn La

Từ kết quả phân tích thực trạng kinh tế du lịch tỉnh Sơn La giai đoạn 2020 - 2025, bài viết đề xuất một số giải pháp sau:

- *Xây dựng cơ chế, chính sách liên quan đến kinh tế du lịch:* Cần xây dựng và triển khai chiến lược phát triển du lịch theo một lộ trình rõ ràng, có tính khả thi và gắn với các chỉ tiêu định lượng cụ thể; Cần thành lập Ban điều phối chiến lược du lịch Sơn La với các đại diện sở, ban, ngành liên quan; Cần gắn chỉ tiêu

chiến lược với nguồn lực cụ thể; Cần chi tiết hóa các tiêu chí đánh giá để đo lường tính hiệu quả của chiến lược du lịch, các dự án du lịch,…

- *Đẩy mạnh thu hút vốn đầu tư và hoàn thiện kết cấu hạ tầng du lịch:* tỉnh cần sớm xây dựng cơ chế ưu đãi đặc thù về đất đai, tín dụng, thuế và thủ tục hành chính, tạo môi trường đầu tư thông thoáng cho các doanh nghiệp lớn trong và ngoài nước; Ưu tiên đầu tư nâng cấp đồng bộ các tuyến đường liên kết các điểm du lịch trọng yếu như xương sống khủng long Tà Xùa, rừng thông Bản Áng, thác Dải Yếm, hang Dơi, đỉnh Pha Luông, Ngũ Động Bản Ôn, chùa Chiền Viện, Nhà tù Sơn La để tạo thành các tuyến du lịch hấp dẫn, đa dạng và có tính liên kết cao; Thiết lập hệ thống chứng nhận và đánh giá chất lượng dịch vụ homestay, nhà hàng, cơ sở lưu trú,…

- Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực phục vụ du lịch: cần phối hợp với cơ sở đào tạo tổ chức các khóa đào tạo gắn với thực tiễn, từ các lớp ngắn hạn đến các khóa chuyên sâu cho nhân viên khách sạn, nhà hàng, quản lý; Tăng cường trang bị ngoại ngữ (Anh, Trung) và kỹ năng mềm cho lao động phục vụ du lịch. Ngoài ra, cần phát triển đội ngũ hướng dẫn viên về số lượng, chất lượng và phân bố một cách hợp lý giữa các khu vực trong tỉnh.

- *Đa dạng hóa các sản phẩm du lịch:* Đa dạng gắn với việc mở rộng và nâng cao chất lượng các loại hình du lịch tại các bản làng dân tộc Mông, Thái, gắn với hoạt động trải nghiệm đời sống văn hóa, ẩm thực và phong tục truyền thống; đẩy mạnh phát triển du lịch nông nghiệp - nông thôn, khai thác thế mạnh từ đồi chè, vườn mận, trang trại bò sữa, cho phép du khách trực tiếp tham gia sản xuất, chế biến và thưởng thức sản phẩm địa phương; xây dựng các điểm và tuyến du lịch mạo hiểm và khám phá thiên nhiên như trekking, thám hiểm hang động, thác nước… để thu hút đa dạng khách hàng.

- *Tăng cường chương trình xúc tiến và quảng bá du lịch:* Xây dựng chương trình xúc tiến, quảng bá du lịch bài bản, hiệu quả; Tập trung vào những sản phẩm du lịch có sức cạnh tranh cao; Xây dựng các trung tâm thông tin du lịch, sản xuất và phát hành các ấn phẩm du lịch, tờ rơi, phim ảnh... cần triển khai xây dựng chiến lược truyền thông, quảng bá hình ảnh du lịch trên các kênh truyền thông đa nền tảng như Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, kết hợp với các sàn thương mại điện tử, ứng dụng đặt tour, đặt phòng trực tuyến (Traveloka, Booking, Agoda…).

- Gắn du lịch với bảo vệ môi trường: Hoàn thiện mô hình quản lý rác thải, chất thải tại các điểm du lịch trọng yếu, có biển chỉ dẫn cụ thể bằng các thứ tiếng; Tăng cường công tác giáo dục và nâng cao nhận thức về bảo vệ môi trường cho người dân địa phương, du khách và cán bộ, nhân viên phục vụ du lịch; Đẩy mạnh chương trình thu gom rác hữu cơ tại các homestay và nhà hàng; khuyến khích chế biến phân ủ tại trang trại nông nghiệp để phục vụ trồng trọt; Tăng cường giáo dục, truyền thông để nâng cao nhận thức và hành động của người dân.

4. Kết luận

Từ kết quả nghiên cứu thực trạng kinh tế du lịch tỉnh Sơn La giai đoạn 2020 - 2025 cho thấy: Với nhiều lợi thế về tài nguyên du lịch tự nhiên và nhân văn, tỉnh Sơn La có nhiều tiềm năng để phát triển kinh tế du lịch. Thực tế cho thấy, kinh tế du lịch của tỉnh trong những năm qua đạt được nhiều kết quả khả quan. Doanh thu du lịch và khách du lịch không ngừng tăng lên, các cơ sở lưu trú được cải thiện về số lượng và chất lượng; lao động du lịch không những tăng về số lượng mà còn được đào tạo nâng cao về chuyên môn, nghiệp vụ; sản phẩm du lịch ngày càng đa dạng, đặc sắc. Tuy nhiên, du lịch Sơn La vẫn còn một số vấn đề hạn chế như: chưa thu hút được đông đảo số du khách quốc tế, nhiều cơ sở lưu trú chưa đạt chuẩn; kết nối hạ tầng giao thông đến các khu, điểm du lịch chưa đồng bộ; Liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch còn lỏng lẻo, chưa có các tour du lịch hấp dẫn, độc đáo; hoạt động quảng bá du lịch chưa hiệu quả; nhiều nơi chưa thực sự chú ý đến vấn đề xử lý rác thải, gây ô nhiễm môi trường.

Từ kết quả phân tích thực trạng du lịch, 5 giải pháp lớn đã được đề xuất (Xây dựng cơ chế, chính sách liên quan đến kinh tế du lịch; Đẩy mạnh thu hút vốn đầu tư và hoàn thiện kết cấu hạ tầng du lịch; Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực phục vụ du lịch; Đa dạng hóa các sản phẩm du lịch; Tăng cường chương trình xúc tiến và quảng bá du lịch; Gắn du lịch với bảo vệ môi trường) nhằm mục tiêu đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh Sơn La trong giai đoạn tới ■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN VÀ THAM KHẢO:

1. Việt Anh (2024). Dấu ấn du lịch Sơn La. Truy cập tại https://baosonla.vn/du-lich/dau-an-du-lich-son-la-D0sTKtNHR.html.

2. Cục Thống kê tỉnh Sơn La (2023). Niên giám thống kê năm 2023, Sơn La.

3. Trần Hạnh Nguyên (2020). Giải pháp phát triển du lịch bền vững Sơn La. Luận văn Thạc sĩ, Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.

4. Quốc hội nước CHXHCN Việt Nam (2005). Luật Du lịch số 44/2005/QH11, ngày 14/6/2005. NXB Đồng Nai

5. Tỉnh ủy Sơn La (2021). Kết luận số 94-KL/TU ngày 23/1/2021 về Phát triển du lịch đến năm 2025 và định hướng đến 2030, Sơn La.

6. Cổng Thông tin điện tử tỉnh Sơn La. Truy cập tại Sonla.gov.vn.

Ngày nhận bài: 5/3/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 22/3/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 9/4/2026

CURRENT SITUATION AND SOLUTIONS FOR TOURISM ECONOMY DEVELOPMENT IN SON LA PROVINCE DURING THE 2020 - 2025 PERIOD

● **NGUYEN MINH NGUYET**
Academy of Journalism and Communication
Email: minhnguyet.ktct@gmail.com

ABSTRACT:

This study employs synthesis, document analysis, and field survey methods to examine the current state of the tourism economy in Son La province during the 2020 - 2025 period, using key indicators such as tourism revenue, tourist arrivals, infrastructure and facilities, tourism products, and the tourism workforce. The findings reveal that Son La's tourism economy has achieved notable growth over the period, although several constraints continue to hinder its development. On this basis, the study proposes a set of solutions aimed at promoting the sustainable development of the tourism economy in Son La province in the coming years.

Keywords: tourism, tourism economy, Son La province.

PHÁT TRIỂN VẬN TẢI THỦY NỘI ĐỊA GẮN VỚI MÔ HÌNH LOGISTICS ĐA PHƯƠNG THỨC TẠI KHU VỰC BẮC ĐỒNG NAI

● **VÕ THỊ THƯƠNG**
Trường Đại học Công nghệ Miền Đông
Email: thuongvt.mit@gmail.com

TÓM TẮT:

Bài viết nghiên cứu thực trạng giao thông vận tải và hoạt động logistics tại khu vực Bắc Đồng Nai trong bối cảnh nhu cầu vận chuyển hàng hóa ngày càng gia tăng. Kết quả nghiên cứu cho thấy, cơ cấu vận tải hiện vẫn phụ thuộc lớn vào đường bộ, làm gia tăng chi phí logistics và áp lực lên hệ thống hạ tầng giao thông. Trên cơ sở đánh giá tiềm năng khai thác sông Đồng Nai, nghiên cứu đề xuất phát triển vận tải thủy nội địa kết hợp vận tải đa phương thức và xây dựng ICD Trị An nhằm nâng cao hiệu quả kết nối logistics vùng. Nghiên cứu góp phần làm rõ vai trò của vận tải thủy nội địa trong tái cấu trúc hệ thống logistics theo hướng giảm chi phí, giảm áp lực giao thông và thúc đẩy logistics xanh tại khu vực Đông Nam Bộ.

Từ khóa: giao thông thủy nội địa, logistics, Bắc Đồng Nai, vận tải đa phương thức, ICD Trị An.

1. Đặt vấn đề

Bắc Đồng Nai đang trở thành khu vực phát triển công nghiệp và logistics quan trọng của vùng Đông Nam Bộ nhờ khả năng kết nối với Thành phố Hồ Chí Minh, tỉnh Bình Dương cũ, Tây Nguyên và cụm cảng Cái Mép - Thị Vải. Tuy nhiên, hoạt động vận tải hàng hóa hiện vẫn phụ thuộc chủ yếu vào đường bộ, làm gia tăng áp lực lên hạ tầng giao thông và chi phí logistics.

Trong khi đó, hệ thống sông Đồng Nai có tiềm năng lớn để phát triển vận tải thủy nội địa nhưng chưa được khai thác hiệu quả trong kết nối logistics vùng. Điều này cho thấy yêu cầu cần tái cấu trúc cơ cấu vận tải theo hướng đa phương thức nhằm giảm phụ thuộc vào đường bộ và nâng cao hiệu quả logistics. Trên cơ sở đó, bài viết phân tích thực trạng giao thông vận tải tại Bắc Đồng Nai và đề xuất định hướng phát triển vận tải thủy nội địa gắn với xây dựng ICD Trị An.

Điểm mới của nghiên cứu là tiếp cận vận tải thủy nội địa như một cấu phần của quá trình tái cấu trúc logistics vùng Đông Nam Bộ theo hướng đa phương thức và logistics xanh.

2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

2.1. Vận tải thủy nội địa và chuyển dịch phương thức vận tải

Vận tải thủy nội địa là phương thức vận chuyển có lợi thế về năng lực chuyên chở, chi phí trên đơn vị hàng hóa và mức phát thải tương đối thấp so với vận

tải đường bộ, đặc biệt đối với hàng rời, hàng container và hàng hóa khối lượng lớn. Theo World Bank (2022), phát triển vận tải thủy nội địa là một trong những hướng quan trọng nhằm nâng cao hiệu quả logistics tại các quốc gia có hệ thống sông ngòi thuận lợi.

Trong quản trị logistics hiện đại, chuyển dịch phương thức vận tải không có nghĩa là thay thế hoàn toàn đường bộ bằng đường thủy. Đường bộ vẫn giữ vai trò cần thiết trong khâu gom hàng, phân phối cuối cùng và kết nối cự ly ngắn. Tuy nhiên, đối với các tuyến vận chuyển khối lượng lớn và cự ly trung bình - dài, việc chuyển một phần lưu lượng từ đường bộ sang đường thủy có thể góp phần giảm chi phí, giảm ùn tắc và nâng cao độ ổn định của chuỗi cung ứng.

2.2. Vận tải đa phương thức và vai trò của ICD

Vận tải đa phương thức là mô hình tổ chức vận chuyển trong đó hàng hóa được di chuyển bằng nhiều phương thức vận tải khác nhau trên cùng một chuỗi logistics. Trong mô hình này, ICD hoặc cảng cạn đóng vai trò là điểm gom hàng, lưu kho, trung chuyển container, thực hiện thủ tục hải quan và kết nối giữa nguồn hàng nội địa với hệ thống cảng biển.

Đối với khu vực có mật độ công nghiệp cao như Đồng Nai, ICD có ý nghĩa quan trọng vì giúp rút ngắn khoảng cách logistics giữa doanh nghiệp sản xuất và cảng biển, đồng thời tạo điều kiện tổ chức vận tải đường thủy theo lô hàng đủ lớn. Một tuyến vận tải thủy nội địa chỉ có thể vận hành hiệu quả khi có điểm gom hàng ổn định, sản lượng đủ lớn và dịch vụ logistics hỗ trợ tại 2 đầu tuyến.

2.3. Logistics xanh và liên kết vùng

Logistics xanh hướng đến giảm chi phí xã hội và tác động môi trường của hoạt động vận tải, lưu kho và phân phối. Trong bối cảnh áp lực giảm phát thải ngày càng gia tăng, phát triển vận tải thủy nội địa có thể góp phần giảm lượng xe tải và container lưu thông trên đường bộ, qua đó hỗ trợ mục tiêu phát triển bền vững. Tuy nhiên, hiệu quả môi trường chỉ rõ rệt khi vận tải thủy được tổ chức trên quy mô đủ lớn và được kết nối đồng bộ với cảng biển, khu công nghiệp và trung tâm logistics.

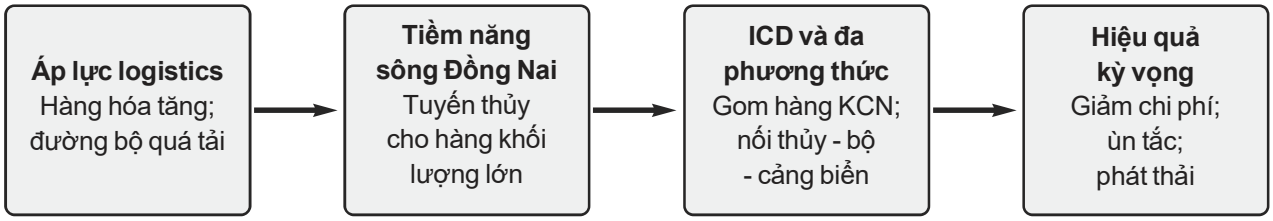
Đối với Đông Nam Bộ, logistics không thể được xử lý trong phạm vi từng địa phương riêng lẻ. Đồng Nai, Thành phố Hồ Chí Minh, Bình Dương và Bà Rịa - Vũng Tàu có quan hệ phụ thuộc lẫn nhau trong mạng lưới sản xuất, vận tải và cảng biển. Vì vậy, phát triển vận tải thủy tại Bắc Đồng Nai cần được đặt trong hành lang logistics liên vùng thay vì chỉ xem là một dự án hạ tầng địa phương.

2.4. Khung phân tích đề xuất

Từ các cơ sở trên, nghiên cứu xây dựng khung phân tích theo logic: nhu cầu hàng hóa gia tăng và phụ thuộc đường bộ tạo ra áp lực logistics; sông Đồng Nai cung cấp tiềm năng chuyển dịch một phần lưu lượng sang đường thủy; ICD và bến thủy container là điều kiện tổ chức vận tải đa phương thức; kết quả kỳ vọng là giảm chi phí logistics, giảm áp lực đường bộ, nâng cao kết nối vùng và hỗ trợ logistics xanh.

Khung phân tích phát triển vận tải thủy nội địa gắn với logistics đa phương thức: (Hình 1)

Hình 1. Khung phân tích phát triển vận tải thủy nội địa gắn với logistics đa phương thức



Logic nghiên cứu: vận tải thủy chỉ hiệu quả khi gắn với ICD, nguồn hàng và hành lang cảng biển

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp định tính dựa trên phân tích tài liệu thứ cấp. Nguồn dữ liệu gồm báo cáo logistics Việt Nam, quy hoạch giao thông, niên

giám thống kê, báo cáo ngành và các nghiên cứu liên quan đến vận tải thủy nội địa, ICD và logistics xanh trong giai đoạn 2020-2025. Phương pháp phân tích hệ thống được sử dụng để xem xét quan hệ giữa nguồn hàng, cơ cấu vận tải, hạ tầng thủy, ICD và hệ thống cảng biển. Phương pháp so sánh được sử dụng nhằm đánh giá lợi thế tương đối của vận tải thủy so với đường bộ về chi phí, năng lực chuyên chở, áp lực hạ tầng và phát thải.

Do nghiên cứu sử dụng dữ liệu thứ cấp và chưa có khảo sát doanh nghiệp logistics, các kết luận về hiệu quả kinh tế được trình bày theo hướng định tính và định hướng chính sách. Việc lượng hóa chi phí đầu tư, sản lượng khai thác tối thiểu, thời gian hoàn vốn và lượng phát thải giảm cần được thực hiện trong nghiên cứu khả thi tiếp theo. (Bảng 1)

Bảng 1. Khung tiêu chí phân tích trong nghiên cứu

Nhóm tiêu chí	Nội dung đánh giá	Ý nghĩa phân tích
Nhu cầu vận tải	Sản lượng hàng hóa, tốc độ tăng trưởng, nguồn hàng công nghiệp	Xác định áp lực logistics và nhu cầu chuyển dịch vận tải
Cơ cấu vận tải	Mức độ phụ thuộc vào đường bộ và khả năng khai thác đường thủy	Đánh giá mất cân đối trong tổ chức vận tải vùng
Hạ tầng thủy	Luồng tuyến, độ sâu, tĩnh không cầu, bến thủy container	Xác định điều kiện kỹ thuật để khai thác vận tải thủy
Kết nối logistics	Khu công nghiệp, ICD, cảng biển và tuyến giao thông liên vùng	Đánh giá khả năng tổ chức vận tải đa phương thức
Hiệu quả kỳ vọng	Chi phí, ùn tắc, phát thải, độ ổn định chuỗi cung ứng	Làm cơ sở đề xuất giải pháp và lộ trình thực hiện

4. Thực trạng phát triển giao thông vận tải và logistics tại Bắc Đồng Nai

4.1. Áp lực từ vận tải đường bộ

Bắc Đồng Nai hiện tập trung nhiều hoạt động công nghiệp và logistics của vùng Đông Nam Bộ. Tuy nhiên, phần lớn hàng hóa vẫn được vận chuyển bằng đường bộ thông qua Quốc lộ 1, Quốc lộ 51 và các tuyến kết nối với Thành phố Hồ Chí Minh.

Theo Tài chính (2022), chi phí logistics tại Việt Nam hiện chiếm khoảng 16-20% GDP, cao hơn nhiều quốc gia trong khu vực. Sự phụ thuộc lớn vào vận tải đường bộ làm gia tăng ùn tắc giao thông, kéo dài thời gian vận chuyển và làm giảm hiệu quả logistics vùng.

Từ góc độ logistics, cơ cấu vận tải phụ thuộc quá lớn vào đường bộ không chỉ làm tăng chi phí vận chuyển mà còn khiến chuỗi cung ứng dễ bị tác động bởi ùn tắc giao thông và biến động chi phí nhiên liệu (Bộ Công Thương, 2023).

4.2. Xu hướng sản lượng vận tải hàng hóa giai đoạn 2020-2024

Sản lượng vận tải hàng hóa tại Đồng Nai có xu hướng tăng trong giai đoạn 2020-2024 cùng với sự phục hồi của sản xuất công nghiệp và thương mại. Tuy nhiên, mức tăng này chủ yếu vẫn dựa vào đường bộ, trong khi vận tải thủy nội địa chưa trở thành phương thức chủ lực trong kết nối logistics vùng. (Bảng 2)

Dữ liệu cho thấy, nhu cầu vận tải hàng hóa tăng nhanh, đặc biệt từ năm 2022 đến năm 2024. Nếu cơ cấu vận tải không được điều chỉnh, tăng trưởng sản lượng có thể tiếp tục chuyển hóa thành áp lực lên đường bộ, làm tăng chi phí logistics trong dài hạn. Mặt khác, việc năm 2024 bắt đầu xuất hiện xu hướng kết hợp đường bộ và đường thủy cho thấy nhu cầu chuyển dịch phương thức vận tải đã hình

Bảng 2. Thực trạng sản lượng vận tải hàng hóa giai đoạn 2020-2024

Đơn vị tính: triệu tấn; %

Năm	Sản lượng vận tải hàng hóa	Tốc độ tăng trưởng	Phương thức chủ đạo
2020	63,5	-3,2	Đường bộ
2021	68,2	7,4	Đường bộ
2022	75,6	10,8	Đường bộ
2023	84,7	12,0	Đường bộ
2024	95,8	13,1	Đường bộ kết hợp đường thủy

Nguồn: Tổng hợp từ Cục Thống kê Đồng Nai (2025), Báo cáo Logistics Việt Nam 2024.

thành nhưng cần được hỗ trợ bằng hạ tầng và cơ chế tổ chức phù hợp.

4.3. Hạn chế trong khai thác vận tải thủy nội địa

Sông Đồng Nai có lợi thế kết nối với không gian cảng biển và các trung tâm sản xuất của vùng Đông Nam Bộ. Tuy nhiên, vận tải thủy nội địa tại khu vực Bắc Đồng Nai vẫn gặp nhiều hạn chế. Về hạ tầng, một số đoạn luồng chưa đáp ứng yêu cầu khai thác tàu trọng tải lớn do hạn chế về độ sâu, tĩnh không cầu, bến xếp dỡ và thiết bị phục vụ container. Về dịch vụ logistics, khu vực chưa có trung tâm gom hàng đủ quy mô để tạo sản lượng ổn định cho vận tải thủy.

Ngoài ra, vận tải thủy nội địa thường có lợi thế khi hàng hóa được gom đủ khối lượng và có lịch vận hành ổn định. Nếu thiếu ICD, bến thủy container và liên kết với khu công nghiệp, đường thủy khó cạnh tranh với đường bộ về tính linh hoạt. Vì vậy, hạn chế lớn nhất không chỉ là luồng tuyến, mà còn là thiếu một mô hình tổ chức logistics tích hợp giữa nguồn hàng, ICD, vận tải thủy và cảng biển.

4.4. Hàm ý đối với phát triển logistics vùng

Thực trạng trên cho thấy, điểm nghẽn logistics tại Bắc Đồng Nai xuất phát từ sự mất cân đối trong cơ cấu vận tải và thiếu điểm kết nối đa phương thức. Trong bối cảnh sản lượng hàng hóa tăng nhanh, phát triển hành lang vận tải thủy nội địa gắn với ICD có thể trở thành hướng tái cấu trúc logistics vùng, giúp phân bổ lại lưu lượng hàng hóa, giảm áp lực đường bộ và nâng cao khả năng kết nối với cảng biển Đông Nam Bộ.

5. Định hướng chiến lược phát triển vận tải thủy nội địa kết nối Bắc Đồng Nai

5.1. Phát triển hành lang vận tải thủy nội địa trên sông Đồng Nai

Định hướng trọng tâm là hình thành hành lang vận tải thủy nội địa kết nối nguồn hàng công nghiệp tại Bắc Đồng Nai với hệ thống cảng biển Đông Nam Bộ. Trong mô hình này, đường bộ thực hiện chức năng gom hàng từ khu công nghiệp, cụm công nghiệp và doanh nghiệp sản xuất đến điểm trung chuyển; vận tải thủy đảm nhận vận chuyển khối lượng lớn đến cảng biển hoặc các trung tâm logistics liên vùng.

Mô hình này không loại bỏ vai trò của đường bộ mà tái phân công chức năng giữa các phương thức vận tải. Đường bộ nên được sử dụng cho chặng ngắn, linh hoạt và có yêu cầu giao hàng trực tiếp; đường thủy nên được sử dụng cho chặng vận chuyển khối lượng lớn, có lịch trình ổn định và kết nối với cảng biển. Cách tổ chức này giúp giảm số chuyến xe container trên quốc lộ, đồng thời nâng cao tính ổn định của chuỗi cung ứng.

5.2. Đề xuất hình thành ICD Trị An như một nút logistics vùng

Nghiên cứu đề xuất xây dựng ICD Trị An trở thành trung tâm logistics chiến lược của khu vực Bắc Đồng Nai. ICD này không chỉ thực hiện chức năng trung chuyển container mà còn tích hợp lưu kho, thông quan và các dịch vụ logistics giá trị gia tăng.

Từ góc độ logistics vùng, ICD Trị An có thể đóng vai trò "nút trung chuyển logistics" giúp điều tiết lưu lượng hàng hóa giữa khu vực công nghiệp Bắc Đồng Nai với hệ thống cảng biển Đông Nam Bộ.

5.3. Hoàn thiện hạ tầng và dịch vụ hỗ trợ vận tải thủy

Để vận tải thủy nội địa phát huy hiệu quả, cần ưu tiên đầu tư nâng cấp hạ tầng giao thông thủy trên sông Đồng Nai thông qua nạo vét luồng tuyến, nâng tĩnh không cầu và phát triển hệ thống bến thủy container.

Bên cạnh đó, cần tăng cường liên kết quy hoạch giữa Đồng Nai với Thành phố Hồ Chí Minh, nhằm hình thành hành lang logistics liên vùng.

5.4. Lộ trình triển khai chiến lược

Để nâng cao tính khả thi, chiến lược phát triển vận tải thủy nội địa tại Bắc Đồng Nai nên được triển khai theo lộ trình nhiều giai đoạn thay vì đầu tư đồng loạt. Lộ trình đề xuất được trình bày ở Bảng 3.

Phát triển vận tải đa phương thức giúp nâng cao tính ổn định của chuỗi cung ứng, giảm phụ thuộc vào vận tải đường bộ và tăng hiệu quả kết nối giữa Đồng Nai với Thành phố Hồ Chí Minh và cụm cảng Cái Mép - Thị Vải.

6.3. Hiệu quả môi trường và logistics xanh

Vận tải thủy nội địa thường có cường độ phát thải thấp hơn so với vận tải đường bộ trên cùng khối lượng vận chuyển. Vì vậy, phát triển hành lang vận tải thủy có thể hỗ trợ mục tiêu giảm phát thải trong logistics. Tuy nhiên, hiệu quả môi trường cần được lượng hóa bằng các chỉ tiêu như số chuyến xe giảm, lượng nhiên liệu tiết kiệm và lượng CO_2 giảm tương ứng. Đây là nội dung cần được bổ sung trong các nghiên cứu tiếp theo.

6.4. Điều kiện thực hiện

Để chiến lược có tính khả thi, cần bảo đảm 4 nhóm điều kiện. *Thứ nhất,* phải có sản lượng hàng hóa ổn định từ các khu công nghiệp và doanh nghiệp sản xuất. *Thứ hai,* cần hoàn thiện hạ tầng luồng tuyến, bến thủy và thiết bị xếp dỡ. *Thứ ba,* ICD Trị An cần được tích hợp với mạng lưới cảng biển và dịch vụ logistics hiện hữu. *Thứ tư,* cần có cơ chế phối hợp liên vùng về quy hoạch, đầu tư, khai thác và chia sẻ dữ liệu logistics.

Bảng 3. Lộ trình đề xuất phát triển vận tải thủy nội địa kết nối Bắc Đồng Nai

Giai đoạn	Trọng tâm triển khai	Kết quả kỳ vọng
2026-2030	Rà soát quy hoạch, khảo sát luồng tuyến, xác định vị trí ICD và thí điểm tuyến thủy	Có cơ sở khả thi ban đầu cho hành lang vận tải thủy
2030-2035	Đầu tư bến thủy container, hoàn thiện ICD, kết nối khu công nghiệp và cảng biển	Hình thành mô hình vận tải đa phương thức ổn định
Sau 2035	Mở rộng hành lang logistics thủy liên vùng, tích hợp số hóa và tiêu chuẩn xanh	Tạo mạng lưới logistics bền vững và cạnh tranh hơn

6. Đánh giá hiệu quả và điều kiện thực hiện

6.1. Hiệu quả kinh tế logistics

Việc chuyển dịch một phần hàng hóa từ đường bộ sang đường thủy có thể giúp giảm chi phí vận chuyển đối với các lô hàng khối lượng lớn và container trung chuyển. Hiệu quả này đến từ năng lực chuyên chở lớn hơn của phương tiện thủy, khả năng giảm số chuyến xe đường bộ và giảm rủi ro chi phí do ùn tắc. Tuy nhiên, mức giảm chi phí phụ thuộc vào sản lượng hàng hóa đủ lớn, lịch vận hành ổn định và chi phí trung chuyển tại ICD.

6.2. Hiệu quả đối với kết nối logistics vùng

7. Kết luận

Trong bối cảnh áp lực logistics và giao thông tại Đông Nam Bộ ngày càng gia tăng, phát triển vận tải thủy nội địa kết nối Bắc Đồng Nai không còn là giải pháp mang tính bổ trợ mà đã trở thành

Bảng 4. Nhóm hiệu quả và chỉ tiêu cần lượng hóa trong nghiên cứu khả thi

Nhóm hiệu quả	Chỉ tiêu cần theo dõi	Ý nghĩa
Kinh tế	Chi phí/tấn-km; chi phí/container; thời gian vận chuyển	Đánh giá lợi ích trực tiếp đối với doanh nghiệp
Giao thông	Số chuyến xe container giảm; mức giảm áp lực trên tuyến quốc lộ	Đánh giá tác động đến hạ tầng đường bộ
Môi trường	Nhiên liệu tiết kiệm; lượng CO_2 giảm	Đánh giá đóng góp cho logistics xanh
Liên kết vùng	Số tuyến kết nối ICD - cảng biển; sản lượng qua ICD	Đánh giá năng lực kết nối logistics liên vùng

yêu cầu có tính chiến lược đối với phát triển logistics vùng.

Kết quả nghiên cứu cho thấy, sông Đồng Nai có tiềm năng lớn để hình thành hành lang vận tải container thủy nội địa kết nối với hệ thống cảng biển khu vực. Việc phát triển vận tải đa phương thức kết hợp với xây dựng ICD Trị An không chỉ giúp giảm chi phí logistics mà còn góp phần tái cấu trúc hệ thống logistics theo hướng bền vững hơn.

Trong dài hạn, vận tải thủy nội địa có thể trở thành động lực quan trọng trong quá trình tái cấu trúc không gian logistics vùng Đông Nam Bộ theo hướng hiệu quả, cân bằng và thích ứng với xu thế logistics xanh hiện nay ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Bộ Công Thương (2023). Báo cáo thươngics Việt Nam 2022: Logistics xanh. Hà Nội.

Bộ Xây dựng (2021). Quy hoạch kết cấu hạ tầng đường thủy nội địa thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050. Hà Nội.

Bộ Tài chính (2022). Báo cáo logistics Việt Nam 2022: Logistics xanh. Hà Nội.

Chính phủ Nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2023). Quy hoạch tỉnh Đồng Nai thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050. Hà Nội.

Hoàng Văn Châu (2023). Phát triển cảng cạn ICD trong chuỗi logistics khu vực phía Nam. Tạp chí Công Thương, số 6 tháng 3, 112-118.

Lê Anh Tuấn (2021). Vai trò của vận tải thủy nội địa trong phát triển logistics xanh tại Việt Nam. Tạp chí Kinh tế và Dự báo, 18, 67-71.

Nguyễn Văn Chương, Trần Minh Đức (2022). Phát triển vận tải thủy nội địa gắn với logistics vùng Đông Nam Bộ. Tạp chí Giao thông Vận tải, 11, 45-52.

Nguyễn Văn Dũng, Phạm Thị Mai (2022). Vai trò của vận tải đa phương thức trong phát triển chuỗi cung ứng bền vững tại Việt Nam. Tạp chí Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương, 614, 45-49.

Nguyễn Xuân Trường (2020). Phát triển logistics vùng Đông Nam Bộ trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế. Tạp chí Công Thương, số 12 tháng 6, 98-103.

Phạm Xuân Mai (2020). Định hướng phát triển giao thông vận tải vùng Đông Nam Bộ theo hướng bền vững. Tạp chí Khoa học Giao thông Vận tải, 71(4), 15-24.

Cục Thống kê (2024). Niên giám thống kê Việt Nam 2024. Hà Nội: Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội.

Viện Chiến lược và Phát triển Giao thông Vận tải (2023). Nghiên cứu phát triển vận tải đa phương thức và logistics xanh tại Việt Nam. Hà Nội.

OECD (2021). Decarbonising Freight Transport in Emerging Economies. Paris: OECD Publishing.

World Bank (2022). Vietnam Logistics Development and Inland Waterway Transport Report. Washington, DC.

Asian Development Bank (ADB) (2021). Strengthening Inland Waterway Transport Connectivity in Southeast Asia. Manila.

Ngày nhận bài: 5/3/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 22/3/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 9/4/2026

DEVELOPING INLAND WATERWAY TRANSPORT IN ASSOCTIATION WITH A MULTIMODAL LOGISTICS MODEL IN THE NORTH DONG NAI REGION

● **VO THI THUONG**
Mien Dong University of Technology
Email: thuongvt.mit@gmail.com

ABSTRACT:

This study examines the current state of transport and logistics development in North Dong Nai amid rising freight demand. The findings indicate that freight transport in the region remains heavily dependent on road networks, leading to high logistics costs and mounting pressure on transport infrastructure. Drawing on the strategic advantages of the Dong Nai River, the study explores the development of inland waterway transport in combination with a multimodal transport model and the establishment of Tri An ICD to enhance regional logistics connectivity. The study highlights the role of inland waterway transport in restructuring the regional logistics system toward lower costs, reduced road congestion, and greener logistics development in Southeast Vietnam.

Keywords: inland waterway transport, logistics, North Dong Nai, multimodal transport, Tri An ICD.

PHÁT TRIỂN NGÀNH CÔNG NGHIỆP CHẾ TẠO MÁY CÔNG NGHỆ CAO VIỆT NAM: THỰC TRẠNG, KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VÀ NHIỆM VỤ, GIẢI PHÁP

● **TRẦN THỊ HOA LÝ**
Khoa Lý luận chính trị và Pháp luật,
Trường Đại học Điện lực

TÓM TẮT:

Ngành công nghiệp chế tạo máy công nghệ cao của Việt Nam, đặc biệt là máy công cụ CNC, thiết bị cơ khí chính xác, robot công nghiệp và dây chuyền tự động hóa, là nền tảng để nâng cao năng suất, nội địa hóa thiết bị sản xuất và tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị toàn cầu. Việt Nam có dư địa lớn nhờ quy mô thị trường cơ khí nội địa, nhu cầu từ công nghiệp ô tô - xe điện, điện tử, năng lượng, hạ tầng và bán dẫn. Trên cơ sở phân tích thực trạng trong nước và kinh nghiệm quốc tế, bài viết đề xuất định hướng phát triển ngành, tập trung vào các phân khúc có lợi thế cạnh tranh nhằm phát triển bền vững ngành công nghiệp chế tạo máy công nghệ cao tại Việt Nam.

Từ khóa: chế tạo máy công nghệ cao, máy công cụ, CNC, cơ khí chính xác, công nghiệp hỗ trợ, đổi mới sáng tạo.

1. Đặt vấn đề

Trong tiến trình công nghiệp hóa, chế tạo máy được xem là máy cái của nền công nghiệp với vai trò tạo ra thiết bị, dây chuyền và công cụ sản xuất cho các ngành. Trong quá trình chuyển dịch sản xuất từ thâm dụng lao động, vốn sang dựa trên công nghệ, ngành chế tạo máy công nghệ cao là năng lực nền tảng để tiến tới tự chủ công nghiệp, phát triển công nghiệp hỗ trợ, tăng tỷ lệ nội địa hóa và giảm phụ thuộc nhập khẩu thiết bị. Trong phạm vi bài viết, ngành công nghiệp chế tạo máy công nghệ cao được hiểu là tổ hợp các hoạt động nghiên cứu, thiết kế, chế tạo, tích hợp và dịch vụ kỹ thuật đối với máy công cụ CNC, thiết bị cơ khí chính xác, robot công nghiệp, hệ thống tự động hóa, dây chuyền sản xuất thông minh và các linh kiện lõi, hệ thống đo lường và phần mềm điều khiển.

Nghị quyết số 57-NQ/TW ngày 22/12/2024 của Bộ Chính trị về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia xác định khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số là đột phá quan trọng hàng đầu để phát triển lực lượng sản xuất hiện đại; đồng thời nhấn mạnh thể chế, nhân lực, hạ tầng, dữ liệu và công nghệ chiến lược là các nội dung trọng tâm. Trong bối cảnh đó, phát triển chế tạo máy công nghệ cao có ý nghĩa trực tiếp đối với mục tiêu nâng cao năng suất, chuyển dịch mô hình tăng trưởng và hình thành năng lực cạnh tranh công nghiệp nội sinh của Việt Nam.

2. Thực trạng và xu hướng phát triển ngành chế tạo máy công nghệ cao trên thế giới

Trên thế giới, ngành chế tạo máy công nghệ cao tập trung ở những quốc gia có nền công nghiệp cơ khí chính xác, điện tử điều khiển và hệ sinh thái nhà cung ứng linh kiện sâu rộng. Trung Quốc dẫn đầu về quy mô sản xuất máy công cụ nhờ thị trường nội địa lớn và năng lực sản xuất hàng loạt. Đức và Nhật Bản giữ vị thế nổi bật ở phân khúc chính xác cao, độ bền, độ tin cậy và tiêu chuẩn kỹ thuật. Mỹ có thế mạnh về phần mềm, giao diện vận hành và các giải pháp hướng tới xưởng nhỏ và vừa. Đài Loan (Trung Quốc) và Hàn Quốc phát triển mạnh phân khúc tầm trung, có khả năng cân bằng giữa chi phí, độ chính xác và dịch vụ sau bán hàng.

Cấu trúc này cho thấy cạnh tranh trong ngành không chỉ ở giá máy, mà ở hệ sinh thái công nghệ gồm vật liệu, linh kiện chính xác, phần mềm điều khiển, tiêu chuẩn, dịch vụ bảo trì và mạng lưới khách hàng đầu tàu.

Hiện nay, quá trình tự động hóa tiếp tục gia tăng trên phạm vi toàn cầu. Theo International Federation of Robotics (2025), năm 2024 thế giới lắp đặt khoảng 542.000 robot công nghiệp, cao hơn hơn hai lần so với mười năm trước, Trong đó, châu Á chiếm 74% số robot lắp đặt mới, châu Âu chiếm 16% và châu Mỹ chiếm 9%. Các thị trường lớn nhất về robot công nghiệp là Trung Quốc, Nhật Bản, Hoa Kỳ, Hàn Quốc và Đức, chiếm khoảng 80% lượng lắp đặt toàn cầu.

Có thể khái quát 5 xu hướng lớn trên thế giới. Thứ nhất, chuyển từ máy 3 trục, máy đơn lẻ sang máy gia công đa trục, 5 trục đồng thời, máy phức hợp và dây chuyền tích hợp robot, đáp ứng nhu cầu gia công các chi tiết có hình học phức tạp trong ô tô điện, hàng không, thiết bị y tế, năng lượng, bán dẫn. Thứ hai, số hóa máy công cụ như cảm biến, IoT, dữ liệu sản xuất, bảo trì và điều khiển dựa trên AI giúp máy trở thành một điểm dữ liệu trong nhà máy thông minh, không chỉ là thiết bị cơ khí độc lập. Thứ ba, sản xuất xanh và tiết kiệm năng lượng trở thành tiêu chuẩn cạnh tranh, đặc biệt trong bối cảnh yêu cầu phát triển bền vững, carbon thấp và truy xuất nguồn gốc của các chuỗi cung ứng toàn cầu. Thứ tư, dịch vụ hóa thiết bị, gồm bảo trì từ xa, thuê máy theo giờ vận hành, nâng cấp phần mềm và cung cấp giải pháp trọn gói, làm thay đổi mô hình kinh doanh của nhà chế tạo máy. Thứ năm, tái cấu trúc chuỗi cung ứng theo hướng khu vực hóa và đa dạng hóa địa điểm sản xuất, tạo cơ hội cho các quốc gia mới nổi tham gia chuỗi cung ứng, nhưng cũng đặt ra yêu cầu rất cao về tiêu chuẩn, chất lượng, giao hàng và an ninh dữ liệu.

Kinh nghiệm của các quốc gia thành công là không phát triển ngành chế tạo máy chỉ bằng ưu đãi thuế hoặc tín dụng, mà đồng thời tạo thị trường đầu ra, phát triển nhà cung ứng linh kiện, đầu tư hạ tầng kiểm định - đo lường, chuẩn hóa sản phẩm, đặt hàng R&D và xây dựng mạng lưới đào tạo kỹ thuật viên, kỹ sư thiết kế, kỹ sư phần mềm điều khiển. Đối với Việt Nam, định hướng này có ý nghĩa chiến lược, việc phát triển ngành cần được thiết kế theo chuỗi giá trị hoàn chỉnh, tránh chỉ dừng ở nhập linh kiện để lắp ráp máy.

3. Thực trạng phát triển ngành chế tạo máy công nghệ cao tại Việt Nam

Ngành cơ khí Việt Nam đã có nền tảng nhất định, nhưng năng lực chế tạo máy công nghệ cao còn phân hóa mạnh. Ở phân khúc phổ thông, một số doanh nghiệp trong nước đã thiết kế, chế tạo hoặc lắp ráp được máy cắt laser CNC, plasma CNC, router gỗ CNC, máy khắc, máy cắt theo đơn hàng và các dây chuyền tự động hóa chuyên dụng. Ở phân khúc trung cấp, đã có các doanh nghiệp có khả năng tích hợp hệ thống, tùy biến máy, chế tạo khung máy, vỏ máy, đồ gá và lắp ráp máy phay, tiện CNC phục vụ gia công cơ khí. Tuy nhiên, ở phân khúc chính xác cao và siêu chính xác, phần lớn linh kiện lõi, cảm biến và phần mềm vẫn phụ thuộc nhập khẩu.

Về quy mô thị trường, theo số liệu của Bộ Công Thương (2022), tổng nhu cầu thị trường cơ khí của Việt Nam đến năm 2030 có thể đạt hơn 300 tỷ USD, trong khi ngành cơ khí trong nước mới đáp ứng khoảng gần một phần ba nhu cầu. Cũng theo Bộ Công Thương và Hiệp hội Doanh nghiệp Cơ khí Việt Nam (VAMI), các công trình công nghiệp, đường sắt, đường sắt đô thị, ô tô, năng lượng và thiết bị công nghiệp tạo dư địa thị trường quan trọng cho chế tạo máy, nhưng cũng nhiều thách thức, nếu năng lực trong nước không được nâng cấp nhanh, thị trường sẽ được lấp đầy bởi máy móc nhập khẩu hoặc doanh nghiệp FDI.

Năng lực cạnh tranh hiện nay của Việt Nam chủ yếu nằm ở 4 điểm: chi phí kỹ sư và lao động kỹ thuật cạnh tranh; khả năng tùy biến sản phẩm theo nhu

cầu khách hàng nội địa; dịch vụ kỹ thuật tại chỗ nhanh hơn hàng nhập khẩu; lợi thế phần mềm, công nghệ thôngtin, AI, IoT. Đây là lợi thế để Việt Nam phát triển dòng máy CNC thông minh trong tầm giá, tức là không cạnh tranh trực diện với Đức, Nhật ở máy siêu chính xác ngay từ đầu, cũng không cạnh tranh bằng giá thấp nhất với Trung Quốc, mà cạnh tranh bằng tỷ lệ hiệu năng so với giá, độ phù hợp với các nhà máy, xưởng sản xuất Việt Nam, bảo trì nhanh, bảo mật dữ liệu và tích hợp phần mềm quản lý sản xuất.

Tuy nhiên, các nút thắt còn rất rõ. Thứ nhất, thị trường đơn hàng lớn cho doanh nghiệp trong nước chưa ổn định, khiến doanh nghiệp thiếu động lực đầu tư dài hạn vào R&D và dây chuyền sản xuất máy. Thứ hai, chi phí vốn và thời gian thu hồi vốn dài không phù hợp với đặc thù ngành chế tạo máy, cần thử nghiệm nhiều vòng và rủi ro kỹ thuật. Thứ ba, công nghiệp hỗ trợ cho linh kiện chính xác còn yếu. Thứ tư, hệ thống tiêu chuẩn, thử nghiệm, đo lường và chứng nhận chưa đủ mạnh để tạo niềm tin cho người mua trong nước và quốc tế. Thứ năm, nhân lực liên ngành cơ khí - điện tử - phần mềm - điều khiển còn thiếu.

Tiềm năng của Việt Nam đến từ sự hội tụ của thị trường và chính sách. Nhu cầu thiết bị từ các khu công nghiệp FDI, chuỗi cung ứng điện tử, ô tô - xe điện, hạ tầng đường sắt, năng lượng và công nghiệp bán dẫn làm tăng yêu cầu về máy móc chính xác, tự động hóa và kiểm định chất lượng. Nếu kết nối được khách hàng đầu tàu với doanh nghiệp cơ khí, phần mềm, viện nghiên cứu và trường đại học, Việt Nam có thể bắt đầu từ máy phổ thông thông minh, tiến tới máy 3-4 trục chính xác trung cấp, sau đó phát triển hệ thống 5 trục, robot và dây chuyền chuyên dụng cho những ngành có nhu cầu nội địa rõ ràng.

4. Hệ thống chiến lược, cơ chế, chính sách đã ban hành

Khung chính sách hiện nay của Việt Nam đã hình thành tương đối đầy đủ.

Thứ nhất là về chiến lược ngành. Quyết định số 319/QĐ-TTg phê duyệt Chiến lược phát triển ngành cơ khí Việt Nam đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2035 đã xác định cơ khí là ngành công nghiệp nền tảng, có ý nghĩa chiến lược, đặt mục tiêu đến năm 2035 đa số chuyên ngành cơ khí có công nghệ tiên tiến, chất lượng đạt tiêu chuẩn quốc tế, sử dụng năng lượng tiết kiệm, hiệu quả, ưu tiên phát triển ô tô, máy nông nghiệp, thiết bị công trình, thiết bị công nghiệp, thiết bị điện và công nghiệp hỗ trợ.

Thứ hai là về chính sách công nghệ cao. Quyết định số 130/QĐ-TTg ban hành Chương trình quốc gia phát triển công nghệ cao đến năm 2030 với mục tiêu nghiên cứu, làm chủ, phát triển và ứng dụng hiệu quả công nghệ cao; phát triển một số ngành công nghiệp công nghệ cao và doanh nghiệp sản xuất sản phẩm công nghệ cao, tạo cơ sở để lồng ghép phát triển máy công cụ CNC, robot, tự động hóa, vật liệu mới, công nghệ điều khiển và phần mềm công nghiệp vào các nhiệm vụ nghiên cứu, ứng dụng, thương mại hóa. Luật Công nghệ cao năm 2025 tiếp tục mở rộng khung chính sách sang công nghệ chiến lược, doanh nghiệp công nghệ chiến lược, sản phẩm công nghệ chiến lược và hệ sinh thái công nghệ cao.

Thứ ba là về chính sách công nghiệp hỗ trợ. Nghị định số 205/2025/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung Nghị định số 111/2015/NĐ-CP về phát triển công nghiệp hỗ trợ bổ sung các cơ chế hỗ trợ ứng dụng, chuyển giao công nghệ, đào tạo nhân lực, bảo vệ môi trường, hỗ trợ pháp lý và đặc biệt là hỗ trợ thử nghiệm, kiểm định, giám định, chứng nhận chất lượng.

Thứ tư là về chính sách khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số. Nghị quyết số 57-NQ/TW và Nghị quyết số 03/NQ-CP yêu cầu hoàn thiện thể chế, chấp nhận rủi ro trong nghiên cứu, phát triển công nghệ chiến lược, tăng đầu tư cho hạ tầng khoa học công nghệ, phát triển nhân lực và thúc đẩy đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp. Quyết định số 116/QĐ-BCT của Bộ Công Thương đã cụ thể hóa các nội dung này, gồm cơ chế đặc thù về đầu tư, mua sắm công đối với sản phẩm là kết quả nghiên cứu; xây dựng lộ trình hoàn thiện hệ thống TCVN, QCVN đến năm 2030; triển khai các cụm, chuỗi nhiệm vụ trọng điểm để làm chủ, ứng dụng và thương mại hóa công nghệ chiến lược như robot, tự động hóa, vật liệu tiên tiến, bán dẫn và AI.

Tuy vậy, chính sách vẫn cần được chuyển hóa thành cơ chế thực thi có địa chỉ như: danh mục sản phẩm ưu tiên hẹp hơn, gắn với thị trường đầu ra cụ thể; cơ chế đặt hàng công nghệ và mua sắm công có điều kiện; cơ chế tín dụng dài hạn cho chế tạo máy; hạ tầng kiểm định dùng chung; quỹ thử nghiệm và bảo hiểm rủi ro công nghệ; bộ chỉ số đo lường kết quả như tỷ lệ nội địa hóa linh kiện, số doanh nghiệp

đạt chứng nhận, số sản phẩm máy được thương mại hóa, doanh thu từ sản phẩm thiết kế tại Việt Nam và tỷ lệ xuất khẩu.

5. Kinh nghiệm quốc tế và đề xuất chiến lược phát triển cho Việt Nam

So sánh quốc tế cho thấy, Việt Nam không nên đi theo chiến lược "làm tất cả" hoặc cạnh tranh trực diện ngay với phân khúc cao cấp của Đức, Nhật. Nguồn lực hiện tại phù hợp hơn với chiến lược chọn ngách, học nhanh và mở rộng dần. Từ kinh nghiệm Nhật Bản và Đức, Việt Nam cần coi độ tin cậy, tiêu chuẩn và dịch vụ kỹ thuật là nền tảng của thương hiệu. Từ kinh nghiệm Đài Loan (Trung Quốc) và Hàn Quốc, cần hình thành cụm liên kết nhà chế tạo máy - nhà cung ứng linh kiện - trường nghề - viện nghiên cứu - khách hàng đầu tàu. Từ Mỹ, có thể học cách phát triển phần mềm điều khiển thân thiện, hệ sinh thái ứng dụng và mô hình dịch vụ. Từ Trung Quốc, có thể học năng lực mở rộng quy mô và tạo thị trường nội địa, nhưng cần tránh cuộc đua giá thấp làm suy giảm chất lượng và khả năng tích lũy công nghệ.

Trên cơ sở đó, chiến lược đề xuất cho Việt Nam là phát triển theo 3 phân khúc sản phẩm. Vsảnáy phphẩm. đó, chiến lư g p: máy cắt laser, plasma, router gỗ, máy khắc, máy gia công đơn giản nhưng tích hợp giao diện tiếng Việt, kết nối dữ liệu, thư viện mẫu và dịch vụ kỹ thuật nhanh. Váy áy chính xác trung ca, g c: máy phay, tiện CNC 3-4 trục, trung tâm gia công nhỏ và vừa, dây chuyền tự động hóa cho công nghiệp hỗ trợ ô tô, điện tử, khuôn mẫu. Vmáyáy và giy, tiện CNC 3-4 trụ g v: máy 5 trục cho khuôn mẫu phức tạp, thiết bị y tế, linh kiện năng lượng, bán dẫn, hàng không, đường sắt và các dây chuyền tự động hóa theo đơn hàng.

Về công nghệ lõi, Việt Nam nên lựa chọn chiến lược "mở có kiểm soát". Giai đoạn đầu có thể sử dụng linh kiện chất lượng từ Nhật Bản, Đức, Đài Loan (Trung Quốc) hoặc Hàn Quốc để bảo đảm độ tin cậy, nhưng cần từng bước nội địa hóa khung máy, vỏ máy, đồ gá, hệ thống làm mát, tủ điện, phần mềm giao diện, kết nối dữ liệu, bảo trì dự báo và bộ điều khiển cho phân khúc phổ thông. Giai đoạn tiếp theo phát triển hệ điều khiển mở, tích hợp AI/IoT và bảo mật dữ liệu; các linh kiện khó nên phát triển theo mô hình liên doanh, đặt hàng công nghệ và đào tạo nhà cung ứng.

Về thị trường, cần thực hiện nguyên tắc "nội địa hóa để xuất khẩu". Thị trường trong nước, đặc biệt là các dự án hạ tầng, năng lượng, ô tô - xe điện, điện tử và các khu công nghiệp, phải trở thành không gian học tập công nghệ. Tuy nhiên, doanh nghiệp không thể chỉ dựa vào bảo hộ hoặc ưu tiên mua sắm, mà phải đạt các chuẩn kỹ thuật, chứng nhận chất lượng và hiệu quả vận hành rõ ràng. Sau đó, ASEAN, Ấn Độ, Trung Đông, Đông Âu và Mỹ Latinh có thể là thị trường xuất khẩu phù hợp cho máy tầm trung và giải pháp tự động hóa.

6. Một số giải pháp đề xuất

Để xây dựng ngành chế tạo máy công nghệ cao theo mô hình hệ sinh thái, trong đó Nhà nước tạo thị trường, hạ tầng chất lượng và cơ chế chia sẻ rủi ro; doanh nghiệp dẫn dắt đầu tư sản phẩm, dịch vụ và thương mại hóa; viện nghiên cứu, trường đại học cung cấp R&D, kiểm định và nhân lực; hiệp hội ngành hỗ trợ tiêu chuẩn, kết nối thị trường và phản biện chính sách, cần thực hiện một số giải pháp sau:

Thứ nhất là xác định nhu cầu và danh mục sản phẩm mũi nhọn. Bộ Công Thương phối hợp với các địa phương, hiệp hội ngành, doanh nghiệp đầu tàu và các dự án hạ tầng xác định nhu cầu thiết bị đến 2035, các nhóm máy có khả năng nội địa hóa theo cấp độ: sản xuất được trong nước, chuyển giao công nghệ, nhập khẩu linh kiện lõi nhưng thiết kế - tích hợp trong nước... Danh mục này phải đủ hẹp để tập trung nguồn lực, ưu tiên các phân khúc có cầu lớn và yêu cầu kỹ thuật tăng dần.

Thứ hai là tạo thị trường có điều kiện. Cần thiết kế cơ chế mua sắm công và đặt hàng công nghệ cho sản phẩm máy móc, linh kiện, thiết bị là kết quả R&D trong nước, nhưng đi kèm tiêu chí kỹ thuật, thử nghiệm độc lập, bảo hành, an toàn vận hành và hiệu quả vòng đời. Các dự án đầu tư công, doanh nghiệp nhà nước và doanh nghiệp đầu tàu cần có lộ trình nội địa hóa hợp lý, tạo đơn hàng đủ lớn để doanh nghiệp trong nước đầu tư công nghệ.

Thứ ba là phát triển hạ tầng chất lượng. Việt Nam cần các trung tâm kiểm định, đo lường, hiệu chuẩn và thử nghiệm máy công cụ theo chuẩn quốc tế, được tổ chức theo mô hình dùng chung, có sự tham gia của cơ quan tiêu chuẩn - đo lường, viện nghiên cứu, trường đại học và doanh nghiệp.

Thứ tư là phát triển công nghiệp hỗ trợ cho linh kiện lõi. Trong ngắn hạn, ưu tiên nội địa hóa những phần có tỷ trọng khối lượng và chi phí logistics lớn như khung máy, bệ máy, vỏ máy, tủ điện, đồ gá, hệ

thống làm mát, băng tải phoi, bàn máy và cụm phụ trợ. Trong trung hạn, tập trung phát triển năng lực xử lý nhiệt, mài chính xác, cân bằng động, chế tạo trục chính, ứng dụng đặc thù… Trong dài hạn, phát triển bộ điều khiển, phần mềm, động cơ, cảm biến và hệ thống đo phản hồi thông qua liên minh doanh nghiệp phần mềm - cơ khí - điện tử.

Thứ năm là hình thành các cụm cơ khí - CNC theo vùng. Cụm phía Bắc có thể tập trung vào điện tử, bán dẫn, đồ gá chính xác, thiết bị đo và dây chuyền tự động hóa. Cụm miền Trung có thể gắn với cơ khí ô tô, thiết bị năng lượng và công nghiệp hỗ trợ. Cụm phía Nam có thể tập trung vào khuôn mẫu, thiết bị y tế, đồ gỗ xuất khẩu, cơ khí chính xác và tự động hóa.

Thứ sáu là phát triển nhân lực liên ngành. Cần đào tạo kỹ thuật viên vận hành, lập trình viên CNC; kỹ sư thiết kế, cơ điện tử, điều khiển, phần mềm nhúng, chuyên gia đo lường và quản trị chất lượng. Chương trình đào tạo phải chuyển từ dạy vận hành máy sang dạy tích hợp hệ thống, phân tích lỗi, bảo trì dự báo, lập trình đa trục, quản lý dữ liệu sản xuất và tiêu chuẩn quốc tế. Nhà nước hỗ trợ đào tạo lại lao động cơ khí truyền thống sang kỹ năng số, đồng thời tạo cơ chế thu hút kỹ sư phần mềm tham gia lĩnh vực công nghiệp.

Thứ bảy là thiết kế cơ chế tài chính và R&D cơ khí truyền thống sang kỹ năng số, đồng thời tạo cơ, có các gói tín dụng dài hạn, bảo lãnh tín dụng, quỹ đổi mới công nghệ, quỹ thử nghiệm; ưu đãi thuế cho doanh nghiệp đầu tư R&D, thiết bị đo lường, phòng thử nghiệm, phần mềm công nghiệp. Cơ chế tài chính phải chấp nhận đặc thù thất bại kỹ thuật trong giai đoạn nghiên cứu; hỗ trợ doanh nghiệp bảo hộ sở hữu trí tuệ, mua bí quyết công nghệ, thuê chuyên gia quốc tế, xây dựng thương hiệu.

Thứ tám là chuyển đổi số và xanh hóa ngành chế tạo máy. Doanh nghiệp chế tạo máy cần xây dựng dữ liệu thiết kế, dữ liệu lỗi, dữ liệu vận hành và dữ liệu bảo trì để phát triển dịch vụ sau bán hàng. Ở cấp ngành, cần xây dựng bộ tiêu chí Việt Nam về kết nối dữ liệu, an toàn vận hành, bảo mật, tiết kiệm năng lượng, tiêu chuẩn giao tiếp và khả năng nâng cấp phần mềm.

7. Kết luận

Ngành công nghiệp chế tạo máy công nghệ cao là nền tảng để Việt Nam chuyển từ gia công, lắp ráp sang thiết kế, chế tạo và tích hợp hệ thống. Hiện nay Việt Nam đã có năng lực ở một số phân khúc máy CNC phổ thông, tự động hóa chuyên dụng và tích hợp hệ thống, nhưng còn hạn chế ở công nghệ lõi, linh kiện chính xác, chuẩn hóa, kiểm định, vốn dài hạn và nhân lực liên ngành. Trong khi đó, thị trường nội địa lớn, làn sóng FDI, nhu cầu từ ô tô - xe điện, điện tử, năng lượng, hạ tầng, bán dẫn và hệ thống chính sách mới tạo ra cơ hội đáng kể để phát triển bứt phá.

Nếu triển khai đồng bộ các giải pháp về thị trường, hạ tầng chất lượng, công nghiệp hỗ trợ, nhân lực, tài chính R&D và cụm liên kết, ngành chế tạo máy công nghệ cao có thể trở thành một trong những trụ cột để Việt Nam nâng cao năng lực công nghiệp tự chủ và tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị toàn cầu ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Bộ Chính trị (2024). Nghị quyết số 57-NQ/TW ngày 22/12/2024 về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia.

Chính phủ (2025). Nghị quyết số 03/NQ-CP ngày 09/01/2025 ban hành Chương trình hành động thực hiện Nghị quyết số 57-NQ/TW.

Thủ tướng Chính phủ (2018). Quyết định số 319/QĐ-TTg ngày 15/3/2018 phê duyệt Chiến lược phát triển ngành cơ khí Việt Nam đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2035.

Thủ tướng Chính phủ (2021). Quyết định số 130/QĐ-TTg ngày 27/01/2021 ban hành Chương trình quốc gia phát triển công nghệ cao đến năm 2030.

Chính phủ (2025). Nghị định số 205/2025/NĐ-CP ngày 14/7/2025 sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định 111/2015/NĐ-CP về phát triển công nghiệp hỗ trợ.

Quốc hội (2025). Luật Công nghệ cao số 133/2025/QH15.

Bộ Công Thương (2025). Quyết định số 116/QĐ-BCT ngày 13/01/2025 về Kế hoạch hành động thực hiện Nghị quyết số 03/NQ-CP.

Bộ Công Thương (2022). Ngành cơ khí Việt Nam làm gì để hướng tới thị trường hơn 300 tỷ USD. https://moit.gov.vn/tin-tuc/phat-trien-cong-nghiep/nganh-co-khi-viet-nam-lam-gi-de-huong-toi-thi-truong-hon-300-ty-usd-.html

Ngân hàng Thế giới (2024). Viet Nam 2045: Trading Up in a Changing World.

International Federation of Robotics (2025). World Robotics 2025 Report - Industrial Robots.

Japan Machine Tool Builders' Association (2025). Machine Tool Industry Japan 2025.

CECIMO (2025). The Machine Tool Industry in Europe in 2024 và các thông tin thống kê ngành công nghệ chế tạo châu Âu.

UNIDO (2024). Industrial Development Report 2024: Turning Challenges into Sustainable Solutions.

OECD (2021). Artificial intelligence, its diffusion and uses in manufacturing.

Ngày nhận bài: 14/3/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 28/3/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 16/4/2026

DEVELOPING VIETNAM'S HIGH-TECH MACHINE MANUFACTURING INDUSTRY: CURRENT STATUS, INTERNATIONAL EXPERIENCE, AND SOLUTIONS

● **TRAN THI HOA LY**
Faculty of Political Theory and Law, Electric Power University

ABSTRACT:

Vietnam's high-tech machine manufacturing industry, particularly CNC machine tools, precision mechanical equipment, industrial robots, and automated production lines, plays a critical role in enhancing productivity, increasing the localization of production equipment, and strengthening the country's participation in global value chains. The industry holds considerable growth potential, driven by the scale of Vietnam's domestic mechanical engineering market and rising demand from key sectors such as automotive manufacturing, electric vehicles, electronics, energy, infrastructure, and semiconductors. Drawing on an analysis of domestic conditions and international experience, this study identifies strategic development directions for the industry, with an emphasis on competitive segments that can support the sustainable advancement of Vietnam's high-tech machine manufacturing sector.

Keywords: high-tech machinery manufacturing, machine tools, CNC, precision mechanics, supporting industries, innovation.

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN VÙNG NGUYÊN LIỆU TẬP TRUNG THEO CHUỖI GIÁ TRỊ TỈNH QUẢNG TRỊ

● **NGUYỄN THỊ HỒNG PHƯƠNG[1] - HỒ NGỌC NINH[2]***

[1]Sở Nông nghiệp và Môi trường tỉnh Quảng Trị

[2]Học viện Nông nghiệp Việt Nam

*Tác giải liên hệ: hnninh@vnua.edu.vn

TÓM TẮT:

Quảng Trị có tiềm năng lớn để phát triển kinh tế nông nghiệp với tỷ trọng đất nông nghiệp chiếm tới 89% diện tích tự nhiên. Tuy nhiên, để vượt qua tình trạng sản xuất manh mún và thiếu liên kết chặt chẽ, tỉnh cần chuyển đổi mạnh mẽ sang tư duy phát triển các vùng nguyên liệu tập trung được tổ chức chặt chẽ theo chuỗi giá trị. Bài báo này tập trung đánh giá thực trạng phát triển vùng nguyên liệu tại Quảng Trị, phân tích sâu các điểm nghẽn về đất đai, hạ tầng logistics, tiêu chuẩn chất lượng và liên kết thị trường. Nghiên cứu đề xuất một số giải pháp nhằm tháo gỡ khó khăn, thu hút doanh nghiệp đầu tàu và thúc đẩy nền nông nghiệp tỉnh phát triển theo hướng đa giá trị và bền vững đến năm 2030, tầm nhìn 2035.

Từ khóa: vùng nguyên liệu, chuỗi giá trị, tích tụ ruộng đất, nông nghiệp hữu cơ, Quảng Trị.

1. Đặt vấn đề

Biến đổi khí hậu và hội nhập kinh tế đang đặt ra nhiều thách thức lớn cho ngành nông nghiệp. Phát triển nông nghiệp hiện đại không thể chỉ phụ thuộc vào việc gia tăng sản lượng, mà nền kinh tế nông nghiệp đòi hỏi sự liên kết chặt chẽ từ khâu sản xuất, chế biến đến tiêu thụ sản phẩm (Minh Thu & cs., 2022). Trong chuỗi liên kết này, việc xây dựng các vùng nguyên liệu tập trung đóng vai trò là mắt xích đầu tiên và quan trọng nhất nhằm thúc đẩy phát triển kinh tế nông nghiệp của tỉnh Quảng Trị. Tại Quảng Trị, với quỹ đất sản xuất nông nghiệp hơn 1,13 triệu ha, việc tổ chức lại không gian sản xuất quy mô lớn là một đòi hỏi tất yếu khách quan (UBND tỉnh Quảng Trị, 2026).

Tuy nhiên, quá trình chuyển đổi sang tư duy kinh tế nông nghiệp tại địa phương vẫn đang vướng phải nhiều rào cản (Tỉnh ủy Quảng Trị, 2026). Điểm nghẽn lớn nhất là tỷ lệ tích tụ ruộng đất còn rất thấp, khiến không gian sản xuất vẫn bị phân tán và manh

mún. Tình trạng này làm tăng chi phí giao dịch và gây khó khăn trong việc tạo quỹ đất sạch để thu hút đầu tư. Thêm vào đó, hệ thống hạ tầng logistics chưa đồng bộ và chuỗi liên kết tiêu thụ còn lỏng lẻo do thiếu vắng các doanh nghiệp đầu tàu dẫn dắt là những hạn chế cần được sớm giải quyết.

Xuất phát từ những đòi hỏi cấp bách của thực tiễn, nghiên cứu này được thực hiện nhằm cung cấp cơ sở khoa học để tháo gỡ các khó khăn trên. Mục tiêu chính của bài báo là hệ thống hóa và phân tích sâu thực trạng phát triển vùng nguyên liệu tập trung tại tỉnh Quảng Trị, từ đó đề xuất hệ thống các giải pháp nhằm kiến tạo chuỗi giá trị, đưa nông nghiệp tỉnh phát triển bền vững.

2. Thực trạng phát triển vùng nguyên liệu tập trung theo chuỗi giá trị tại Quảng Trị

2.1. Quy mô, tổ chức không gian và ứng dụng công nghệ

Chủ trương khuyến khích dồn điền đổi thửa và tích tụ đất đai thời gian qua đã tạo ra những chuyển biến tích cực về mặt tổ chức không gian sản xuất tại Quảng Trị. Tính đến cuối năm 2025, toàn tỉnh đã thực hiện tích tụ và tập trung được khoảng 27.187 ha đất trồng trọt, chủ yếu thông qua hình thức dồn điền đổi thửa (Sở Nông nghiệp và Môi trường Quảng Trị, 2026). Việc gom các thửa ruộng nhỏ lẻ đã tạo tiền đề hình thành nên các vùng sản xuất hàng hóa tập trung quy mô lớn, chuyên canh các sản phẩm chủ lực có lợi thế cạnh tranh cao như lúa chất lượng cao, cao su, cà phê, hồ tiêu và cây ăn quả (Bảng 1).

Sự hình thành các vùng nguyên liệu tập trung này là cơ sở thiết yếu để đưa cơ giới hóa và công nghệ số vào sản xuất, thu hút các nhà đầu tư nhằm hình thành chuỗi giá trị sản phẩm. Về cơ giới hóa, toàn tỉnh đã huy động được một nguồn lực lớn với hơn 39.000 máy nông nghiệp các loại nhằm phục vụ cho nhu cầu sản xuất nông nghiệp (Sở Nông nghiệp và Môi trường Quảng Trị, 2026). Điểm sáng đột phá là việc ứng dụng thiết bị bay không người lái (Drone) để gieo sạ và phun thuốc trên diện tích 22.000 ha (UBND tỉnh Quảng Trị, 2026). Đặc biệt, tỉnh đã bước đầu xây dựng được các vùng nguyên liệu đạt chuẩn quốc tế, với hơn 2.786 ha sản xuất theo tiêu chuẩn hữu cơ, VietGAP và 53.000 ha rừng trồng được cấp chứng chỉ quản lý rừng bền vững FSC. Nhờ những nỗ lực này, hiệu quả kinh tế trên một đơn vị diện tích đã tăng đáng kể từ 1,2 đến 1,5 lần so với phương thức canh tác truyền thống (UBND tỉnh Quảng Trị, 2026).

2.2. Tình hình liên kết chuỗi giá trị và chế biến nông sản

Phát triển vùng nguyên liệu sẽ không mang lại hiệu quả bền vững nếu thiếu đi sự gắn kết với thị trường tiêu thụ và hình thành chuỗi giá trị các sản phẩm nông sản. Thời gian qua, mạng lưới liên kết chuỗi giá trị tại tỉnh Quảng Trị đã có những bước tiến đáng kể. Thông qua các chính sách hỗ trợ của Nhà nước, người dân và doanh nghiệp đã dần hình thành thói quen sản xuất theo hợp đồng bao tiêu và bước đầu hình thành chuỗi liên kết (ví dụ như lúa chất lượng cao, gỗ rừng trồng FSC).

Bảng 1. Diện tích và năng suất một số vùng nguyên liệu chủ lực tỉnh Quảng Trị

Loại cây trồng	Diện tích (ha)	Năng suất bình quân (tạ/ha)	Vùng trồng tập trung
Lúa hàng năm	103.000	55	Hải Lăng, Triệu Phong, Vĩnh Linh, Gio Linh, Cam Lộ...
Hồ tiêu	3.200	12	Hướng Hóa, Vĩnh Linh, Gio Linh...
Lạc	6.000	50	Cam Lộ, Đakrông, Hướng Hóa...
Cây ăn quả	10.700	-	Hướng Hóa (chuối, bơ, chanh leo), Vĩnh Linh…

Nguồn: Sở Nông nghiệp và Môi trường Quảng Trị, 2026

Bảng 2. Kết quả thực hiện liên kết chuỗi giá trị nông sản tỉnh Quảng Trị giai đoạn 2021-2025

Chỉ tiêu đánh giá	Số lượng/Quy mô thực hiện
Tổng số dự án và kế hoạch liên kết	119 dự án và 11 kế hoạch
Diện tích liên kết (lĩnh vực trồng trọt)	> 8.500 ha
Số lượng nông dân tham gia	> 17.000 hộ
Số lượng tổ chức kinh tế tham gia	47 doanh nghiệp, 95 hợp tác xã, 40 tổ hợp tác
Thu nhập bình quân trong mô hình	70 - 90 triệu đồng/người/năm

Nguồn: UBND tỉnh Quảng Trị, 2026

Các dự án liên kết đã giúp giảm thiểu rủi ro cho sản xuất nông nghiệp, hạn chế tình trạng được mùa mất giá, đảm bảo thu nhập ổn định cho người nông dân cao hơn so với sản xuất nhỏ lẻ và các doanh nghiệp có vùng nguyên liệu ổn định, chất lượng (UBND tỉnh Quảng Trị, 2026). Một số vùng nguyên liệu đã thu hút được các nhà máy sơ chế và chế biến, điển hình như vùng nguyên liệu lúa gắn với 3 nhà máy xay xát, vùng sắn gắn với 5 nhà máy chế biến tinh bột, và vùng cà phê gắn với các nhà máy của Minh Tiến, Cát Quế (Sở Nông nghiệp và Môi trường Quảng Trị, 2026). Tuy nhiên, nhìn chung các liên kết chuỗi này vẫn còn khá lỏng lẻo, quy mô tham gia liên kết còn hạn chế và năng lực của các hợp tác xã tham gia cầu nối giữa nông dân và doanh nghiệp còn hạn chế.

2.3. Những điểm nghẽn và hạn chế cốt lõi

Mặc dù đã đạt được những nền tảng quan trọng, tuy nhiên sự phát triển vùng nguyên liệu tại tỉnh Quảng Trị vẫn chủ yếu dừng lại ở khâu cung ứng nguyên liệu thô. Quá trình phân tích thực tiễn chỉ ra các điểm nghẽn chiến lược đang kìm hãm sự bứt phá của ngành nông nghiệp địa phương:

1) Điểm nghẽn về tiếp cận đất đai và tổ chức không gian sản xuất: (i) Tỷ lệ diện tích đất nông nghiệp được tích tụ, tập trung để sản xuất quy mô lớn còn rất thấp (mới đạt hơn 7,0% diện tích sản xuất). Hình thức chủ yếu vẫn là dồn điền đổi thửa nội bộ, mang tính cơ học; (ii) Tâm lý "giữ đất" của một bộ phận người dân không có nhu cầu sản xuất làm tăng chi phí giao dịch, dẫn đến tình trạng ruộng đất bị bỏ hoang; (iii) Chính quyền địa phương thiếu cơ chế tạo lập "quỹ đất sạch" đồng bộ, khiến các doanh nghiệp gặp khó khăn lớn khi tiếp cận mặt bằng để đầu tư hình thành vùng nguyên liệu trồng trọt quy mô lớn, khu chăn nuôi, nuôi trồng thủy sản tập trung và cơ sở hạ tầng sơ chế, logistics.

2) Đầu tư kết cấu hạ tầng và dịch vụ thiếu kết nối đồng bộ: (i) Nguồn lực đầu tư công chưa bám sát không gian phát triển của chuỗi giá trị; hạ tầng thiết yếu như giao thông nội đồng, hệ thống thủy lợi và lưới điện tại các vùng nguyên liệu chưa được đầu tư đồng bộ và chưa đáp ứng được nhu cầu phát triển của ngành; (ii) Tỉnh chưa thiết lập được cơ chế "đồng đầu tư" minh bạch, linh hoạt giữa Nhà nước và tư nhân. Sự thiếu vắng các chính sách hỗ trợ đủ mạnh để phát triển hạ tầng giao thông kết nối liên vùng, kho bãi, kho lạnh và trung tâm logistics khiến tỷ lệ tổn thất sau thu hoạch nông sản luôn duy trì ở mức cao, dẫn đến sản xuất còn chưa hiệu quả.

3) Hạn chế trong hỗ trợ kỹ thuật và tiêu chuẩn hóa ngành hàng: (i) Các chính sách hỗ trợ thời gian qua chủ yếu thiết kế theo hướng "cấp phát đầu vào" (hỗ trợ giống, vật tư phân tán), ít gắn với cam kết về kết quả đầu ra; (ii) Việc áp dụng các tiêu chuẩn chất lượng cao đáp ứng rào cản quốc tế (hữu cơ, VietGAP, chứng chỉ FSC, Halal) và chuyển đổi sang mô hình giảm phát thải còn hẹp. Thiếu các gói hỗ trợ kỹ thuật chuyên sâu được "đặt hàng" để giúp người dân thiết lập hệ thống truy xuất nguồn gốc điện tử (hộ chiếu số) cho nông sản.

4) Lỗ hổng trong tiếp cận thị trường và liên kết chuỗi: (i) Toàn tỉnh chưa thu hút được các doanh nghiệp, tập đoàn lớn có đủ tiềm lực tài chính và công nghệ để dẫn dắt toàn chuỗi; phần lớn các cơ sở chế biến hiện nay có quy mô nhỏ, công nghệ trung bình, năng lực chế biến sâu rất hạn chế; (ii) Các liên kết sản xuất - tiêu thụ thiếu tính bền vững. Các chiến lược liên quan đến thúc đẩy liên kết vùng với các địa phương lân cận trong phát triển sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nông lâm thủy sản của tỉnh thời gian qua chưa được quan tâm đúng mức nên kết quả đạt được còn nhiều hạn chế. Chính sách hỗ trợ của Nhà nước chưa gắn chặt với "điều kiện khóa" là phải có doanh nghiệp đầu mối và hợp đồng bao tiêu rõ ràng, dẫn đến các chuỗi liên kết dễ bị đứt gãy trước biến động của thị trường.

5) Bất cập từ thể chế và tư duy quản trị Nhà nước: Công tác điều hành và chính sách hỗ trợ còn thiên nhiều về tư duy "quản lý, kiểm soát", phân bổ nguồn lực dàn trải theo phương thức hành chính thay vì tư duy "kiến tạo, dẫn dắt và tháo gỡ". Các thủ tục hành chính về đất đai, đầu tư, môi trường còn khá phức tạp. Chính vì vậy việc thu hút đầu tư và giải quyết các vướng mắc cho các nhà đầu tư còn chậm. Các cơ quan quản lý chưa thể hiện rõ vai trò trung gian đồng hành cùng doanh nghiệp và hợp tác xã để tháo gỡ vướng mắc, làm giảm động lực thu hút đầu tư tư nhân vào lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn.

3. Một số đề xuất giải pháp phát triển vùng nguyên liệu tập trung theo chuỗi giá trị tại tỉnh Quảng Trị

Để tháo gỡ triệt để các điểm nghẽn chiến lược và chuyển đổi mạnh mẽ từ tư duy sản xuất nông nghiệp thuần túy sang kinh tế nông nghiệp đa giá trị, tỉnh Quảng Trị cần hạn chế việc hỗ trợ nhỏ lẻ, dàn trải. Hệ thống giải pháp trong giai đoạn tới cần được thiết kế đồng bộ và quyết liệt, dựa trên nguyên tắc Nhà nước kiến tạo nền tảng và doanh nghiệp đóng vai trò động lực dẫn dắt chuỗi giá trị. Dưới đây là 4 nhóm giải pháp chiến lược tương ứng nhằm tháo gỡ khó khăn và thúc đẩy hình thành và phát triển vùng nguyên liệu theo chuỗi giá trị nông nghiệp bền vững.

Một là, tháo gỡ điểm nghẽn về tiếp cận đất đai và tổ chức lại không gian sản xuất: Tích tụ và tập trung đất đai được xác định là điều kiện tiên quyết để hình thành các vùng nguyên liệu quy mô lớn, tạo không gian đồng bộ cho việc áp dụng cơ giới hóa và công nghệ cao vào đồng ruộng. Nhằm hiện thực hóa mục tiêu này, chính quyền địa phương cần ban hành các cơ chế linh hoạt nhằm thúc đẩy các hình thức dồn điền đổi thửa, góp vốn bằng quyền sử dụng đất hoặc thuê lại đất nông nghiệp dài hạn. Công tác thông tin, tuyên truyền cần được đẩy mạnh và đi vào chiều sâu nhằm tháo gỡ tâm lý "giữ đất" của một bộ phận người dân không có nhu cầu hoặc không có khả năng sản xuất. Khuyến khích nông dân chuyển nhượng hoặc cho thuê đất để hưởng lợi tức ổn định và góp phần nâng cao hiệu quả sử dụng đất. Đồng thời, chính quyền cấp xã phải chủ động rà soát quy hoạch và đóng vai trò tạo lập quỹ đất sạch tại các vùng nguyên liệu trọng điểm. Đây là cơ sở cốt lõi để mời gọi và thu hút các nhà đầu tư lớn xây dựng khu chăn nuôi an toàn sinh học, trung tâm sơ chế hay các vùng sản xuất nông nghiệp chất lượng cao.

Hai là, đồng đầu tư kết cấu hạ tầng logistics và cơ giới hóa đồng bộ: Phát triển vùng nguyên liệu tập trung phải gắn liền với việc thiết lập hệ thống hạ tầng đồng bộ dọc theo các hành lang kinh tế trọng điểm như trục Quốc lộ 9 và tuyến ven biển của tỉnh. Ngân sách nhà nước cần chuyển dịch mạnh mẽ sang cơ chế đồng đầu tư minh bạch, linh hoạt với khu vực tư nhân, trong đó ưu tiên tập trung nguồn lực đầu tư 100% cho các hạng mục hạ tầng công cộng thiết yếu ngoài hàng rào như giao thông kết nối, hệ thống thủy lợi trục chính và lưới điện sản xuất. Đối với các hạng mục hạ tầng trong hàng rào, tỉnh cần áp dụng cơ chế "Nhà nước và Nhân dân cùng làm". Hỗ trợ cấp phát vật tư cơ bản hoặc thiết bị lõi thay vì cấp tiền mặt để nâng cao hiệu quả của chính sách. Đồng thời, cần có chính sách hỗ trợ tài chính mạnh mẽ để các HTX và doanh nghiệp xây dựng hệ thống kho lạnh, trung tâm logistics và các dây chuyền sơ chế ngay tại vùng nguyên liệu nhằm giảm tỷ lệ tổn thất sau thu hoạch.

Ba là, chuẩn hóa kỹ thuật, phát triển nông nghiệp tuần hoàn và nền tảng số: Trong kỷ nguyên hội nhập kinh tế quốc tế, chứng nhận tiêu chuẩn chất lượng và dữ liệu số phải được coi là một loại tư liệu sản xuất mới mang tính quyết định đến năng lực cạnh tranh của nông sản Quảng Trị. Tỉnh cần tái cấu trúc toàn diện chính sách hỗ trợ kỹ thuật theo hướng đóng gói chuyên sâu cho từng ngành hàng chủ lực, hỗ trợ 100% chi phí thiết lập hệ thống truy xuất nguồn gốc điện tử, cấp mã số vùng trồng và đánh giá cấp chứng nhận lần đầu đối với các tiêu chuẩn quốc tế như VietGAP, GlobalGAP, hữu cơ, FSC hay Halal. Đối với nông nghiệp tuần hoàn, cần có cơ chế khuyến khích các trang trại chuyển đổi diện tích đất canh tác kém hiệu quả sang trồng ngô sinh khối và cỏ năng suất cao để tự chủ nguồn thức ăn chăn nuôi hữu cơ tại chỗ. Song song đó, địa phương cần sớm xây dựng hệ thống đo lường, báo cáo và thẩm định (MRV) nhằm đưa các vùng nguyên liệu rừng và cây lâu năm tham gia vào thị trường tín chỉ carbon, tạo thêm nguồn thu đa giá trị và nâng cao năng lực thích ứng với biến đổi khí hậu.

Bốn là, thúc đẩy liên kết chuỗi và thu hút doanh nghiệp đầu tàu: Mạng lưới liên kết sản xuất và tiêu thụ chỉ thực sự bền vững khi giải quyết triệt để mối liên kết giữa khâu cung ứng nguyên liệu thô và thị trường tiêu thụ chất lượng cao. Các chính sách hỗ trợ từ nguồn ngân sách nhà nước trong giai đoạn tới cần gắn chặt với nguyên tắc "điều kiện khóa", chỉ giải ngân khi vùng nguyên liệu đã có doanh nghiệp đầu mối đủ năng lực dẫn dắt và có hợp đồng bao tiêu sản phẩm rõ ràng, dài hạn với nông dân hoặc hợp tác xã. Bên cạnh đó, tỉnh cần ban hành các gói ưu đãi vượt trội về thuế, tín dụng và thủ tục hành chính để thu hút các tập đoàn nông nghiệp lớn trong nước và quốc tế đến đầu tư chế biến sâu tại tỉnh Quảng Trị. Sự tham gia của các doanh nghiệp đầu tàu này sẽ đóng vai trò hạt nhân khép kín chuỗi, nâng cao vị thế cạnh tranh của nông sản địa phương và thâm nhập sâu vào các chuỗi cung ứng toàn cầu.

4. Kết luận

Phát triển các vùng nguyên liệu tập trung theo chuỗi giá trị không đơn thuần là một giải pháp kỹ thuật thông thường. Đây là sự chuyển đổi mô hình tăng trưởng mang tính chiến lược của ngành nông nghiệp tỉnh Quảng Trị. Quá trình này đánh dấu bước chuyển dịch căn bản từ tư duy sản xuất truyền thống sang tư duy kinh tế nông nghiệp đa giá trị. Nghiên cứu đã nhận diện các điểm nghẽn quan trọng và đề xuất hệ thống 4 nhóm giải pháp đồng bộ. Đây là khung công cụ chính sách sắc bén để tháo gỡ các rào cản, tối ưu hóa nguồn lực và khép kín chuỗi giá trị nông sản địa phương. Nếu các giải pháp được thực thi quyết liệt và đồng bộ, Quảng Trị sẽ hiện thực hóa thành công tầm nhìn đến năm 2035. Nền kinh tế nông nghiệp địa phương sẽ hội nhập sâu rộng, vượt qua các rào cản kỹ thuật quốc tế và phát triển bền vững ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Nguyễn Thị Minh Thu, Trương Ngọc Tính, Lại Phương Thảo, Đỗ Minh Tuân & Đỗ Trường Lâm (2022). Giải pháp phát triển chuỗi giá trị dược liệu tại huyện Yên Thủy, tỉnh Hòa Bình. Tạp chí Kinh tế và Phát triển, 305(2), 163-172. https://doi.org/10.33301/JED.VI.720.

Sở Nông nghiệp và Môi trường Quảng Trị (2026). Báo cáo tình hình tích tụ, tập trung đất nông nghiệp gắn với đẩy mạnh cơ giới hoá, hiện đại hoá sản xuất; phát triển vùng nguyên liệu nông, lâm, thuỷ sản bền vững theo định hướng nông nghiệp hữu cơ, tuần hoàn, nông nghiệp xanh, nông nghiệp số trên địa bàn tỉnh Quảng Trị.

Tỉnh ủy Quảng Trị (2026). Nghị quyết số 04-NQ/TU của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh về tích tụ, tập trung đất nông nghiệp gắn với đẩy mạnh cơ giới hóa, hiện đại hoá sản xuất; phát triển vùng nguyên liệu nông, lâm, thuỷ sản bền vững theo định hướng nông nghiệp hữu cơ, tuần hoàn, nông nghiệp xanh, nông nghiệp số.

UBND tỉnh Quảng Trị (2026). Dự thảo Đề án tích tụ, tập trung đất nông nghiệp gắn với đẩy mạnh cơ giới hoá, hiện đại hoá sản xuất; Phát triển vùng nguyên liệu nông, lâm, thuỷ sản bền vững theo hướng nông nghiệp hữu cơ, tuần hoàn, nông nghiệp xanh, nông nghiệp số đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2035.

Ngày nhận bài: 18/3/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 30/3/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 15/4/2026

DEVELOPING CONCENTRATED RAW MATERIAL AREAS ALONG THE VALUE CHAIN IN QUANG TRI PROVINCE

● **NGUYEN THI HONG PHUONG[1]**
● **HO NGOC NINH[2*]**
[1]Quang Tri Provincial Department of Agriculture and Environment
[2]Vietnam National University of Agriculture
*Corresponding author: hnninh@vnua.edu.vn

ABSTRACT:

Quang Tri province has substantial potential for agricultural economic development, with agricultural land accounting for up to 89% of its natural area. However, overcoming fragmented and poorly coordinated production requires a decisive shift toward the development of concentrated raw material areas that are systematically organized along agricultural value chains. This study assesses the current state of raw material area development in Quang Tri and provides an in-depth analysis of key bottlenecks related to land use, logistics infrastructure, quality standards, and market linkages. The study also identifies solutions to address these constraints, attract leading enterprises, and promote the province's agricultural development toward multi-value and sustainable growth by 2030, with a vision to 2035.

Keywords: raw material areas, value chain, land consolidation, organic agriculture, Quang Tri province.

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN VÙNG SẢN XUẤT SẦU RIÊNG THEO TIÊU CHUẨN VIETGAP TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ CẦN THƠ

● **NGUYỄN HUỲNH PHƯỚC**
Trường Đại học Nguyễn Tất Thành

TÓM TẮT:

Nghiên cứu nhằm xác định các nguyên nhân nông dân chưa chấp nhận áp dụng tiêu chuẩn VietGAP vào sản xuất sầu riêng trên địa bàn thành phố Cần Thơ. Kết quả nghiên cứu cho thấy, những nguyên nhân chính làm cho các nhà vườn chưa áp dụng quy chuẩn VietGAP là do chi phí sản xuất VietGAP cao, giá bán sản phẩm VietGAP không chênh lệch nhiều so với sản phẩm thông thường và đầu ra sản phẩm VietGAP không ổn định. Quy trình kỹ thuật khó và việc phải ghi chép nhật ký sản xuất cũng là nguyên nhân chính làm người nông dân không áp dụng VietGAP. Từ kết quả nghiên cứu, tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm thúc đẩy nhà vườn áp dụng tiêu chuẩn VietGAP.

Từ khóa: nông dân, VietGAP, sản xuất, sầu riêng, Cần Thơ.

1. Đặt vấn đề

Kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam đã đạt được giá trị lớn trong thời gian gần đây, năm 2025 đạt hơn 8,5 tỷ USD, Trung Quốc là thị trường xuất khẩu chính. Tuy nhiên, tỷ trọng xuất khẩu rau quả sang các nước EU, Hoa Kỳ, Nhật Bản và Hàn Quốc có xu hướng tăng (Đỗ Hương, 2025). Đặc biệt là cơ hội xuất khẩu ngành hàng rau quả vào thị trường EU ngày càng lớn khi Hiệp định thương mại tự do giữa Việt Nam-EU (EVFTA) có hiệu lực vào ngày 01/08/2020, theo đó khoảng 94% dòng thuế nhóm hàng rau, quả tươi và chế biến được EU cắt giảm về 0% (Bảo Thoa, 2023).

Theo Sở Nông nghiệp và Môi trường TP. Cần Thơ (2025), giai đoạn 2020-2025, diện tích sầu riêng tại Cần Thơ tăng rất nhanh, năm 2025 đạt gần 13.000 ha. Tổng diện tích cây ăn trái toàn Thành phố đạt 102.914 ha với tổng sản lượng ước đạt hơn 1,2 triệu tấn. Trong đó, cây sầu riêng vẫn là một trong những nhóm cây trồng chiếm diện tích khá lớn trên địa bàn Thành phố.

Đây là cơ hội và cũng là thách thức đối với sản xuất của nông dân trong nước, đặc biệt nông dân ở vùng đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL), nơi cung cấp khoảng 70% sản lượng trái cây cho cả nước (Phương Anh - Thành Nhân, 2026). Nông dân cần sản xuất theo quy chuẩn an toàn nhằm đáp ứng yêu cầu ngày càng khắt khe về chất lượng, độ an toàn và truy xuất nguồn gốc sản phẩm. Nhằm thúc đẩy nông dân sản xuất theo VietGAP, Bộ Khoa học và Công

nghệ đã ban hành tiêu chuẩn VietGAP áp dụng trong lĩnh vực trồng trọt. Tuy nhiên, việc triển khai áp dụng VietGAP vào sản xuất vẫn còn nhiều thách thức đối với nông dân. Nhiều mô hình thực nghiệm sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP thành công ở quy mô nhỏ nhưng khi nhân rộng thì thất bại vì đa số nông dân chưa chấp nhận áp dụng.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Mục tiêu chung của nghiên cứu là đánh giá hiện trạng sản xuất và các yếu tố ảnh hưởng đến việc thực hành sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP của nông dân sản xuất sầu riêng trên địa bàn Thành phố Cần Thơ. Từ đó, đề xuất các giải pháp nhằm giúp nâng cao hiệu quả sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP và cải thiện đời sống nông dân.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Phương pháp thu thập số liệu

Nghiên cứu được thực hiện từ tháng 09/2025 đến tháng 12/2025.

Nghiên cứu sử dụng số liệu sơ cấp được thu thập từ điều tra trực tiếp chủ hộ hoặc những nông dân trực tiếp canh tác sầu riêng trên địa bàn 3 xã Châu Thành, Đông Phước, Phú Hữu của Thành phố Cần Thơ. Mẫu khảo sát gồm 180 nhà vườn trồng sầu riêng (180 phiếu) có diện tích >1.000 m2.

Nội dung phiếu điều tra gồm các nội dung về điều kiện tự nhiên, giống, một số kỹ thuật chăm sóc, chi phí sản xuất,... được điều tra theo mẫu phiếu in sẵn bằng cách phỏng vấn trực tiếp nông hộ.

3.2. Phương pháp xử lý số liệu

Số liệu sơ cấp được nhập liệu và xử lý các giá trị trung bình, độ lệch (Sd), vẽ biểu đồ bằng chương trình Microsoft Excel.

Phương pháp phân tích định tính chủ yếu được sử dụng để phân tích những nguyên nhân nông hộ chưa chấp nhận áp dụng tiêu chuẩn VietGAP vào sản xuất.

4. Kết quả và thảo luận

4.1. Hiện trạng canh tác sầu riêng

Qua kết quả điều tra (Bảng 1) ghi nhận mô hình trồng sầu riêng tại Cần Thơ theo hai hướng độc canh (95%) và xen canh (5%). Tuổi cây sầu riêng dao động từ 2 đến 15 năm. Trong khi đó, diện tích trồng sầu riêng của mỗi hộ nông dân được điều tra trung bình là

Bảng 1. Diện tích vườn và tuổi cây sầu riêng được điều tra tại TP. Cần Thơ

	Lớn nhất	Nhỏ nhất	Trung bình ± Sd
Diện tích vườn (m^2)	46.000	2.100	4.256±1.416
Tuổi cây (năm)	15	2	6±2,2

n=180 (kết quả khảo sát năm 2025)

Nguồn: Số liệu khảo sát của tác giả

4.256 m^2, biến thiên từ 2.100 m^2 đến 46.000 m^2. Theo điều tra, tuổi cây từ 4-6 năm chiếm 73% và diện tích sầu riêng đang tăng lên do lợi nhuận đem lại khá lớn nên một số hộ chuyển từ mô hình trồng mít sang trồng sầu riêng.

Tuy nhiên, diện tích canh tác sầu riêng trên địa bàn thành phố khá phân tán, nông hộ sở hữu diện tích nhỏ lẻ, không tập trung. Đây là một trong những yếu tố tác động rất lớn trong việc xây dựng vùng nguyên liệu sản xuất sầu riêng tập trung đáp ứng tiêu chuẩn VietGAP. Các nông hộ sản xuất rời rạc, chưa hình thành các Tổ hợp tác hay Hợp tác xã, vì vậy chưa xây dựng được lịch thời vụ và không có đầu mối đại diện để ký các liên kết tiêu thụ sản phẩm quy mô lớn.

4.2. Đặc điểm vườn

4.2.1. Khoảng cách trồng

Qua kết quả điều tra được trình bày ở Bảng 2 cho thấy, khoảng cách trồng 8x8 m chiếm tỷ lệ cao nhất 76,8%, chỉ có 4,1% số hộ trồng theo khoảng cách 6x6 m. Theo Trần Văn Hâu (2025), khoảng cách

Bảng 2. Khoảng cách trồng của sầu riêng được điều tra tại TP. Cần Thơ

Khoảng cách trồng (m)	Giá trị (%)
9x9	15,4
8x8	76,8
7x7	3,7
6x6	4,1

n=180 (kết quả khảo sát năm 2025)

Nguồn: Số liệu khảo sát của tác giả

trồng sầu riêng thích hợp là 9x9 m hay 8x8 m (khoảng 220 cây/ha). Như vậy, khoảng cách trồng của các nhà vườn được điều tra khá phù hợp cho cây phát triển tốt.

4.2.2. Hệ thống mương liếp

Xây dựng mương, liếp là điều kiện cần thiết trong xây dựng vườn cây ăn trái ở ĐBSCL. Mương chứa nước tưới cho cây vào mùa nắng và thoát nước trong mùa mưa, kích thước mương còn phụ thuộc vào địa hình và việc bố trí cây trồng trên liếp. Theo điều tra, kích thước mương của các hộ dân thiết kế khá đa dạng; chiều rộng của mương trung bình 3,0±0,5 m; chiều rộng liếp trung bình 8,5±0,5 m (Bảng 3). Theo Nguyễn Bảo Vệ và Lê Thanh Phong (2020), kích thước mương vườn thay đổi tuỳ theo kích thước liếp, độ cao của đất, mương rộng trung bình khoảng ½ chiều rộng liếp, sâu 1,5-2 m. Nhìn chung, kích thước mương, liếp được thiết kế khá phù hợp.

Bảng 3. Kích thước mương liếp trồng sầu riêng được điều tra tại TP. Cần Thơ

Giá trị	Mương		Chiều rộng liếp (m)
	Sâu (m)	Rộng (m)	
Lớn nhất	2	3,5	9
Nhỏ nhất	1,5	2	6
Trung bình±Sd	1,5±0,5	3±0,5	8,5±0,5

n=180 (kết quả khảo sát năm 2025)

Nguồn: Số liệu khảo sát của tác giả

4.3. Kỹ thuật bón phân

Cây sầu riêng cần bón đầy đủ, cân đối các nguyên tố dinh dưỡng, đủ vi lượng cây mới sinh trưởng khoẻ mạnh, sung sức, chống chịu tốt với sâu bệnh, cho năng suất cao (Trần Văn Hâu, 2025). Theo kết quả điều tra tại Cần Thơ, người dân bón phân bằng cách rải quanh gốc 4 - 6 lần trong năm, các đợt bón tập trung lượng phân cao vào giai đoạn chuẩn bị làm trái và sau thu hoạch. Nhìn chung, nhà vườn bón theo từng giai đoạn sinh trưởng từ khi cây ra hoa đến khi trái phát triển và trưởng thành nhằm đáp ứng nhu cầu của trái.

4.4. Thu hoạch và tiêu thụ

Kết quả điều tra cho thấy, thời gian đậu trái đến khi thu hoạch của sầu riêng trung bình là 110±20 ngày. Sau khi thu hoạch, 100% các nhà vườn được thương lái đến tận nhà thu mua và không có biện pháp bảo quản sau thu hoạch.

4.5. Cơ sở vật chất và điều kiện sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP

Theo kết quả điều tra khảo sát, hơn 90% các điều kiện cơ sở vật chất (kho chứa thuốc bảo vệ thực vật, chỗ pha thuốc, hố rác, hố cát…) bắt buộc theo tiêu chuẩn VietGAP nông hộ chưa đáp ứng được. Số ít có nhà kho, tuy nhiên việc bố trí, sắp xếp vật tư vẫn chưa phù hợp theo tiêu chuẩn VietGAP.

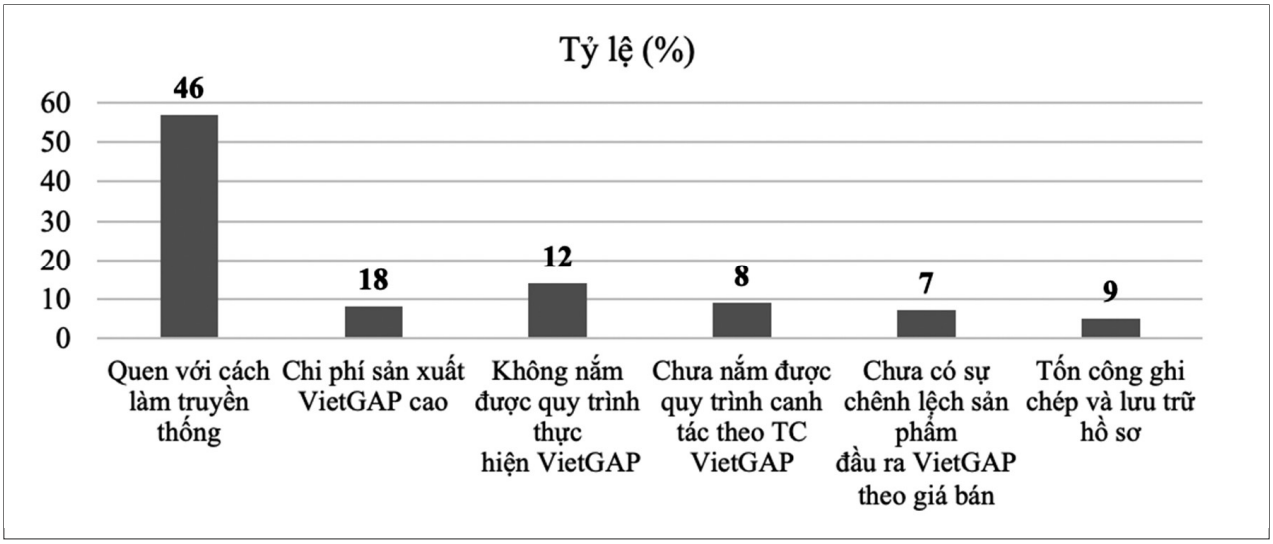
Vì vậy, khi thực hiện mô hình sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP, nông hộ phải đầu tư kinh phí để xây dựng, sữa chữa cơ sở vật chất đáp ứng theo tiêu chuẩn. Ngoài ra, nông hộ cần phải chuẩn bị một khoản chi phí để thực hiện kiểm mẫu (gồm mẫu đất, nước và sản phẩm) và chi phí thuê đơn vị đánh giá chứng nhận. Việc này làm phát sinh chi phí sản xuất và ảnh hưởng đến hiệu quả kinh tế nông hộ nếu giá bán giữa sản phẩm VietGAP và sản phẩm thông thường không có sự chênh lệch.

4.6. Nguyên nhân nông hộ chưa sẵn sàng chấp nhận áp dụng VietGAP vào canh tác

Theo quan điểm của người nông dân, nhóm nghiên cứu xác định được 4 nhóm nguyên nhân (thông qua 8 tiêu chí) làm cho nhà vườn chưa sẵn sàng chấp nhận áp dụng VietGAP vào sản xuất. Sau khi xác định được các nguyên nhân chung, sử dụng 8 tiêu chí này để nông dân đánh giá thông qua thang đo Likert 5 mức độ. Chi tiết kết quả đánh giá các nguyên nhân được trình bày ở Hình 1.

Nhóm nguyên nhân thứ nhất có liên quan đến các tiêu chuẩn về kỹ thuật sản xuất. Tiêu chuẩn VietGAP đặt ra những yêu cầu cụ thể về kỹ thuật cho từng khâu trong quá trình sản xuất, sơ chế sản phẩm trồng trọt, bao gồm: đánh giá và lựa chọn vùng sản xuất; giống,

Hình 1: Nguyên nhân nông hộ chưa sẵn sàng chấp nhận áp dụng quy trình sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP



quản lý đất, phân bón, nước tưới cho cây trồng, nông dược, thu hoạch và xử lý sau thu hoạch; quản lý và xử lý chất thải; an toàn lao động; ghi chép, lưu trữ hồ sơ, truy xuất nguồn gốc và thu hồi sản phẩm; kiểm tra nội bộ (theo tiêu chuẩn TCVN11892-1:2017).

Nông dân được khảo sát cho rằng, quy trình VietGAP khó áp dụng và phức tạp, phải tuân thủ theo nhiều tiêu chí quy định bắt buộc. Ngoài ghi chép nhật ký sản xuất hằng ngày, nông dân còn giữ quy tắc vệ sinh chung, vệ sinh kỹ dụng cụ sản xuất, thu gom chai lọ đựng thuốc bảo vệ thực vật, xây dựng nhà vệ sinh tự hoại. Qua khảo sát nông dân còn cho rằng, việc ghi chép nhật ký sản xuất hằng ngày và lưu hồ sơ sẽ khó thực hiện trong thực tế với nông dân. Do đặc thù nghề nông, công việc mệt nhọc cùng với trình độ học vấn thấp, nông dân thường lớn tuổi, quen với sản xuất tự do, không có ghi chép nên người dân cảm thấy khó thực hiện việc ghi chép lại các công việc hàng ngày. Qua khảo sát cho thấy, người dân có ý thức về lợi ích của việc áp dụng tiêu chuẩn VietGAP, nhưng họ chưa quen công việc ghi chép "nhật ký sản xuất", đây là một trong những tiêu chí quan trọng trong quy trình VietGAP, nhằm đảm bảo việc truy xuất nguồn gốc sản phẩm.

Nhóm nguyên nhân thứ hai có liên quan đến chi phí sản xuất. Nông dân được khảo sát tin rằng, việc sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP sẽ làm tăng chi phí so với sản xuất theo phương thức canh tác truyền thống. Như được đề cập, việc áp dụng tiêu chuẩn VietGAP phải tuân thủ theo quy trình kỹ thuật sản xuất nghiêm ngặt về an toàn như phải sử dụng thêm phân hữu cơ, thuốc sinh học, phải có nhà kho để phân bón và thuốc bảo vệ thực vật, dụng cụ bảo hộ lao động... do đó sẽ làm tăng chi phí sản xuất cho nông dân.

Nhóm nguyên nhân thứ ba là về đầu ra sản phẩm đạt chuẩn VietGAP. Nông dân đề cập đến 2 vấn đề chính liên quan đến thị trường là đầu ra sản phẩm VietGAP không ổn định và giá bán sản phẩm đạt chuẩn VietGAP không chênh lệch đáng kể so với giá sản phẩm sản xuất theo quy trình thông thường của nông dân. Các sản phẩm đạt chuẩn VietGAP có thể chưa được người mua tin tưởng về chất lượng nên chưa sẵn lòng để mua giá cao. Nông dân được khảo sát cho rằng, họ không muốn sản xuất theo quy chuẩn VietGAP là do đầu ra thị trường không ổn định.

Nhóm nguyên nhân thứ tư có liên quan đến đặc điểm của nông dân như sự hiểu biết và nhận thức về VietGAP. Nông dân cho rằng, qua quan sát những hộ đang áp dụng quy trình VietGAP cho thấy, hiệu quả sản xuất không cao so với sản xuất theo quy trình bình thường. Chẳng hạn, chi phí sản xuất theo

VietGAP cao nhưng giá bán sản phẩm lại không cao, người sản xuất phải áp dụng quy trình kỹ thuật và ghi chép nhật ký sản xuất một cách nghiêm ngặt. Kết quả khảo sát cũng cho thấy, nông dân chưa được tiếp cận hỗ trợ, trao đổi và hướng dẫn áp dụng tiêu chuẩn VietGAP nên chưa dám áp dụng. Nông dân không muốn áp dụng quy trình VietGAP vì đã quen với kỹ thuật và kinh nghiệm lâu nay trong canh tác nên chưa sẵn sàng để thay đổi, do không biết khi áp dụng VietGAP có đạt kết quả cao hơn hay không.

Nhìn chung, có nhiều nguyên nhân làm nông dân chưa có động lực để áp dụng quy trình VietGAP vào canh tác cây ăn trái. Các nguyên nhân chủ yếu là chi phí sản xuất VietGAP cao do phải đầu tư một số hạng mục công trình như kho chứa phân thuốc và dụng cụ lao động, nhà vệ sinh tự hoại, thường xuyên ghi chép nhật ký sản xuất, quy trình kỹ thuật khó áp dụng, trong khi đó đầu ra cho sản phẩm VietGAP không ổn định và giá bán không chênh lệch nhiều so với sản xuất theo truyền thống. Nhiều nông dân chưa nhận thức được lợi ích lâu dài khi áp dụng quy trình VietGAP vào sản xuất. Không ít nông dân lớn tuổi, trình độ học vấn thấp nên đôi khi còn ngại áp dụng những kỹ thuật hay quy trình sản xuất mới.

Một lý do khác cũng khá quan trọng là giá bán sản phẩm đạt chuẩn VietGAP và sản phẩm thông thường chưa có sự khác biệt nhiều nên chưa tạo động lực cho nông dân áp dụng quy chuẩn VietGAP vào sản xuất. Chưa có nhiều doanh nghiệp tham gia thực hiện việc liên kết bao tiêu sản phẩm VietGAP cho nông dân. Đây có thể là một trong những lý do làm cho giá bán giữa sản phẩm đạt chuẩn VietGAP và thông thường không chênh lệch nhiều, do nông dân vẫn bán sản phẩm VietGAP qua thương lái, trong khi thương lái ít có sự phân biệt giá mua giữa sản phẩm VietGAP và sản phẩm thông thường.

Chi phí chứng nhận đạt chuẩn VietGAP còn cao cũng được xem là một trong những nguyên nhân làm nông dân chưa có động lực để áp dụng tiêu chuẩn VietGAP. Hiện nay, để chứng nhận sản xuất đạt chuẩn VietGAP, nông dân phải thuê đơn vị để tư vấn, đánh giá, cấp giấy chứng nhận và tốn chi phí khá cao. Tuy nhiên, giấy chứng nhận VietGAP chỉ có giá trị trong thời gian 3 năm; sau khi hết hiệu lực, nông dân phải thuê đơn vị để tái chứng nhận lại. Kết quả khảo sát cũng cho thấy, các mô hình sản xuất đạt chuẩn VietGAP của nông dân ở Cần Thơ được hỗ trợ từ các dự án của ngành nông nghiệp và từ các dự án khoa học công nghệ nên hầu hết người dân được hỗ trợ chi phí chứng nhận lần đầu.

Nguyên nhân cuối cùng nhưng cũng khá quan trọng là thiếu đội ngũ tư vấn, giám sát, hướng dẫn thường xuyên cho nông dân trong quá trình áp dụng quy trình VietGAP. Phần lớn nông dân thường ngại và chậm áp dụng quy trình kỹ thuật sản xuất mới do sợ rủi ro so với cách làm của mình. Do đó, đội ngũ cán bộ tư vấn, hướng dẫn khi nông dân áp dụng quy trình VietGAP sẽ là nhân tố quan trọng giúp nông dân tự tin hơn và mạnh dạn áp dụng.

4.7. Hiệu quả tài chính của nông hộ trồng sầu riêng

Chi phí của nông hộ trồng sầu riêng phát sinh gồm chi phí trung gian (chi phí phân bón, thuốc bảo vệ thực vật, chi phí thuốc diệt cỏ, chi phí đầu tư ban đầu được phân bổ, chi phí khác như nhiên liệu). Chi phí đầu tư ban đầu bao gồm chi phí lên liếp, đắp mô, giống, chi phí phân thuốc, chi phí lao động và các khoản chi phí khác trong suốt thời gian cây chưa cho trái, giai đoạn này thường kéo dài 5-6 năm tính từ ngày bắt đầu trồng. Chi phí tăng thêm là các chi phí còn lại như chi phí lao động gia đình, chi phí thuê lao động, chi phí khấu hao máy móc, thiết bị, dụng cụ trong quá trình sản xuất. Ngoài ra, chi phí vận chuyển, thu hoạch thông thường được thương lái vào mua tự cắt và vận chuyển.

Như vậy, chi phí người trồng phải bỏ ra cho 1 kg khoảng 22.720 ngàn đồng/kg, trong đó chi phí trung gian chiếm 52,3% tổng chi phí tương ứng 11.875 đồng/kg, chi phí tăng thêm chiếm 47,7% tương ứng với khoảng 10.845 đồng/kg. Trong đó, chi phí phân bón chiếm tỷ trọng cao nhất (5.905 đồng/kg). Nguyên nhân là do nông dân tin phân bón có vai trò lớn trong việc tác động đến năng suất cho loại cây này, do đó người trồng có xu hướng bón nhiều phân. (Bảng 4)

Kết quả khảo sát cho thấy, sầu riêng được chia thành 4 loại, cách phân loại chủ yếu thường theo số

Bảng 4. Cơ cấu chi phí sản xuất sầu riêng của nhà vườn

Chỉ tiêu (đồng/kg)	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Lớn nhất	Nhỏ nhất
Tổng chi phí trung gian	*11.875*		*578.264*	*423,09*
Chi phí phân bón	5.905	13.977	198.776	265
Chi phí thuốc BVTV	2.650	17.845	268.947	229
Chi phí đầu tư ban đầu đã phân bổ	2.200	5.630	53.661	314
Chi phí khác	1.120	2.336	17.865	0
Tổng chi phí tăng thêm	*10.845*		*308.771*	*876,52*
Chi phí lao động thuê	3.725	1.895	18.642	0
Chi phí lao động nhà	6.140	14.987	197.568	721,36
Chi phí khấu hao máy móc, thiết bị, dụng cụ	980	2.019	14.688	20,64
Tổng	**22.720**			

n=180 (kết quả khảo sát năm 2025)

kg của trái, ngoài ra trái thường phải tròn, đều múi, không sâu và phụ thuộc một phần vào quyết định của thương lái và vựa. Trong đó, giá bán loại 1 thời điểm cao nhất khoảng 150 ngàn đồng/kg, với sản lượng chiếm khoảng 30% tổng sản lượng thu hoạch. Tỷ trọng cao nhất là loại 2 khoảng 40% với giá bán cao nhất khoảng 120 ngàn đồng/kg. Loại 3 và 4 giá khá thấp nhưng tỷ trọng cũng tương đối ít. (Bảng 5)

Điểm đáng lưu ý là có sự chênh lệch giá rất lớn giữa hộ cao nhất và thấp nhất, điều này là do có một số hộ bán vào đợt hàng bị "dội chợ" hoặc khan hiếm với số lượng ít, thương lái mua với cao hơn. Ngoài ra, năng suất các hộ trung bình là 1.200 kg/1.000 m2. Năng suất trung bình cũng có sự chênh lệch giữa các hộ và giữa các giống. Đây chính là điểm quan trọng đối với loại cây trồng này khi cây sầu riêng rất nhạy cảm với thời tiết, và các yếu tố kỹ thuật canh tác loại cây trồng này.

Bảng 5. Chỉ tiêu tài chính của hộ trồng sầu riêng

Chỉ tiêu		Nhỏ nhất	Trung bình	Lớn nhất
Giá bán (đồng/kg)	Loại I		60.000	
	Loại II		40.000	
	Loại III		20.000	
	Loại IV		10.000	
Sản lượng (kg/0.1 ha)	Loại I	20	360	530
	Loại II	40	480	650
	Loại III	25	240	380
	Loại IV	20	120	220
Doanh thu (triệu/0.1 ha)		15	47	120

n=180 (kết quả khảo sát năm 2025)

5. Giải pháp thúc đẩy nhà vườn áp dụng tiêu chuẩn VietGAP

Nhà vườn cần mạnh dạn thay đổi tư duy sản xuất, chủ động áp dụng những tiến bộ khoa học kỹ thuật hay các quy trình sản xuất mới vào trong thực tế sản xuất để tạo ra những sản phẩm an toàn hơn, cạnh tranh tốt hơn trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế ở nước ta hiện nay. Việt Nam đã ký nhiều hiệp định thương mại tự do với các nước, tạo cơ hội lớn cho việc xuất khẩu nông sản của nước nhà, tuy nhiên nông sản của ta cũng phải cạnh tranh với nông sản ngoại nhập có chất lượng cao và giá rẻ ở ngay thị trường nội địa.

Cán bộ nông nghiệp ở địa phương cần theo dõi và hỗ trợ nông dân trong quá trình sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP, đặc biệt về quy trình kỹ thuật và khâu ghi chép nhật ký sản xuất. Đây là một quá trình lâu dài để giúp nông dân thay đổi dần thói quen sản xuất tự do sang thói quen sản xuất theo quy chuẩn, có tính trách nhiệm với sản phẩm của mình tạo ra. Cần tăng cường công tác tập huấn nâng cao năng lực áp dụng quy trình VietGAP cho người dân, từ đó giúp nông dân dễ dàng hơn trong việc tiếp cận và áp dụng vào thực tế, giảm chi phí sản xuất theo quy chuẩn VietGAP. Cần tăng cường công tác thông tin tuyên truyền về những lợi ích của việc áp dụng quy chuẩn VietGAP vào sản xuất, qua đó giúp nông dân thay đổi thói quen sản xuất và nâng cao nhận thức sản xuất an toàn nông sản, an toàn sức khỏe cho chính người sản xuất và người tiêu dùng, góp phần bảo vệ môi trường.

Các cơ quan chuyên môn ở địa phương cần tăng cường làm cầu nối giữa nông dân với các doanh nghiệp thu mua trái cây trong việc tiêu thụ sản phẩm đạt chuẩn VietGAP, thúc đẩy việc ký hợp đồng tiêu thụ sản phẩm VietGAP giữa đại diện nông dân (Hợp tác xã, Tổ hợp tác) với các Doanh nghiệp kinh doanh và xuất khẩu trái cây hay với các Nhà bán lẻ hiện đại. Qua đó, giúp nông dân sản xuất theo chuẩn VietGAP có thị trường đầu ra ổn định lâu dài. Nhà nước cần ban hành chính sách khuyến khích các doanh nghiệp, nhà bán buôn tham gia phân phối và tiêu thụ sản phẩm đạt chuẩn VietGAP. Thông qua kênh phân phối và bán buôn này sẽ giúp duy trì được chất lượng và uy tín của các sản phẩm đạt chuẩn VietGAP đối với người tiêu dùng.

6. Kết luận

Những nguyên nhân chủ yếu làm các nhà vườn không có động lực để áp dụng tiêu chuẩn VietGAP vào sản xuất do chi phí sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP cao, giá bán sản phẩm VietGAP không chênh lệch đáng kể so với sản xuất theo phương thức truyền thống của nông dân, đầu ra sản phẩm VietGAP không ổn định. Một số lý do khác làm nông dân chưa thật sự có động lực để áp dụng VietGAP như quy trình kỹ thuật khó áp dụng và phải ghi chép nhật ký sản xuất thường xuyên.

Nhận thức về tiêu chuẩn VietGAP, thực hành sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP chưa cao nên nông hộ chưa áp dụng.

Việc thực hiện chuyển đổi phương thức canh tác truyền thống sang canh tác sầu riêng theo tiêu chuẩn VietGAP; đáp ứng yêu cầu xuất khẩu và thực hiện cải tiến kỹ thuật canh tác gắn với ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật nhằm giảm chi phí sản xuất, tăng năng suất và gia tăng giá trị sản phẩm ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Bảo Thoa (2023). Việt Nam và EU có cam kết gì về thuế quan đối với rau quả trong Hiệp định EVFTA? Truy cập tại https://kinhte.congthuong.vn/viet-nam-va-eu-co-cam-ket-gi-ve-thue-quan-doi-voi-rau-qua-trong-hiep-dinh-evfta-290688.html

Đỗ Hương (2025). Xuất khẩu rau quả năm 2025 đạt kỷ lục 8,5 tỷ USD, cao nhất từ trước đến nay. Truy cập tại https://baochinhphu.vn/rau-qua-xuat-khau-nam-2025-dat-ky-luc-85-ty-usd-cao-nhat-tu-truoc-den-nay-10225122410173414.htm

Nguyễn Bảo Vệ và Lê Thanh Phong, (2020). Giáo trình cây đa niên Cây ăn trái. Nhà xuất bản Đại học Cần Thơ.

Phương Anh - Thành Nhân (2026). Xuất khẩu trái cây chính ngạch còn thiếu giải pháp đồng bộ. Truy cập tại https://laodong.vn/kinh-doanh/xuat-khau-trai-cay-chinh-ngach-con-thieu-giai-phap-dong-bo-1649054.ldo

Sở Nông nghiệp và Môi trường Thành phố Cần Thơ (2025). Báo cáo Tổng kết ngành nông nghiệp, nông thôn năm 2025 và triển khai kế hoạch năm 2026.

Trần Văn Hâu (2025). Giáo trình trồng và chăm sóc cây sầu riêng. Nhà xuất bản Đại học Cần Thơ.

Ngày nhận bài: 15/3/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 31/3/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 16/4/2026

SOLUTIONS FOR DEVELOPING VIETGAP-COMPLIANT DURIAN PRODUCTION AREAS IN CAN THO CITY

● Ph.D. **NGUYEN HUYNH PHUOC**
Lecturer, Nguyen Tat Thanh University

ABSTRACT:

This study aims to identify the factors influencing farmers' non-adoption of VietGAP standards in durian production in Can Tho City. The findings indicate that the main barriers include the high costs associated with VietGAP-compliant production, the relatively small price differential between VietGAP-certified and conventional products, and the unstable market demand for VietGAP products. In addition, complex technical procedures and the requirement to maintain production records are significant obstacles to farmers' adoption of VietGAP standards. Based on these findings, the study proposes several solutions to encourage wider adoption of VietGAP standards among durian farmers.

Keywords: farmer, VietGAP, production, durian production, Can Tho.

PHÁT TRIỂN NÔNG NGHIỆP XANH TRÊN ĐỊA BÀN CÁC TỈNH MIỀN NÚI PHÍA BẮC

● **NGÔ THÁI HÀ**
Khoa Lý luận chính trị, Trường Đại học Thương mại
Email: ha.nt3@tmu.edu.vn

TÓM TẮT:

Bài báo tập trung phân tích thực trạng phát triển nông nghiệp xanh trên địa bàn các tỉnh miền núi phía Bắc trong những năm gần đây, làm rõ những kết quả đạt được cũng như những khó khăn, thách thức đặt ra như hạn chế về cơ sở hạ tầng, trình độ kỹ thuật, vốn đầu tư và nhận thức của người dân. Trên cơ sở tiếp cận dưới góc độ kinh tế chính trị, nghiên cứu đánh giá vai trò của Nhà nước, thị trường và các chủ thể kinh tế trong quá trình chuyển đổi sang mô hình nông nghiệp xanh. Đồng thời, bài viết chỉ ra các yếu tố ảnh hưởng đến quá trình phát triển, bao gồm thể chế chính sách, nguồn lực lao động và điều kiện tự nhiên. Từ đó, tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm thúc đẩy phát triển nông nghiệp xanh theo hướng hiệu quả, bền vững, phù hợp với đặc thù vùng miền núi phía Bắc.

Từ khóa: nông nghiệp xanh, phát triển bền vững, miền núi phía Bắc, kinh tế chính trị, chuyển đổi nông nghiệp, bảo vệ môi trường.

1. Đặt Vấn đề

Nông nghiệp là một ngành kinh tế trọng điểm, giữ vị trí quan trọng trong quá trình công nghiệp hóa - hiện đại hóa (CNH, HĐH) đất nước. Nông nghiệp là ngành sản xuất vật chất hàng đầu, là nguồn cung cấp chủ yếu cho sự phát triển của con người và xã hội. Bên cạnh đó, các sản phẩm nông nghiệp còn là nguồn nguyên liệu cho các ngành công nghiệp khác. Các tỉnh miền núi phía Bắc có nhiều tiềm năng trong phát triển nông nghiệp. Các vùng đồi núi tạo điều kiện cho cho việc trồng các cây lương thực và các cây nông sản khác. Vì vậy phát triển nông nghiệp xanh đóng vai trò quan trọng trong quá trình phát triển kinh tế - xã hội của các tỉnh miền núi phía Bắc.

2. Tổng quan về nông nghiệp xanh

Ở Việt Nam, thuật ngữ Nông nghiệp xanh (Green Agriculture) là một khái niệm còn khá mới mẻ. Theo Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam: "Tăng trưởng xanh trong nông nghiệp là tăng trưởng ngành nông nghiệp về kinh tế, xã hội và môi trường, hướng tới phục hồi và bảo tồn hệ sinh thái tự nhiên, giảm thiểu tác động của biến đổi khí hậu". Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (2022).

Theo Bùi Đức Hùng (2016), " Nông nghiệp xanh được hiểu là mô hình canh tác nông nghiệp mới, giảm các tác động tiêu cực do phương thức sản xuất nông nghiệp truyền thống gây ra, nhờ triển khai toàn diện, hợp lý các quy trình sản xuất và "công nghệ xanh".

nông nghiệp xanh vừa sử dụng hợp lý tài nguyên (đất đai, nước), tiết kiệm chi phí đầu vào sản xuất, vừa giảm ô nhiễm môi trường. Từ đó hài hòa mục tiêu kinh tế với mục tiêu bảo vệ môi trường, góp phần giải quyết một số vấn đề xã hội". Bùi Đức Hùng và cộng sự (2016).

Theo quan điểm của tác giả Bùi Đức Hùng " Nông nghiệp xanh được hiểu là việc phát triển nền nông nghiệp phải được gắn liền với việc bảo vệ môi trường, bảo vệ sự đa dạng sinh học bằng cách thực hiện các biện pháp "xanh hóa" trong nông nghiệp qua đó làm giảm sự ô nhiễm môi trường đất, nước, không khí,… hướng tới mục tiêu phát triển bền vững". Bùi Đức Hùng và cộng sự (2016).

Nông nghiệp xanh cũng có thể được hiểu là nền nông nghiệp sạch, áp dụng các phương pháp canh tác thông minh, sử dụng phân bón hữu cơ, áp dụng vào sản xuất các quy trình, công nghệ hiệu quả, chất lượng, hợp lý, tiết kiệm, sử dụng tiết kiệm các nguồn tài nguyên thiên nhiên. Nền nông nghiệp xanh hướng đến sự cạnh tranh của nông sản, phát triển công nghệ xử lý chất thải, phụ phẩm trong ngành nông nghiệp giúp cuộc sống của người nông dân được ổn định hơn, có cuộc sống tốt hơn, bảo vệ nguồn tài nguyên thiên nhiên và hệ sinh thái trong nông nghiệp.

Từ các quan niệm trên, chúng ta có thể rút ra khái niệm : Nông nghiệp xanh là một phương pháp canh tác nông nghiệp, áp dụng các phương pháp canh tác thông minh, sử dụng phân bón hữu cơ, áp dụng sản xuất các quy trình, công nghệ hiệu quả, chất lượng, hợp lý, trong đó chú trọng vào việc bảo tồn sự đa dạng sinh học, hạn chế ảnh hưởng xấu đối với môi trường và sức khỏe con người.

3. Nội dung và tiêu chí đánh giá nông nghiệp xanh

Một là, phát triển nông nghiệp xanh nhằm sản xuất nông nghiệp bền vững, bảo vệ môi trường

Trong quá trình sản xuất nông nghiệp, các sản phẩm được tạo ra để phục vụ cho sản xuất và đời sống hằng ngày của con người. Bên cạnh các sản phẩm chính được tạo ra nhằm mục đích lớn lao như vậy thì tồn tại song song với nó là các phụ phẩm của ngành nông nghiệp. Thực tế cho thấy, các phụ phẩm của ngành nông nghiệp không được xử lý, tận dụng một cách triệt để.

Các phần còn lại sau thu hoạch trong nông nghiệp phần lớn là các chất hữu cơ, có thể được tận dụng, dùng cho rất nhiều mục đích khác nhau có thể kể đến như: phụ phẩm tiểu ngành trồng trọt có thể dùng làm thức ăn cho chăn nuôi, nguyên liệu cho các ngành thủ công truyền thống, làm phân bón hữu cơ,… phụ phẩm tiểu ngành chăn nuôi có thể được tận dụng để làm chất đốt (khí Biogas), làm phân bón để cải thiện độ phì nhiêu cho đất, làm cho cây trồng sinh trưởng tốt hơn và hơn hết là làm giảm lượng khí thải vào môi trường. Nếu các sản phẩm phụ không tái sử dụng hoặc không được sử dụng cần được thu gom và xử lý đúng cách để tránh làm ô nhiễm môi trường.

Để đánh giá nội dung này, có một số tiêu chí như: Sản xuất nông nghiệp bền vững bằng cách đa dạng hóa đối tượng trong sản xuất nông nghiệp, tăng cường đa dạng sinh học, giảm thiểu rủi ro do dịch bệnh, biến đổi khí hậu; Dùng phân bón hữu cơ, sinh học; Hạn chế ô nhiễm môi trường, cải thiện chất lượng đất; Ứng dụng các phương pháp trồng trọt, chăn nuôi tiên tiến như tưới tiết kiệm, trồng xen canh, luân canh; Giảm thiểu sử dụng thuốc bảo vệ thực vật; Tăng cường kiểm soát sinh học, sử dụng các biện pháp phòng trừ dịch hại tự nhiên. Bảo vệ môi trường: Giảm thiểu ô nhiễm từ nước thải trong sản xuất nông nghiệp qua việc xử lý chất thải chăn nuôi, sử dụng hợp lý phân bón, thuốc bảo vệ thực vật: Bảo vệ đất, ngăn chặn xói mòn, cải tạo đất bạc màu; Bảo vệ đa dạng sinh học: Tạo lập các khu bảo tồn, hành lang sinh thái; Giảm thiểu phát thải khí nhà kính từ các hoạt động sản xuất nông nghiệp.

Hai là, phát triển nông nghiệp xanh nhằm nâng cao chất lượng cuộc sống cho nông dân

Phát triển nông nghiệp xanh nhằm nâng cao thu nhập, cải thiện chất lượng cuộc sống cho nông dân. Về cơ bản, quá trình phát triển nông nghiệp xanh đã xóa bỏ được tình trạng nghèo đói trong xã hội, đời sống vật chất, tinh thần được cải thiện, trình độ dân trí

tăng lên, người nông dân kế thừa và tiếp thu nhiều kinh nghiệm trong sản xuất nông nghiệp để vươn lên làm giàu.

Song, trong quá trình phát triển nông nghiệp xanh vẫn còn nhiều hạn chế, đời sống của bà con nông dân vẫn còn nhiều điểm chưa tương xứng với sự phát triển, đời sống của người dân ở các vùng sâu, vùng xa, vùng biên giới, hải đảo vẫn còn nhiều khó khăn, hoạt động văn hóa còn hạn chế, sự chênh lệch về hưởng thụ các giá trị văn hóa còn nhiều thiếu sót, sự chênh lệch giàu nghèo giữa các vùng còn lớn làm nảy sinh nhiều vấn đề xã hội khác,…

Để đánh giá nội dung này, có tiêu chí nâng cao chất lượng cuộc sống nông dân: Tăng thu nhập cho nông dân thông qua việc phát triển các sản phẩm nông nghiệp chất lượng cao, có giá trị gia tăng; Cải thiện điều kiện sống, đầu tư vào cơ sở hạ tầng nông thôn, nâng cao chất lượng cuộc sống của người dân; Đào tạo và nâng cao nhận thức, tăng cường kiến thức về nông nghiệp bền vững cho nông dân.

Ba là, nâng cao công tác quản lý và các chính sách phát triển nông nghiệp xanh

Các thể chế chính sách nhằm thể hiện quan điểm của Đảng và nhà nước ta về phát triển nông nghiệp xanh trên địa bàn cấp tỉnh. Để phát triển nông nghiệp xanh ngoài việc cần có hạ tầng phát triển còn cần có quy hoạch phát triển nông nghiệp xanh của Nhà nước và địa phương để khai thác được tối đa lợi thế cũng như sử dụng hiệu quả các nguồn lực cho phát triển hiệu quả nền nông nghiệp

Hoàn thiện các chính sách nhằm phát triển các mô hình sản xuất nông nghiệp xanh giảm thiểu các tác động tiêu cực đến sản phẩm nông nghiệp và môi trường. Đồng thời khuyến khích các tác động tích cực, thực hiện các chiến lược để bảo vệ môi trường để phục hồi các nguồn tài nguyên và hệ sinh thái đã bị suy thoái. Mô hình sản xuất nông nghiệp xanh áp dụng các kỹ thuật sản xuất gần gũi với thiên nhiên nhằm duy trì và nâng cao độ màu mỡ cho đất, giảm thiểu xói mòn đất, giảm thiểu việc sử dụng hóa chất bảo vệ thực vật.

Các mô hình sản xuất nông nghiệp xanh đều hướng đến giảm chi phí nguyên liệu, cải thiện hiệu suất kinh tế, đảm bảo sinh thái, môi trường và giải quyết các vấn đề của xã hội như xóa đói giảm nghèo, tạo nhiều việc làm. Việc áp dụng thành công các mô hình sản xuất xanh sẽ tạo ra nông sản có chất lượng, nâng cao lợi nhuận cho người sản xuất, đảm bảo sức khỏe cho người tiêu dùng, giúp hạn chế những thiệt hại do phát thải khí nhà kính và sự gia tăng nhiệt độ toàn cầu.

Để đánh giá nội dung này, có tiêu chí về công tác quản lý và các chính sách phát triển nông nghiệp xanh; Các chính sách hỗ trợ phát triển nông nghiệp xanh: Có các chính sách ưu đãi về tài chính, đất đai, công nghệ cho các hoạt động sản xuất nông nghiệp bền vững; Khả năng thích ứng với biến đổi khí hậu: Có các kế hoạch ứng phó với biến đổi khí hậu, giảm thiểu rủi ro thiên tai; Tham gia các chuỗi giá trị: Liên kết sản xuất với tiêu thụ, đảm bảo đầu ra ổn định cho sản phẩm; Phát triển nông nghiệp thông minh: Áp dụng công nghệ thông tin vào quản lý sản xuất, thu thập và phân tích dữ liệu.

4. Thực trạng phát triển nông nghiệp xanh trên địa bàn các tỉnh miền núi phía Bắc, trường hợp nghiên cứu tại tỉnh Sơn La

4.1. Về quy mô và chuyển đổi cơ cấu sản xuất

Sơn La là tỉnh đi đầu khu vực về chuyển đổi sang nông nghiệp xanh. Diện tích cây ăn quả đạt khoảng 84.000 - 85.000 ha, chiếm tỷ trọng lớn trong cơ cấu nông nghiệp. Năm 2020, diện tích cây ăn quả đạt gần 79.000 ha, chiếm khoảng 60% diện tích cây ăn quả toàn vùng Tây Bắc. Trong gần 10 năm, tỉnh đã chuyển đổi và trồng mới gần 62.000 ha cây ăn quả, chủ yếu trên đất dốc . (Viện Khoa học Nông nghiệp Việt Nam năm (2025)). Đây là minh chứng rõ ràng cho quá trình chuyển đổi từ nông nghiệp truyền thống sang nông nghiệp xanh, góp phần giảm xói mòn đất, tăng độ che phủ sinh thái và nâng cao hiệu quả sử dụng đất dốc.

4.2. Về phát triển sản xuất theo tiêu chuẩn xanh

Sơn La đã xây dựng nhiều vùng sản xuất theo tiêu

chuẩn VietGAP, GlobalGAP và hữu cơ. Tỉnh có hàng trăm mã số vùng trồng; riêng diện tích phục vụ xuất khẩu khoảng 3.000 ha với 200 mã vùng trồng. Viện Khoa học Nông nghiệp Việt Nam (2025)Định hướng đến năm 2030: có 25% diện tích cây ăn quả đạt VietGAP/GlobalGAP và 15% diện tích áp dụng canh tác bền vững (hữu cơ, tưới tiết kiệm) UBND tỉnh Sơn La (2026). Ngoài ra, còn nhiều mô hình khác như: Sử dụng phân bón hữu cơ, vi sinh; tưới tiết kiệm nước và canh tác sinh thái (nông - lâm kết hợp)

4.3. Về kết quả về sản lượng và giá trị kinh tế

Tổng sản lượng quả đạt khoảng 450.000 - 800.000 tấn/năm (tùy giai đoạn). Giá trị sản xuất cây ăn quả đạt 150 - 300 triệu đồng/ha/năm. Năm 2025, giá trị xuất khẩu nông sản của tỉnh đạt mục tiêu khoảng 35,2 triệu USD. Viện Khoa học Nông nghiệp Việt Nam (2025) Một số sản phẩm xuất khẩu chủ lực của tỉnh Sơn La: Xoài: 16.400 tấn/năm; Nhãn: 4.100 tấn/năm; Chuối: 8.000 tấn/năm. Điều này cho thấy, nông nghiệp xanh tại Sơn La đã gắn với sản xuất hàng hóa và thị trường xuất khẩu, không chỉ dừng ở mô hình thử nghiệm.

4.4. Về phát triển chuỗi giá trị và công nghệ

Sơn La có hơn 300 mã vùng trồng và hơn 100 cơ sở đóng gói phục vụ xuất khẩu. Viện Khoa học Nông nghiệp Việt Nam (2025)Nhiều hợp tác xã, doanh nghiệp tham gia liên kết sản xuất - tiêu thụ và ứng dụng mạnh như truy xuất nguồn gốc, chuyển đổi số nông nghiệp và công nghệ tưới tiết kiệm.

Như vậy, trong những năm gần đây, tỉnh Sơn La đã đạt được nhiều kết quả nổi bật trong phát triển nông nghiệp xanh, thể hiện rõ qua quá trình chuyển đổi mạnh mẽ cơ cấu cây trồng và mở rộng sản xuất theo hướng bền vững. Diện tích cây ăn quả đạt trên 84.000 - 85.000 ha, trở thành vùng sản xuất cây ăn quả lớn nhất miền núi phía Bắc, góp phần nâng cao hiệu quả sử dụng đất dốc và giảm xói mòn. Nhiều vùng sản xuất đã áp dụng các tiêu chuẩn VietGAP, GlobalGAP, kết hợp truy xuất nguồn gốc và liên kết chuỗi giá trị, từng bước đáp ứng yêu cầu thị trường xuất khẩu. Giá trị sản xuất nông nghiệp tăng cao, đạt khoảng 150 -300 triệu đồng/ha/năm, đồng thời sản lượng quả hàng năm đạt hàng trăm nghìn tấn, với nhiều sản phẩm như xoài, nhãn, chuối tham gia xuất khẩu. Những kết quả này cho thấy Sơn La đã cơ bản hình thành nền nông nghiệp xanh theo hướng hàng hóa, gắn với thị trường và phát triển bền vững.

Tuy nhiên, quá trình phát triển nông nghiệp xanh tại Sơn La vẫn còn nhiều hạn chế. Tỷ lệ diện tích đạt chứng nhận VietGAP, hữu cơ còn chưa cao so với tổng diện tích sản xuất, chất lượng sản phẩm chưa đồng đều, dẫn đến tình trạng biến động giá nông sản, có thời điểm giảm mạnh do cung vượt cầu. Sản xuất vẫn mang tính phân tán, liên kết chuỗi giá trị chưa thực sự bền vững, trong khi hạ tầng chế biến và bảo quản sau thu hoạch còn hạn chế. Bên cạnh đó, việc ứng dụng khoa học - công nghệ chưa đồng đều giữa các vùng, cùng với tác động của biến đổi khí hậu (hạn hán, sạt lở) tiếp tục là những rào cản lớn đối với việc phát triển nông nghiệp xanh một cách ổn định và lâu dài.

5. Bài học kinh nghiệm cho các tỉnh miền núi phía Bắc

Chỉ trong một thời gian ngắn, Sơn La đã có nhiều chuyển biến trong nông nghiệp, từ một tỉnh có nền nông nghiệp truyền thống trở thành một trung tâm sản xuất hàng hóa nông nghiệp hàng đầu miền Bắc với sự phát triển trong chăn nuôi bò sữa và trồng rau, hoa với quy mô rộng lớn. Để đạt được những kết quả đó, chính quyền tỉnh Sơn La đã ban hành và thực hiện quyết liệt các chủ trương, chính sách tổ chức sản xuất nông nghiệp theo các hình thức sản xuất tập trung, sử dụng các loại giống cây trồng tốt, thực hiện các hình thức canh tác bền vững theo các tiêu chí xanh. Bên cạnh đó, Sơn La cũng chú trọng đến thị trường tiêu thụ nông sản.Tỉnh đã cung cấp một lượng nông sản lớn cho các tỉnh lân cận và các tỉnh thuộc khu vực miền Bắc. Song song với đó, tỉnh còn hỗ trợ kinh phí cho việc quảng bá hình ảnh, tổ chức giao lưu buôn bán với nhiều khu vực,…

Qua nghiên cứu thực trạng phát triển của tỉnh Sơn La, có thể rút ra được một số bài học kinh nghiệm để áp dụng vào tiến trình phát triển nền nông nghiệp xanh của các tỉnh miền núi phía Bắc:

Một là, tăng cường đầu tư nghiên cứu khoa học công nghệ.

Khoa học công nghệ hiện đại, đồng bộ trong các khâu đã mang lại sự phát triển mạnh các ngành sản xuất nông nghiệp. Các tỉnh miền núi phía Bắc cũng đã tăng cường đầu tư vào phát triển nghiên cứu Khoa học công nghệ, tuy nhiên cần có chọn lọc, tích cực nâng cao nhận thức cho nông dân nhằm khai thác tiềm năng con người và áp dụng Khoa học công nghệ có hiệu quả, đồng thời phải được thực hiện đồng bộ đối với các khâu trong quá trình sản xuất.

Hai là, chú trọng thị trường tiêu thụ.

Các tỉnh miền núi phía Bắc cần xây dựng tầm nhìn dài hạn cho đầu ra nông sản sạch, xây dựng nhãn mác, logo riêng cho địa phương giúp khách hàng nhận biết thương hiệu.

Ba là, tiếp tục hoàn thiện hệ thống chính sách phát triển nông nghiệp xanh

Nhà nước cần tiếp tục ban hành, hoàn thiện và tổ chức thực hiện các chính sách để phát triển nông nghiệp xanh, cần hỗ trợ, trợ giúp về tài chính, kỹ thuật để người nông dân an tâm sản xuất nông nghiệp xanh. Song song với đó, cần thực hiện, nhân rộng và tiến tới bắt buộc tham gia chính sách bảo hiểm rủi ro nông nghiệp cho nông dân là rất cần thiết.

Bốn là, đẩy mạnh công tác đào tạo bồi dưỡng thực hành nông nghiệp xanh cho nông dân

Đẩy mạnh việc đào tạo nâng cao nhận thức của người nông dân trong quá trình phát triển giúp họ có đầy đủ kiến thức, kỹ năng và trình độ để ứng dụng các thành tựu Khoa học công nghệ, các phương pháp canh tác tiên tiến, hiện đại nhằm nâng cao hiệu suất kinh tế. Bên cạnh đó, các cấp chính quyền cũng cần quan tâm chỉ đạo trong quá trình phát triển nền nông nghiệp xanh hướng tới nông nghiệp bền vững.

Hiện nay nhận thức của nông dân trong việc thực hành nông nghiệp xanh vẫn còn khá hạn chế. Vì thế cần tăng cường công tác tuyên truyền cho nông dân về lợi ích của việc thực hành nông nghiệp xanh thông qua các cuộc họp tại địa phương, các phương tiện truyền thông trực tuyến. Đặc biệt, cần đào tạo bài bản cho cán bộ làm nông nghiệp để họ có kiến thức, kỹ thuật về trang bị lại cho nông dân để thúc đẩy sự phát triển nền nông nghiệp xanh hướng đến bền vững ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Nguyễn Đỗ Tuấn Anh, Đặng Kim Khôi (2015), Tổng quan chiến lược và chính sách nông nghiệp xanh tại Việt Nam, Tạp chí môi trường số 2015.

Trịnh Viết Tiến (2023). Phát triển nông nghiệp xanh: Thực trạng và một số giải pháp. Truy cập tại https://kinhtevadubao.vn/phat-trien-nong-nghiep-xanh-thuc-trang-va-mot-so-giai-phap-28049.html

Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (2022), Quyết định số 3444/QĐ-BNN-KH phê duyệt kế hoạch hành động của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn thực hiện chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2021-2030, Hà Nội.

Lê Thị Hồng Dương (2018), Phát triển nền nông nghiệp xanh tại tỉnh Quảng Nam, Luận án tiến sĩ kinh tế, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam.

Nguyễn Trọng Hoài (2012), Mô hình tăng trưởng xanh. Khung phân tích và lựa chọn chính sách cho Việt Nam, Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.

Nguyễn Trọng Hoài (2014), Phát triển nông nghiệp theo hướng tăng trưởng xanh,Tiếp cận hành vi sử dụng thuốc bảo vệ thực vật tại Đồng bằng sông Cửu Long, Tạp chí phát triển Kinh tế.

Hans.Herren (2011), Báo cáo kinh tế xanh, UNEF.

Bùi Đức Hùng và cộng sự (2016), Chính sách phát triển nông nghiệp xanh tại các tỉnh Nam Trung Bộ, Nxb Khoa học xã hội, Hà Nội.

Website Viện Khoa học Nông nghiệp Việt Nam (2025): https://nongnghiepmoitruong.vn

UBND tỉnh Sơn La (2026), Quyết định số 882/QĐ-UBND ngày 11/4/2026 về phê duyệt Đề án mở rộng và phát triển các vùng nguyên liệu cây ăn quả đạt chuẩn giai đoạn 2026-2035.

Ngày nhận bài: 12/3/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 25/3/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 14/4/2026

DEVELOPING GREEN AGRICULTURE IN VIETNAM'S NORTHERN MOUNTAINOUS PROVINCES

● **NGO THAI HA**
Faculty of Political Theory, Trade University
Email: ha.nt3@tmu.edu.vn

ABSTRACT:

This study analyzes the current state of green agricultural development in Vietnam's northern mountainous provinces in recent years, highlighting key achievements as well as difficulties and challenges related to infrastructure, technical capacity, investment capital, and public awareness. Using a political economy approach, the study examines the roles of the State, the market, and economic actors in the transition toward a green agricultural model. It also identifies major factors influencing this process, including institutional policies, labor resources, and natural conditions. On this basis, the study proposes several solutions to promote green agricultural development in an efficient and sustainable manner, aligned with the specific characteristics of the northern mountainous region.

Keywords: green agriculture, sustainable development, northern mountainous region, political economy, agricultural transformation, environmental protection.

CƠ CHẾ GIÁM SÁT XÃ HỘI ĐỐI VỚI CÁC DỰ ÁN HỢP TÁC CÔNG - TƯ: KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VÀ GỢI Ý CHO VIỆT NAM

● **NGUYỄN THÙY LINH**
Học viện Hành chính và Quản trị công

TÓM TẮT:

Bài viết phân tích cơ chế giám sát xã hội đối với các dự án đầu tư theo phương thức hợp tác công - tư (PPP) thông qua khảo cứu kinh nghiệm của một số quốc gia như Vương quốc Anh, Hàn Quốc và Úc. Từ thực tiễn quốc tế, bài viết đánh giá những hạn chế trong cơ chế giám sát xã hội đối với dự án PPP tại Việt Nam; qua đó, đề xuất một số gợi ý nhằm hoàn thiện cơ chế giám sát xã hội đối với dự án PPP ở nước ta trong thời gian tới

Từ khóa: PPP, giám sát xã hội, minh bạch, trách nhiệm giải trình, đầu tư công tư.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh nhu cầu phát triển kết cấu hạ tầng ngày càng gia tăng, mô hình hợp tác PPP đã trở thành công cụ quan trọng để huy động nguồn lực xã hội cho phát triển kinh tế - xã hội ở nhiều quốc gia. Tuy nhiên, thực tiễn quốc tế cho thấy, các dự án PPP luôn tiềm ẩn nguy cơ thiếu minh bạch, thất thoát ngân sách, chuyển giao rủi ro bất hợp lý và xung đột lợi ích nếu thiếu cơ chế giám sát hiệu quả. OECD nhấn mạnh, quản trị PPP cần bảo đảm tính minh bạch, trách nhiệm giải trình và sự tham gia của xã hội nhằm kiểm soát rủi ro tài khóa và nâng cao hiệu quả đầu tư công [9]. Tại Việt Nam, dù khung pháp lý về PPP từng bước được hoàn thiện, cơ chế giám sát xã hội đối với các dự án này vẫn còn nhiều hạn chế về công khai thông tin, phản biện cộng đồng và trách nhiệm giải trình. Vì vậy, nghiên cứu kinh nghiệm quốc tế về giám sát xã hội đối với PPP có ý nghĩa thiết thực trong việc đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả quản trị và bảo đảm lợi ích công ở Việt Nam hiện nay.

2. Cơ sở lý luận về giám sát xã hội đối với dự án PPP

Theo UNDP (2019): "Giám sát xã hội là quá trình cộng đồng và các tổ chức xã hội dân sự tham gia theo dõi, đánh giá và phản biện nhằm bảo đảm tính minh bạch, hiệu quả và công bằng trong việc thực thi chính sách và dự án phát triển" [12].

Theo Điều 4 Luật Hoạt động giám sát của Quốc hội và Hội đồng nhân dân năm 2015, Giám sát là việc theo dõi, xem xét, đánh giá hoạt động của cơ quan, tổ chức, cá nhân trong việc thực hiện chính sách, pháp luật [10].

Trong bối cảnh PPP, giám sát xã hội được hiểu là quá trình các chủ thể ngoài bộ máy hành chính nhà nước tham gia theo dõi, phản biện, đánh giá và kiến nghị đối với việc xây dựng, tổ chức thực hiện chính

sách, chương trình và dự án công. Các chủ thể này có thể bao gồm người dân, cộng đồng thụ hưởng, cơ quan báo chí, tổ chức chính trị - xã hội, tổ chức nghề nghiệp, hiệp hội doanh nghiệp, các cơ sở nghiên cứu độc lập và các thiết chế đại diện xã hội khác. Trong quản trị hiện đại, giám sát xã hội là một cấu phần quan trọng nhằm bảo đảm tính minh bạch, trách nhiệm giải trình và hiệu quả sử dụng nguồn lực công.

Đối với các dự án đầu tư theo phương thức đối tác công tư (PPP), giám sát xã hội có ý nghĩa đặc biệt quan trọng do đây là mô hình hợp tác giữa khu vực công và khu vực tư nhân trong việc cung cấp công trình hạ tầng hoặc dịch vụ công thông qua các hợp đồng dài hạn, thường kéo dài từ 10 đến 30 năm. Trong mô hình này, lợi ích công và lợi ích tư cùng tồn tại, đòi hỏi phải có cơ chế kiểm soát phù hợp để bảo đảm hài hòa lợi ích giữa Nhà nước, nhà đầu tư và người dân. Nếu thiếu cơ chế giám sát hiệu quả, dự án PPP có thể phát sinh nhiều rủi ro như thiếu minh bạch trong lựa chọn nhà đầu tư; điều chỉnh hợp đồng bất lợi cho Nhà nước; gia tăng chi phí dịch vụ công đối với người sử dụng; chất lượng công trình không tương xứng với nguồn lực bỏ ra; chậm tiến độ, đội vốn; các tác động môi trường, xã hội không được xử lý đầy đủ; đồng thời làm suy giảm niềm tin của cộng đồng đối với chính sách PPP.

Vì vậy, giám sát xã hội đối với dự án PPP cần được thực hiện xuyên suốt toàn bộ vòng đời dự án, từ giai đoạn đề xuất chủ trương đầu tư, lập báo cáo nghiên cứu khả thi, lựa chọn nhà đầu tư, đàm phán và ký kết hợp đồng, thi công xây dựng, vận hành khai thác cho đến khi chuyển giao hoặc chấm dứt hợp đồng. Việc bảo đảm sự tham gia thực chất của xã hội không chỉ góp phần phòng ngừa rủi ro, hạn chế thất thoát và xung đột lợi ích, mà còn nâng cao tính đồng thuận xã hội, tăng cường hiệu quả quản trị và tính bền vững của các dự án PPP trong dài hạn.

3. Kinh nghiệm quốc tế về giám sát xã hội trong PPP

3.1. Vương quốc Anh

Vương quốc Anh được xem là một trong những quốc gia tiên phong trong triển khai mô hình PPP thông qua sáng kiến tài chính tư nhân (Private Finance Initiative - PFI), được áp dụng rộng rãi từ thập niên 1990 trong các lĩnh vực như giao thông, y tế, giáo dục, nhà tù và hạ tầng công cộng. Mô hình này giúp Chính phủ Anh huy động nguồn lực khu vực tư nhân để đầu tư công trình công cộng trong bối cảnh ngân sách nhà nước chịu nhiều áp lực [1]. Tuy nhiên, sau một thời gian thực hiện, nhiều dự án PFI bộc lộ những hạn chế như chi phí hợp đồng cao, thiếu linh hoạt trong điều chỉnh dịch vụ, khó kiểm soát lợi nhuận của nhà đầu tư và nghĩa vụ tài chính dài hạn của Nhà nước.

Trước thực tiễn đó, Chính phủ Anh từng bước hoàn thiện cơ chế giám sát và minh bạch đối với các dự án PPP. Một trong những biện pháp quan trọng là yêu cầu công khai nội dung hợp đồng ở mức độ phù hợp, công bố báo cáo đánh giá "giá trị đồng tiền" (Value for Money) trước khi quyết định lựa chọn mô hình PPP thay vì đầu tư công truyền thống. Đồng thời, các rủi ro tài khóa phát sinh từ cam kết thanh toán dài hạn của Nhà nước cũng được đưa vào hệ thống quản lý ngân sách và báo cáo công khai định kỳ.

Đặc biệt, National Audit Office (NAO) - cơ quan kiểm toán tối cao của Anh giữ vai trò trung tâm trong việc giám sát độc lập các dự án PPP. Cơ quan này thường xuyên thực hiện kiểm toán hoạt động, đánh giá hiệu quả chi tiêu công, tiến độ dự án, chất lượng dịch vụ và khả năng đạt mục tiêu ban đầu của các hợp đồng PFI/PPP. Nhiều báo cáo của NAO đã chỉ ra các bất cập trong phân bổ rủi ro, chi phí vận hành và nghĩa vụ ngân sách, từ đó tạo cơ sở để Quốc hội và Chính phủ điều chỉnh chính sách [5].

Bên cạnh đó, Quốc hội Anh thông qua các ủy ban chuyên trách cũng tiến hành giám sát, chất vấn các bộ ngành và doanh nghiệp liên quan đến dự án PPP. Truyền thông, tổ chức xã hội và người dân có điều kiện tiếp cận thông tin rộng rãi hơn, qua đó tăng cường giám sát từ bên ngoài khu vực công quyền.

Từ kinh nghiệm của Vương quốc Anh có thể rút ra một số bài học quan trọng cho Việt Nam: (i) cần xây dựng cơ chế đánh giá giá trị đồng tiền một cách bắt buộc trước khi quyết định đầu tư PPP; (ii) tăng cường vai trò của cơ quan kiểm toán nhà nước trong giám sát toàn bộ vòng đời dự án; (iii) công khai dữ liệu và

nghĩa vụ tài chính của Nhà nước đối với PPP; và (iv) tạo điều kiện để Quốc hội, báo chí và xã hội tham gia giám sát độc lập nhằm bảo đảm tính minh bạch và hiệu quả dài hạn của dự án.

3.2. Hàn Quốc

Hàn Quốc là một trong những quốc gia châu Á được đánh giá có hệ thống quản lý dự án PPP tương đối hoàn thiện và chuyên nghiệp. Từ cuối thập niên 1990, trước nhu cầu phát triển nhanh kết cấu hạ tầng trong khi nguồn lực ngân sách có giới hạn, Hàn Quốc đã đẩy mạnh huy động khu vực tư nhân tham gia đầu tư vào các lĩnh vực như giao thông, đường cao tốc, đường sắt đô thị, xử lý nước, giáo dục và các công trình công cộng khác. Để bảo đảm hiệu quả đầu tư và hạn chế rủi ro chính sách, quốc gia này không chỉ tập trung vào khung pháp lý mà còn xây dựng cơ chế giám sát kỹ thuật độc lập khá bài bản [6].

Một thiết chế nổi bật trong mô hình quản trị PPP của Hàn Quốc là Trung tâm Quản lý đầu tư hạ tầng công - tư (Public and Private Infrastructure Investment Management Center - PIMAC), trực thuộc Viện Phát triển Hàn Quốc (KDI). Đây là tổ chức nghiên cứu có tính độc lập tương đối, đóng vai trò hỗ trợ Chính phủ trong nhiều giai đoạn của dự án PPP. PIMAC tham gia thẩm định đề xuất dự án, đánh giá nhu cầu đầu tư, phân tích chi phí - lợi ích, đánh giá khả năng tài chính, so sánh giữa phương án PPP và đầu tư công truyền thống, đồng thời tư vấn cấu trúc hợp đồng và cơ chế phân bổ rủi ro phù hợp [7].

Ngoài chức năng thẩm định ban đầu, PIMAC còn tham gia theo dõi quá trình triển khai và đánh giá sau đầu tư đối với nhiều dự án PPP. Việc có một cơ quan chuyên môn độc lập giúp giảm tình trạng quyết định đầu tư dựa trên áp lực hành chính hoặc lợi ích cục bộ của từng bộ, ngành, địa phương. Đồng thời, các phân tích kỹ thuật và tài chính khách quan giúp nâng cao chất lượng lựa chọn dự án, hạn chế đầu tư dàn trải và giảm nguy cơ thất thoát nguồn lực công.

Một điểm đáng chú ý khác của Hàn Quốc là chú trọng công khai thông tin và chuẩn hóa quy trình ra quyết định. Nhiều báo cáo đánh giá tiền khả thi, hiệu quả đầu tư và kết quả triển khai được công bố để các bên liên quan có thể tiếp cận. Nhờ đó, xã hội, giới học giả và truyền thông có thêm căn cứ để theo dõi và phản biện chính sách PPP.

Từ kinh nghiệm của Hàn Quốc có thể rút ra một số hàm ý với Việt Nam: (i) cần hình thành hoặc củng cố một cơ quan tư vấn kỹ thuật độc lập cấp quốc gia chuyên trách về PPP nhằm hỗ trợ thẩm định dự án; (ii) mọi dự án PPP quy mô lớn cần được đánh giá khách quan về hiệu quả kinh tế - xã hội và giá trị đồng tiền trước khi phê duyệt; (iii) cần tăng cường công khai thông tin và đánh giá sau đầu tư để nâng cao trách nhiệm giải trình. Mô hình của Hàn Quốc cho thấy, giám sát xã hội hiệu quả không chỉ dựa vào phản ứng của cộng đồng mà còn cần nền tảng chuyên môn vững chắc từ các tổ chức đánh giá độc lập.

3.3. Úc

Úc là một trong những quốc gia có kinh nghiệm phong phú trong triển khai các dự án PPP, đặc biệt trong các lĩnh vực giao thông, bệnh viện, trường học, cấp nước và hạ tầng đô thị. Với đặc điểm quản trị liên bang, nhiều bang như Victoria, New South Wales và Queensland đã phát triển các khung chính sách PPP riêng nhưng vẫn bảo đảm các nguyên tắc chung về minh bạch, cạnh tranh và hiệu quả đầu tư công. Úc được đánh giá cao không chỉ ở khả năng thu hút vốn tư nhân mà còn ở cơ chế giám sát xã hội và quản trị dự án tương đối chặt chẽ.

Một điểm nổi bật trong mô hình PPP của Úc là chú trọng công khai thông tin dự án. Sau khi hợp đồng được ký kết, nhiều nội dung quan trọng của hợp đồng PPP được công bố ở mức độ phù hợp, đặc biệt là các điều khoản liên quan đến phạm vi dịch vụ, cơ chế thanh toán, phân chia rủi ro, tiến độ thực hiện và trách nhiệm của các bên. Việc công khai này giúp người dân, giới nghiên cứu, truyền thông và cơ quan dân cử có điều kiện theo dõi việc thực hiện cam kết giữa Nhà nước và nhà đầu tư [2].

Bên cạnh đó, các bang tại Úc thường xuyên yêu cầu lập báo cáo hiệu quả định kỳ đối với dự án PPP, bao gồm tiến độ xây dựng, chất lượng dịch vụ cung cấp, khả năng đáp ứng các chỉ tiêu hợp đồng và tác động tài chính đối với ngân sách công. Một số địa phương còn áp dụng cơ chế đánh giá sau đầu tư (post-project evaluation) nhằm so sánh kết quả thực tế với

mục tiêu ban đầu, từ đó rút kinh nghiệm cho các dự án tiếp theo [3].

Nhiều bang cũng xây dựng cổng dữ liệu mở hoặc chuyên trang thông tin về hạ tầng công, trong đó cập nhật tình trạng dự án PPP để người dân có thể tiếp cận các thông tin cơ bản như tổng mức đầu tư, thời gian triển khai, tiến độ hoàn thành, rủi ro chính, nghĩa vụ thanh toán của Nhà nước và đơn vị chịu trách nhiệm quản lý. Đây là công cụ quan trọng giúp tăng cường giám sát xã hội dựa trên dữ liệu công khai thay vì chỉ phụ thuộc vào báo cáo nội bộ của cơ quan quản lý.

Kinh nghiệm của Úc cho thấy giám sát xã hội hiệu quả cần được đặt trên nền tảng minh bạch thông tin, đánh giá thường xuyên và cơ chế phản hồi công khai. Đối với Việt Nam, bài học quan trọng là cần mở rộng công khai hợp đồng PPP ở mức hợp lý, xây dựng hệ thống dữ liệu quốc gia về các dự án PPP, thực hiện đánh giá sau đầu tư bắt buộc và tăng cường vai trò của Hội đồng nhân dân, báo chí, giới chuyên gia và cộng đồng trong theo dõi quá trình triển khai dự án. Điều này sẽ góp phần nâng cao trách nhiệm giải trình và hiệu quả dài hạn của mô hình PPP.

4. Thực trạng cơ chế giám sát xã hội đối với dự án PPP tại Việt Nam

Trong thời gian qua, Việt Nam đã có những bước tiến đáng kể trong hoàn thiện thể chế về đầu tư theo phương thức đối tác công tư. Việc Quốc hội ban hành Luật Đầu tư theo phương thức đối tác công tư năm 2020 cùng các nghị định, thông tư hướng dẫn thi hành đã tạo cơ sở pháp lý tương đối đồng bộ cho hoạt động PPP. Khung pháp lý mới đã quy định rõ hơn về lĩnh vực ưu tiên đầu tư, trình tự chuẩn bị dự án, cơ chế lựa chọn nhà đầu tư, nguồn vốn nhà nước tham gia dự án, cơ chế chia sẻ rủi ro về doanh thu, trách nhiệm của cơ quan có thẩm quyền cũng như quyền và nghĩa vụ của nhà đầu tư. Đây là tiền đề quan trọng nhằm nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước và thu hút khu vực tư nhân tham gia đầu tư phát triển hạ tầng.

Bên cạnh những kết quả tích cực, xét dưới góc độ giám sát xã hội, cơ chế theo dõi và phản biện đối với các dự án PPP tại Việt Nam vẫn còn bộc lộ một số hạn chế nhất định. Trong thực tế, nhiều nội dung quản trị dự án vẫn thiên về giám sát nội bộ giữa cơ quan nhà nước có thẩm quyền với nhà đầu tư, trong khi vai trò của cộng đồng, báo chí, tổ chức xã hội và các chủ thể độc lập khác chưa được phát huy đầy đủ.

Thứ nhất, công khai thông tin chưa đầy đủ

Một hạn chế trong giám sát xã hội đối với các dự án PPP tại Việt Nam là mức độ minh bạch thông tin còn chưa đáp ứng yêu cầu. Nhiều nội dung quan trọng như hợp đồng PPP, phương án tài chính, cơ cấu vốn, thời gian thu phí, cơ chế chia sẻ rủi ro, doanh thu thực tế hay nghĩa vụ hỗ trợ của Nhà nước chưa được công khai đầy đủ hoặc khó tiếp cận.

Trong một số trường hợp, thông tin còn phân tán, công bố chậm hoặc chỉ ở mức khái quát, gây khó khăn cho người dân và các tổ chức trong việc theo dõi, đánh giá hiệu quả đầu tư, mức phí dịch vụ và trách nhiệm của các bên liên quan. Điều này cũng dễ làm phát sinh nghi ngờ trong dư luận xã hội.

Vì vậy, cơ chế công khai dữ liệu về PPP tại Việt Nam cần tiếp tục được hoàn thiện theo hướng đồng bộ, minh bạch, dễ tiếp cận và cập nhật thường xuyên hơn.

Thứ hai, tham vấn cộng đồng còn hình thức

Một hạn chế đáng chú ý khác trong cơ chế giám sát xã hội đối với các dự án PPP tại Việt Nam là hoạt động tham vấn cộng đồng ở nhiều nơi còn mang tính hình thức, chưa trở thành bước thực chất trong quá trình chuẩn bị và triển khai dự án. Việc lấy ý kiến đôi khi chủ yếu nhằm hoàn thiện thủ tục hồ sơ, chưa chú trọng đầy đủ đến tiếp thu và phản hồi ý kiến của người dân.

Tình trạng này thường xảy ra ở các dự án giao thông có thu phí, hạ tầng đô thị, cấp thoát nước, xử lý chất thải hoặc các dự án liên quan đến thu hồi đất, tái định cư và sinh kế của người dân. Nhiều người chỉ được biết thông tin khi dự án sắp triển khai hoặc đã đi vào vận hành, trong khi các vấn đề quan trọng chưa được trao đổi từ sớm.

Ngoài ra, hình thức tham vấn còn đơn điệu, thiếu kênh đối thoại trực tiếp và cơ chế giải trình rõ ràng, khiến người dân khó biết ý kiến của mình có được tiếp thu hay không. Điều này có thể làm giảm đồng thuận xã hội, gia tăng khiếu nại và tranh chấp.

Vì vậy, cần chuyển từ tư duy "lấy ý kiến để hoàn

tất thủ tục" sang "tham vấn để cùng thiết kế giải pháp", coi người dân là chủ thể quan trọng trong quản trị dự án PPP.

Thứ ba, cơ chế giám sát độc lập còn yếu

Cơ chế giám sát độc lập đối với các dự án PPP tại Việt Nam hiện nay còn hạn chế và chưa phát huy đầy đủ vai trò hỗ trợ quản trị hiện đại. Hoạt động giám sát chủ yếu vẫn dựa vào cơ quan quản lý nhà nước, thanh tra, kiểm tra hoặc giám sát nội bộ giữa cơ quan có thẩm quyền và nhà đầu tư, trong khi sự tham gia của các chủ thể độc lập bên ngoài còn mờ nhạt.

Vai trò của các hiệp hội nghề nghiệp, tổ chức nghiên cứu, trường đại học, chuyên gia phản biện và cộng đồng địa phương trong theo dõi, đánh giá dự án còn hạn chế cả về cơ chế pháp lý lẫn khả năng tiếp cận thông tin. Nhiều tổ chức có chuyên môn chưa được tạo điều kiện tham gia phản biện chính sách hoặc đánh giá khách quan đối với các dự án lớn.

Ở địa phương, người dân nơi chịu tác động trực tiếp của dự án cũng thiếu công cụ và kênh phản ánh hiệu quả để giám sát quá trình thi công, chất lượng công trình hay tác động môi trường. Nhiều ý kiến chỉ được ghi nhận khi phát sinh khiếu nại hoặc xung đột.

Do đó, Việt Nam cần tiếp tục hoàn thiện cơ chế để huy động sự tham gia thực chất của các tổ chức xã hội nghề nghiệp, cơ sở nghiên cứu, chuyên gia độc lập và cộng đồng dân cư trong giám sát các dự án PPP.

Thứ tư, ứng dụng công nghệ số chưa mạnh

Việc ứng dụng công nghệ số trong quản lý và giám sát các dự án PPP tại Việt Nam hiện chưa tương xứng với yêu cầu thực tiễn. Hiện nay, chưa có hệ thống dữ liệu quốc gia thống nhất, đồng bộ và cập nhật thường xuyên về PPP; thông tin còn phân tán ở nhiều bộ, ngành và địa phương, thiếu chuẩn hóa và khó tiếp cận.

Nhiều dữ liệu quan trọng như danh mục dự án, tổng mức đầu tư, tiến độ, giải ngân, doanh thu khai thác, thời gian thu phí hay kết quả kiểm toán chưa được số hóa đầy đủ hoặc chưa tích hợp trên một nền tảng chung. Điều này gây khó khăn cho việc tra cứu, theo dõi và đánh giá của người dân, báo chí và các tổ chức giám sát.

Bên cạnh đó, các công cụ hiện đại như Bảng điều khiển (dashboard) thời gian thực, bản đồ số dự án, hệ thống cảnh báo tiến độ hay nền tảng tiếp nhận phản ánh của người dân còn chưa được triển khai rộng rãi.

Vì vậy, Việt Nam cần sớm xây dựng cơ sở dữ liệu quốc gia về PPP, chuẩn hóa báo cáo điện tử và mở rộng quyền tiếp cận thông tin công, qua đó nâng cao hiệu quả quản trị và thúc đẩy giám sát xã hội.

Thứ năm, phản ứng xã hội thường đến muộn

Một thực trạng phổ biến trong giám sát xã hội đối với các dự án PPP tại Việt Nam là phản ứng của xã hội thường xuất hiện khi dự án đã hoàn thành hoặc đi vào vận hành, thay vì được phát hiện và xử lý từ giai đoạn chuẩn bị đầu tư. Các tranh cãi thường liên quan đến mức phí dịch vụ, vị trí công trình, chất lượng vận hành hoặc ảnh hưởng đến đời sống người dân.

Tình trạng này từng xảy ra ở một số dự án BOT giao thông, khi ý kiến phản đối chỉ xuất hiện sau khi trạm thu phí hoạt động hoặc phát sinh bất cập về vị trí đặt trạm, khoảng cách giữa các trạm và mức thu phí. Khi đó, việc điều chỉnh trở nên phức tạp, tốn kém và dễ phát sinh tranh chấp.

Nguyên nhân chủ yếu là do công khai thông tin chưa đầy đủ, tham vấn cộng đồng còn hình thức, thiếu kênh phản ánh sớm và chưa coi trọng đánh giá tác động xã hội.

Vì vậy, cần chuyển từ tư duy "xử lý sau phản ứng" sang "phòng ngừa từ sớm" thông qua minh bạch thông tin, tham vấn thực chất, đánh giá tác động đầy đủ và tiếp nhận ý kiến thường xuyên trong toàn bộ vòng đời dự án PPP.

5. Gợi ý hoàn thiện cơ chế giám sát xã hội đối với dự án PPP tại Việt Nam

Từ kinh nghiệm của Vương quốc Anh, Hàn Quốc và Úc cho thấy, giám sát xã hội đối với các dự án PPP muốn phát huy hiệu quả phải được đặt trên nền tảng thể chế minh bạch, cơ chế kiểm soát độc lập, công khai thông tin và sự tham gia thực chất của các chủ thể ngoài nhà nước. Đối với Việt Nam, trong bối cảnh nhu cầu phát triển kết cấu hạ tầng ngày càng lớn, nguồn lực ngân sách còn hạn chế và số lượng dự án PPP có xu hướng gia tăng, việc hoàn thiện cơ chế giám sát xã hội trở thành yêu cầu cấp thiết nhằm bảo đảm hiệu quả đầu tư, phòng ngừa thất thoát, tham

những và củng cố niềm tin của nhân dân. Theo đó, cần thực hiện tốt một số giải pháp chủ yếu sau:

5.1. Hoàn thiện khung pháp lý về giám sát xã hội đối với dự án PPP

Hiện nay, hệ thống pháp luật về PPP ở Việt Nam đã từng bước được hoàn thiện với Luật Đầu tư theo phương thức đối tác công tư và các văn bản hướng dẫn thi hành. Tuy nhiên, các quy định liên quan đến giám sát xã hội vẫn còn phân tán, chưa xác định rõ cơ chế tham gia của người dân, tổ chức xã hội, báo chí và giới chuyên gia trong toàn bộ vòng đời dự án. Vì vậy, cần tiếp tục bổ sung và cụ thể hóa các quy định về quyền tiếp cận thông tin, quyền phản biện và trách nhiệm giải trình của cơ quan nhà nước cũng như nhà đầu tư PPP. Pháp luật cần quy định rõ những nội dung bắt buộc phải công khai như: tổng mức đầu tư, cơ cấu vốn, thời hạn hợp đồng, cơ chế chia sẻ rủi ro, nghĩa vụ tài chính của Nhà nước, tiến độ thực hiện, chất lượng dịch vụ và kết quả đánh giá hiệu quả dự án. Cần thiết lập cơ chế tiếp nhận và xử lý phản ánh, kiến nghị của người dân đối với các dự án PPP có ảnh hưởng trực tiếp đến cộng đồng dân cư. Việc thể chế hóa đầy đủ các nội dung này sẽ tạo cơ sở pháp lý quan trọng để hoạt động giám sát xã hội được triển khai thực chất, tránh hình thức.

5.2. Tăng cường công khai, minh bạch thông tin và xây dựng hệ thống dữ liệu quốc gia về PPP

Kinh nghiệm của Úc cho thấy, minh bạch thông tin là nền tảng quan trọng nhất để xã hội tham gia giám sát hiệu quả các dự án PPP. Trong điều kiện hiện nay, nhiều dự án PPP ở Việt Nam vẫn còn hạn chế trong công khai thông tin; dữ liệu phân tán ở nhiều cơ quan khác nhau; người dân khó tiếp cận thông tin chính thức về hợp đồng, tiến độ và hiệu quả dự án. Điều này làm giảm khả năng giám sát của xã hội và dễ phát sinh nghi ngờ, khiếu kiện hoặc lợi ích nhóm. Do đó, Việt Nam cần xây dựng cơ sở dữ liệu quốc gia thống nhất về PPP theo hướng số hóa và cập nhật thường xuyên. Hệ thống này cần tích hợp các thông tin cơ bản của dự án như: tên dự án, nhà đầu tư, tổng mức đầu tư, nguồn vốn, thời hạn hợp đồng, cơ chế thanh toán, tiến độ thực hiện, kết quả kiểm toán và đánh giá hiệu quả sau đầu tư.

Một số thông tin thuộc bí mật kinh doanh có thể được bảo mật ở mức cần thiết, song nguyên tắc chung phải là công khai tối đa đối với các nội dung liên quan đến lợi ích công cộng và nghĩa vụ ngân sách nhà nước. Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số trong giám sát dự án PPP, xây dựng cổng thông tin điện tử chuyên biệt cho phép người dân, cơ quan báo chí, tổ chức xã hội và chuyên gia dễ dàng tiếp cận, theo dõi và phản ánh các vấn đề phát sinh. Đây sẽ là cơ sở quan trọng để nâng cao tính minh bạch, trách nhiệm giải trình và hiệu quả quản trị công trong lĩnh vực PPP.

5.3. Nâng cao vai trò của cơ quan kiểm toán, cơ quan dân cử và tổ chức đánh giá độc lập

Kinh nghiệm của Vương quốc Anh và Hàn Quốc cho thấy, hoạt động giám sát PPP muốn hiệu quả cần có sự tham gia mạnh mẽ của các thiết chế kiểm tra, kiểm toán và đánh giá độc lập. Đối với Việt Nam, cần tiếp tục phát huy vai trò của Kiểm toán Nhà nước Việt Nam trong kiểm toán toàn diện các dự án PPP, không chỉ tập trung vào yếu tố tài chính mà còn đánh giá hiệu quả kinh tế - xã hội, chất lượng dịch vụ, mức độ hoàn thành mục tiêu và khả năng bảo đảm "giá trị đồng tiền". Hoạt động kiểm toán cần được tiến hành định kỳ trong toàn bộ vòng đời dự án thay vì chỉ tập trung ở giai đoạn quyết toán. Đồng thời, các kết luận kiểm toán cần được công khai ở mức phù hợp để tạo điều kiện cho xã hội giám sát việc khắc phục sai phạm và thực hiện kiến nghị sau kiểm toán.

Cùng với đó, cần nâng cao vai trò giám sát của Quốc hội và Hội đồng nhân dân các cấp đối với các dự án PPP sử dụng nguồn lực công lớn hoặc có ảnh hưởng trực tiếp đến đời sống dân cư. Các phiên chất vấn, giải trình chuyên đề về PPP cần được tăng cường, đặc biệt đối với những dự án chậm tiến độ, đội vốn hoặc gây bức xúc xã hội. Ngoài ra, Việt Nam cần nghiên cứu xây dựng hoặc củng cố các tổ chức tư vấn, thẩm định độc lập tương tự mô hình PIMAC của Hàn Quốc nhằm hỗ trợ đánh giá tiền khả thi, phân tích chi phí - lợi ích và giám sát hiệu quả đầu tư. Sự tham gia của các tổ chức chuyên môn độc lập sẽ góp phần hạn chế tình trạng quyết định đầu tư mang tính chủ quan hoặc chịu tác động của lợi ích cục bộ.

5.4. Phát huy vai trò của báo chí, tổ chức xã hội và cộng đồng dân cư trong giám sát PPP

Giám sát xã hội chỉ thực sự hiệu quả khi có sự tham gia rộng rãi của các chủ thể ngoài khu vực nhà nước. Trong thời gian qua, báo chí Việt Nam đã góp phần phát hiện nhiều bất cập trong các dự án BOT, BT và PPP như vị trí đặt trạm thu phí không hợp lý, chất lượng công trình thấp hoặc thiếu minh bạch tài chính. Tuy nhiên, vai trò này vẫn chưa được phát huy đầy đủ do hạn chế về tiếp cận thông tin và cơ chế phối hợp với cơ quan quản lý. Vì vậy, cần tạo điều kiện thuận lợi hơn để báo chí, các hiệp hội nghề nghiệp, tổ chức xã hội và giới chuyên gia tham gia phản biện, giám sát các dự án PPP.

Nhà nước cần bảo đảm quyền tiếp cận thông tin theo quy định của pháp luật, đồng thời khuyến khích các diễn đàn đối thoại công khai giữa cơ quan quản lý, nhà đầu tư và cộng đồng dân cư trong quá trình chuẩn bị và triển khai dự án. Đối với các dự án có tác động trực tiếp đến đời sống người dân như giao thông, môi trường, cấp nước hoặc xử lý rác thải, cần tăng cường cơ chế tham vấn cộng đồng ngay từ giai đoạn lập dự án. Ý kiến của người dân phải được tiếp thu, giải trình công khai và trở thành một căn cứ trong quá trình phê duyệt dự án. Điều này không chỉ nâng cao hiệu quả giám sát mà còn góp phần hạn chế xung đột lợi ích và tạo sự đồng thuận xã hội.

5.5. Thực hiện nghiêm cơ chế đánh giá hiệu quả và đánh giá sau đầu tư đối với các dự án PPP

Một hạn chế phổ biến hiện nay là nhiều dự án PPP chủ yếu được chú trọng ở giai đoạn ký kết và triển khai xây dựng, trong khi hoạt động đánh giá hiệu quả sau đầu tư còn mang tính hình thức. Kinh nghiệm của Úc cho thấy, việc đánh giá định kỳ và đánh giá sau đầu tư là công cụ quan trọng để xác định mức độ hoàn thành mục tiêu dự án, khả năng cung cấp dịch vụ công và hiệu quả sử dụng nguồn lực xã hội. Do đó, Việt Nam cần quy định bắt buộc thực hiện đánh giá giữa kỳ và đánh giá sau đầu tư đối với các dự án PPP quy mô lớn.

Nội dung đánh giá cần bao gồm: chất lượng công trình, hiệu quả tài chính, tác động kinh tế - xã hội, mức độ hài lòng của người dân, khả năng chia sẻ rủi ro và nghĩa vụ tài khóa phát sinh đối với Nhà nước. Kết quả đánh giá phải được công khai để làm cơ sở cho hoạt động giám sát xã hội và rút kinh nghiệm cho các dự án tiếp theo. Đồng thời, cần xây dựng hệ thống tiêu chí đánh giá thống nhất đối với các dự án PPP theo hướng định lượng, minh bạch và có khả năng so sánh. Đây là căn cứ quan trọng để nâng cao trách nhiệm giải trình của cơ quan quản lý nhà nước và nhà đầu tư, đồng thời góp phần hoàn thiện chất lượng quản trị PPP ở Việt Nam trong dài hạn.

6. Kết luận

PPP là xu hướng tất yếu trong huy động nguồn lực phát triển hạ tầng và dịch vụ công. Tuy nhiên, thành công của PPP không chỉ phụ thuộc vào nguồn vốn hay năng lực nhà đầu tư mà còn phụ thuộc rất lớn vào chất lượng quản trị công và mức độ đồng thuận xã hội. Kinh nghiệm quốc tế cho thấy, những quốc gia thành công về PPP đều chú trọng minh bạch thông tin, giám sát độc lập và tham gia của cộng đồng.

Đối với Việt Nam, trong giai đoạn thúc đẩy tăng trưởng nhanh và phát triển bền vững, xây dựng cơ chế giám sát xã hội hiệu quả sẽ là chìa khóa nâng cao chất lượng các dự án PPP, bảo đảm hài hòa lợi ích Nhà nước - Nhà đầu tư - Người dân, đồng thời củng cố niềm tin xã hội đối với chính sách phát triển quốc gia ■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN VÀ THAM KHẢO:

1. Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2022). Luật Thực hiện dân chủ ở cơ sở. Luật số 10/2022/QH15 NGÀY 10/11/2022, Hà Nội.

2. House of Commons Treasury Committee (2011). Private Finance Initiative. https://publications.parliament.uk/pa/cm201012/cmselect/cmtreasy/1146/114604.htm.

3. Infrastructure Australia (2025). Annual Performance Statement 2025. Canberra, Infrastructure Australia.

4. Infrastructure Australia,; Commonwealth, State and Territory Governments of Australia (2015). National Public Private Partnership Guidelines - Volume 2: Practitioners' Guide. Canberra, Department of Infrastructure and Regional Development, Australian Government.

5. Korea Development Institute - KDI (2025). Public and Private Infrastructure Investment Management Center (PIMAC) – Overview & Role of PIMAC. https://www.kdi.re.kr/eng/introduce/pimacPppOrp?utm.

6. Korea Development Institute - KDI, Public and Private Infrastructure Investment Management Center - PIMAC (2025). Mission and History of PIMAC. https://www.kdi.re.kr/eng/introduce/pimacMah?utm.

7. National Audit Office (2018). PFI and PF2. London, United Kingdom.

8. National Audit Office (2020). Managing the Expiry of PFI Contracts. https://www.nao.org.uk/reports/managing-pfi-assets-and-services-as-contracts-end/?utm.

9. OECD (2012). Principles for Public Governance of Public-Private Partnerships, Paris, France.

10. OECD (2012). Recommendation of the Council on Principles for Public Governance of Public-Private Partnerships. Paris: OECD Publishing.

11. Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2015). Luật hoạt động giám sát của Quốc hội và Hội đồng nhân dân, số 87/2015/QH13, ngày 20/11/2015.

12. Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2020). Luật Đầu tư theo phương thức đối tác công tư. Luật số số 64/2020/QH14, ngày 18/6/2020Hà Nội.

13. United Nations Development Programme (UNDP) (2019). Social accountability: A practitioner's handbook. New York, United States.

14. World Bank (2017). Public-Private Partnerships Reference Guide. Version 3.0, Washington DC, United States.

Ngày nhận bài: 18/3/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 30/3/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 15/4/2026

SOCIAL OVERSIGHT MECHANISMS FOR PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP PROJECTS: INTERNATIONAL EXPERIENCES AND IMPLICATIONS FOR VIETNAM

● **NGUYEN THUY LINH**
Academy of Public Administration and Governance

ABSTRACT:

This study analyzes social oversight mechanisms for public–private partnership (PPP) investment projects by examining the experiences of selected countries, including the United Kingdom, South Korea, and Australia. Drawing on international practices, the study assesses the limitations of Vietnam's current social oversight mechanisms for PPP projects and, on that basis, proposes several recommendations to improve their effectiveness in the future.

Keywords: PPP, social oversight, transparency, accountability, public-private investment.

XUẤT KHẨU NÔNG SẢN VÀ CÁC RÀO CẢN XANH TRONG TIẾP CẬN THỊ TRƯỜNG EU: CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC CHO DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

● **NGUYỄN ANH DUY[1] - NGUYỄN PHÚC QUỲNH NHƯ[1]***
[1]Trường Đại học Kinh tế Tài chính Thành phố Hồ Chí Minh
*Email: nhunpq@uef.edu.vn

TÓM TẮT:
Liên minh châu Âu (EU) là thị trường xuất khẩu quan trọng đối với nông sản Việt Nam sau khi Hiệp định EVFTA có hiệu lực. Tuy vậy, cùng với các ưu đãi thương mại, EU ngày càng gia tăng áp dụng các rào cản xanh (RCX) và các hàng rào kỹ thuật (TBT) khác. Sử dụng dữ liệu thứ cấp và phương pháp định tính, bài viết làm rõ thực trạng xuất khẩu nông sản Việt Nam sang EU trong bối cảnh gia tăng các RCX. Kết quả cho thấy, RCX vừa tạo áp lực tuân thủ, vừa là động lực thúc đẩy chuyển đổi sản xuất theo hướng bền vững, nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp (DN). Từ đó, bài viết đề xuất một số định hướng và hàm ý quản trị nhằm hỗ trợ DN nhỏ và vừa (DNNVV) Việt Nam thích ứng và thâm nhập hiệu quả thị trường EU trong bối cảnh thương mại toàn cầu biến động trong thời gian tới.

Từ khóa: rào cản xanh, hàng rào kỹ thuật, EUDR, xuất khẩu nông sản, nông sản.

1. Đặt vấn đề

Những năm qua, EU là một trong những thị trường xuất khẩu chiến lược và có giá trị quan trọng với hàng hóa xuất khẩu Việt Nam, đặc biệt là nông sản. Năm 2025, tổng kim ngạch thương mại 2 chiều giữa Việt Nam và EU đạt khoảng 73,8 tỷ USD, trong đó xuất khẩu từ Việt Nam đạt 56,2 tỷ USD, tăng 8,6% so với năm 2024; nhập khẩu từ EU đạt 17,6 tỷ USD, tăng 5,4%. Cán cân thương mại nghiêng mạnh về phía Việt Nam với mức xuất siêu 38,6 tỷ USD, tăng 10,1% so với năm trước, cho thấy tác động tích cực từ việc tận dụng các ưu đãi thuế quan và mở cửa thị trường nhờ Hiệp định EVFTA (Cục Thống kê Việt Nam, 2026; World Bank, 2025).

Bên cạnh cơ hội thương mại, EU đang bước vào giai đoạn nâng cao yêu cầu với các tiêu chuẩn môi trường, phát triển bền vững và minh bạch dữ liệu trong chuỗi cung ứng. Trong bối cảnh thương mại toàn cầu nhiều bất ổn, từ xung đột địa chính trị gây gián đoạn chuỗi logistics đến xu hướng gia tăng chủ nghĩa bảo hộ xanh, EU nổi lên là khu vực tiên phong trong việc sử dụng các công cụ chính sách môi trường như một rào cản kỹ thuật mới với hàng hóa nhập khẩu. Theo đó, EUDR chính thức có hiệu lực pháp lý

từ ngày 29/6/2023 và dự kiến áp dụng bắt buộc từ ngày 30/12/2025 đối với DN lớn và vừa, trước khi mở rộng sang DN nhỏ và siêu nhỏ từ ngày 30/6/2026.

EUDR áp dụng trực tiếp đối với nhiều mặt hàng nông - lâm sản xuất khẩu chủ lực của Việt Nam như cà phê, cao su, gỗ, ca cao và các sản phẩm chế biến liên quan, với yêu cầu nghiêm ngặt về truy xuất nguồn gốc đến từng thửa đất, tính hợp pháp của sản xuất và minh bạch dữ liệu toàn chuỗi. Điều này tạo ra áp lực kỹ thuật và chi phí tuân thủ lớn, đặc biệt với các DNNVV - chiếm khoảng 98% DN Việt Nam.

2. Phương pháp nghiên cứu và cơ sở lý thuyết

2.1. Cơ sở lý thuyết về rào cản xanh

Cơ sở lý thuyết của các RCX trong thương mại quốc tế được hình thành từ sự giao thoa giữa các mục tiêu về bảo vệ môi trường, tự do hóa thương mại và phát triển bền vững. Xét về bản chất, các công cụ này không chỉ là những quy định kỹ thuật (TBT) nhằm bảo vệ hệ sinh thái và sức khỏe cộng đồng mà còn đóng vai trò như một "bộ lọc giá trị" (Nguyễn và cộng sự, 2023), góp phần tái định nghĩa năng lực cạnh tranh của DN dựa trên tính minh bạch, khả năng truy xuất nguồn gốc và trách nhiệm môi trường thay vì chỉ dựa vào lợi thế chi phí thấp như truyền thống.

Theo đó, nhiều cơ chế chính sách mới đã được thiết kế nhằm khắc phục những thất bại của thị trường trong việc phản ánh chi phí môi trường. Điển hình là Cơ chế Điều chỉnh Biên giới Carbon (CBAM), được xây dựng nhằm ngăn chặn hiện tượng rò rỉ carbon (carbon leakage), khi các DN chuyển dịch hoạt động sản xuất sang các quốc gia có tiêu chuẩn môi trường thấp hơn để giảm chi phí tuân thủ. Đồng thời, cơ chế này cũng hướng tới việc hạn chế tình trạng bán phá giá sinh thái (eco-dumping), trong đó các sản phẩm có cường độ phát thải cao tạo ra lợi thế cạnh tranh không công bằng đối với các nhà sản xuất áp dụng công nghệ xanh (Häberli và cộng sự, 2025).

Tuy vậy, việc triển khai các công cụ thương mại gắn với môi trường cũng nảy sinh nhiều tranh luận học thuật và pháp lý. Một trong những vấn đề nổi bật là khái niệm "tính tương tự" (likeness) trong khuôn khổ WTO. Câu hỏi được đặt ra là liệu các sản phẩm có cùng đặc tính vật lý nhưng khác biệt về dấu chân carbon có thể được xem là "tương tự". Theo Häberli và cộng sự (2025), dấu chân môi trường cần được công nhận như một thuộc tính nội tại của sản phẩm, qua đó tạo cơ sở pháp lý cho việc áp dụng các biện pháp phân biệt đối xử phù hợp với các ngoại lệ được quy định tại Điều XX GATT.

Bên cạnh những lợi ích về môi trường, các RCX cũng có thể tạo ra những hệ quả không mong muốn đối với chuỗi giá trị toàn cầu. Keane và cộng sự (2024) cho thấy các yêu cầu tuân thủ ngày càng nghiêm ngặt có thể dẫn đến hiện tượng "ép xanh" (green squeezing), khi chi phí đáp ứng tiêu chuẩn được chuyển xuống các nhà sản xuất ở những mắt xích thấp hơn, đặc biệt tại các nước đang phát triển, làm gia tăng rào cản gia nhập thị trường và nguy cơ bất bình đẳng thương mại. Trong bối cảnh đó, sự xuất hiện của Hộ chiếu sản phẩm số (Digital Product Passport - DPP) phản ánh xu hướng chuyển đổi từ mô hình quản trị dựa trên tiêu chuẩn sang mô hình quản trị dựa trên dữ liệu. Theo cách tiếp cận này, thông tin về nguồn gốc, quy trình sản xuất và tác động môi trường của sản phẩm trở thành bằng chứng bắt buộc để tiếp cận thị trường. Điều này cho thấy các quy tắc thương mại quốc tế đang được tái cấu trúc theo hướng đề cao tính minh bạch và khả năng xác thực thông tin. Do đó, đối với DN, việc thích ứng với các yêu cầu xanh không còn là một lựa chọn chiến lược mà đã trở thành điều kiện thiết yếu để duy trì năng lực cạnh tranh và khả năng tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Bài nghiên cứu áp dụng các phương pháp nghiên cứu định tính, như: thống kê, tổng hợp, đối chiếu,… nhằm đạt được các mục tiêu nghiên cứu đề ra. Kết cấu bài viết gồm các mục: giới thiệu tổng quan hàng rào xanh, các quy định chuẩn mới liên quan đến bảo vệ môi trường của EU, phân tích thực trạng xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang thị trường EU trong bối cảnh các RCX. Đồng thời, bài nghiên cứu cũng chỉ ra các tác động tích cực và thách thức trong việc thích nghi với các quy định mới về môi trường của EU. Trong phần kết, bài viết đưa ra những thảo luận và một số các kiến nghị hàm ý quản trị cho DN Việt Nam và các bên liên quan.

3. Thảo luận nghiên cứu

3.1. Các tiêu chuẩn xanh - hàng rào kỹ thuật xanh

Thỏa thuận Xanh châu Âu - EU Green Deal (EGD) là khung chính sách tổng thể được EU khởi

xướng từ năm 2019 nhằm chuyển đổi EU thành khu vực trung hòa khí hậu vào năm 2050, đồng thời tách tăng trưởng kinh tế khỏi khai thác tài nguyên và suy thoái môi trường (European Commission, 2019). EGD bao trùm nhiều lĩnh vực then chốt như năng lượng, nông nghiệp, công nghiệp, giao thông vận tải, kinh tế tuần hoàn và đa dạng sinh học, tạo nền tảng cho việc ban hành hàng loạt công cụ pháp lý mới có tác động trực tiếp đến thương mại quốc tế. Với các đối tác xuất khẩu như Việt Nam, EGD không chỉ điều chỉnh hoạt động sản xuất trong EU mà còn mở rộng ảnh hưởng thông qua các cơ chế tác động bên ngoài đối với tiêu chuẩn môi trường, tiêu biểu là CBAM và các Quy định về chuỗi cung ứng bền vững (European Commission, 2023a).

Trong khuôn khổ EGD, EUDR được ban hành nhằm cắt đứt mối liên hệ giữa tiêu dùng tại EU và tình trạng phá rừng, suy thoái rừng trên toàn cầu. Quy định này áp dụng với 7 nhóm hàng hóa có nguy cơ cao gồm gỗ, cà phê, cao su, ca cao, cọ dầu, thịt bò và đậu tương cùng các sản phẩm phái sinh. Theo đó, DN phải thực hiện nghĩa vụ thẩm tra, cung cấp dữ liệu truy xuất nguồn gốc đến tọa độ địa lý cụ thể và chứng minh sản phẩm không liên quan đến phá rừng hoặc suy thoái rừng sau ngày 31/12/2020, đồng thời tuân thủ pháp luật của quốc gia sản xuất về đất đai, môi trường và lao động (European Commission, 2023b). Theo đó, các mặt hàng nông, lâm sản xuất khẩu vào EU phải chứng minh không liên quan đến phá rừng hoặc suy thoái rừng sau năm 2020, thông qua cơ chế đánh giá rủi ro và truy xuất nguồn gốc tới tọa độ địa lý cụ thể (European Commission, 2023). EUDR được xây dựng trong bối cảnh phá rừng toàn cầu vẫn diễn biến nghiêm trọng; theo FAO (2022), thế giới đã mất khoảng 420 triệu hecta rừng trong giai đoạn 1990-2020, và phá rừng hiện chiếm xấp xỉ 10% tổng phát thải khí nhà kính toàn cầu. Đây là bước chuyển mạnh từ cơ chế chứng nhận tự nguyện sang yêu cầu pháp lý bắt buộc, tác động sâu rộng đến các chuỗi cung ứng nông, lâm sản toàn cầu.

Bên cạnh đó, Chiến lược "Từ trang trại đến bàn ăn" (Farm to Fork - F2F) đóng vai trò định hướng lại toàn bộ hệ thống thực phẩm của EU theo hướng công bằng, lành mạnh và bền vững. Đặt ra các mục tiêu cụ thể đến năm 2030, như: (i) giảm 50% việc sử dụng và rủi ro thuốc bảo vệ thực vật hóa học; (ii) giảm 20% lượng phân bón; (iii) giảm 50% doanh số kháng sinh trong chăn nuôi và nuôi trồng thủy sản, và (iv) đồng thời đưa 25% diện tích canh tác nông nghiệp của EU sang sản xuất hữu cơ (European Commission, 2020).

3.2. Thách thức đặt ra cho doanh nghiệp

EU là một trong những thị trường tiêu thụ lớn nhất thế giới đối với các sản phẩm hữu cơ và được sản xuất theo hướng bền vững. Tuy nhiên, việc tiếp cận thị trường này ngày càng phụ thuộc vào khả năng đáp ứng một hệ thống các hàng RCX mang tính pháp lý bắt buộc và được áp dụng theo chiều ngang cho toàn bộ nhóm sản phẩm, thay vì chỉ giới hạn ở một số mặt hàng cụ thể. Cách tiếp cận này buộc tất cả DN trong cùng ngành phải tuân thủ đồng thời, qua đó xóa bỏ các "vùng an toàn" về pháp lý và biến tuân thủ bền vững từ lợi thế cạnh tranh tùy chọn thành điều kiện tiên quyết để thâm nhập thị trường (European Commission, 2020, 2022).

Trong những năm tới, thách thức đối với DN xuất khẩu nói chung và các DN Việt nói riêng dự kiến sẽ gia tăng khi nhiều công cụ pháp lý của EU được triển khai song song. Dù lộ trình thực thi EUDR đã được điều chỉnh, với thời hạn áp dụng từ ngày 30/12/2026 đối với DN vừa và lớn và giữa năm 2027 đối với DN nhỏ, áp lực chuẩn bị vẫn rất lớn. Các DN xuất khẩu nông, lâm sản chủ lực như cà phê, gỗ, cao su hay đậu tương buộc phải xây dựng hệ thống truy xuất nguồn gốc đến cấp độ thửa đất, kèm theo bằng chứng pháp lý về quyền sử dụng đất và thực hành sản xuất bền vững (European Commission, 2023).

Bên cạnh các rào cản kỹ thuật, DN còn đối mặt với thách thức nền tảng về nhận thức và năng lực tuân thủ. Bởi, EGD là một khuôn khổ chính sách đa tầng, phức tạp và có lộ trình dài hạn, không tồn tại một bộ tiêu chuẩn xanh thống nhất cho tất cả sản phẩm hay ngành hàng theo đó việc thiếu cập nhật chính sách sẽ làm gia tăng nguy cơ không đáp ứng kịp thời các yêu cầu mới. Khảo sát của VCCI (2023) cho thấy 88-93% DN được hỏi chưa từng biết hoặc chỉ hiểu rất hạn chế về EGD và chỉ khoảng 4% hiểu rõ nội dung liên quan.

Mặt khác, ngay cả khi đã nhận diện được yêu cầu, năng lực thực thi vẫn là rào cản đáng kể. Bởi, DN phải đầu tư đồng thời vào đổi mới công nghệ, kiểm soát chuỗi cung ứng, đào tạo nhân lực và hệ thống quản trị dữ liệu. Với đặc điểm quy mô nhỏ và siêu

nhỏ chiếm ưu thế, nhiều DN Việt Nam gặp nhiều khó khăn trong tiếp cận tài chính xanh và nhân lực chuyên môn ESG. Do đó, thách thức cốt lõi không chỉ nằm ở chi phí tuân thủ, mà còn ở khả năng chuyển hóa yêu cầu bền vững thành động lực nâng cấp mô hình kinh doanh và tăng cường khả năng chống chịu trong dài hạn.

3.3. Cơ hội mang lại khi doanh nghiệp tuân thủ

Việc tiếp cận và tuân thủ các tiêu chuẩn kỹ thuật mới của EU không chỉ mang ý nghĩa vượt qua các rào cản pháp lý mà còn mở ra những cơ hội chiến lược nhằm tái cấu trúc mô hình tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam theo hướng minh bạch, trách nhiệm và giá trị bền vững. Trong bối cảnh các nền kinh tế phát triển ngày càng tích hợp các mục tiêu môi trường và xã hội vào chính sách thương mại, việc đáp ứng các chuẩn mực như EUDR, CBAM hay các yêu cầu về thiết kế sinh thái đóng vai trò như một "bộ lọc chất lượng", giúp DN đáp ứng sớm các yêu cầu mới, nâng cao năng lực cạnh tranh và củng cố vị thế trên thị trường EU với quy mô hơn 450 triệu dân. Đặc biệt, việc tuân thủ sớm cũng cho phép DN Việt Nam "khác biệt hóa" so với các đối thủ chậm thích nghi, qua đó mở rộng khả năng tiếp cận các phân khúc khách hàng cao cấp và các chuỗi cung ứng toàn cầu có yêu cầu khắt khe về bền vững.

Một cơ hội kinh tế quan trọng khác cũng cần đề cập là khả năng đạt được mức giá bán cao hơn (price premium) nhờ đáp ứng các tiêu chuẩn môi trường và trách nhiệm xã hội. Nhiều nghiên cứu cho thấy, người tiêu dùng tại EU ngày càng ưu tiên các sản phẩm có truy xuất nguồn gốc minh bạch và tác động môi trường thấp; khoảng 70-80% người tiêu dùng sẵn sàng trả giá cao hơn cho các sản phẩm được chứng nhận bền vững (European Commission, 2020; PwC, 2022). Thực tiễn xuất khẩu các mặt hàng nông sản như cà phê, cao su hay ca cao, các DN và hợp tác xã tuân thủ tiêu chuẩn bền vững đã ghi nhận mức chênh lệch giá đáng kể so với sản phẩm thông thường, phản ánh khả năng chuyển hóa chi phí tuân thủ thành giá trị gia tăng. Do đó, chuẩn kỹ thuật mới của EU không chỉ là rào cản mà còn là công cụ tái phân bổ lợi ích theo hướng có lợi cho các DN đầu tư nghiêm túc vào sản xuất bền vững.

Mặt khác, quá trình đáp ứng các yêu cầu về truy xuất nguồn gốc, đo lường phát thải và minh bạch dữ liệu cũng tạo động lực cải thiện năng lực quản trị nội bộ và tối ưu hóa chi phí vận hành trong dài hạn. Việc số hóa chuỗi cung ứng và xây dựng hệ thống dữ liệu tập trung giúp DN nâng cao khả năng kiểm soát rủi ro, giảm thất thoát và tăng hiệu quả sử dụng nguồn lực (World Bank, 2020). Các chương trình hợp tác công - tư trong phát triển hệ thống truy xuất nguồn gốc quốc gia hoặc ngành hàng cũng được ghi nhận là có thể làm giảm đáng kể chi phí tuân thủ đơn lẻ của DN, đồng thời cải thiện thu nhập và mức độ gắn kết của nông dân trong chuỗi giá trị (FAO, 2021). Ở góc độ tài chính, DN đáp ứng các tiêu chí ESG có lợi thế rõ rệt trong việc tiếp cận tín dụng xanh, vốn ODA và dòng vốn FDI, đặc biệt khi các nhà đầu tư quốc tế ngày càng gắn yêu cầu bền vững với quyết định đầu tư (UNCTAD, 2023).

Cuối cùng, việc làm chủ các chuẩn kỹ thuật của EU còn mang ý nghĩa "tương lai hóa" (future-proofing) cho hoạt động xuất khẩu Việt Nam. EU hiện là khu vực tiên phong trong xây dựng và thử nghiệm các công cụ quản lý thương mại gắn với mục tiêu khí hậu và bảo vệ tài nguyên; nhiều nền kinh tế lớn khác như Hoa Kỳ, Anh, Nhật Bản và Canada đang xây dựng các quy định tương tự về chống phá rừng và định giá carbon (OECD, 2022). Do đó, việc tuân thủ các tiêu chuẩn EU giúp DN Việt Nam giảm thiểu rủi ro trước các cú sốc chính sách trong tương lai và nâng tầm vị thế trong chuỗi giá trị toàn cầu. Thay vì chỉ đảm nhận các khâu gia công hoặc xuất khẩu nguyên liệu thô, DN có khả năng chuyển sang vai trò "đối tác" đổi mới sáng tạo trong thiết kế bền vững và kinh tế tuần hoàn, từ đó chiếm lĩnh các phân khúc có giá trị gia tăng cao hơn trong mạng lưới sản xuất toàn cầu.

4. Hàm ý quản trị đối với doanh nghiệp Việt Nam

Thứ nhất, DN cần tái định vị mô hình cạnh tranh, chuyển từ lợi thế dựa trên chi phí thấp sang lợi thế dựa trên tiêu chuẩn, minh bạch và giá trị bền vững. Các RCX của EU vận hành như cơ chế sàng lọc, ưu tiên những DN có năng lực tuân thủ và trách nhiệm chuỗi giá trị rõ ràng. Do đó, quản trị bền vững cần được tích hợp vào chiến lược kinh doanh cốt lõi, xem tuân thủ không chỉ là chi phí bắt buộc mà là điều kiện để tiếp cận các phân khúc thị trường có giá trị gia tăng cao.

Thứ hai, trong bối cảnh yêu cầu ngày càng nghiêm ngặt về truy xuất nguồn gốc, hộ chiếu sản phẩm số và báo cáo môi trường cho thấy quản trị dữ liệu và chuyển đổi số trở thành năng lực quản trị then chốt, DN cần đầu tư xây dựng hệ thống quản trị dữ liệu tích hợp, đảm bảo độ chính xác, tính nhất quán và khả năng kiểm chứng.

Thứ ba, việc CBAM được triển khai dẫn đến yêu cầu cần lồng ghép chi phí phát thải carbon vào giá hàng hóa nhập khẩu hàm ý quản trị năng lượng và kế toán carbon cần được tích hợp vào hệ thống quản trị tài chính và sản xuất. Do vậy, bên cạnh nghĩa vụ đo lường và báo cáo phát thải, DN cần chủ động đầu tư giảm phát thải nhằm kiểm soát chi phí dài hạn và nâng cao năng lực cạnh tranh.

Thứ tư, các quy định mới của EU gắn trách nhiệm pháp lý với toàn bộ chuỗi cung ứng, đòi hỏi DN chuyển từ quản trị riêng lẻ các khâu trong hoạt động xuất khẩu sang quản trị chuỗi giá trị tích hợp. Đặc biệt trong lĩnh vực nông - lâm sản, DN cần đóng vai trò trung tâm liên kết, hỗ trợ kỹ thuật và kiểm soát vùng nguyên liệu để giảm thiểu rủi ro tuân thủ.

Cuối cùng, trong bối cảnh EU siết chặt kiểm soát chống "tẩy xanh", quản trị rủi ro pháp lý, quản trị danh tiếng và đầu tư vào đổi mới sản phẩm và phát triển nguồn nhân lực am hiểu ESG trở thành những trụ cột chiến lược giúp DN nâng cấp vị thế trong chuỗi giá trị toàn cầu.

5. Kết luận

Trước bối cảnh EU triển khai mạnh mẽ EGD, việc đáp ứng các tiêu chuẩn nghiêm ngặt không chỉ giúp DN Việt Nam vượt qua rào cản thương mại tại thị trường trọng điểm, mà còn tạo nền tảng thuận lợi để sản phẩm Việt thâm nhập các thị trường cao cấp khác với yêu cầu tương tự.

Ở tầm quốc gia, chuyển đổi xanh trong xuất khẩu nông sản gắn với mục tiêu phát triển bền vững và cam kết đạt phát thải ròng bằng Net Zero vào năm 2050. Việt Nam không chỉ hướng tới tăng trưởng xuất khẩu ngắn hạn, mà tham vọng trở thành một "công xưởng xanh" của thế giới, đòi hỏi việc xây dựng một hệ sinh thái xanh toàn diện từ nhân lực, công nghệ, logistics đến nhận thức xã hội. Theo đó, Chính phủ cần ban hành các chính sách hỗ trợ cụ thể nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho DN trong quá trình chuyển đổi xanh. Điều này bao gồm việc đơn giản hóa các thủ tục hành chính, cung cấp thông tin kịp thời và minh bạch về các tiêu chuẩn xanh ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Cục Thống kê Việt Nam (2026). Truy cập tại: https://sl1nk.com/v3pawnh

Nguyễn Thị Thu Trang, Trần Minh Thu, Nguyễn Thị Thùy Dung, Nguyễn Thanh Trà (2023). Thỏa thuận Xanh EU và Xuất khẩu của Việt Nam - Trường hợp của ngành Nông sản, Thực phẩm và Dệt may. Trung tâm WTO và Hội nhập - Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) phối hợp với Viện Friedrich Naumann Foundation for Freedom (FNF). Nhà xuất bản Công Thương, Hà Nội.

European Commission (2020). A farm to fork strategy for a fair, healthy and environmentally-friendly food system (COM/2020/381 final). Available at https://l1nq.com/48o38gt.

European Commission (2020). Special Eurobarometer 501: Attitudes of European citizens towards the environment. Available at https://europa.eu/eurobarometer.

European Commission (2023a). Regulation (EU) 2023/1115 on deforestation free products. . Available at https://l1nq.com/jfrt659

European Commission (2023b). Ecodesign for sustainable products regulation (ESPR): Improving product sustainability. Available at https://l1nq.com/6cocusv

European Commission (2023c). Green claims directive: Substantiating environmental claims. Available at https://l1nq.com/tg074vj.

European Commission (2024). Carbon Border Adjustment Mechanism (CBAM): Implementation framework. Available at https://l1nq.com/mpu6izq

FAO (2022). Global forest resources assessment 2020: Main report. Food and Agriculture Organization of the United Nations. Available at https://www.fao.org.

Häberli C., Steiner B., & Carlson M. (2025). Would the CBAM promote greener African-EU agri-food trade? Insights from a joint economic - legal assessment. Environmental Research: Food Systems, 2, 032002.

Keane J., Agarwal P., Mendez-Parra M., & Debowicz D. (2024). Avoiding a 'green squeeze': supporting Least Developed Countries navigate new greening trade measures. ODI Working Paper. London: ODI.

Le T. A. T. (2024). EU Green Deal, Opportunities and Challenges for Vietnam's Exports to the EU Market. Journal of Management and Economic Studies, 6(2), 131-137.

PwC (2022). Global consumer insights survey: Sustainability and purchasing decisions. Available at: https://www.pwc.com.

UNCTAD (2023). World Investment Report 2023: Investing in sustainable energy for all. United Nations. Available at https://unctad.org

World Bank (2020). Vietnam: Digital transformation for economic competitiveness. Available at https://www.worldbank.org

Ngày nhận bài: 20/3/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 8/4/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 24/4/2026

VIETNAMESE AGRICULTURAL EXPORTS AND GREEN BARRIERS IN THE EU MARKET: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES FOR ENTERPRISES

● **NGUYEN ANH DUY[1]**
NGUYEN PHUC QUYNH NHU[1]*
[1]Ho Chi Minh City University of Economics and Finance
*Email: nhunpq@uef.edu.vn

ABSTRACT:

Since the EU-Vietnam Free Trade Agreement (EVFTA) came into effect, the European Union (EU) has become an important export market for Vietnamese agricultural products. However, alongside tariff preferences, the EU has increasingly imposed green barriers and other technical barriers to trade (TBT), creating new challenges for exporters. Drawing on secondary data and qualitative research methods, this article examines the current situation of Vietnamese agricultural exports to the EU in the context of tightening green requirements. The findings indicate that green barriers not only generate significant compliance pressure but also serve as a catalyst for the transition toward sustainable production, thereby enhancing firms' competitiveness. On this basis, the study proposes several managerial orientations and policy implications to support Vietnamese small and medium-sized enterprises (SMEs) in adapting to regulatory changes and strengthening their access to the EU market amid growing volatility in global trade.

Keywords: green barriers, technical barriers, EUDR, agricultural exports, agricultural products.

CHẤP NHẬN CHUỖI KHỐI TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ: VAI TRÒ CỦA AN TOÀN BẢO MẬT VÀ LÒNG TIN

● **PHAN THỊ ANH THƯ[1] - LÊ GIA HÂN[1] - TRẦN THỊ THU HÀ[1] - NGUYỄN VŨ THÙY TRINH[1] - NGUYỄN DUY THANH[1]***
[1]Trường Đại học Ngân hàng Thành phố Hồ Chí Minh
*Email: thanhnd@hub.edu.vn

TÓM TẮT:

Nghiên cứu này phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến sự chấp nhận công nghệ chuỗi khối trong thương mại điện tử (TMĐT), với trọng tâm là vai trò của bảo mật, quyền riêng tư và lòng tin. Dựa trên Mô hình Chấp nhận Công nghệ (TAM) mở rộng, nghiên cứu kiểm định mô hình bằng PLS-SEM với 311 mẫu khảo sát hợp lệ tại Việt Nam. Kết quả cho thấy, nhận thức bảo mật và quyền riêng tư có ảnh hưởng tích cực đến nhận thức dễ sử dụng, nhận thức sự hữu ích và đặc biệt là lòng tin đối với chuỗi khối. Lòng tin và nhận thức sự hữu ích tác động tích cực đến thái độ hướng tới chuỗi khối, trong khi nhận thức dễ sử dụng không có ý nghĩa thống kê. Ngoài ra, thái độ tích cực thúc đẩy sự chấp nhận chuỗi khối trong TMĐT. Kết quả nghiên cứu cung cấp hàm ý quản trị cho doanh nghiệp trong việc tăng cường bảo mật, xây dựng lòng tin và thúc đẩy ứng dụng chuỗi khối trong môi trường giao dịch số.

Từ khóa: thương mại điện tử, bảo mật và quyền riêng tư, lòng tin, PLS-SEM, sự chấp nhận chuỗi khối.

1. Đặt vấn đề

Công nghệ chuỗi khối, được giới thiệu lần đầu qua Bitcoin vào năm 2008, đã trở thành một trong những đổi mới quan trọng của kỷ nguyên số (Nakamoto, 2008). Với đặc tính phi tập trung, minh bạch, bảo mật và bất biến, chuỗi khối không chỉ là nền tảng cho tiền tệ kỹ thuật số mà còn mở ra nhiều ứng dụng trong tài chính, chuỗi cung ứng, y tế và thương mại điện tử (Tapscott & Tapscott, 2016). Trong lĩnh vực TMĐT, chuỗi khối có tiềm năng hỗ trợ xác thực giao dịch, bảo vệ dữ liệu, giảm gian lận và nâng cao độ tin cậy của các giao dịch trực tuyến. Tuy nhiên, việc chấp nhận chuỗi khối vẫn chịu ảnh hưởng lớn bởi nhận thức của người dùng về bảo mật, quyền riêng tư và lòng tin. Dù công nghệ này được kỳ vọng giúp tăng tính minh bạch và an toàn, người dùng vẫn có thể thận trọng khi tiếp cận một công nghệ mới và tương đối phức tạp. Trong bối cảnh đó, nghiên cứu này được thực hiện nhằm phân tích vai trò của an toàn bảo mật và lòng tin đối với sự chấp nhận chuỗi khối trong TMĐT, mở rộng dựa trên Mô hình chấp nhận công nghệ (TAM) của

Davis (1989). Kết quả nghiên cứu kỳ vọng cung cấp hàm ý quản trị cho doanh nghiệp trong quá trình ứng dụng chuỗi khối và xây dựng niềm tin người dùng trong môi trường giao dịch số.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1. Các khái niệm

Chuỗi khối (Blockchain) là công nghệ lưu trữ và truyền tải dữ liệu theo cơ chế phi tập trung, bảo đảm tính minh bạch, bảo mật và bất biến (Nakamoto, 2008). Về bản chất, chuỗi khối hoạt động như một sổ cái phân tán, trong đó các giao dịch được xác thực thông qua cơ chế đồng thuận và liên kết bằng hàm băm mật mã (Tapscott & Tapscott, 2016).

Thương mại điện tử là quá trình mua bán sản phẩm, dịch vụ hoặc thông tin thông qua internet, giữ vai trò quan trọng trong nền kinh tế số (Laudon & Traver, 2021). Trong bối cảnh chuyển đổi số, TMĐT giúp mở rộng khả năng kết nối, tối ưu hóa hoạt động kinh doanh và gia tăng giá trị trong chuỗi cung ứng (Vipin et al., 2021).

2.2. Cơ sở lý thuyết

Mô hình Chấp nhận Công nghệ (TAM) của Davis (1989) cho rằng thái độ và ý định sử dụng công nghệ chịu ảnh hưởng chủ yếu bởi nhận thức về tính hữu ích và tính dễ sử dụng. Trong nghiên cứu này, TAM được sử dụng để lý giải cách người dùng đánh giá và hình thành thái độ đối với công nghệ chuỗi khối trong TMĐT (Venkatesh & Davis, 2000).

Lý thuyết Hành vi dự định (TPB) của Ajzen (1991) giải thích hành vi cá nhân thông qua thái độ, chuẩn mực chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi. Việc kết hợp TPB với TAM giúp mở rộng khả năng giải thích hành vi chấp nhận công nghệ trong bối cảnh chuỗi khối.

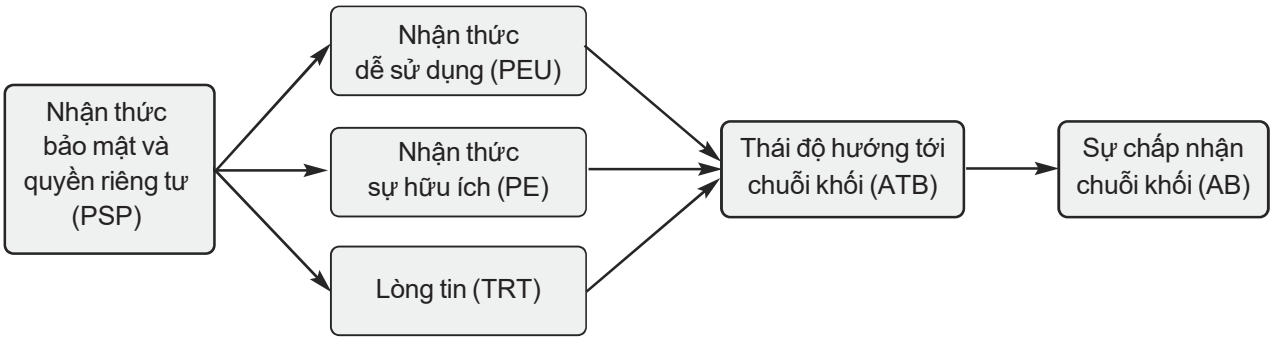
Lòng tin phản ánh kỳ vọng công nghệ hoặc tổ chức sẽ hoạt động minh bạch, có trách nhiệm và bảo vệ lợi ích của người sử dụng trong điều kiện không chắc chắn (Gefen, 2000). Trong TMĐT, lòng tin vào chuỗi khối được hình thành từ khả năng bảo đảm tính minh bạch, chống gian lận và bảo vệ dữ liệu giao dịch.

An toàn bảo mật thông tin là các cơ chế nhằm bảo vệ thông tin và tài sản số khỏi các rủi ro như truy cập trái phép, tấn công mạng hoặc gian lận. Trong bối cảnh TMĐT, bảo mật thông tin đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng lòng tin và thúc đẩy chấp nhận chuỗi khối (Pavlou, 2003).

2.3. Mô hình và các giả thuyết nghiên cứu

Dựa trên TAM, TPB, lý thuyết về lòng tin và các nghiên cứu liên quan, nhóm tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu nhằm phân tích tác động của nhận thức bảo mật và quyền riêng tư, nhận thức dễ sử dụng, nhận thức sự hữu ích và lòng tin đến thái độ và sự chấp nhận chuỗi khối trong TMĐT. Mô hình nghiên cứu được trình bày tại Hình 1.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nhận thức bảo mật và quyền riêng tư (Perceived Security-Privacy - PSP) phản ánh mức độ người sử dụng cảm thấy thông tin cá nhân và giao dịch của họ được bảo vệ an toàn trong môi trường số (Pavlou, 2003). Trong TMĐT, bảo mật và quyền riêng tư là nền tảng quan trọng giúp người dùng giảm bớt lo ngại về rủi ro, từ đó nâng cao đánh giá về tính dễ sử dụng, tính hữu ích và lòng tin đối với công nghệ chuỗi khối (Gefen, 2000; McKnight et al., 2002). Do đó:

- H1: Nhận thức bảo mật và quyền riêng tư có ảnh hưởng tích cực đến dễ sử dụng.

- H2: Nhận thức bảo mật và quyền riêng tư có ảnh hưởng tích cực đến sự hữu ích.

- H3: Nhận thức bảo mật và quyền riêng tư có ảnh hưởng tích cực đến lòng tin.

Nhận thức dễ sử dụng (Perceived Ease of Use - PEU) là mức độ mà cá nhân tin việc sử dụng công nghệ mới không đòi hỏi nhiều nỗ lực (Davis, 1989). PEU phản ánh cảm nhận của người sử dụng về việc một công nghệ là dễ dàng và không đòi hỏi nhiều công sức, từ đó ảnh hưởng đến hành vi chấp nhận công nghệ. Khi một công nghệ có giao diện thân thiện và hữu ích, cảm giác dễ sử dụng tăng lên dẫn đến thái độ tích cực hơn. Do đó:

- H4: Nhận thức dễ sử dụng có ảnh hưởng tích cực đến thái độ hướng tới chuỗi khối.

Nhận thức sự hữu ích (Perceived Usefulness - PU) là mức độ mà một cá nhân tin công nghệ sẽ cải thiện hiệu suất công việc hoặc mang lại lợi ích (Davis, 1989). Tính minh bạch và bảo mật của chuỗi khối thúc đẩy sự chấp nhận của người sử dụng. Nhận thức về các lợi ích cụ thể mà chuỗi khối mang lại như tăng tính minh bạch và giảm lỗi hệ thống sẽ dẫn đến thái độ tích cực hơn đối với công nghệ này. Ngoài ra, việc nâng cao nhận thức sẽ thúc đẩy người sử dụng nhận ra các lợi ích của chuỗi khối, qua đó tác động tích cực đến thái độ của họ. Do đó:

- H5: Nhận thức sự hữu ích có ảnh hưởng tích cực đến thái độ hướng tới chuỗi khối.

Lòng tin (Trust - TRT) là mức độ kỳ vọng rằng đối tác trong mối quan hệ sẽ hành động có lợi hoặc không gây hại đến lợi ích của mình, dựa trên năng lực, sự ngay thẳng và lòng trung thực. Các lo ngại về gian lận, bảo mật dữ liệu và rủi ro tài chính là nguyên nhân khiến khách hàng ngần ngại tham gia giao dịch điện tử (Gefen, 2000). Lòng tin trong chuỗi khối không chỉ là niềm tin vào cá nhân hay tổ chức mà còn là niềm tin vào cơ chế bảo mật và thuật toán đồng thuận. Lòng tin vào tính minh bạch và bất biến của công nghệ chuỗi khối là động lực chính thúc đẩy các tổ chức có thái độ tích cực hơn đối với việc áp dụng công nghệ này. Do đó:

- H6: Lòng tin có ảnh hưởng tích cực đến thái độ hướng tới chuỗi khối.

Thái độ hướng tới chuỗi khối (Attitude Toward Blockchain - ATB) là cảm nhận tích cực hoặc tiêu cực của người sử dụng đối với việc sử dụng công nghệ chuỗi khối, ảnh hưởng trực tiếp đến ý định hành vi và phản ánh sự đánh giá chủ quan về mức độ thoải mái và giá trị mà công nghệ mang lại (Davis, 1989). Thái độ sử dụng chịu ảnh hưởng từ nhận thức sự hữu ích và nhận thức dễ sử dụng, qua đó tác động đến hành vi thực tế của người sử dụng. Trong chuỗi khối, tính minh bạch và bảo mật mang lại các trải nghiệm tích cực, từ đó nâng cao thái độ sử dụng. Lòng tin vào công nghệ này không chỉ ảnh hưởng đến thái độ mà còn thúc đẩy hành vi chấp nhận chuỗi khối trong giao dịch TMĐT. Do đó:

- H7: Thái độ hướng tới chuỗi khối có ảnh hưởng tích cực đến sự chấp nhận chuỗi khối.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này sử dụng phương pháp định lượng nhằm kiểm định mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến sự chấp nhận chuỗi khối trong TMĐT. Bảng hỏi được xây dựng với thang đo Likert 5 mức, gồm 6 khái niệm: Nhận thức bảo mật và quyền riêng tư (PSP), Nhận thức dễ sử dụng (PEU), Nhận thức sự hữu ích (PU), Lòng tin (TRT), Thái độ hướng tới chuỗi khối (ATB) và Sự chấp nhận chuỗi khối (AB). Mỗi khái niệm được đo lường bằng 4 biến quan sát. Dữ liệu được thu thập trực tuyến thông qua Google Forms từ các cá nhân từ 18 tuổi trở lên, có kiến thức hoặc kinh nghiệm liên quan đến chuỗi khối, công nghệ hoặc TMĐT tại Việt Nam. Nghiên cứu sử dụng phương pháp lấy mẫu thuận tiện và thu được 311 bảng trả lời hợp lệ. Dữ liệu được xử lý bằng SPSS và SmartPLS. Các bước phân tích bao gồm thống kê mô tả, kiểm định độ tin cậy thang đo, phân tích nhân tố khám phá, đánh giá mô hình đo lường và kiểm định mô hình cấu trúc bằng PLS-SEM thông qua kỹ thuật Bootstrap (Hair et al., 2019).

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Thống kê mô tả

Kết quả khảo sát với 311 mẫu hợp lệ cho thấy, mẫu nghiên cứu chủ yếu tập trung ở nhóm người trẻ,

có trình độ học vấn cao và thường xuyên tiếp cận TMĐT. Cụ thể, nhóm 18-22 tuổi chiếm tỷ lệ lớn nhất, phần lớn người trả lời có trình độ đại học và học sinh - - sinh viên là nhóm nghề nghiệp chủ đạo. Về hành vi mua sắm trực tuyến, đa số người tham gia có tần suất sử dụng sàn TMĐT từ 1 đến 4 lần mỗi tháng, trong đó Shopee, TikTok Shop và Lazada là các nền tảng được sử dụng phổ biến. Đặc điểm mẫu này phù hợp với bối cảnh nghiên cứu về chấp nhận công nghệ chuỗi khối trong TMĐT, do nhóm người trẻ thường có mức độ tiếp xúc cao với công nghệ số và các nền tảng giao dịch trực tuyến.

4.2. Kiểm định thang đo và mô hình

4.2.1. Đánh giá mô hình đo lường.

Kết quả cho thấy, các thang đo đều đạt yêu cầu về độ tin cậy và giá trị hội tụ. Hệ số Cronbach's Alpha dao động từ 0,799 đến 0,886, trong khi độ tin cậy tổng hợp (CR) nằm trong khoảng 0,868 đến 0,920, đều vượt ngưỡng khuyến nghị 0,7. Hệ số tải ngoài (Outer Loading) của hầu hết các biến quan sát đều lớn hơn 0,7, một số biến có hệ số tải thấp hơn nhưng vẫn đạt mức chấp nhận được. Chỉ số AVE của tất cả các khái niệm đều lớn hơn 0,5 (từ 0,622 đến 0,745), đảm bảo giá trị hội tụ. Trong đó, PSP đạt CR cao nhất (0,920) và AVE cao nhất (0,745), tiếp theo là AB với AVE = 0,740.

4.2.2. Đánh giá giá trị phân biệt.

Kết quả kiểm định theo tiêu chuẩn Fornell-Larcker cho thấy, phần lớn các khái niệm trong mô hình đạt giá trị phân biệt, khi căn bậc hai của AVE trên đường chéo chính dao động từ 0,788 đến 0,863 và cao hơn phần lớn các hệ số tương quan ngoài đường chéo (Bảng 1). Tuy nhiên, biến TRT có căn bậc hai của AVE là 0,808, thấp hơn hệ số tương quan với AB (0,875), cho thấy 2 khái niệm này chưa tách biệt hoàn toàn và có mức độ liên hệ tương đối cao trong mô hình. Đây là một dấu hiệu cảnh báo về tính phân biệt giữa 2 khái niệm, sẽ được thảo luận sâu hơn ở phần sau.

Kết quả Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) cho thấy, phần lớn các cặp biến trong mô hình có giá trị HTMT nhỏ hơn 0,85, phản ánh giá trị phân biệt tương đối tốt giữa các khái niệm. Một số cặp biến như ATB-AB (0,714), ATB-PU (0,418), PEU-PSP (0,298) và PSP-TRT (0,651) đều nằm trong ngưỡng chấp nhận. Tuy nhiên, cặp TRT-AB đạt 1,037, vượt ngưỡng khuyến nghị 0,90, cho thấy 2 khái niệm này chưa đảm bảo hoàn toàn giá trị phân biệt và có mức độ tương đồng khá cao về nội dung đo lường. Nhìn chung, mô hình vẫn đạt yêu cầu ở đa số cặp biến, nhưng cần thận trọng khi diễn giải mối quan hệ giữa TRT và AB trong mô hình cấu trúc.

4.2.3. Kiểm định mô hình cấu trúc PLS-SEM.

Kết quả PLS-SEM cho thấy, 6 trên 7 giả thuyết được chấp nhận ở mức ý nghĩa thống kê 5%. PSP có ảnh hưởng tích cực đến PEU (β = 0,286), PU (β = 0,257) và đặc biệt mạnh nhất đến TRT (β = 0,591). PU (β = 0,188) và TRT (β = 0,617) đều tác động cùng chiều đến ATB, trong đó TRT là yếu tố có ảnh hưởng mạnh nhất. ATB ảnh hưởng mạnh đến AB (β = 0,619), cho thấy thái độ tích cực làm gia tăng mức độ

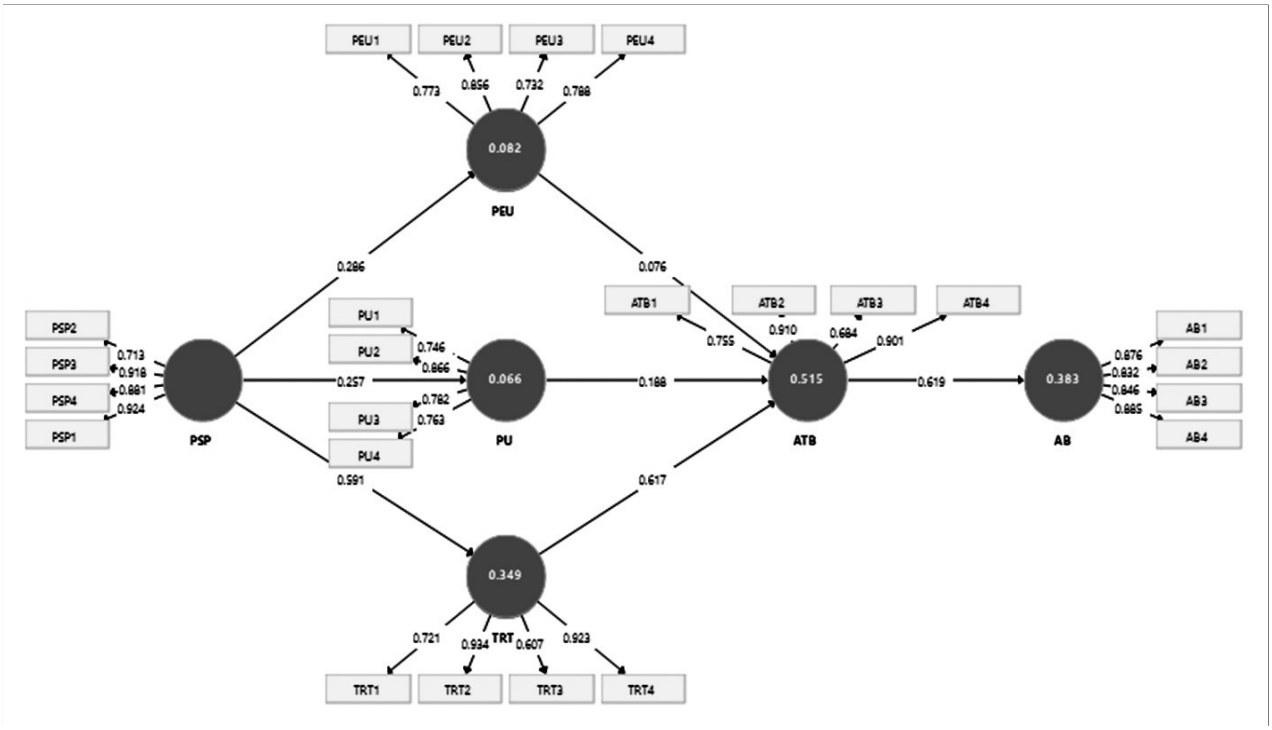
Bảng 1. Các chỉ số Fornell-Larcker

	AB	ATB	PU	PEU	PSP	TRT
AB	0,860					
ATB	0,619	0,818				
PU	0,175	0,362	0,791			
PEU	0,292	0,306	0,240	0,788		
PSP	0,423	0,498	0,257	0,286	0,863	
TRT	0,875	0,687	0,251	0,299	0,591	0,808

Bảng 2. Kết quả kiểm định mô hình cấu trúc PLS-SEM

Giả thuyết	Mối quan hệ	Hệ số β	Thống kê t	Giá trị p	Khoảng tin cậy		Kết quả
					2.5%	97.5%	
H1	PSP → PEU	0,286	4,938	***	0,161	0,389	Chấp nhận
H2	PSP → PU	0,257	3,971	***	0,113	0,370	Chấp nhận
H3	PSP → TRT	0,591	12,570	***	0,472	0,661	Chấp nhận
H4	PEU → ATB	0,076	1,525	0,128	-0,024	0,173	Bác bỏ
H5	PU → ATB	0,188	3,395	0,001	0,076	0,301	Chấp nhận
H6	TRT → ATB	0,617	11,563	***	0,508	0,714	Chấp nhận
H7	ATB → AB	0,619	13,182	***	0,532	0,711	Chấp nhận

Hình 2: Kết quả phân tích PLS-SEM



chấp nhận chuỗi khối. Riêng mối quan hệ PEU → ATB (β = 0,076; p = 0,128) không có ý nghĩa thống kê, do đó giả thuyết H4 bị bác bỏ. Chi tiết kết quả được trình bày tại Bảng 2, Hình 2.

4.3. Thảo luận kết quả

Kết quả phân tích cho thấy, 6 trong 7 giả thuyết được chấp nhận, qua đó khẳng định vai trò của bảo mật, quyền riêng tư và lòng tin trong quá trình chấp nhận chuỗi khối trong TMĐT. Nhận thức bảo mật và quyền riêng tư (PSP) tác động tích cực đến nhận thức dễ sử dụng, nhận thức sự hữu ích và đặc biệt là lòng tin. Điều này cho thấy, khi người dùng cảm nhận được sự an toàn trong giao dịch số, họ có xu hướng tin tưởng và đánh giá tích cực hơn đối với công nghệ chuỗi khối.

Bên cạnh đó, lòng tin (TRT) là yếu tố ảnh hưởng mạnh nhất đến thái độ hướng tới chuỗi khối, trong khi thái độ tích cực tiếp tục thúc đẩy sự chấp nhận công

nghệ này. Ngược lại, nhận thức dễ sử dụng không có ảnh hưởng có ý nghĩa thống kê đến thái độ. Kết quả này có thể phản ánh đặc điểm mẫu khảo sát chủ yếu là người trẻ, quen thuộc với công nghệ và sẵn sàng chấp nhận mức độ phức tạp nhất định nếu công nghệ mang lại lợi ích về an toàn và minh bạch.

Một điểm cần lưu ý là giá trị HTMT giữa Lòng tin (TRT) và Sự chấp nhận chuỗi khối (AB) vượt ngưỡng khuyến nghị, cho thấy hai khái niệm này có mức độ liên hệ chặt chẽ. Vì vậy, kết quả liên quan đến TRT và AB cần được diễn giải thận trọng; các nghiên cứu tiếp theo nên rà soát thang đo để tăng cường giá trị phân biệt giữa hai khái niệm.

5. Kết luận

Nghiên cứu đã kiểm định mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến sự chấp nhận chuỗi khối trong TMĐT dựa trên TAM mở rộng với 311 mẫu khảo sát hợp lệ tại Việt Nam. Kết quả cho thấy, 6 trong 7 giả thuyết được chấp nhận. Nhận thức bảo mật và quyền riêng tư là yếu tố nền tảng khi tác động tích cực đến nhận thức dễ sử dụng, nhận thức sự hữu ích và đặc biệt là lòng tin. Lòng tin là yếu tố ảnh hưởng mạnh nhất đến thái độ hướng tới chuỗi khối, trong khi thái độ tích cực thúc đẩy trực tiếp sự chấp nhận công nghệ này. Về hàm ý quản trị, doanh nghiệp TMĐT và nhà phát triển nền tảng chuỗi khối cần ưu tiên tăng cường bảo mật, quyền riêng tư và tính minh bạch nhằm xây dựng lòng tin của người dùng. Các chiến lược truyền thông nên tập trung làm rõ cơ chế hoạt động, chính sách bảo vệ dữ liệu và lợi ích thực tiễn của chuỗi khối, thay vì chỉ nhấn mạnh vào tính dễ sử dụng. Nghiên cứu còn hạn chế do mẫu khảo sát chủ yếu là người trẻ và sinh viên, đồng thời sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện. Ngoài ra, giá trị HTMT giữa Lòng tin và Sự chấp nhận chuỗi khối vượt ngưỡng khuyến nghị, cho thấy cần tiếp tục rà soát thang đo trong các nghiên cứu sau. Các nghiên cứu tương lai nên mở rộng đối tượng khảo sát, cải thiện phương pháp chọn mẫu và điều chỉnh thang đo để tăng tính khái quát và giá trị phân biệt của mô hình ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

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

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. MIS Quarterly, 13(3), 319-340.

Gefen, D. (2000). E-commerce: The role of familiarity and trust. Omega, 28(6), 725-737.

Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. European Business Review, 31(1), 2-24.

K. C. Laudon & C. G. Traver (2001). E-Commerce: Business, Technology, Society, 2nd Edition. Addison Wesley Publish, Boston, 2001.

McKnight, D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). Developing and validating trust measures for e-commerce: An integrative typology. Information Systems Research, 13(3), 334-359.

Nakamoto, S. (2008). Bitcoin: A peer-to-peer electronic cash system. https://bitcoin.org/bitcoin.pdf

Pavlou, P. A. (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. International Journal of Electronic Commerce, 7(3), 101-134.

Tapscott, D., & Tapscott, A. (2016). Blockchain revolution: How the technology behind Bitcoin is changing money, business, and the world. Penguin.

Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. Management Science, 46(2), 186-204.

Vipin Jain, Bindoo Malviya & Satyendra Arya (2021). An Overview of Electronic Commerce (e-Commerce). Journal of Contemporary Issues in Business and Government, 27(3), 665-670.

Wei, W., Prasetyo, Y. T., Belmonte, Z. J. A., Cahigas, M. M. L., Nadlifatin, R., & Gumasing, M. J. J. (2025). Applying the technology acceptance model-theory of planned behavior (TAM-TPB) model to study the acceptance of building information modeling (BIM) in green building in China. Acta Psychologica, 254, 104790.

Ngày nhận bài: 5/4/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 20/4/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 12/5/2026

BLOCKCHAIN ADOPTION IN E-COMMERCE: THE ROLE PERCEIVED SECURITY - PRIVACY AND TRUST

● **PHAN THI ANH THU**[1]
● **LE GIA HAN**[1]
● **TRAN THI THU HA**[1]
● **NGUYEN VU THUY TRINH**[1]
● **NGUYEN DUY THANH**[1]*
[1] Ho Chi Minh City University of Banking
*Email: thanhnd@hub.edu.vn

ABSTRACT:

This study examines the factors influencing blockchain technology adoption in e-commerce, with particular emphasis on the roles of security, privacy, and trust. Drawing on the extended Technology Acceptance Model (TAM), the proposed research model is tested using partial least squares structural equation modelling (PLS-SEM) based on 311 valid survey responses collected in Vietnam. The results indicate that perceived security and privacy positively affect perceived ease of use, perceived usefulness, and, most notably, trust in blockchain technology. Trust and perceived usefulness are found to positively influence attitudes toward blockchain adoption, while perceived ease of use has no significant effect. Furthermore, positive attitudes significantly promote the adoption of blockchain technology in e-commerce. These findings offer managerial implications for enhancing security, strengthening user trust, and advancing blockchain adoption in digital transaction environments.

Keywords: e-commerce, security and privacy, trust, PLS-SEM, blockchain adoption.

DỊCH VỤ THANH TOÁN ĐIỆN TỬ VÀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ: VAI TRÒ CỦA HIỆU QUẢ CHUỖI CUNG ỨNG TRONG ĐỔI MỚI SÁNG TẠO MỞ

● **ĐẶNG PHƯƠNG NGHI[1] - LÊ NỮ GIA HÂN[1] - ĐỖ THỊ THANH HÀ[1] - NGUYỄN THỊ TƯỜNG VI[1] - NGUYỄN VĂN KIÊN[1] - NGUYỄN DUY THANH[1,*]**

[1]Trường Đại học Ngân hàng Thành phố Hồ Chí Minh

*Email: thanhnd@hub.edu.vn

TÓM TẮT:

Nghiên cứu này phân tích tác động của thanh toán điện tử (TTĐT) và thương mại điện tử (TMĐT) đến hiệu quả chuỗi cung ứng và đổi mới sáng tạo mở trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa (SME) tại Việt Nam. Dữ liệu từ 212 mẫu khảo sát hợp lệ được phân tích bằng phương pháp PLS-SEM trên phần mềm SmartPLS. Kết quả cho thấy, các yếu tố gồm nguồn lực con người, nguồn lực công nghệ, sự nhận thức, tiết kiệm chi phí, cải thiện truyền thông và hiệu quả thị trường đều tác động tích cực đến mối quan hệ bền vững trong chuỗi cung ứng. Đồng thời, hiệu quả thị trường và mối quan hệ bền vững có ảnh hưởng tích cực đến đổi mới sáng tạo mở. Trong đó, cải thiện truyền thông và hiệu quả thị trường là các yếu tố có tác động mạnh nhất trong mô hình nghiên cứu. Kết quả nghiên cứu cung cấp hàm ý quản trị cho SME trong quá trình chuyển đổi số và nâng cao năng lực cạnh tranh.

Từ khóa: thanh toán điện tử, thương mại điện tử, hiệu quả chuỗi cung ứng, đổi mới sáng tạo mở; PLS-SEM.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh chuyển đổi số, TTĐT và TMĐT trở thành công cụ quan trọng giúp doanh nghiệp tối ưu hóa giao dịch, giảm chi phí, cải thiện kết nối với khách hàng và nâng cao hiệu quả chuỗi cung ứng (Arner et al., 2016; Bharadwaj et al., 2013). Đồng thời, các nền tảng số cũng tạo điều kiện để doanh nghiệp mở rộng hợp tác với đối tác bên ngoài, qua đó thúc đẩy đổi mới sáng tạo mở (Wamba et al., 2020).

Tại Việt Nam, quá trình chuyển đổi số quốc gia và sự phát triển của thanh toán không dùng tiền mặt đã thúc đẩy việc ứng dụng TTĐT và TMĐT trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa (SME) (Thủ tướng Chính phủ, 2020). Tuy nhiên, nhiều doanh nghiệp vẫn gặp khó khăn về nguồn lực, năng lực công nghệ, quản trị và kết nối chuỗi cung ứng (Ayyagari et al., 2007; KPMG, 2022). Trong khi đó, các nghiên cứu tích hợp đồng thời TTĐT, TMĐT, mối quan hệ chuỗi cung ứng và đổi mới sáng tạo mở trong bối cảnh SME tại Việt Nam vẫn còn hạn chế. Do đó, nghiên cứu này phân tích tác động của TTĐT và TMĐT đến hiệu quả chuỗi cung ứng và đổi mới sáng tạo mở, qua đó đề xuất hàm ý quản trị và chính sách phù hợp.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1. Các khái niệm

Thương mại điện tử (TMĐT) là hình thức giao dịch hàng hóa và dịch vụ thông qua các nền tảng trực tuyến, bao gồm các hoạt động mua bán, thanh toán và trao đổi thông tin trên môi trường Internet (Molla & Licker, 2005). Sự phát triển của TMĐT giúp doanh nghiệp mở rộng thị trường, tối ưu hóa quy trình kinh doanh và nâng cao khả năng tiếp cận khách hàng. Trong bối cảnh chuyển đổi số, TMĐT trở thành thành phần quan trọng của nền kinh tế số và tạo điều kiện cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs) nâng cao năng lực cạnh tranh (Bharadwaj et al., 2013).

Thanh toán điện tử (TTĐT) là hình thức thực hiện giao dịch tài chính thông qua các phương tiện điện tử như internet, thiết bị di động và các nền tảng thanh toán trung gian. Các hình thức phổ biến bao gồm: chuyển khoản trực tuyến, thẻ thanh toán và ví điện tử. TTĐT góp phần nâng cao tốc độ xử lý giao dịch, giảm chi phí vận hành và cải thiện hiệu quả quản lý dòng tiền trong hoạt động TMĐT (Arner et al., 2016). Sự phát triển của công nghệ tài chính cũng thúc đẩy việc ứng dụng TTĐT trong các giao dịch thương mại hiện đại (Frost & Sullivan, 2023).

Quản lý chuỗi cung ứng (SCM) là quá trình phối hợp các hoạt động từ cung ứng nguyên liệu, sản xuất đến phân phối sản phẩm nhằm tối ưu hóa chi phí và nâng cao hiệu quả vận hành (Chopra & Meindl, 2016). Trong môi trường số, việc tích hợp TMĐT và TTĐT vào SCM giúp doanh nghiệp cải thiện khả năng kết nối, chia sẻ thông tin và theo dõi hoạt động chuỗi cung ứng theo thời gian thực, từ đó nâng cao hiệu quả quản lý và khả năng thích ứng với thị trường (Wamba et al., 2020).

2.2. Cơ sở lý thuyết

Mô hình Chấp nhận Công nghệ (Technology Acceptance Model - TAM) của Davis (1989) cho rằng, việc chấp nhận công nghệ chịu ảnh hưởng chủ yếu bởi nhận thức về tính hữu ích và tính dễ sử dụng của công nghệ. Trong bối cảnh nghiên cứu này, TAM giúp lý giải việc doanh nghiệp có xu hướng ứng dụng TTĐT và TMĐT khi nhận thấy các công nghệ này hỗ trợ cải thiện hiệu quả vận hành, giảm chi phí giao dịch và nâng cao khả năng kết nối với khách hàng, nhà cung cấp và các đối tác trong chuỗi cung ứng (Venkatesh & Davis, 2000; Venkatesh & Bala, 2008).

Lý thuyết Phổ biến sự đổi mới (Innovation Diffusion Theory - IDT) của Rogers (2003) giải thích quá trình một công nghệ hoặc ý tưởng mới được lan tỏa và chấp nhận trong một cộng đồng hoặc tổ chức. Theo IDT, việc áp dụng đổi mới phụ thuộc vào các đặc điểm của công nghệ và nhận thức của người sử dụng về lợi ích, mức độ phù hợp và khả năng triển khai. Trong nghiên cứu này, IDT được sử dụng để giải thích sự khác biệt trong mức độ tiếp nhận TTĐT và TMĐT giữa các doanh nghiệp, cũng như vai trò của nhận thức và năng lực tổ chức trong việc thúc đẩy chuyển đổi số.

Đổi mới sáng tạo mở (Open Innovation) nhấn mạnh việc doanh nghiệp sử dụng đồng thời nguồn tri thức nội bộ và bên ngoài để thúc đẩy đổi mới và tạo giá trị mới (Chesbrough, 2003). Khác với cách tiếp cận đổi mới khép kín, đổi mới sáng tạo mở khuyến khích doanh nghiệp hợp tác với khách hàng, nhà cung cấp, đối tác công nghệ và các tổ chức bên ngoài nhằm chia sẻ tri thức, khai thác nguồn lực bổ sung và nâng cao năng lực cạnh tranh (Chesbrough et al., 2020). Trong bối cảnh TMĐT và TTĐT, đổi mới sáng tạo mở có thể được thúc đẩy thông qua khả năng kết nối số, trao đổi dữ liệu và hợp tác trong hệ sinh thái chuỗi cung ứng.

2.3. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Dựa trên TAM, SCM, IDT và các nghiên cứu liên quan, nghiên cứu đề xuất mô hình nhằm phân tích tác động của các nguồn lực và lợi ích vận hành từ TTĐT và TMĐT đến mối quan hệ bền vững trong chuỗi cung ứng và đổi mới sáng tạo mở. Mô hình nghiên cứu được trình bày tại Hình 1.

Nguồn lực con người (HR) phản ánh năng lực, kỹ năng và khả năng thích ứng của nhân sự trong quá trình ứng dụng công nghệ vào hoạt động kinh doanh. Nguồn lực nhân sự phù hợp giúp doanh nghiệp nâng cao khả năng phối hợp, chia sẻ tri thức và duy trì quan hệ hợp tác trong chuỗi cung ứng (Barney, 1991; Chesbrough et al., 2020). Do đó:

- H1: Nguồn lực con người có ảnh hưởng tích cực đến mối quan hệ bền vững.

Nguồn lực công nghệ (TR) thể hiện khả năng doanh nghiệp sở hữu và khai thác các nền tảng công

nghệ phục vụ giao dịch, quản lý và kết nối với đối tác. Việc ứng dụng công nghệ giúp tăng cường khả năng xử lý thông tin, phối hợp hoạt động và hỗ trợ quan hệ hợp tác dài hạn trong chuỗi cung ứng (Bharadwaj et al., 2013). Do đó:

- H2: Nguồn lực công nghệ có ảnh hưởng tích cực đến mối quan hệ bền vững.

Sự nhận thức (A) thể hiện mức độ doanh nghiệp nhận biết vai trò của TTĐT, TMĐT và hợp tác chuỗi cung ứng đối với hiệu quả hoạt động. Khi nhận thức cao hơn, doanh nghiệp có xu hướng chủ động điều chỉnh chiến lược, tăng cường hợp tác và duy trì quan hệ với các bên liên quan (Rogers, 2003; Chesbrough et al., 2020). Do đó:

- H3: Sự nhận thức có ảnh hưởng tích cực đến mối quan hệ bền vững.

Tiết kiệm chi phí (CS) là lợi ích quan trọng từ việc ứng dụng TTĐT và TMĐT, giúp doanh nghiệp tối ưu hóa nguồn lực và cải thiện hiệu quả vận hành. Khi chi phí giao dịch và phối hợp được giảm thiểu, doanh nghiệp có điều kiện duy trì quan hệ hợp tác dài hạn với các đối tác trong chuỗi cung ứng (Barney, 1991). Do đó:

- H4: Tiết kiệm chi phí có ảnh hưởng tích cực đến mối quan hệ bền vững.

Cải thiện truyền thông (CI) giúp tăng cường chia sẻ thông tin, phối hợp hoạt động và giảm bất cân xứng thông tin giữa các thành viên trong chuỗi cung ứng. Truyền thông hiệu quả tạo nền tảng cho sự tin cậy, hợp tác và duy trì mối quan hệ bền vững (Chesbrough et al., 2020). Do đó:

- H5: Cải thiện truyền thông có ảnh hưởng tích cực đến mối quan hệ bền vững.

Hiệu quả thị trường (MP) phản ánh khả năng doanh nghiệp đáp ứng nhu cầu khách hàng, mở rộng thị trường và cải thiện kết quả kinh doanh thông qua TTĐT và TMĐT. Khi hiệu quả thị trường được nâng cao, doanh nghiệp có thêm động lực để duy trì hợp tác trong chuỗi cung ứng và thúc đẩy đổi mới sáng tạo mở (Puriwat & Tripopsakul, 2021). Do đó:

- H6: Hiệu quả thị trường có ảnh hưởng tích cực đến mối quan hệ bền vững.

- H7: Hiệu quả thị trường có ảnh hưởng tích cực đến đổi mới sáng tạo mở.

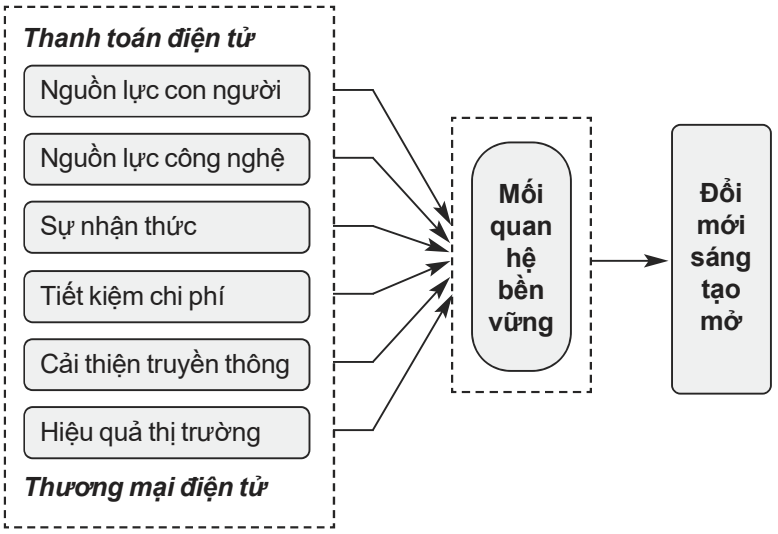
Mối quan hệ bền vững (LTR) phản ánh mức độ hợp tác lâu dài, tin cậy và cam kết giữa doanh nghiệp với các đối tác trong chuỗi cung ứng. Quan hệ bền vững giúp doanh nghiệp tiếp cận nguồn tri thức, công nghệ và ý tưởng từ bên ngoài, qua đó thúc đẩy đổi mới sáng tạo mở (Chesbrough et al., 2020; Puriwat & Tripopsakul, 2021). Do đó:

- H8: Mối quan hệ bền vững có ảnh hưởng tích cực đến đổi mới sáng tạo mở.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này kiểm định mô hình cấu trúc nhằm phân tích tác động của TTĐT và TMĐT đến hiệu quả chuỗi cung ứng và đổi mới sáng tạo mở. Các thang đo được kế thừa và điều chỉnh từ các nghiên cứu trước, gồm Chang et al. (2009) cho Mối quan hệ bền vững (LTR), Puriwat & Tripopsakul (2021) cho Đổi mới sáng tạo mở (OI), cùng các thang đo cho HR, TR, A, CS, CI và MP dựa trên TAM, SCM và các nghiên cứu liên quan. Dữ liệu được thu thập bằng bảng hỏi trực tuyến với thang đo Likert 5 điểm, từ 1 "Hoàn toàn không đồng ý" đến 5 "Hoàn toàn đồng ý". Đối tượng khảo sát là các cá nhân từ 18 tuổi trở lên có kiến thức hoặc kinh nghiệm liên quan đến TMĐT, TTĐT và chuỗi cung ứng. Khảo sát được thực hiện từ tháng 8 đến tháng 10/2025 theo phương pháp chọn mẫu

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



thuận tiện kết hợp chọn mẫu có chủ đích. Tổng cộng có 212 phản hồi hợp lệ được sử dụng cho phân tích. Dữ liệu được xử lý bằng PLS-SEM trên phần mềm SmartPLS. Quy trình phân tích bao gồm đánh giá độ tin cậy thang đo, giá trị hội tụ, giá trị phân biệt và kiểm định các giả thuyết nghiên cứu thông qua kỹ thuật Bootstrap.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Thống kê mô tả

Kết quả thống kê cho thấy, sự đa dạng về lĩnh vực hoạt động, dẫn đầu là dịch vụ (37,3%) và sản xuất (25,9%), với phần lớn doanh nghiệp có thâm niên từ 1 đến 6 năm. Về nền tảng TMĐT được sử dụng, Shopee (22,3%) và TikTok Shop (18,8%) chiếm ưu thế; về phương thức thanh toán, QR Code (31,0%) và ví điện tử (28,8%) chiếm tỷ trọng lớn nhất. Đáng chú ý, 53,8% doanh nghiệp đã ứng dụng TMĐT và thanh toán số ở mức toàn diện. Về mức độ đổi mới sáng tạo, các đơn vị thể hiện sự tích cực với 39,6% có chiến lược đổi mới dài hạn và 37,7% chủ động hợp tác với các đối tác bên ngoài (như doanh nghiệp khởi nghiệp, khách hàng), tạo nền tảng vững chắc cho hệ sinh thái đổi mới sáng tạo mở.

4.2. Kiểm định mô hình và các giả thuyết

4.2.1. Đánh giá mô hình đo lường.

Các chỉ số đánh giá mô hình đo lường đều đạt tiêu chuẩn khoa học. Hệ số Cronbach's Alpha (0,771 - 0,825) và độ tin cậy tổng hợp CR (0,865 - 0,894) đều vượt mức tối thiểu 0,7 (Nunnally & Bernstein, 1994), đặc biệt là khái niệm Mối quan hệ bền vững (LTR) với CR đạt 0,894. Tất cả hệ số tải ngoài (Outer Loading) của các biến quan sát đều lớn hơn 0,7, đảm bảo tính đại diện cho các khái niệm nghiên cứu. Về giá trị hội tụ, chỉ số AVE của các khái niệm đều lớn hơn 0,5 (dao động từ 0,682 đến 0,737), trong đó Cải thiện truyền thông (CI) đạt mức cao nhất (0,737), thỏa mãn tiêu chuẩn của Fornell & Larcker (1981).

4.2.2. Đánh giá giá trị phân biệt.

Kết quả Fornell-Larcker cho thấy, căn bậc hai của AVE của các khái niệm đều lớn hơn tương quan giữa chúng với các khái niệm còn lại, khẳng định giá trị phân biệt của thang đo. Kết quả HTMT cũng cho thấy, tất cả các cặp nhân tố đều đạt yêu cầu, với giá trị dao động từ 0,278 đến 0,790, thấp hơn ngưỡng 0,90. Do đó, các thang đo trong mô hình đạt giá trị phân biệt theo các tiêu chuẩn đề xuất. (Bảng 1)

4.2.3. Kiểm định mô hình cấu trúc PLS-SEM.

Sau khi xác định mô hình đo lường đạt độ tin cậy và giá trị phân biệt, nghiên cứu tiến hành kiểm định mô hình cấu trúc bằng kỹ thuật Bootstrapping (5.000 mẫu con) để đánh giá các giả thuyết đã đề xuất. Kết quả tại Bảng 3 cho thấy, toàn bộ 8 giả thuyết đều được chấp nhận ở mức ý nghĩa thống kê ($p < 0,05$), phản ánh tác động của các nguồn lực và lợi ích vận hành đến hiệu quả chuỗi cung ứng và đổi mới sáng tạo mở. (Hair et al., 2021). (Bảng 2)

4.3. Thảo luận kết quả

Kết quả nghiên cứu cho thấy, các nguồn lực và lợi ích vận hành từ TTĐT và TMĐT đều góp phần củng cố mối quan hệ bền vững trong chuỗi cung ứng. Trong đó, Cải thiện truyền thông (CI) có tác động mạnh nhất, cho thấy vai trò quan trọng của chia sẻ thông tin, phối hợp hoạt động và giảm bất cân xứng

Bảng 1. Các chỉ số Fornell-Larcker

Biến	A	CI	CS	HR	LTR	MP	OI	TR
A	0,826							
CI	0,299	0,850						
CS	0,236	0,252	0,855					
HR	0,237	0,239	0,260	0,833				
LTR	0,505	0,576	0,442	0,428	0,859			
MP	0,292	0,272	0,230	0,246	0,536	0,841		
OI	0,391	0,404	0,363	0,433	0,637	0,460	0,852	
TR	0,297	0,274	0,299	0,282	0,462	0,323	0,629	0,827

Bảng 2. Kết quả kiểm định mô hình PLS-SEM

Giả thuyết	Mối quan hệ	Hệ số β	Thống kê t	Giá trị p	Khoảng tin cậy		Kết luận
					2,5%	97,5%	
H1	HR → LTR	0,154	2,530	0,012	0,034	0,274	Chấp nhận
H2	TR → LTR	0,128	2,003	0,045	0,003	0,253	Chấp nhận
H3	A → LTR	0,215	4,832	0,000	0,128	0,301	Chấp nhận
H4	CS → LTR	0,170	3,102	0,002	0,062	0,278	Chấp nhận
H5	CI → LTR	0,325	6,971	0,000	0,234	0,416	Chấp nhận
H6	MP → LTR	0,267	5,814	0,000	0,176	0,358	Chấp nhận
H7	MP → OI	0,637	13,248	0,000	0,540	0,734	Chấp nhận
H8	LTR → OI	0,153	2,432	0,015	0,029	0,277	Chấp nhận

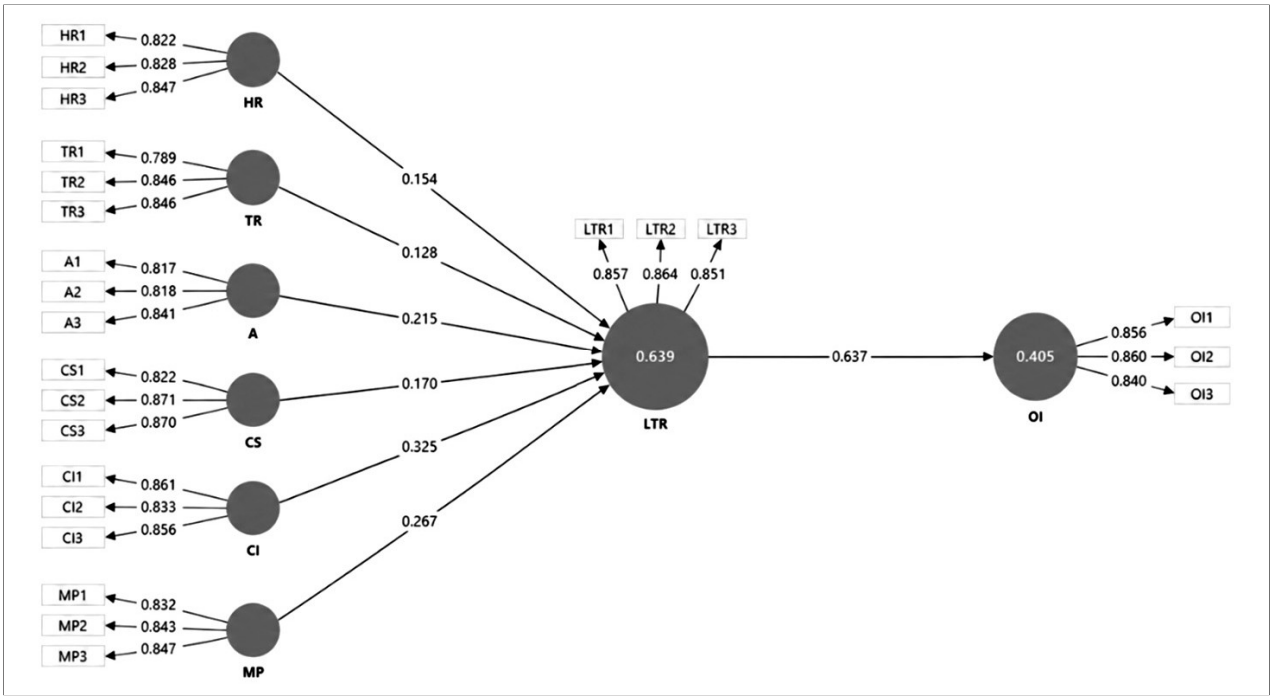
thông tin giữa các thành viên trong chuỗi cung ứng. Bên cạnh đó, Nguồn lực con người, Nguồn lực công nghệ, Sự nhận thức và Tiết kiệm chi phí cũng hỗ trợ doanh nghiệp nâng cao khả năng thích ứng, tối ưu hóa hoạt động và duy trì hợp tác dài hạn.

Đối với đổi mới sáng tạo mở, Hiệu quả thị trường (MP) là yếu tố tác động mạnh nhất, đồng thời cũng ảnh hưởng tích cực đến mối quan hệ bền vững. Điều này cho thấy, các doanh nghiệp có khả năng đáp ứng tốt nhu cầu khách hàng và cải thiện kết quả thị trường sẽ chủ động hơn trong hợp tác, tiếp nhận ý tưởng và khai thác nguồn lực bên ngoài. Ngoài ra, Mối quan hệ bền vững (LTR) cũng thúc đẩy đổi mới sáng tạo mở, khẳng định đổi mới không chỉ phụ thuộc vào công nghệ mà còn gắn liền với năng lực hợp tác trong hệ sinh thái chuỗi cung ứng. (Hình 2)

5. Kết luận

Nghiên cứu đã kiểm định mô hình đánh giá tác động của TTĐT và TMĐT đến hiệu quả chuỗi cung ứng và đổi mới sáng tạo mở trong bối cảnh SME tại

Hình 2: Kết quả phân tích PLS-SEM



Việt Nam. Kết quả cho thấy toàn bộ 8 giả thuyết đều được ủng hộ, trong đó Cải thiện truyền thông là yếu tố tác động mạnh nhất đến mối quan hệ bền vững, còn Hiệu quả thị trường là động lực quan trọng nhất thúc đẩy đổi mới sáng tạo mở.

Về hàm ý quản trị, các SME cần ưu tiên nâng cao chất lượng truyền thông nội bộ và truyền thông với đối tác, đồng thời cải thiện hiệu quả thị trường thông qua việc nắm bắt nhu cầu khách hàng và xu hướng ngành.

Về hàm ý chính sách, cơ quan quản lý cần tiếp tục hoàn thiện khung pháp lý về TTĐT, TMĐT và hỗ trợ SME trong chuyển đổi số thông qua đào tạo nguồn nhân lực, tư vấn công nghệ và hỗ trợ tài chính.

Nghiên cứu còn hạn chế do phạm vi khảo sát tập trung chủ yếu tại TP. Hồ Chí Minh với 212 mẫu hợp lệ. Các nghiên cứu tiếp theo có thể mở rộng phạm vi địa lý, tăng kích thước mẫu và phân tích sự khác biệt theo ngành nghề hoặc quy mô doanh nghiệp ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Bộ Công Thương Việt Nam. (2023). Sách trắng Thương mại điện tử Việt Nam 2023. Nhà xuất bản Công Thương.

Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam. (2023). Báo cáo Chỉ số Thương mại điện tử Việt Nam 2023. Truy cập tại https://drive.google.com/file/d/1roLDY1WXSr77kK7FXxu6Lk5bVibw8iAS/view

Thủ tướng Chính phủ. (2020). Quyết định số 749/QĐ-TTg phê duyệt Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030.

Arner, D. W., Barberis, J., & Buckley, R. P. (2016). The evolution of Fintech: A new post-crisis paradigm? Georgetown Journal of International Law, 47(4), 1271-1319.

Ayyagari, M., Beck, T., & Demirguc-Kunt, A. (2007). Small and medium enterprises across the globe. Small Business Economics, 29(4), 415-434.

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

Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A., & Venkatraman, N. (2013). Digital business strategy: Toward a next generation of insights. MIS Quarterly, 37(2), 471-482.

Chang, H. H., Wang, Y. H., & Yang, W. Y. (2009). The impact of e-procurement on supply chain performance. Industrial Management & Data Systems, 109(9), 1196-1214.

Chesbrough, H. (2003). Open innovation: The new imperative for creating and profiting from technology. Harvard Business Press.

Chesbrough, H., Vanhaverbeke, W., & West, J. (2020). Open innovation: Researching a new paradigm. Oxford University Press.

Chopra, S., & Meindl, P. (2016). Supply chain management: Strategy, planning, and operation (6th ed.). Pearson.

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. MIS Quarterly, 13(3), 319-340.

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. Journal of Marketing Research, 18(1), 39-50.

Frost & Sullivan. (2023). Global digital payments market outlook 2023. Frost & Sullivan Research.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) (3rd ed.). Sage Publications.

Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. Journal of the Academy of Marketing Science, 43, 115-135.

KPMG. (2022). Global SME outlook 2022: Building resilience in uncertain times. KPMG International.

Molla, A., & Licker, P. S. (2005). eCommerce adoption in developing countries: A model and instrument. Information & Management, 42(6), 877-899.

Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). Psychometric theory (3rd ed.). McGraw-Hill.

Puriwat, W., & Tripopsakul, S. (2021). The direct and indirect effects of open innovation on business performance: Evidence from Thai SMEs. Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 7(1), 31.

Rogers, E. M. (2003). Diffusion of innovations (5th ed.). Free Press.

Venkatesh, V., & Bala, H. (2008). Technology acceptance model 3 and a research agenda on interventions. Decision Sciences, 39(2), 273-315.

Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. Management Science, 46(2), 186-204.

Wamba, S. F., Queiroz, M. M., & Trinchera, L. (2020). Dynamics between blockchain adoption determinants and supply chain performance: An empirical investigation. International Journal of Production Economics, 229, 107791.

Ngày nhận bài: 5/4/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 20/4/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 12/5/2026

E-PAYMENT SERVICES AND E-COMMERCE: THE ROLE OF SUPPLY CHAIN EFFICIENCY IN OPEN INNOVATION

● **DANG PHUONG NGHI**[1]
● **LE NU GIA HAN**[1]
● **DO THI THANH HA**[1]
● **NGUYEN THI TUONG VI**[1]
● **NGUYEN VAN KIEN**[1]
● **NGUYEN DUY THANH**[1]*
[1] Ho Chi Minh City University of Banking
*Email: thanhnd@hub.edu.vn

ABSTRACT:

This study examines the effects of e-payment services and e-commerce on supply chain efficiency and open innovation among small and medium-sized enterprises (SMEs) in Vietnam. Data collected from 212 valid responses were analyzed using partial least squares structural equation modelling (PLS-SEM) with SmartPLS. The results indicate that human resources, technological resources, awareness, cost savings, communication improvement, and marketplace performance positively influence long-term relationships within the supply chain. In addition, marketplace performance and long-term supply chain relationships are found to have positive effects on open innovation. Among the proposed factors, communication improvement and marketplace performance emerge as the strongest drivers in the model. The findings offer managerial implications for SMEs seeking to advance digital transformation and strengthen their competitive capabilities.

Keywords: electronic payments, e-commerce, supply chain efficiency, open innovation, PLS-SEM.

SỰ THÍCH ỨNG VỀ KỸ NĂNG NGHỀ NGHIỆP CỦA SINH VIÊN KẾ TOÁN TRƯỚC TÁC ĐỘNG CỦA TRÍ TUỆ NHÂN TẠO: NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP TẠI CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HÀ NỘI

● **NGUYỄN NGỌC HUYỀN ANH[1] - PHÙNG THỊ NGỌC BÍCH[1] - TRIỆU HIỀN THANH[1] - NGUYỄN THỊ HỒNG HẠNH[1] - NGUYỄN THỊ DIỆU LY[1] -** ThS. **ĐÀO THU HÀ[2,*]**

[1]Sinh viên Khoa Kế toán - Kiểm toán, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội

[2]Giảng viên Khoa Kế toán - Kiểm toán, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội

*Email liên hệ: daothuha@haui.edu.vn

TÓM TẮT:

Nghiên cứu nhằm đánh giá sự thích ứng về kỹ năng nghề nghiệp của sinh viên kế toán trước tác động của trí tuệ nhân tạo (AI) tại các trường đại học có đào tạo chuyên ngành kế toán - kiểm toán trên địa bàn thành phố Hà Nội. Dữ liệu được thu thập từ khảo sát 326 sinh viên thông qua bảng hỏi cấu trúc sử dụng thang đo Likert 5 mức độ. Kết quả cho thấy, tất cả các thang đo đạt độ tin cậy cao với hệ số Cronbach's Alpha từ 0,788 đến 0,890; phân tích EFA trích xuất được 5 nhân tố với tổng phương sai trích đạt 73,02%. Trên cơ sở kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả đề xuất một số khuyến nghị nhằm nâng cao chất lượng đào tạo để sinh viên kế toán thích ứng tốt hơn với yêu cầu của thị trường lao động trong kỷ nguyên AI.

Từ khóa: trí tuệ nhân tạo, thích ứng nghề nghiệp, sinh viên kế toán, chuyển đổi số, kỹ năng số.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh Cách mạng công nghiệp 4.0 và chuyển đổi số diễn ra mạnh mẽ, trí tuệ nhân tạo (AI) đang làm thay đổi sâu sắc cấu trúc của nhiều ngành nghề, trong đó có lĩnh vực kế toán - kiểm toán. Các công nghệ như tự động hóa quy trình bằng robot (RPA), phân tích dữ liệu lớn (Big Data) và kế toán thông minh đang dần thay thế nhiều công việc lặp lại có tính chất truyền thống (Deloitte, 2024; PwC, 2024).

Tại Việt Nam, mặc dù ngành kế toán - kiểm toán phát triển nhanh chóng, song khả năng thích ứng của sinh viên kế toán - lực lượng lao động tương lai - vẫn còn nhiều hạn chế do thiếu kỹ năng về chuyển đổi số và trải nghiệm thực tiễn với các ứng dụng AI (Nguyễn Thị Thanh, 2025; Bui et al., 2025). Nghiên

cứu này nhằm đánh giá mức độ thích ứng kỹ năng nghề nghiệp của sinh viên kế toán - kiểm toán tại các trường đại học trên địa bàn thành phố Hà Nội và xác định các yếu tố ảnh hưởng chính đến khả năng thích ứng đó. Điểm mới của nghiên cứu là sử dụng dữ liệu thực nghiệm từ khảo sát quy mô 326 sinh viên và áp dụng mô hình hồi quy tuyến tính đa biến để định lượng mức độ tác động của các yếu tố trong bối cảnh ứng dụng AI ngày càng phổ biến trong ngành kế toán Việt Nam.

2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết và giả thuyết nghiên cứu

Để giải thích hành vi thích ứng nghề nghiệp của sinh viên kế toán - kiểm toán trong bối cảnh AI, nghiên cứu dựa trên 3 nền tảng lý thuyết chính: (i) Lý thuyết kiến tạo nghề nghiệp (Career Construction Theory - Savickas, 2005); (ii) Lý thuyết vốn con người (Human Capital Theory - Becker, 1993); và (iii) Mô hình chấp nhận công nghệ (Technology Acceptance Model - TAM) (Venkatesh & Davis, 2000).

Theo Lý thuyết kiến tạo nghề nghiệp, khả năng thích ứng nghề nghiệp được hình thành từ 4 nguồn lực tâm lý: quan tâm nghề nghiệp, kiểm soát nghề nghiệp, nghiên cứu nghề nghiệp và sự tự tin nghề nghiệp. Các yếu tố quan tâm nghề nghiệp (QT), kiểm soát nghề nghiệp (KS) và nghiên cứu nghề nghiệp (NC) trong nghiên cứu này phản ánh trực tiếp 3 thành phần đầu của lý thuyết.

Lý thuyết vốn con người nhấn mạnh rằng giáo dục và đào tạo giúp tích lũy kiến thức, kỹ năng - cơ sở để nâng cao năng suất và năng lực cạnh tranh trên thị trường lao động (Becker, 1993). Yếu tố trang bị kiến thức nghề nghiệp (TB) trong mô hình đại diện cho vốn con người, phản ánh mức độ chuẩn bị về chuyên môn của sinh viên đối với môi trường kế toán số.

Mô hình TAM giải thích, việc chấp nhận và sử dụng công nghệ phụ thuộc vào nhận thức về tính hữu ích và tính dễ sử dụng. Trong bối cảnh AI trong kế toán, nhận thức của sinh viên về tác động của AI ảnh hưởng đến thái độ học tập, mức độ sẵn sàng tiếp cận công nghệ và khả năng thích ứng nghề nghiệp (Bui et al., 2025). Vì vậy, biến nhận thức tác động của AI (NT) đóng vai trò quan trọng trong mô hình.

Trên cơ sở tích hợp ba lý thuyết, nhóm tác giả đề xuất các giả thuyết nghiên cứu sau:

H1: Quan tâm nghề nghiệp (QT) có tác động tích cực đến khả năng thích ứng nghề nghiệp.

H2: Kiểm soát nghề nghiệp (KS) có tác động tích cực đến khả năng thích ứng nghề nghiệp.

H3: Nghiên cứu nghề nghiệp (NC) có tác động tích cực đến khả năng thích ứng nghề nghiệp.

H4: Trang bị kiến thức nghề nghiệp (TB) có tác động tích cực đến khả năng thích ứng nghề nghiệp.

H5: Nhận thức tác động của AI (NT) có tác động tích cực đến khả năng thích ứng nghề nghiệp.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Thiết kế mẫu và thu thập dữ liệu. Dữ liệu sơ cấp được thu thập thông qua bảng hỏi khảo sát cấu trúc, phát hành trực tuyến qua Google Form. Đối tượng khảo sát là sinh viên năm thứ nhất đến năm thứ tư đang theo học chuyên ngành kế toán - kiểm toán tại các trường đại học trên địa bàn thành phố Hà Nội. Nhóm nghiên cứu áp dụng kết hợp phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên và phi ngẫu nhiên (chọn mẫu thuận tiện). Sau quá trình phát phiếu và sàng lọc các phiếu không đạt yêu cầu, nghiên cứu thu được 326 phiếu hợp lệ để đưa vào phân tích định lượng. Các đặc điểm nhân khẩu học bao gồm năm học và kinh nghiệm thực tập được thu thập làm biến mô tả mẫu.

Mô hình và thang đo. Tất cả các biến quan sát trong mô hình được đo lường bằng thang đo Likert 5 mức độ (từ 1 - Hoàn toàn không đồng ý đến 5 - Hoàn toàn đồng ý). Bảng câu hỏi được thiết kế để đo lường 5 biến độc lập gồm: (1) Quan tâm nghề nghiệp (QT), (2) Kiểm soát nghề nghiệp (KS), (3) Nghiên cứu nghề nghiệp (NC), (4) Trang bị kiến thức nghề nghiệp (TB), (5) Nhận thức tác động của AI (NT); và biến phụ thuộc là Khả năng thích ứng nghề nghiệp (KN). Mỗi biến được đo lường thông qua 4 biến quan sát.

Phương pháp xử lý và phân tích dữ liệu. Toàn bộ dữ liệu được mã hóa, làm sạch và xử lý bằng phần mềm SPSS 27. Quy trình phân tích bao gồm: (i) kiểm định độ tin cậy thang đo bằng hệ số

Cronbach's Alpha, các biến có hệ số tương quan biến tổng nhỏ hơn 0,3 sẽ bị loại và thang đo được chấp nhận khi Cronbach's Alpha ≥ 0,7; (ii) phân tích nhân tố khám phá (EFA) với phép trích Principal Components và phép xoay Varimax, yêu cầu KMO ≥ 0,5; kiểm định Bartlett có Sig. < 0,05; hệ số tải nhân tố ≥ 0,5; tổng phương sai trích ≥ 50%; (iii) phân tích tương quan Pearson; (iv) phân tích hồi quy tuyến tính đa biến để kiểm định các giả thuyết và xác định mức độ tác động của từng yếu tố thông qua hệ số Beta chuẩn hóa, đồng thời kiểm tra hiện tượng đa cộng tuyến qua hệ số VIF.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Đặc điểm mẫu nghiên cứu

Mẫu khảo sát gồm 326 sinh viên kế toán - kiểm toán trên địa bàn TP. Hà Nội, phân bố theo năm học và kinh nghiệm thực tập. Trong đó, tỷ lệ sinh viên năm 4 chiếm cao nhất (154 người - 47,2%), tiếp đến là năm 3 (95 người - 29,1%), năm 2 (69 người - 21,2%), năm nhất (6 người - 1,8%) và không xác định (2 người - 0,7%). Về kinh nghiệm thực tập (được chia thành 5 mức, theo thứ tự mức 1 - Chưa có kinh nghiệm đến mức 5 - Nhiều kinh nghiệm), chiếm 30,1% với 98 người có kinh nghiệm ở mức 3 là nhiều nhất, tiếp theo là mức 1 với 27,9% (91 người), mức 2 với 20,2% (66 người), mức 4 với 13,5% (44 người) và cuối cùng là mức 5 với 8,3% (27 người). Cơ cấu mẫu tập trung vào sinh viên năm cuối phù hợp với mục tiêu nghiên cứu khi nhóm này có hiểu biết và quan tâm rõ rệt về định hướng nghề nghiệp.

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

Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha cho thấy, tất cả các thang đo đều đạt yêu cầu (Bảng 1). Hệ số Cronbach's Alpha của các nhóm biến độc lập và biến phụ thuộc dao động từ 0,788 đến 0,890, đều lớn hơn ngưỡng 0,7, thể hiện độ tin cậy tốt. Hệ số tương quan biến tổng (Corrected Item-Total Correlation) của tất cả các biến quan sát đều lớn hơn 0,3, chứng tỏ các biến quan sát trong từng nhóm có sự liên kết chặt chẽ và phản ánh đúng bản chất của nhân tố cần đo lường.

Kết quả phân tích cũng cho thấy, hệ số tương quan biến tổng (Corrected Item-Total Correlation) của tất cả các biến quan sát đều cao hơn 0,3. Điều này chứng minh các câu hỏi khảo sát trong từng nhóm biến có sự liên kết chặt chẽ và phản ánh đúng bản chất của nhân tố cần đo lường. Thang đo hoàn toàn đủ điều kiện để thực hiện các bước phân tích nhân tố tiếp theo.

Bảng 1. Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha của các thang đo

Thang đo	Số biến quan sát	Cronbach's Alpha
QT	4	0,890
KS	4	0,863
NC	4	0,870
TB	4	0,874
NT	4	0,788
KN	4	0,868

Nguồn: Kết quả xử lý SPSS từ dữ liệu khảo sát

3.3. Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Phân tích nhân tố khám phá được thực hiện đối với 20 biến quan sát của 5 biến độc lập và 4 biến quan sát của biến phụ thuộc bằng phương pháp trích Principal Components với phép xoay Varimax. Kết quả cho thấy:

Đối với các biến độc lập: Hệ số KMO = 0,960 > 0,5; kiểm định Bartlett có χ^2 = 4427,032; df = 190;

Bảng 2. Tổng hợp kết quả phân tích EFA

Chỉ tiêu	Biến độc lập	Biến phụ thuộc
Hệ số KMO	0,960	0,823
Bartlett's χ^2	4.427,032	610,697
df	190	6
Mức ý nghĩa (Sig.)	0,000	0,000
Số nhân tố trích	5	1
Tổng phương sai trích (%)	73,02	71,67

Nguồn: Kết quả xử lý SPSS từ dữ liệu khảo sát

Sig. = 0,000 < 0,05, cho thấy dữ liệu hoàn toàn phù hợp để phân tích nhân tố. 5 nhân tố được trích xuất với tổng phương sai trích đạt 73,02%, đáp ứng yêu cầu lớn hơn 50%. Tất cả các biến quan sát đều có hệ số tải nhân tố lớn hơn 0,5 tại nhân tố tương ứng, đảm bảo giá trị hội tụ và phân biệt của thang đo.

Đối với biến phụ thuộc: Hệ số KMO = 0,823 > 0,5; kiểm định Bartlett có χ^2 = 610,697; df = 6; Sig. = 0,000 < 0,05. Một nhân tố duy nhất được trích xuất với eigenvalue = 2,867, giải thích 71,67% phương sai, khẳng định tính đơn hướng của thang đo khả năng thích ứng nghề nghiệp.

3.4. Phân tích tương quan Pearson

Kết quả phân tích tương quan Pearson cho thấy, tất cả các biến độc lập đều có tương quan dương với biến phụ thuộc KN ở mức ý nghĩa 1% (Bảng 3). Hệ số tương quan giữa các biến độc lập với KN dao động từ 0,654 đến 0,729, trong đó nghiên cứu nghề nghiệp (NC) có tương quan cao nhất với khả năng thích ứng nghề nghiệp. Các biến độc lập cũng tương quan với nhau ở mức từ trung bình đến cao, song không có cặp biến nào có hệ số tương quan vượt 0,8 - mức cảnh báo về hiện tượng đa cộng tuyến nghiêm trọng. Vấn đề đa cộng tuyến sẽ được kiểm tra thêm thông qua hệ số VIF trong phân tích hồi quy.

3.5. Phân tích hồi quy tuyến tính đa biến

Mô hình hồi quy tuyến tính đa biến được sử dụng để xác định mức độ tác động của 5 biến độc lập đến biến phụ thuộc KN. Hệ số tương quan bội R = 0,812, hệ số xác định R^2 = 0,659 và R^2 hiệu chỉnh = 0,654 cho thấy 5 biến độc lập giải thích được 65,4% biến thiên của khả năng thích ứng nghề nghiệp của sinh viên. Kiểm định F của mô hình có giá trị F = 123,800 với Sig. = 0,000 < 0,05, khẳng định mô hình hồi quy có ý nghĩa thống kê và có thể suy rộng cho tổng thể. Hệ số Durbin-Watson = 1,881 thuộc khoảng (1,5; 2,5), cho thấy không có hiện tượng tự tương quan giữa các phần dư. Hệ số phóng đại phương sai (VIF) của các biến độc lập đều nhỏ hơn 5, chứng tỏ mô hình không vi phạm giả định về đa cộng tuyến.

Phương trình hồi quy chuẩn hóa được xác định như sau:

$$KN = 0,344 \cdot NT + 0,184 \cdot TB + 0,161 \cdot QT + 0,138 \cdot NC + 0,112 \cdot KS$$

Kết quả cho thấy, cả 5 giả thuyết H1 đến H5 đều được chấp nhận. Trong đó, nhận thức tác động của AI (NT) là yếu tố có tác động mạnh nhất đến khả năng thích ứng nghề nghiệp của sinh viên kế toán (β = 0,344), tiếp đến là trang bị kiến thức nghề nghiệp (β = 0,184), quan tâm nghề nghiệp (β = 0,161), nghiên cứu nghề nghiệp (β = 0,138) và kiểm soát nghề nghiệp (β = 0,112).

Bảng 3. Ma trận tương quan Pearson giữa các biến

Biến	KN	QT	KS	NC	TB	NT
KN	1	0,654	0,666	0,729	0,716	0,719
QT	0,654	1	0,696	0,762	0,667	0,546
KS	0,666	0,696	1	0,751	0,725	0,597
NC	0,729	0,762	0,751	1	0,794	0,692
TB	0,716	0,667	0,725	0,794	1	0,681
NT	0,719	0,546	0,597	0,692	0,681	1

Ghi chú: Tất cả hệ số tương quan có Sig. < 0,001.

Nguồn: Kết quả xử lý SPSS

3.6. Thảo luận

Kết quả nghiên cứu phù hợp và bổ sung cho các nghiên cứu trước về vai trò của kỹ năng số và nhận thức công nghệ đối với sinh viên kế toán trong bối cảnh AI (Bui et al., 2025; Anomah et al., 2024).

Đối với H1 (QT): Sinh viên có mức độ quan tâm

Bảng 4. Kết quả phân tích hồi quy tuyến tính đa biến

Biến	Hệ số B	Sai số chuẩn	Hệ số β	t	Sig.	VIF
Hằng số	1,169	0,639	-	1,829	0,068	-
QT	0,156	0,051	0,161	3,042	0,003	2,618
KS	0,107	0,052	0,112	2,062	0,040	2,753
NC	0,134	0,065	0,138	2,050	0,041	4,263
TB	0,169	0,054	0,184	3,124	0,002	3,263
NT	0,367	0,051	0,344	7,231	0,000	2,123

$R = 0,812$; $R^2 = 0,659$; R^2 hiệu chỉnh = 0,654; $F = 123,800$; Sig. = 0,000; Durbin-Watson = 1,881.

Nguồn: Kết quả xử lý SPSS

tích cực đối với tương lai nghề nghiệp càng cao thì càng có động lực mạnh mẽ để lên kế hoạch và chủ động rèn luyện các kỹ năng mới nhằm đáp ứng yêu cầu của ngành kế toán số. Kết quả này phù hợp với khung lý thuyết kiến tạo nghề nghiệp của Savickas (2005).

Đối với H2 (KS): Khả năng tự quyết định và chịu trách nhiệm với lộ trình học tập giúp sinh viên không bị thụ động trước hoàn cảnh. Sự tự chủ này tạo nên sức bền và tính linh hoạt cần thiết khi môi trường làm việc liên tục thay đổi do AI.

Đối với H3 (NC): Việc chủ động tìm hiểu xu hướng nghề nghiệp và yêu cầu mới của thị trường lao động (như kỹ năng sử dụng ERP, phân tích dữ liệu) cung cấp thông tin quan trọng để sinh viên điều chỉnh bộ kỹ năng cá nhân kịp thời.

Đối với H4 (TB): Theo Lý thuyết vốn con người (Becker, 1993), kiến thức chuyên môn vững chắc là nền tảng cốt lõi. Khi nắm vững các chuẩn mực kế toán, sinh viên tự tin sử dụng AI như công cụ hỗ trợ thay vì lo ngại bị thay thế, từ đó nâng cao năng lực thích ứng.

Đối với H5 (NT): Phù hợp với Mô hình chấp nhận công nghệ (Venkatesh & Davis, 2000), khi sinh viên nhận thức rõ về tính hữu ích của AI trong nâng cao hiệu suất công việc, họ sẽ có thái độ cởi mở, sẵn sàng học hỏi và ứng dụng công nghệ. Việc NT có hệ số β cao nhất hàm ý nhận thức công nghệ đóng vai trò nền tảng cho mọi nỗ lực thích ứng nghề nghiệp khác trong kỷ nguyên AI.

4. Kết luận và khuyến nghị

4.1. Kết luận

Nghiên cứu đã đạt được mục tiêu đề ra là đánh giá mức độ thích ứng kỹ năng nghề nghiệp của sinh viên kế toán trước tác động của AI và xác định các yếu tố ảnh hưởng chính trong bối cảnh chuyển đổi số. Dựa trên dữ liệu khảo sát 326 sinh viên và các phương pháp phân tích định lượng, kết quả khẳng định cả 5 yếu tố - quan tâm nghề nghiệp, kiểm soát nghề nghiệp, nghiên cứu nghề nghiệp, trang bị kiến thức nghề nghiệp và nhận thức tác động của AI - đều có ảnh hưởng tích cực và có ý nghĩa thống kê đến khả năng thích ứng nghề nghiệp. Trong đó, nhận thức tác động của AI có tác động mạnh nhất (β = 0,344), phản ánh vai trò then chốt của nhận thức công nghệ trong việc định hướng hành vi và năng lực thích ứng của sinh viên trong môi trường làm việc hiện đại.

Kết quả nghiên cứu hàm ý , khi sinh viên nhận thức rõ ràng về vai trò và tác động của AI, họ sẽ chủ động hơn trong việc học tập, trang bị kỹ năng và thích nghi với sự thay đổi của nghề nghiệp. Đây là cơ sở quan trọng để đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng đào tạo và phát triển nguồn nhân lực kế toán trong kỷ nguyên AI.

4.2. Khuyến nghị

Đối với cơ sở đào tạo. Thứ nhất, các trường đại học cần tái cấu trúc chương trình đào tạo theo định hướng "Kế toán số", chuyển đổi mô hình từ tập trung vào kỹ năng hạch toán truyền thống sang tích hợp đa tầng các khối kiến thức về công nghệ. Cần đưa các

học phần về Trí tuệ nhân tạo (AI), Phân tích dữ liệu lớn (Big Data Analytics) và Hệ thống hoạch định nguồn lực doanh nghiệp (ERP) thành các môn cốt lõi hoặc tích hợp trực tiếp vào các môn chuyên ngành. Thứ hai, đổi mới phương pháp giảng dạy theo hướng đào tạo dựa trên vấn đề (Problem-based learning) và mô phỏng thực tế số, giúp sinh viên hình thành tư duy hệ thống và năng lực xét đoán nghề nghiệp (Professional Judgment) thay vì chỉ thuần thục thao tác nhập liệu mà AI có thể thay thế. Thứ ba, xây dựng hệ sinh thái kết nối Nhà trường - Doanh nghiệp; tổ chức các "Lab công nghệ kế toán" chung giữa nhà trường và các tập đoàn công nghệ - kiểm toán để sinh viên tiếp cận sớm với quy trình vận hành thực tế.

Đối với sinh viên. Thứ nhất, sinh viên cần chủ động chuẩn hóa "Năng lực thích ứng kỹ thuật số", chuyển dịch tư duy từ coi AI là mối đe dọa sang coi AI là công cụ cộng sinh. Kết quả nghiên cứu cho thấy, "Nhận thức về AI" có tác động mạnh nhất, do đó sinh viên cần chủ động nâng cao hiểu biết về nguyên lý vận hành của các thuật toán AI trong tài chính - kế toán để quản trị và kiểm soát sai sót do máy tính tạo ra. Thứ hai, xây dựng lộ trình học tập suốt đời (Lifelong Learning); rèn luyện khả năng tự nghiên cứu và kiểm soát lộ trình cá nhân; chú trọng bồi dưỡng nhóm "kỹ năng mềm bậc cao" như tư duy phản biện, kỹ năng giải quyết vấn đề phức tạp và đạo đức nghề nghiệp trong môi trường số - những giá trị mà AI chưa thể thay thế.

Đối với doanh nghiệp và hiệp hội nghề nghiệp. Doanh nghiệp cần đóng vai trò "vườn ươm nhân lực thực chiến" thông qua cung cấp các nền tảng dữ liệu giả lập hoặc các kỳ thực tập số (Digital Internship), cho phép sinh viên tiếp cận với quy trình kế toán tự động và hệ thống quản trị thông minh. Đồng thời, các hiệp hội nghề nghiệp như VAA, VACPA cần phối hợp ban hành các khung năng lực số dành riêng cho kế toán viên Việt Nam, tạo kim chỉ nam cho cả người học và cơ sở đào tạo trong việc điều chỉnh hướng phát triển kỹ năng ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Lê Thủy Tiên, Nguyễn Trần Quốc Anh, Hoàng Văn Vũ, Nguyễn Minh Tiến Phát, Nguyễn Viết Kiên và Lê Thị Thùy Dung. (2025). Các nhân tố tác động đến khả năng thích ứng nghề nghiệp của sinh viên tốt nghiệp trong nền kinh tế số. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Lạc Hồng, 24, 56-70.

Anomah, S., Ayeboafo, B., Owusu, A., & Aduamoah, M. (2024). Adapting to AI: Exploring the implications of AI integration in shaping the accounting and auditing profession for developing economies. EDPACS, 69(11), 28-52. https://doi.org/10.1080/07366981.2024.2388412

Becker, G. S. (1993). Human capital: A theoretical and empirical analysis, with special reference to education (3rd ed.). University of Chicago Press.

Bui, H. Q., Nguyen, T. T., & Tran, M. H. (2025). AI adoption: A new perspective from accounting students in Vietnam. Journal of Asian Business and Economic Studies. https://doi.org/10.1108/JABES-06-2024-0300

Deloitte. (2024). AI and the future of accounting: Transforming finance functions. Deloitte Insights, USA.

International Federation of Accountants (IFAC). (2024). The impact of artificial intelligence on accounting and auditing education. [Online] Available at https://www.ijfmr.com/papers/2025/3/35911.pdf

Nguyễn Thị Thanh. (2025). Một số giải pháp nâng cao kỹ năng số cho sinh viên kế toán. Tạp chí Khoa học Đại học Kinh tế Quốc dân.

PwC. (2024). NextGen survey 2024: Artificial intelligence in business and finance. PricewaterhouseCoopers. https://www.pwc.com

Savickas, M. L. (2005). The theory and practice of career construction. In S. D. Brown & R. W. Lent (Eds.), Career development and counseling: Putting theory and research to work (pp. 42-70). John Wiley & Sons.

Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. Management Science, 46(2), 186-204. https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926.

Ngày nhận bài: 14/3/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 28/3/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 16/4/2026

ACCOUNTING STUDENTS' PROFESSIONAL SKILL ADAPTATION IN AI ERA: EVIDENCE FROM UNIVERSITIES IN HANOI

● **NGUYEN NGOC HUYEN ANH[1]**
● **PHUNG THI NGOC BICH[1]**
● **TRIEU HIEN THANH[1]**
● **NGUYEN THI HONG HANH[1]**
● **NGUYEN THI DIEU LY[1]**
● MSc. **DAO THU HA[2*]**
[1]Student, Faculty of Accounting - Auditing, Hanoi University of Industry
[2]Lecturer, Faculty of Accounting - Auditing, Hanoi University of Industry
*Email: daothuha@haui.edu.vn

ABSTRACT:

This study assesses the adaptation of professional skills among accounting students to the impact of artificial intelligence (AI) at universities offering accounting and auditing programs in Hanoi. Data were collected from 326 students through a structured questionnaire using a five-point Likert scale. The results indicate that all measurement scales achieved high reliability, with Cronbach's Alpha coefficients ranging from 0.788 to 0.890, while exploratory factor analysis (EFA) extracted five factors with a total explained variance of 73.02%. Based on these findings, the study proposes recommendations to improve training quality and enhance accounting students' ability to meet labor market requirements in the AI era.

Keywords: artificial intelligence, career adaptability, accounting students, digital transformation, digital skills.

VAI TRÒ CỦA DOANH NGHIỆP KIỂM TOÁN TRONG VIỆC XÂY DỰNG ĐẠO ĐỨC NGHỀ NGHIỆP

● **NGUYỄN TRỌNG NGUYÊN**
Trường Đại học Sài Gòn

TÓM TẮT:

Chất lượng kiểm toán (CLKT) phụ thuộc vào khả năng phát hiện sai sót của kiểm toán viên (KTV) và mức độ khai báo các sai sót đó (DeAngelo, 1981). Bằng việc tổng quan các nghiên cứu về đạo đức nghề nghiệp (ĐĐNN) và CLKT, bài nghiên cứu cho thấy những góc nhìn đa chiều về ĐĐNN của các nghiên cứu trước đây về lý thuyết nền cũng như các nghiên cứu thực nghiệm. Kết quả cho thấy, ĐĐNN chịu sự ảnh hưởng của nhiều nhân tố, các bên liên quan, trong đó doanh nghiệp kiểm toán (DNKT) như chiếc nôi hình thành và xây dựng ĐĐNN của KTV, nhân tố quan trọng nhằm cải thiện CLKT. Qua đó, nghiên cứu này đưa ra các hàm ý với DNKT trong việc duy trì và phát triển phẩm chất ĐĐNN của KTV.

Từ khoá: chất lượng kiểm toán, đạo đức nghề nghiệp, văn hóa doanh nghiệp, kiểm soát chất lượng.

1. Đặt vấn đề

Sau sự kiện Enron tại Mỹ và liên quan đến sự sụp đổ của công ty kiểm toán Arthur Andersen, nhiều nhà nghiên cứu tập trung vào xem xét và đánh giá hành vi trong kiểm toán. Mức độ mà hành vi của KTV bị chi phối bởi các quan niệm về ĐĐNN đã được xem xét nhiều trong những năm sau đó. Các nhà quan sát cho rằng, các công ty kiểm toán độc lập ngày nay đang phải đương đầu bởi sự xung đột giữa hai nền văn hóa: văn hóa nghề nghiệp và văn hoá thương mại (Gendron & Spira, 2010; Mueller et al., 2011). Một mặt, KTV phải đưa ra quyết định và thực hiện công việc của mình mà không bị ảnh hưởng quá nhiều bởi khách hàng hoặc các yếu tố ngoài chuyên môn và phải hướng đến phục vụ lợi ích công chúng, mặt khác, phải chú trọng đến lợi ích của khách hàng và việc tạo ra doanh thu cho DNKT.

Một số nghiên cứu thậm chí còn cho rằng, xét về tính logic, sự chuyên nghiệp và ĐĐNN của KTV là điều có liên quan mật thiết đến nhiệm vụ phục vụ lợi ích công chúng của nghề kiểm toán, nhưng rõ ràng được coi là thứ yếu đối với các công ty kiểm toán đương đại (Carter & Spence, 2014). Họ cũng đã chứng minh những người có tư duy thiên về thương mại hơn, đáp ứng những gì thị trường muốn, sẽ thăng tiến nhanh hơn lên vị trí cao nhất trong hệ thống phân cấp của công ty (Carter & Spence, 2014). Việc thương mại hóa ngày càng tăng của nghề kiểm toán

với sự tập trung ngày càng nhiều vào nhu cầu duy trì lòng trung thành của khách hàng, có thể nói là sẽ phải đánh đổi bằng các giá trị nghề nghiệp truyền thống có nguồn gốc đạo đức. Hiện tượng này được cho là một trong những nguyên nhân góp phần làm gia tăng nguy cơ tái diễn các thất bại trong kiểm toán, từng xảy ra tại nhiều vụ bê bối doanh nghiệp lớn như WorldCom và Enron (Brinkmann, 2022; Humphrey et al., 2013).

Trong các nghiên cứu ngày nay, ĐĐNN của KTV không còn được xem là đặc điểm thuần túy cá nhân mà là kết quả của sự tương tác giữa cá nhân và môi trường tổ chức, đặc biệt là DNKT. Theo Ủy ban chuẩn mực kiểm toán và dịch vụ đảm bảo quốc tế IAASB (2014), CLKT chịu ảnh hưởng bởi các yếu tố ở nhiều cấp độ, trong đó yếu tố ở cấp DNKT, như văn hóa, lãnh đạo và hệ thống kiểm soát chất lượng, đóng vai trò then chốt.

Nghiên cứu của Hurtt et al. (2020) nhấn mạnh, văn hóa và môi trường của tổ chức trong doanh nghiệp kiểm toán định hình cách KTV nhận thức và phản ứng với các tình huống đạo đức. Điều này đặc biệt quan trọng trong bối cảnh kiểm toán vừa là hoạt động phục vụ lợi ích công chúng vừa chịu áp lực thương mại từ phía DNKT.

CLKT, có nhiều tác giả đã đưa ra các định nghĩa riêng biệt về khung khái niệm. Nhưng khái niệm CLKT của DeAngelo (1981) được nhiều nhà nghiên cứu sử dụng khi nghiên cứu và đánh giá. DeAngelo giải thích CLKT là một giả định được hình thành trên thị trường, rằng KTV sẽ có khả năng phát hiện sai sót trọng yếu và sau đó sẽ báo cáo những sai sót này. Phân tích kỹ hơn định nghĩa này cho thấy 2 đặc điểm quan trọng: Khả năng phát hiện của KTV và ý định thực sự của họ trong việc báo cáo. Khái niệm của DeAngelo, được nhiều nhà nghiên cứu sử dụng để xây dựng các mô hình thực nghiệm về CLKT. Theo DeAngelo, CLKT phụ thuộc vào 2 yếu tố: Năng lực chuyên môn và ĐĐNN của KTV.

ĐĐNN trong kiểm toán bao gồm một tập hợp các nguyên tắc, tiêu chuẩn và giá trị hướng dẫn hành vi của KTV trong việc thực hiện trách nhiệm của họ với tính chính trực, khách quan và độc lập (Loeb, 2020). Các chuẩn mực đạo đức do các tổ chức nghề nghiệp ban hành, chẳng hạn như Liên đoàn Kế toán Quốc tế (IFAC) và Viện Kế toán Công chứng Hoa Kỳ (AICPA), cung cấp một khuôn mẫu nhằm hướng dẫn cho KTV để giải quyết khi đối mặt với các tình huống khó xử về đạo đức và duy trì lòng tin của công chúng (Fernando & Srikanthan, 2020). Các nguyên tắc đạo đức chính bao gồm tính chính trực, khách quan, năng lực chuyên môn và sự cẩn trọng, bảo mật và tư cách nghề nghiệp (AICPA, 2018).

2. Phương pháp nghiên cứu

Trong bài báo này, tác giả sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính. Phương pháp này nhằm tổng quan và đánh giá những góc độ khác nhau của ĐĐNN KTV và tác động đến CLKT thông qua các nghiên cứu trước, từ các bài báo khoa học. Để thu thập dữ liệu, tác giả sử dụng các từ khóa liên quan đến chủ đề nghiên cứu như "ĐĐNN kiểm toán", "CLKT" và "văn hóa tổ chức" "Tính độc lập KTV" để tìm kiếm các bài báo học thuật trên cơ sở dữ liệu Google Scholar trong giai đoạn thời gian từ 2010 đến 2025.

3. Tổng quan nghiên cứu

Trong nghiên cứu kiểm toán đương đại, đạo đức của KTV không còn được xem chỉ là phẩm chất cá nhân, mà còn là kết quả của bối cảnh tổ chức, đặc biệt là DNKT nơi KTV làm việc. IAASB nhấn mạnh CLKT chịu tác động bởi các yếu tố ở cấp cuộc kiểm toán, cấp DNKT và cấp môi trường thể chế, trong đó văn hóa, lãnh đạo và hệ thống quản lý chất lượng của DNKT là những yếu tố trọng tâm.

Từ góc nhìn này, vai trò của DNKT có thể hiểu là vai trò của tổ chức trong việc định hướng hành vi nghề nghiệp thông qua thiết lập chuẩn mực hành vi đạo đức, định hình động cơ nghề nghiệp, và kiểm soát việc tuân thủ đạo đức của KTV. Ủy ban giám sát kế toán công ty đại chúng (PCAOB) gần đây cũng kết luận, DNKT còn nhiều việc phải làm để xây dựng văn hóa trách nhiệm tốt hơn nhằm thúc đẩy CLKT. Vai trò của DNKT thể hiện qua các nội dung: Lãnh đạo cấp cao, môi trường đạo đức, hệ thống kiểm soát chất lượng, bảo vệ tính độc lập của KTV và giảm áp lực từ trong các hợp đồng kiểm toán.

Một trong những yếu tố quan trọng nhất ảnh hưởng đến đạo đức của KTV là vai trò của Lãnh đạo cấp cao, tức là thông điệp và hành vi của lãnh đạo DNKT có ảnh hưởng đến KTV. Theo PCAOB (2025), Lãnh đạo cấp cao của DNKT phản ánh mức độ mà họ: đề cao tính chính trực, cam kết về CLKT và duy trì tính độc lập nghề nghiệp. Nghiên cứu cho

thấy, khi lãnh đạo nhất quán nhấn mạnh đạo đức và chất lượng, KTV có xu hướng tuân thủ chuẩn mực cao hơn. Ngược lại, nếu lãnh đạo ưu tiên mục tiêu thương mại như giữ khách hàng hoặc tối đa hóa doanh thu, KTV dễ bị cuốn vào các hành vi thỏa hiệp (Svanberg & Öhman, 2013). Như vậy, Lãnh đạo cấp cao đóng vai trò như một cơ chế tín hiệu, định hướng hành vi đạo đức trong toàn bộ tổ chức.

Môi trường đạo đức phản ánh nhận thức chung của KTV về những hành vi được chấp nhận hoặc không chấp nhận trong tổ chức. Victor & Cullen (1988) cho rằng môi trường đạo đức có thể được phân thành các loại như: Môi trường dựa trên quy tắc, môi trường dựa trên quan tâm, môi trường mang tính công cụ (thiên về lợi ích cá nhân/tổ chức). Trong lĩnh vực kiểm toán, các nghiên cứu cho thấy, môi trường đạo đức mạnh giúp tăng tuân thủ chuẩn mực và giảm các hành vi làm suy giảm CLKT. Svanberg & Öhman (2013) phát hiện môi trường đạo đức có thể làm giảm tác động tiêu cực của áp lực thời gian đến hành vi kiểm toán. Điều này cho thấy, DNKT có thể đóng vai trò trung gian giữa CLKT và KTV trong môi trường làm việc áp lực cao.

Samagaio et al. (2025) tại Bồ Đào Nha với sự tham gia của 96 KTV nhận thấy, văn hóa đạo đức tổ chức là một yếu tố quan trọng thúc đẩy sự gia tăng hoài nghi nghề nghiệp và làm giảm các hành vi giảm CLKT. Kết quả cho thấy, các KTV làm việc trong môi trường có văn hóa đạo đức mạnh mẽ có khả năng duy trì các tiêu chuẩn chất lượng tốt hơn ngay cả khi phải đối mặt với áp lực thời gian eo hẹp. Nghiên cứu này cũng cho thấy, văn hóa đạo đức tổ chức hoặc doanh nghiệp là điều kiện cần thiết để thiết lập sự hoài nghi nghề nghiệp. Các DNKT có văn hóa đạo đức mạnh mẽ sở hữu hệ thống giá trị rõ ràng, cơ chế giao tiếp đạo đức hiệu quả và các biện pháp trừng phạt nghiêm khắc đối với các vi phạm đạo đức, điều này khuyến khích các KTV hành xử có đạo đức hơn.

Hệ thống kiểm soát chất lượng nội bộ là công cụ quan trọng giúp DNKT chuyển hóa các nguyên tắc đạo đức thành hành vi thực tế. Theo IAASB (2020), các chuẩn mực quản lý chất lượng trong DNKT, bao gồm: thiết lập cơ chế giám sát, thực hiện soát xét chất lượng, xử lý vi phạm đạo đức và cải thiện liên tục hệ thống. Một hệ thống kiểm soát chất lượng hiệu quả giúp DNKT phát hiện hành vi phi đạo đức, ngăn ngừa sai phạm và hoàn thiện văn hóa tuân thủ. Ngược lại, nếu hệ thống kiểm soát chất lượng yếu kém, ĐĐNN dễ bị suy giảm và trở thành hình thức. Kiểm soát nội tại củng cố ảnh hưởng của đạo đức và tính độc lập của KTV đối với CLKT (Fawziah et al., 2023). Các KTV có kiểm soát nội tại sẽ có động lực hơn để áp dụng các tiêu chuẩn đạo đức. Ngược lại, kiểm soát bên ngoài làm suy yếu ảnh hưởng này.

DNKT đóng vai trò trực tiếp trong việc bảo vệ tính độc lập của ĐĐNN. Theo IESBA (2018), các mối đe dọa đến đạo đức như: tư lợi, quen thuộc, áp lực từ khách hàng, cần được DNKT nhận diện và kiểm soát. Ngoài ra, nghiên cứu của Hurtt et al. (2013) cho thấy tính độc lập không chỉ là đặc điểm cá nhân mà còn chịu ảnh hưởng bởi môi trường tổ chức. Một doanh nghiệp khuyến khích đặt câu hỏi và phản biện sẽ thúc đẩy KTV duy trì tính độc lập

KTV thường đối mặt với các áp lực như: áp lực thời gian, áp lực phí kiểm toán, áp lực giữ khách hàng. DNKT có thể giảm áp lực bằng cách phân bổ nguồn lực hợp lý, hoặc làm gia tăng áp lực thông qua mục tiêu kinh doanh. Nghiên cứu cho thấy khi áp lực không được kiểm soát, KTV dễ thực hiện các hành vi như: bỏ qua thủ tục, giảm kiểm tra, chấp nhận bằng chứng độ tin cậy chưa thuyết phục. Tuy nhiên, một doanh nghiệp có văn hóa đạo đức mạnh có thể giúp KTV chống lại các áp lực này (Jan & Peter, 2016). Nghiên cứu của Al-Rawashdeh et al. (2024) cho thấy cam kết nghề nghiệp của KTV điều chỉnh mối quan hệ giữa áp lực thời gian và CLKT thông qua sự hoài nghi nghề nghiệp. Các KTV có cam kết nghề nghiệp cao có khả năng duy trì các tiêu chuẩn đạo đức và CLKT tốt hơn ngay cả khi phải đối mặt với áp lực cao về thời gian.

4. Kết luận và hàm ý với Việt Nam

4.1. Kết luận

Hầu hết các nghiên cứu đều cho thấy, DNKT không chỉ là nơi sử dụng lao động, mà là môi trường xã hội hóa nghề nghiệp. Thông qua quy trình đào tạo, giám sát, đánh giá thành tích, truyền thông nội bộ và cách lãnh đạo xử lý các tình huống phức tạp, DNKT đã lan toả cho KTV thông điệp về điều gì thực sự quan trọng, đó là chất lượng dịch vụ và lợi ích công chúng, hay doanh thu và duy trì khách hàng. Khi nghiên cứu về văn hoá và môi trường đạo đức trong

DNKT, Hurtt, R. K., và cộng sự. (2020) đã nhấn mạnh, môi trường đạo đức đặc biệt quan trọng vì hoạt động kiểm toán độc lập vừa là nghề được quản lý chặt, vừa là hoạt động kinh doanh vì lợi nhuận, lại vừa phục vụ lợi ích công chúng.

Từ việc tổng quan các tài liệu, cho thấy một cách khái quát DNKT có thể xây dựng ĐĐNN KTV thông qua 5 cơ chế chính:

Thứ nhất, định hình cơ chế chuẩn mực đạo đức riêng của DNKT là xác lập các giá trị được mong đợi, như chính trực, độc lập, trách nhiệm công chúng. Đây là vai trò được nhắc tới nhiều nhất, IAASB cho biết các chuẩn mực quản lý chất lượng mới yêu cầu doanh nghiệp kiểm toán phải lồng ghép CLKT vào văn hóa doanh nghiệp và triết lý của các nhà Lãnh đạo cấp cao. Bên cạnh đó, cần tăng cường chức năng giám sát và khắc phục sai sót. PCAOB cũng xem quản trị công ty và năng lực lãnh đạo là chủ đề then chốt chi phối văn hóa doanh nghiệp. Theo PCAOB, Lãnh đạo cấp cao thường được xem là một biểu tượng đại diện cho văn hóa doanh nghiệp trong hoạt động kiểm toán độc lập.

Về mặt đạo đức, điều này có nghĩa là khi lãnh đạo DNKT nhất quán nhấn mạnh chính trực, độc lập và trách nhiệm bảo vệ người sử dụng thông tin BCTC, KTV có xu hướng coi đây là chuẩn mực bắt buộc. Ngược lại, nếu thông điệp ngầm là không được làm mất khách hàng hoặc phải hoàn thành trong ngân sách bằng mọi giá thì chuẩn mực đạo đức của cá nhân KTV dễ bị xói mòn. PCAOB năm 2025 còn mô tả rõ văn hóa cần thúc đẩy tính chính trực và sự cam kết về CLKT mà trong đó bao gồm ĐĐNN và sự độc lập của KTV ở mọi cấp độ trong doanh nghiệp.

Thứ hai, cơ chế xã hội hóa nghề nghiệp: doanh nghiệp đào tạo và lan tỏa cho KTV, định hình kỳ vọng ứng xử và phương thức xử lý khi đối mặt với tình huống đạo đức khó. Khác với với yếu tố vai trò Lãnh đạo cấp cao, môi trường đạo đức là cảm nhận hằng ngày của KTV về việc trong doanh nghiệp thì hành vi nào được ủng hộ, chấp nhận hay bị trừng phạt. Nghiên cứu của Svanberg và Öhman (2103) cho thấy, văn hóa đạo đức của DNKT có liên quan đến CLKT trong điều kiện áp lực thời gian. Từ góc độ đạo đức cho thấy, hệ thống duy trì môi trường đạo đức có ý nghĩa ở chỗ chuyển đạo đức từ khẩu hiệu sang cơ chế thực thi. Các phát hiện vi phạm có được xử lý không, những bài học từ sai sót là gì, và có cơ chế bảo vệ người đưa ra ý kiến chuyên môn trái chiều không? Một doanh nghiệp có hệ thống kiểm soát chất lượng yếu thường tạo ra môi trường mà trong đó đạo đức dễ trở thành hình thức.

Thứ ba, cơ chế giám sát, thông qua hệ thống kiểm soát chất lượng DNKT soát xét, khắc phục và tang cường xử lý sai phạm để làm cho đạo đức có tính thực thi.

Thứ tư, thiết lập cơ chế động cơ, qua đó chính sách khen thưởng và trừng phạt, từ đó tác động đến lựa chọn đạo đức của KTV.

Thứ năm, cơ chế bảo vệ trước áp lực kinh doanh: doanh nghiệp có thể giảm hoặc khuếch đại sức ép thời gian, phí và giữ khách hàng, từ đó ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng KTV duy trì hành vi đạo đức. IESBA và PCAOB đều coi đạo đức và độc lập là yêu cầu cốt lõi đối với nghề kiểm toán. Trong thực tế, DNKT giữ vai trò trực tiếp trong việc bảo vệ 2 yếu tố này thông qua các chính sách về quan hệ khách hàng, luân chuyển nhân sự, tư vấn nội bộ, chấp nhận hoặc duy trì khách hàng và xử lý xung đột lợi ích. Đồng thời, môi trường doanh nghiệp cũng ảnh hưởng đến hoài nghi nghề nghiệp. Nghiên cứu của Hurtt, R. K. và cộng sự (2013) cho thấy hoài nghi nghề nghiệp không chỉ là đặc điểm cá nhân mà còn chịu ảnh hưởng bởi yếu tố bối cảnh, động cơ và môi trường thực hiện kiểm toán. Vì vậy, DNKT có vai trò định hình việc KTV có dám đặt câu hỏi, thách thức ước tính kế toán và phản biện giải trình của khách hàng hay không.

Như vậy, DNKT không chỉ ảnh hưởng mà còn đóng vai trò quyết định trong việc hình thành ĐĐNN của KTV.

4.2. Hàm ý với Việt Nam

Các nghiên cứu quốc tế đều chỉ ra, đạo đức KTV không thể tách rời môi trường tổ chức. Hoạt động kiểm toán tại Việt Nam được xem là còn non trẻ, các DNKT đa số là doanh nghiệp nhỏ, các cơ quan quản lý, DNKT cần từng bước tiếp cận theo thông lệ quốc tế, cụ thể:

Việt Nam cần chuyển dần từ cách tiếp cận khi xây dựng quy chế kiểm soát chất lượng từ văn hóa làm theo quy định, tuân thủ sang văn hóa thực thi. Nghĩa là, không chỉ ban hành chuẩn mực đạo đức mà cần yêu cầu DNKT xây dựng và thực thi văn hóa đạo đức

thực chất. vấn đề này thực tiễn qua các các chương trình kiểm tra CLKT hằng năm của Bộ tài chính cho thấy chỉ dừng ở việc kiểm tra về mặt thiết kế, mà không đánh giá vấn đề vận hành của DNKT.

Đạo đức không bắt đầu từ KTV cấp dưới mà bắt đầu từ Lãnh đạo cấp cao. Cam kết của Lãnh đạo DNKT trong việc cam kết chất lượng, bảo vệ tính độc lập của KTV và không chạy theo doanh thu và giữ khách hàng bằng mọi giá.

Nghiên cứu cho thấy, đạo đức chỉ hiệu quả khi có cơ chế giám sát Việt Nam cần chuyển mạnh sang mô hình: Quản trị chất lượng thay cho mô hình Kiểm soát chất lượng. Với mô hình quản trị chất lượng, các cơ quan quản lý, DNKT cần cơ chế giám sát liên tục, các sai phạm được xử lý rõ ràng và những bài học được rút ra từ những sai phạm đã qua. Đối với các cơ quan quản lý Nhà nước, hoạt động kiểm tra hằng năm không dừng ở hoạt động kiểm tra hồ sơ mà cần đánh giá các hoạt động triển khai đánh giá văn hoá hành vi, các hoạt động kiểm soát áp lực nghề nghiệp trong văn hóa của DNKT. Với đặc thù tại các DNKT nhỏ ở Việt Nam, luôn bị áp lực cạnh tranh về giá và chịu áp lực từ phía khách hàng, nguồn gốc dẫn đến các hành vi phi đạo đức, DNKT cần có chính sách phân bổ thời gian hợp lý, không chấp nhận khách hang có rủi ro cao chỉ vì phí kiểm toán. Trong một số lĩnh vực nhạy cảm, các cơ quan quản lý có thể áp dụng mức phí kiểm toán tối thiểu.

Bên cạnh sự nỗ lực từ phía DNKT, các cơ quan quản lý, mà cụ thể là Hội kiểm toán viên hành nghề thực hiện cuộc kiểm tra hằng năm, không dừng ở việc kiểm tra hồ sơ kiểm toán mà cần kiểm tra cả hệ thống quản trị và văn hóa. Những yếu kém phát hiện trong quá trình kiểm tra cần công bố, minh bạch, để xã hội giám sát và cần chế tài mạnh mẽ những hành vi vi phạm đạo đức ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Al-Rawashdeh, M., Al-Hyari, K., & Al-Omari, M. (2024). Institutional factors and audit qualityin emerging markets. Journal of Accounting and Governance, 12(3), 45-59.

Brinkmann, J, (2022). Business Ethics and Intercultural Communication. Exploring the overlap between two academic fields. Journal of Intercultural Communication 5(1).

Chris Carter & Crawford Spence (2014). Being a Successful Professional: An Exploration of Who Makes Partner in the Big 4. Contemporary Accounting Research, John Wiley & Sons, 31(4), 949-981.

DeAngelo, L. E. (1981). Auditor Size and Audit Quality. Journal of Accounting and Economics, 3, 183-199. https://doi.org/10.1016/0165-4101(81)90002-1

Fawziah, Intan Nurbaiti, et al. (2023). The Role of Locus of Control in Moderating the Effect of Auditorâ€™s Independence and Professional Skepticism on Audit Quality. The Indonesian Accounting Review, 13(2), 233-47. https://doi.org/10.14414/tiar.v13i2.3791.

Fernando, M., & Srikanthan, R. (2020). Ethical culture and ethical judgment: An empirical study of auditors in Sri Lanka. Asian Journal of Business Research, 10(1), 65-82. https://doi.org/10.14707/ajbr.200001

Gendron, Yves & Spira, Laura F. (2010). Identity narratives under threat: A study of former members of Arthur Andersen. Accounting, Organizations and Society, Elsevier, 35(3), 275-300.

Humphrey, C., Samsonova, A., Siddiqui, J., van Mourik, C. (Ed.), & Walton, P. (Ed.) (2013). Auditing, Regulation and the Persistence of the Audit Expectations Gap. In The Routledge Companion to Accounting, Reporting and Regulation (pp. 163-183). Routledge.

Hurtt, R. K., Brown-Liburd, H., Earley, C. E., & Krishnamoorthy, G. (2013). Research on auditor professional skepticism: Literature synthesis and opportunities for future research. Auditing: A Journal of Practice & Theory, 32(Supplement 1), 45-97.

Hurtt, R. K., et al. (2020). Examining climate and culture in audit firms. Auditing: A Journal of Practice & Theory, 39(4), 1-30.

IAASB. (2014). A framework for audit quality: Key elements that create an environment for audit quality. International Federation of Accountants.

IAASB. (2020). International standards on quality management. International Federation of Accountants.

IESBA. (2018). Handbook of the International Code of Ethics for Professional Accountants. International Federation of Accountants.

Jan Svanberg & Peter Öhman (2016). Does Ethical Culture in Audit Firms Support Auditor Objectivity? Accounting in Europe, Taylor & Francis Journals, 13(1), 65-79.

Kaplan, S. E. (2001). Further evidence on the ethics of managing earnings: An examination of the ethically related judgments of shareholders and non-shareholders. Journal of Accounting and Public Policy, 20(1), 27-44.

Loeb, S. (2020) How Effective Is Online Learning? What the Research Does and Doesn't Tell Us. Classroom Technology. https://www.edweek.org/technology/opinion-how-effective-is-online-learning-what-the-research-does-and-doesnt-tell-us/2020/03

Mueller, F., Carter, C., Ross-Smith, A. (2011). Making sense of career in a Big Four accounting firm. Current Sociology 59 (4), 551-567.

PCAOB. (2025). Staff report on audit firm culture and audit quality. Public Company Accounting Oversight Board.

Samagaio, A., Francisco, P. M., Felício, T., & Verga Matos, P. (Accepted/In press). The relationship between time pressure, ethical culture and audit quality. Management Decision. https://doi.org/10.1108/MD-04-2024-0870

Svanberg, J., & Öhman, P. (2013). Auditors' time pressure: Does ethical culture support audit quality? Managerial Auditing Journal, 28(7), 572-591.

Victor, B., & Cullen, J. B. (1988). The organizational bases of ethical work climates. Administrative Science Quarterly, 33(1), 101-125.

Ngày nhận bài: 18/3/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 30/3/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 20/4/2026

THE ROLE OF AUDITING FIRMS IN BUILDING PROFESSIONAL ETHICS

● **NGUYEN TRONG NGUYEN**
Saigon University

ABSTRACT:

Audit quality depends on auditors' ability to detect errors and their willingness to report them, as emphasized by DeAngelo (1981). Through a literature review, this study presents multidimensional perspectives on professional ethics by synthesizing previous theoretical and empirical studies. The findings indicate that auditors' professional ethics are shaped by various factors and stakeholders, with audit firms playing a fundamental role in fostering and developing ethical standards. As professional ethics represent a critical determinant of audit quality, the study offers implications for audit firms in maintaining and strengthening auditors' ethical conduct.

Keywords: audit quality, professional ethics, corporate culture, quality control.

SỰ CHẤP NHẬN SỬ DỤNG TRỢ LÝ ẢO AI TRONG THƯƠNG MẠI HỘI THOẠI: VAI TRÒ ĐIỀU TIẾT CỦA KIẾN THỨC SỐ

● **TRỊNH HOÀNG NAM**
Trường Đại học Ngân hàng Thành phố Hồ Chí Minh

TÓM TẮT:

Nghiên cứu tập trung làm rõ vai trò của các đặc trưng công nghệ AI và kiến thức số trong việc hình thành thái độ và ý định sử dụng trợ lý ảo AI trong thương mại hội thoại. Nghiên cứu chỉ ra cách các yếu tố kỹ thuật như tính thông minh, tính sống động và tính nhân hóa tác động đến trải nghiệm tâm lý của người dùng, từ đó thúc đẩy hành vi chấp nhận. Đồng thời, nghiên cứu nhấn mạnh kiến thức số như một biến điều tiết quan trọng, giải thích sự khác biệt trong cách người dùng diễn giải và phản ứng với các tín hiệu công nghệ. Kết quả góp phần mở rộng hiểu biết về hành vi tiêu dùng trong bối cảnh AI ngày càng phổ biến, đồng thời cung cấp hàm ý thiết kế cho các nền tảng thương mại điện tử.

Từ khóa: trợ lý ảo AI, SOR, thương mại hội thoại, ý định sử dụng.

1. Đặt vấn đề

Thương mại điện tử Việt Nam tăng trưởng nhanh nhờ kinh tế số mở rộng, tỷ lệ người dùng internet cao và sự dịch chuyển hành vi sang mua sắm trực tuyến. Năm 2024, quy mô thị trường vượt 20 tỷ USD và hơn 60% dân số tham gia mua sắm online (VECOM, 2024). Trong bối cảnh đó, các nền tảng thương mại điện tử đẩy mạnh ứng dụng AI, đặc biệt là trợ lý ảo AI - công cụ hỗ trợ tư vấn, trả lời câu hỏi, gợi ý sản phẩm và cá nhân hóa hành trình mua sắm theo thời gian thực.

Tuy nhiên, mức độ chấp nhận của người dùng vẫn là yếu tố quyết định hiệu quả triển khai AI. Các nghiên cứu trước chủ yếu dựa trên TAM và UTAUT, tập trung vào hữu dụng cảm nhận, dễ sử dụng cảm nhận, niềm tin, rủi ro cảm nhận và ảnh hưởng xã hội (Kasilingam, 2020; Li & Wang, 2023). Dù hữu dụng cảm nhận thường là yếu tố mạnh nhất, các yếu tố khác cho kết quả không ổn định giữa các nhóm người dùng (Dwivedi et al., 2023; Zhu et al., 2023).

Tổng quan nghiên cứu cho thấy, các mô hình truyền thống chưa phản ánh đầy đủ bản chất của hệ thống AI hiện đại - vốn tương tác linh hoạt, sinh động và mô phỏng hành vi con người. Các đặc trưng công nghệ như tính thông minh, tính sống động và tính nhân hóa đã được chứng minh là cải thiện trải nghiệm và tăng niềm tin (Fatima, Khan & Bahmannia, 2024; Sidlauskiene, Joye & Auruskeviciene, 2023), nhưng vẫn ít được nghiên cứu trong bối cảnh mua sắm trực tuyến. Đồng thời, vai trò điều tiết của kiến thức số - yếu tố quan trọng trong hành vi tiêu dùng số - chưa được kiểm định, dù nhiều nghiên cứu cho thấy, mức độ am hiểu công nghệ ảnh hưởng mạnh đến cách người dùng đánh giá AI (Esiyok, Gokcearslan & Kucukergin, 2024; Rahman et al. 2025).

Để lấp đầy khoảng trống này, nghiên cứu đề xuất

mô hình dựa trên lý thuyết SOR, trong đó các đặc trưng công nghệ AI là kích thích, thái độ là trạng thái tâm lý trung gian và ý định sử dụng là phản ứng hành vi. Kiến thức số được đưa vào như biến điều tiết nhằm làm rõ sự khác biệt giữa các nhóm người dùng, góp phần xây dựng khung phân tích toàn diện hơn cho hành vi chấp nhận AI trong thương mại điện tử.

2. Tổng quan tài liệu và Phát triển giả thuyết

2.1. Sự chấp nhận trợ lý ảo AI

Trí tuệ nhân tạo (AI) đang trở thành nền tảng quan trọng trong thương mại điện tử, đặc biệt thông qua sự phát triển của trợ lý ảo và chatbot thông minh. Các hệ thống này mô phỏng khả năng nhận thức của con người như học hỏi, lập luận và đưa ra quyết định, hỗ trợ người dùng tìm kiếm thông tin, so sánh sản phẩm và tối ưu hóa quá trình mua sắm. Trong bối cảnh cạnh tranh gia tăng, doanh nghiệp xem trợ lý ảo AI như công cụ chiến lược để nâng cao hiệu quả dịch vụ và cá nhân hóa trải nghiệm. Tuy nhiên, mức độ chấp nhận của người tiêu dùng vẫn là yếu tố quyết định sự thành công của công nghệ này.

Các nghiên cứu trước dựa trên TAM và UTAUT nhấn mạnh vai trò của hữu dụng cảm nhận, dễ sử dụng cảm nhận, niềm tin, rủi ro cảm nhận và ảnh hưởng xã hội (Kasilingam, 2020; Li & Wang, 2023). Hữu dụng cảm nhận thường là yếu tố mạnh nhất, trong khi niềm tin và rủi ro cảm nhận tiếp tục ảnh hưởng đáng kể đến thái độ và ý định sử dụng. Tuy nhiên, các mô hình truyền thống vẫn thiên về yếu tố tiện ích và chưa phản ánh đầy đủ bản chất của hệ thống AI hiện đại - vốn tương tác linh hoạt, sinh động và mô phỏng hành vi con người.

Các đặc trưng công nghệ như tính thông minh, tính sống động và tính nhân hóa đã được chứng minh là cải thiện trải nghiệm và tăng niềm tin (Fatima et al., 2024; Sidlauskiene et al., 2023), nhưng vẫn ít được nghiên cứu trong bối cảnh mua sắm trực tuyến. Đồng thời, vai trò điều tiết của kiến thức số - yếu tố quan trọng trong hành vi tiêu dùng số - chưa được kiểm định, dù nhiều nghiên cứu cho thấy mức độ am hiểu công nghệ ảnh hưởng mạnh đến cách người dùng đánh giá AI (Esiyok et al., 2024; Rahman et al., 2025). Do đó, cần một mô hình mới nhấn mạnh đặc trưng công nghệ AI và kiến thức số như biến điều tiết quan trọng, nhằm giải thích toàn diện hơn hành vi chấp nhận trợ lý ảo AI trong thương mại hội thoại.

2.2. Khung nghiên cứu

Mô hình Kích thích - Chủ thể - Phản ứng (SOR) của Mehrabian & Russell (1974) là nền tảng quan trọng để giải thích cách các yếu tố môi trường tác động đến trạng thái tâm lý và dẫn đến hành vi. Trong môi trường số, các đặc trưng công nghệ AI đóng vai trò như các kích thích định hình nhận thức và cảm xúc, từ đó ảnh hưởng đến phản ứng hành vi. Mô hình SOR đã được ứng dụng rộng rãi trong thương mại điện tử và tương tác người - máy, và nhiều nghiên cứu gần đây về chatbot (Ashfaq et al., 2020; Dwivedi et al., 2023; Sidlauskiene et al., 2023; Zhu et al., 2023) đều khẳng định tính phù hợp của mô hình trong bối cảnh AI.

Trong thương mại hội thoại, 3 đặc trưng công nghệ nổi bật được xác định từ các nghiên cứu gần đây (Ashfaq et al., 2020; Ding & Najaf, 2024; Fatima et al., 2024; Li et al., 2023). Tính thông minh là yếu tố cốt lõi, phản ánh khả năng AI hiểu ngữ cảnh, xử lý thông tin và đưa ra gợi ý cá nhân hóa. Đây là yếu tố thúc đẩy mạnh mẽ sự hài lòng, niềm tin và ý định sử dụng (Ashfaq et al., 2020; Hong et al., 2024). Tính nhân hóa giúp chatbot trở nên gần gũi hơn thông qua ngôn ngữ tự nhiên và phong cách giao tiếp giống con người, làm tăng social presence và rapport (Jin & Youn, 2022). Tính sống động, dù ít được nghiên cứu hơn, lại có vai trò quan trọng trong việc tạo ra trải nghiệm tự nhiên và hấp dẫn (Meng, Lu & Xu, 2025).

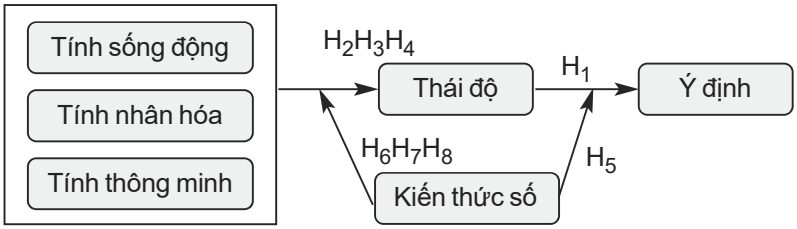
Thái độ là biến trung gian quan trọng trong mô hình SOR, phản ánh cách người dùng xử lý các kích thích từ đặc trưng công nghệ AI. Nhiều nghiên cứu cho thấy, thái độ là yếu tố dự đoán mạnh nhất đối với ý định sử dụng chatbot (Hu, Li & Chen, 2023; Li et al., 2023). Cuối cùng, ý định mua sắm trực tuyến là phản ứng hành vi quan trọng nhất, chịu ảnh hưởng trực tiếp từ thái độ và gián tiếp từ các đặc trưng công nghệ AI (Sidlauskiene et al., 2023; Zhu et al., 2023).

2.3. Phát triển giả thuyết

2.3.1. Thái độ và ý định mua sắm trực tuyến

Thái độ (TD) là yếu tố trung tâm trong các mô hình hành vi như TAM và UTAUT, phản ánh sự đánh giá tổng thể của người dùng đối với công nghệ. Nhiều nghiên cứu đã chứng minh thái độ là yếu tố dự đoán mạnh mẽ nhất đối với ý định sử dụng chatbot và trợ lý ảo AI (YDSD) (Hu et al., 2023; Jin et al., 2022; Li et al., 2023). Khi người dùng cảm nhận AI hữu ích, dễ

Hình 1: Khung nghiên cứu đề xuất



chịu và đáng tin cậy, họ có xu hướng hình thành thái độ tích cực, từ đó tăng khả năng sử dụng AI trong hành trình mua sắm. Do đó, nghiên cứu này đề xuất giả thuyết sau đây:

H1: TD có tác động dương đến YDSD.

2.3.2. Đặc trưng công nghệ và thái độ

Tính sống động (TSD) phản ánh khả năng AI thể hiện chuyển động, biểu cảm hoặc hành vi giống sự sống. Các nghiên cứu trong thương mại hội thoại và tương tác người - AI cho thấy tính sống động làm tăng mức độ hấp dẫn, sự tự nhiên và cảm xúc tích cực khi tương tác (Meng et al., 2025; Sidlauskiene et al., 2023). Khi chatbot trở nên sinh động và "có hồn", người dùng dễ cảm thấy thoải mái và hứng thú hơn, từ đó hình thành thái độ tích cực. Tính nhân hóa (TNH) là đặc trưng quan trọng trong thiết kế chatbot hiện đại.

Các nghiên cứu cho thấy, chatbot được nhân hóa giúp tăng social presence (Jin et al., 2022), tăng rapport (Fatima et al., 2024), cải thiện trải nghiệm khách hàng (Dwivedi et al., 2023) và nâng cao cảm nhận cá nhân hóa (Sidlauskiene et al., 2023). Khi người dùng cảm thấy chatbot giống con người, họ có xu hướng tin tưởng hơn và đánh giá tích cực hơn. Tính thông minh (TTM) phản ánh khả năng AI hiểu ngữ cảnh, xử lý thông tin và đưa ra gợi ý chính xác. Đây là yếu tố cốt lõi trong sự chấp nhận AI (Ashfaq et al., 2020; Hong et al., 2024). Khi người dùng nhận thấy AI thông minh, phản hồi chính xác và hỗ trợ hiệu quả, họ có xu hướng đánh giá tích cực và tin tưởng hơn. Trên cơ sở đó, nghiên cứu này đề xuất các giả thuyết sau đây:

H2: TSD có tác động dương đến TD.

H3: TNH có tác động dương đến TD.

H4: TTM có tác động dương đến TD.

2.3.3. Vai trò điều tiết của kiến thức số

Người dùng với mức độ kiến thức số (KTS) khác nhau phản ứng rất khác nhau trước các đặc trưng công nghệ của trợ lý ảo AI, dẫn đến sự biến thiên trong cách họ hình thành thái độ và chuyển hóa thái độ thành ý định sử dụng. Người có KTS thấp thường nhạy cảm hơn với các yếu tố trực quan như TSD, dễ bị thu hút bởi chuyển động tự nhiên và phong cách tương tác giàu tính mô phỏng sự sống; trong khi đó, người dùng có KTS cao lại đánh giá công nghệ dựa trên chức năng và hiệu quả, khiến tác động của TSD mạnh hơn ở nhóm ít am hiểu công nghệ (Esiyok et al., 2024; Rahman et al., 2025). Tương tự, TNH tạo ảnh hưởng cảm xúc mạnh đối với nhóm KTS thấp, trong khi nhóm KTS cao dễ nhận ra đây chỉ là kỹ thuật thiết kế, từ đó giảm tác động (Ding & Najaf, 2024; Dwivedi et al. 2023).

Với TTM, người dùng KTS cao đánh giá khắt khe hơn khả năng hiểu ngữ cảnh và xử lý thông tin, còn nhóm KTS thấp dễ bị ấn tượng bởi phản hồi nhanh (Hong et al., 2024). KTS cũng ảnh hưởng đến mối quan hệ giữa TD và YDSD: nhóm KTS cao chuyển hóa TD thành hành vi mạnh mẽ hơn, trong khi nhóm KTS thấp cần thêm thời gian và trải nghiệm (Jin et al., 2022). Những khác biệt này khẳng định vai trò điều tiết quan trọng của KTS trong toàn bộ quá trình chấp nhận trợ lý ảo AI. Trên có sở đó, nghiên cứu này đề xuất các giả thuyết sau đây:

H5: KTS điều tiết mối quan hệ TSD - TD.

H6: KTS điều tiết mối quan hệ TNH - TD.

H7: KTS điều tiết mối quan hệ TTM - TD.

H8: KTS điều tiết mối quan hệ giữa TD - YDSD.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp định lượng làm chủ đạo để kiểm định mô hình chấp nhận trợ lý ảo AI trong thương mại hội thoại, đồng thời kết hợp định tính nhằm đảm bảo thang đo phù hợp với bối cảnh Việt Nam (Hair et al., 2022). Ở giai đoạn định tính, thảo luận nhóm với 10 người dùng giúp rà soát và điều chỉnh các thang đo về tính sống động, tính nhân hóa, tính thông minh và thái độ, đảm bảo tính rõ ràng và phù hợp ngữ cảnh.

Giai đoạn định lượng được triển khai bằng PLS-SEM do mô hình có nhiều biến tiềm ẩn và quan hệ phức tạp. Theo yêu cầu tối thiểu 5 mẫu cho mỗi biến quan sát, nghiên cứu cần ít nhất 120 mẫu; khảo sát trực tuyến thu được 340 phản hồi hợp lệ, đáp ứng đầy

đủ yêu cầu phân tích. Dữ liệu thu thập trong năm 2025 được sử dụng để kiểm định độ tin cậy thang đo và các giả thuyết trong mô hình nghiên cứu.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Đánh giá mô hình đo lường

Đánh giá mô hình đo lường cho thấy, thang đo đạt độ tin cậy và hợp lệ tốt. Tất cả 24 biến quan sát đều có hệ số tải ngoài > 0.7, chứng minh khả năng đo lường hiệu quả các nhân tố. Các chỉ số Cronbach's Alpha và Composite Reliability đều > 0.7, khẳng định tính nhất quán nội tại và độ tin cậy cao của thang đo (Hair et al., 2022). Kết quả này cho thấy, thang đo ổn định, không xuất hiện sai số ngẫu nhiên lớn và đủ điều kiện để tiếp tục kiểm định giá trị hội tụ, phân biệt và mô hình cấu trúc.

Kết quả kiểm định cho thấy, mô hình đo lường đạt giá trị hội tụ tốt khi tất cả AVE đều > 0.5, chứng tỏ trên 50% phương sai của biến quan sát được giải thích bởi nhân tố tiềm ẩn. Sự kết hợp giữa CR > 0.7 và AVE > 0.5 khẳng định chất lượng đo lường và tính hợp lệ nội tại (Hair et al., 2022). Giá trị phân biệt cũng được đảm bảo khi toàn bộ chỉ số HTMT đều < 0.85, cho thấy, các nhân tố trong mô hình là khác biệt và không bị trùng lặp về mặt khái niệm. Nhìn chung, mô hình đo lường đạt độ tin cậy và hợp lệ cao.

4.2. Đánh giá mô hình cấu trúc

Kết quả kiểm định mô hình cho thấy, không xuất hiện vấn đề đa cộng tuyến ở cả cấp độ đo lường và cấu trúc. Các giá trị VIF ngoài dao động từ 1.495 đến 3.264 và VIF nội tại từ 1.041 đến 1.401, đều thấp hơn ngưỡng 5 và gần 1, cho thấy các biến độc lập không tương quan quá mức và các ước lượng hồi quy là ổn định, đáng tin cậy (Hair et al., 2022).

Phân tích mô hình cấu trúc cho thấy phần lớn giả thuyết được ủng hộ. TD tác động mạnh và có ý nghĩa lên YDSD (H1: $\beta = 0.336$; $p < 0.001$; $f^2 = 0.241$), khẳng định vai trò trung tâm của TD trong thương mại hội thoại. 3 đặc tính công nghệ AI đều ảnh hưởng tích cực đến thái độ: TSD (H2: $\beta = 0.180$; $p < 0.001$; $f^2 = 0.069$), TNH (H3: $\beta = 0.240$; $p < 0.001$; $f^2 = 0.042$) và TTM (H4: $\beta = 0.330$; $p < 0.001$; $f^2 = 0.110$). Trong đó, TTM là yếu tố mạnh nhất, cho thấy người dùng đánh giá cao khả năng hiểu ngữ cảnh và xử lý tác vụ hiệu quả của AI.

Về vai trò điều tiết, KTS chỉ điều tiết một phần các mối quan hệ. H5 được ủng hộ khi KTS làm tăng tác

Bảng 1. Kết quả kiểm tra mô hình đo lường

Mã	Hệ số tải ngoài nhỏ nhất	CA	CR	AVE	Giá trị VIF ngoài lớn nhất
TSD	0.869	0.909	0.936	0.786	3.264
TNH	0.742	0.828	0.884	0.657	2.983
TTM	0.842	0.874	0.914	0.726	2.321
TD	0.764	0.811	0.876	0.638	1.734
KTS	0.719	0.737	0.835	0.559	1.495
YD	0.797	0.817	0.879	0.645	1.758

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Bảng 2. Kết quả kiểm tra giá trị phân biệt

	KTS	TNH	TSD	TTM	TD	YDSD
KTS						
TNH	0.29					
TSD	0.3	0.22				
TTM	0.73	0.18	0.23			
TD	0.61	0.42	0.57	0.7		
YDSD	0.79	0.26	0.35	0.42	0.74	

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Bảng 3. Kết quả đánh giá mô hình cấu trúc

Giả thuyết		Hệ số hồi quy	P value	Kết quả	Chỉ số f^2
H1	TD → YDSD	0.33	0	Ủng hộ	0.11
H2	TSĐ → TD	0.336	0	Ủng hộ	0.241
H3	TNH →TD	0.18	0	Ủng hộ	0.069
H4	TTM →TD	0.24	0	Ủng hộ	0.042
H5	KTSxTD → YDSD	0.066	0.197	Bác bỏ	0.006
H6	KTSxTSD → TD	0.062	0.036	Ủng hộ	0.009
H7	KTSxTNH → TD	0.051	0.102	Bác bỏ	0.006
H8	KTSxTTM → TD	0.084	0.005	Ủng hộ	0.017

Nguồn: Tác giả tổng hợp

động của TSD lên TD (β = 0.062; p = 0.036; f^2 = 0.009). H7 cũng được chấp nhận khi KTS điều tiết mối quan hệ giữa TTM và TD (β = 0.084; p = 0.005; f^2 = 0.017). Ngược lại, H6 bị bác bỏ vì TNH không chịu ảnh hưởng điều tiết đáng kể (p = 0.102), và H8 cũng không được ủng hộ khi KTS không điều tiết mối quan hệ giữa TD và YDSD (p = 0.197).

Kết quả PLS-SEM cho thấy, mô hình có mức độ giải thích tốt. Thái độ đối với trợ lý ảo AI đạt R^2 = 0.58 (R^2 hiệu chỉnh = 0.571) và Q^2 = 0.552, cho thấy các đặc tính công nghệ và biến tương tác giải thích 58% sự biến thiên và mô hình có khả năng dự báo mạnh. Ý định sử dụng đạt R^2 = 0.458 (R^2 hiệu chỉnh = 0.453) và Q^2 = 0.373, phản ánh mức dự báo đáng tin cậy. Nhìn chung, các chỉ số R^2 và Q^2 đều vượt ngưỡng chấp nhận theo Hair & ctg (2022), khẳng định mô hình phù hợp trong giải thích hành vi chấp nhận trợ lý ảo AI.

Bảng 4. Khả năng giải thích và dự báo của mô hình

Mã	R^2	R^2 adjustment	Q^2 index
TD	0.58	0.571	0.552
YDSD	0.458	0.453	0.373

Nguồn: Tác giả tổng hợp

5. Thảo luận

Kết quả kiểm định mô hình cấu trúc cho thấy, phần lớn giả thuyết được ủng hộ, khẳng định tính phù hợp của mô hình và sự tồn tại của các mối quan hệ nhân quả giữa đặc trưng công nghệ AI, TD và YDSD trong thương mại hội thoại. Mô hình đạt mức giải thích tốt đối với TD (R^2 = 0.58) và YDSD (R^2 = 0.458), cho thấy các yếu tố thiết kế công nghệ và nhận thức người dùng giữ vai trò quan trọng trong hành vi chấp nhận trợ lý ảo AI.

3 đặc tính công nghệ đều tác động tích cực lên TD, trong đó TTM là yếu tố mạnh nhất. Điều này phù hợp với các nghiên cứu nhấn mạnh vai trò của khả năng hiểu ngữ cảnh, phản hồi chính xác và xử lý tác vụ hiệu quả trong môi trường mua sắm trực tuyến (Hong et al., 2024). TSD cũng có ảnh hưởng đáng kể, củng cố luận điểm các tín hiệu động học giúp tăng cảm nhận hiện diện xã hội và sự tự nhiên trong tương tác (Jin et al., 2022). Ngược lại, TNH có tác động yếu nhất, cho thấy người dùng ưu tiên hiệu suất và độ chính xác hơn các yếu tố giao tiếp cảm xúc, tương tự kết luận của Ding & Najaf (2024). TD tiếp tục là yếu tố dự báo mạnh mẽ nhất đối với YDSD, phù hợp với các mô hình hành vi như TAM và UTAUT. Khi người dùng cảm nhận AI hữu ích, đáng tin cậy và dễ chịu, họ sẵn sàng sử dụng AI để hỗ trợ quyết định mua sắm.

Về vai trò điều tiết, KTS chỉ điều tiết một phần các mối quan hệ. KTS làm tăng tác động của TSD và TTM lên TD, nhưng không ảnh hưởng đến mối quan hệ giữa TNH và TD, cũng như giữa TD và YDSD. Điều này cho thấy, các yếu tố cảm xúc ít phụ thuộc vào mức độ am hiểu công nghệ, trong khi các tín hiệu kỹ thuật lại được diễn giải khác nhau giữa các nhóm người dùng. Nhìn chung, kết quả nhấn mạnh vai trò quan trọng của TTM và TSD, trong khi TNH chỉ đóng vai trò bổ trợ trong thương mại hội thoại.

6. Kết luận

Nghiên cứu này kiểm định vai trò của 3 đặc tính công nghệ AI và vai trò điều tiết của kiến thức số trong việc hình thành thái độ và ý định sử dụng trợ lý ảo AI trong thương mại hội thoại. Với 340 phản hồi hợp lệ, kết quả cho thấy phần lớn giả thuyết được ủng hộ. Tính thông minh là yếu tố tác động mạnh nhất lên thái độ, trong khi thái độ tiếp tục là biến dự báo quan trọng nhất đối với ý định sử dụng. Mô hình giải thích 58% sự biến thiên của thái độ và 45,8% của ý định sử dụng, phản ánh mức độ phù hợp trong bối cảnh hành vi người dùng với AI còn mới tại Việt Nam.

Về lý thuyết, nghiên cứu mở rộng các mô hình chấp nhận công nghệ truyền thống bằng cách nhấn mạnh vai trò của đặc tính thiết kế AI - đặc biệt là tính thông minh và tính sống động. Kết quả cho thấy, người dùng ưu tiên hiệu suất và năng lực kỹ thuật hơn các yếu tố nhân hóa, góp phần làm rõ tranh luận về việc AI nên được tối ưu theo hướng "hiệu quả" hay "giống con người". Đồng thời, nghiên cứu bổ sung bằng chứng về vai trò điều tiết của kiến thức số, cho thấy mức độ am hiểu công nghệ ảnh hưởng đến cách người dùng diễn giải các tín hiệu kỹ thuật.

Về thực tiễn, các nền tảng thương mại điện tử nên ưu tiên đầu tư vào tính thông minh của trợ lý ảo - khả năng hiểu yêu cầu, xử lý tình huống phức tạp và đưa ra gợi ý phù hợp. Tính sống động có thể được sử dụng để tăng cảm giác tự nhiên và hiện diện xã hội, trong khi tính nhân hóa chỉ nên áp dụng ở mức vừa phải để tránh cảm giác thiếu chuyên nghiệp. Do sự khác biệt giữa các nhóm người dùng, doanh nghiệp cần phân khúc theo mức độ kiến thức số để tối ưu hóa trải nghiệm.

Nghiên cứu vẫn tồn tại hạn chế như mô hình chưa bao quát hết các yếu tố ảnh hưởng, dữ liệu cắt ngang và chọn mẫu thuận tiện. Các nghiên cứu tương lai nên mở rộng mô hình, áp dụng thiết kế theo chiều dọc và so sánh giữa các lĩnh vực ứng dụng AI khác ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Vecom (2024). Báo cáo chỉ số thương mại điện tử Việt Nam 2024. Truy cập tại https://drive.google.com/file/d/1gxbKNYlgW5GOu6M_ED68PgjKtGbi8JBS/view

Ashfaq, M., Yun, J., Yu, S., & Loureiro, S. M. C. (2020). I, Chatbot: Modeling the determinants of users' satisfaction and continuance intention of AI-powered service agents. Telematics and Informatics, 54, 101473.

Ding, Y., & Najaf, M. (2024). Interactivity, humanness, and trust: a psychological approach to AI chatbot adoption in e-commerce. BMC Psychol, 12(1), 595.

Dwivedi, Y. K., Balakrishnan, J., Baabdullah, A. M., & Das, R. (2023). Do chatbots establish "humanness" in the customer purchase journey? . Psychology & Marketing, 40(10), 2008–2037

Esiyok, E., Gokcearslan, S., & Kucukergin, K. G. (2024). Acceptance of Educational Use of AI Chatbots in the Context of Self-Directed Learning with Technology and ICT Self-Efficacy of Undergraduate Students. International Journal of Human–Computer Interaction, 41(1), 641–650

Fatima, J. K., Khan, M. I., & Bahmannia, S. (2024). Rapport with a chatbot? The underlying role of anthropomorphism in socio-cognitive perceptions of rapport and e-word of mouth. Journal of Retailing and Consumer Services, 77, 103666.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (3rd Ed.): Sage.

Hong, J. W., Fischer, K., Kim, D., Cho, J. H., & Sun, Y. (2024). I Am Not Your Typical Chatbot: Hedonic and Utilitarian Evaluation of Open-Domain Chatbots. International Journal of Human–Computer Interaction, 41(14), 8963–8974

Hu, X., Li, J., & Chen, Y. (2023). User motivations for AI chatbot adoption: A UGT perspective. Computers in Human Behavior, 141, 107650

Jin, S. V., & Youn, S. (2022). Social Presence and Imagery Processing as Predictors of Chatbot Continuance Intention in Human-AI-Interaction. International Journal of Human–Computer Interaction, 39(9), 1874–1886.

Kasilingam, D. L. (2020). Understanding the attitude and intention to use smartphone chatbots for shopping. Technology in Society(62), 101280

Li, M., & Wang, R. (2023). Chatbots in e-commerce: The effect of chatbot language style on customers' continuance usage intention and attitude toward brand. Journal of Retailing and Consumer Services, 71, 103209

Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). An approach to environmental psychology. Cambridge, MA: MIT Press.

Meng, H., Lu, X., & Xu, J. (2025). The impact of chatbot response strategies and emojis usage on customers' purchase intention. Behavioral Sciences, 15(2), 117

Rahman, M. K., Ismail, N. A., Hossain, M. A., & Hossen, M. S. (2025). Students' mindset to adopt AI chatbots for effectiveness of online learning in higher education. Future Business Journal, 11(1), 30

Sidlauskiene, J., Joye, Y., & Auruskeviciene, V. (2023). AI-based chatbots in conversational commerce and their effects on product and price perceptions. Electronic Markets, 33(1), 24.

Zhu, Y., Zhang, R., Zou, Y., & Jin, D. (2023). Investigating customers' responses to artificial intelligence chatbots in online travel agencies: the moderating role of product familiarity. Journal of Hospitality and Tourism Technology, 14(2), 208-224

Ngày nhận bài: 18/3/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 30/3/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 15/4/2026

THE ADOPTION OF AI VIRTUAL ASSISTANTS IN CONVERSATIONAL COMMERCE: THE MODERATING ROLE OF DIGITAL LITERACY

● **TRINH HOANG NAM**
Ho Chi Minh City University of Banking

ABSTRACT:

This study clarifies the role of artificial intelligence (AI) technology characteristics and digital knowledge in shaping users' attitudes and intentions toward using AI virtual assistants in conversational commerce. The findings demonstrate how technical attributes, including intelligence, vividness, and anthropomorphism, influence users' psychological experiences and subsequently promote adoption behavior. The study also highlights digital knowledge as a critical moderating variable that explains differences in how users interpret and respond to technological cues. These results contribute to a deeper understanding of consumer behavior in the context of the growing prevalence of AI and provide design implications for e-commerce platforms.

Keywords: AI virtual assistant, SOR, conversational commerce, intention to use.

NÂNG CAO HIỆU QUẢ QUẢN LÝ NGUỒN NHÂN LỰC TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN THƯƠNG MẠI VÀ DU LỊCH HÀ LAN: THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

● **PHẠM MINH VIỆT[1] - NGUYỄN THU THẢO[2] - LÊ VIỆT HÀ[3]**

[1] Giảng viên, Học viện Tài chính

[2] Học viên cao học, Học viện Tài chính

[3] Văn phòng Cơ quan Ủy ban Kiểm tra Thành Ủy Đồng Nai, TP. Đồng Nai

TÓM TẮT:

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế, nguồn nhân lực được xem là đòn bẩy nội sinh quyết định lợi thế cạnh tranh của các doanh nghiệp (DN), đặc biệt trong lĩnh vực dịch vụ và du lịch. Bài báo tập trung phân tích thực trạng quản lý nguồn nhân lực tại Công ty Cổ phần Thương mại và Du lịch Hà Lan trong giai đoạn tái cấu trúc. Thông qua việc đánh giá các hoạt động từ tuyển dụng, đào tạo, bố trí sử dụng lao động (LĐ) đến chính sách đãi ngộ, nghiên cứu chỉ ra những hạn chế mang tính hệ thống như quy trình tuyển dụng thụ động, đào tạo thiếu chiến lược và sự chậm trễ trong ứng dụng công nghệ quản lý. Trên cơ sở đó, nhóm tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện công tác quản lý nguồn nhân lực, góp phần nâng cao năng suất và năng lực cạnh tranh bền vững cho DN trong thời gian tới.

Từ khóa: quản lý nguồn nhân lực, Công ty CP Thương mại và Du lịch Hà Lan, hiệu quả quản lý.

1. Đặt vấn đề

Trong xu thế toàn cầu hóa và dòng chảy hội nhập sâu rộng của nền kinh tế số, lợi thế cạnh tranh của DN đã dịch chuyển từ các yếu tố hữu hình như vốn, công nghệ sang các yếu tố vô hình, trong đó chất lượng nguồn nhân lực đóng vai trò then chốt. Đối với lĩnh vực thương mại và du lịch - một ngành kinh tế đặc thù mà sản phẩm dịch vụ được cấu thành trực tiếp từ tư duy, kỹ năng và tinh thần phục vụ của người LĐ - thì con người chính là tài sản quý giá nhất, quyết định sự sống còn và uy tín thương hiệu của tổ chức.

Công ty Cổ phần Thương mại và Du lịch Hà Lan hiện đang đứng trước bước ngoặt quan trọng khi bước vào giai đoạn mở rộng quy mô hoạt động và thực hiện tái cấu trúc dịch vụ. Để thích ứng với yêu cầu mới, việc xây dựng một hệ thống quản trị nguồn nhân lực chuyên nghiệp, hiện đại là yêu cầu cấp thiết. Tuy nhiên, qua khảo sát sơ bộ, công tác quản lý nguồn nhân lực tại Công ty vẫn tồn tại những rào cản nội tại đáng kể như: quy trình tuyển dụng còn mang nặng tính sự vụ, thiếu tầm nhìn chiến lược trong việc thu hút nhân tài chất lượng cao; hoạt động đào tạo và phát triển chưa được đầu tư đúng mức; sự bất cập trong chính sách đãi ngộ và việc chậm trễ ứng dụng công nghệ số trong quản trị... nên cần có những giải pháp đồng bộ và hiệu quả.

2. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết tập trung phân tích thông tin từ những báo cáo thường niên giai đoạn 2023-2025 của Công ty Cổ phần Thương mại và Du lịch Hà Lan với phương pháp thống kê mô tả và so sánh đối chiếu. Ngoài ra, nhóm tác giả thu thập thông tin qua tạp chí chuyên ngành, internet, khảo sát bằng bảng hỏi, tham vấn ý kiến từ các nhà quản lý và chuyên gia có kinh nghiệm.

3. Thực trạng quản lý nguồn nhân lực tại Công ty Cổ phần Thương Mại và Du lịch Hà Lan

3.1. Đặc điểm quy mô và cơ cấu đội ngũ lao động

Những năm qua, quy mô nhân sự của Công ty có sự tăng trưởng cơ hữu mạnh mẽ, từ 485 người (năm 2021) lên 634 người (năm 2025), tương ứng với mức tăng 30,7%. Sự gia tăng này là kết quả tất yếu của chiến lược mở rộng mạng lưới chi nhánh tại các tỉnh phía Bắc như Hà Nội, Thái Nguyên, Vĩnh Phúc nhằm gia tăng thị phần vận tải. Biểu đồ quy mô được thể hiện trong Hình 1.

Cơ cấu giới tính: Lao động nam chiếm ưu thế tuyệt đối (485 nam so với 151 nữ vào năm 2025) do tính chất công việc vận hành phương tiện.

Cơ cấu trình độ: Có sự phân hóa mạnh với tỷ trọng LĐ chưa qua đào tạo chuyên môn chiếm đa số (khoảng 75% vào năm 2025), trong khi nhóm trình độ Đại học và Sau đại học chỉ chiếm khoảng 21%. Điều này phản ánh mô hình thâm dụng LĐ trực tiếp (lái xe, nhân viên phục vụ) của DN. Cơ cấu trình độ được thể hiện trong Bảng 1.

3.2. Công tác hoạch định nhân lực

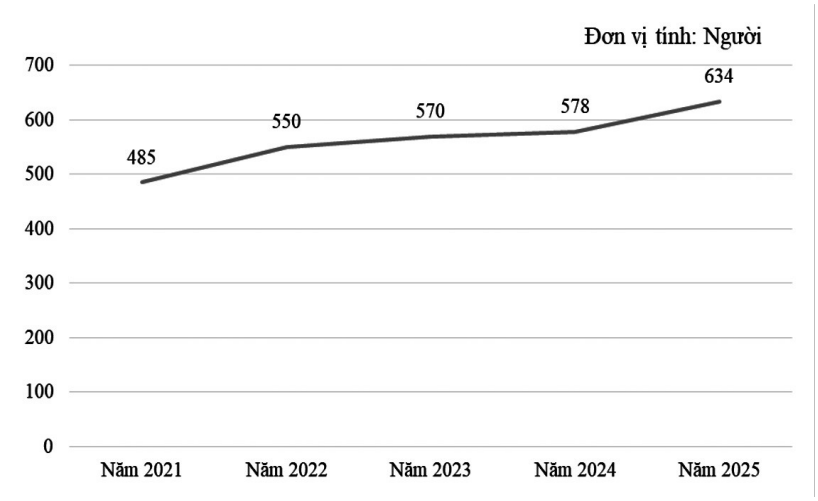
Trong giai đoạn 2023 - 2025, cùng với xu hướng phục hồi và phát triển của thị trường vận tải sau giai đoạn khó khăn do dịch bệnh, Công ty tập trung rà soát và điều chỉnh cơ cấu LĐ nhằm đảm bảo đáp ứng nhu cầu vận hành phương tiện và mở rộng dịch vụ vận tải. Nhu cầu tuyển dụng mới chủ yếu tập trung vào các vị trí trực tiếp như lái xe, nhân viên điều hành vận tải, nhân viên kỹ thuật và nhân viên phục vụ tại các văn phòng và chi nhánh. Quy trình phân tích công việc được thể hiện qua Hình 2.

Quy trình phân tích công việc đã được triển khai nhưng còn mang tính khái quát, nhiều vị trí vẫn thiếu bản mô tả công việc và tiêu chuẩn công việc cụ thể, gây khó khăn cho công tác đánh giá và phối hợp liên bộ phận.

3.3. Công tác tuyển dụng và bố trí nhân lực

Nhu cầu tuyển dụng của Công ty được xác định thông qua hai hình thức chính là: Xác định nhu cầu

Hình 1: Biểu đồ quy mô nhân sự trong giai đoạn 2021-2025



Nguồn: Phòng Hành chính nhân sự

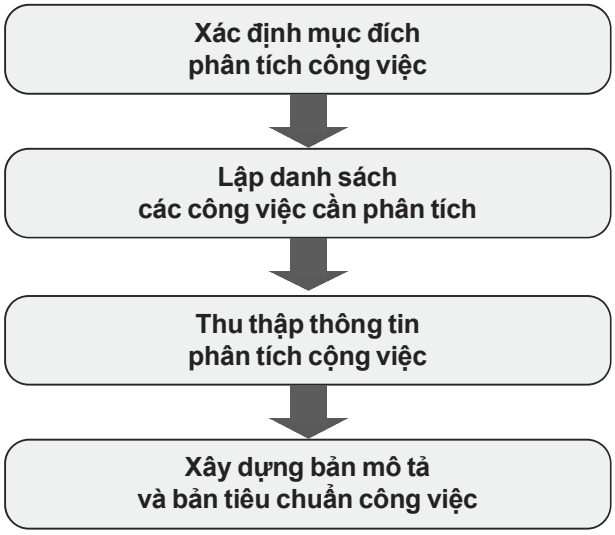
Bảng 1. Cơ cấu nhân lực theo trình độ đào tạo

Đơn vị tính: người

TT	Trình độ đào tạo	Năm 2023	Năm 2024	Năm 2025
1	Đại học và sau đại học	115	124	136
2	Cao đẳng và trung cấp nghề	16	19	15
3	Đào tạo nghề sơ cấp	9	5	7
4	Chưa qua đào tạo	438	486	479

Nguồn: Phòng Hành chính nhân sự

Hình 2: Sơ đồ quy trình phân tích công việc



Nguồn: Phòng Hành chính nhân sự

tuyển dụng định kỳ hàng năm và xác định nhu cầu tuyển dụng đột xuất.

Số liệu Bảng 2 cho thấy, công tác tuyển dụng tại Công ty được đánh giá ở mức tương đối tốt, song vẫn tồn tại một số hạn chế gắn với đặc thù DN vận tải. Nguồn ứng viên chưa thực sự đa dạng, đặc biệt ở các vị trí yêu cầu chuyên môn cao như điều hành vận tải, kỹ thuật, tài chính - kế toán hay công nghệ thông tin. Đồng thời, phạm vi tiếp cận thông tin tuyển dụng còn hạn chế so với các DN lớn và các nền tảng vận tải công nghệ. Trong quá trình sắp xếp và bố trí nhân sự vẫn còn tồn tại hạn chế nhất định, đôi khi vẫn xảy ra tình trạng thiếu hụt hoặc dư thừa LĐ cục bộ giữa các đơn vị, dẫn đến việc phân bổ nhân lực chưa thật sự tối ưu.

3.5. Công tác đào tạo, bồi dưỡng và phát triển nhân lực

Công tác đào tạo của Công ty được triển khai tương đối bài bản và linh hoạt. Tuy nhiên, DN cần chuyển từ đào tạo mang tính cơ bản sang đào tạo chuyên sâu, tăng cường ứng dụng công nghệ và đa dạng hóa phương pháp đào tạo, đồng thời hoàn thiện cơ chế đánh giá sau đào tạo nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và hiệu quả hoạt động trong bối cảnh ngành vận tải ngày càng cạnh tranh. (Bảng 3)

3.6. Chính sách lương, thưởng và đãi ngộ

Hệ thống lương thưởng hiện tại dù đảm bảo tính ổn định và an sinh xã hội tốt nhưng chưa thực sự tạo động lực đột phá do thiếu các chỉ số đo lường hiệu

Bảng 2. Đánh giá mức độ hài lòng của CBNV Công ty về công tác tuyển dụng giai đoạn 2023 - 2025

Đơn vị tính: %

TT	Nội dung khảo sát	Hoàn toàn không đồng ý	Không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý
1	Quy trình tuyển dụng được thực hiện nghiêm túc, minh bạch, đúng quy định pháp luật	2,6	3,2	18,0	40,8	35,4
2	Thông báo tuyển dụng được đăng tải công khai, dễ tiếp cận	1,3	2,4	18,4	41,6	36,3
3	Nguồn ứng viên đa dạng, đáp ứng tương đối tốt nhu cầu tuyển dụng của công ty	2,6	6,0	19,2	40,8	31,4
4	Tiêu chuẩn tuyển chọn phù hợp với yêu cầu công việc thực tế	1,3	8,0	19,2	41,2	30,3
5	Ứng viên sau tuyển dụng đáp ứng tốt yêu cầu công việc trong thời gian thử việc	2,0	6,7	20,0	38,6	32,7

Nguồn: Nhóm tác giả khảo sát

Bảng 3. Đánh giá mức độ hài lòng của CBNV, NLĐ

Đơn vị tính: %

TT	Nội dung khảo sát	Hoàn toàn không đồng ý	Không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý
1	Nội dung chương trình đào tạo phù hợp với yêu cầu công việc thực tế	1,8	3,6	14,7	44,2	35,7
2	Chương trình đào tạo được cập nhật kịp thời theo thay đổi của nghiệp vụ và công nghệ	1,3	4,1	17,5	43,8	33,3
3	Hình thức đào tạo (trực tiếp, trực tuyến, kết hợp…) phù hợp và hiệu quả	2,4	5,2	19,6	41,9	30,9
4	Giảng viên/người hướng dẫn có chuyên môn tốt và truyền đạt dễ hiểu	1,1	3,4	16,8	45,6	33,1
5	Sau đào tạo, năng lực chuyên môn của nhân viên được cải thiện rõ rệt	2,2	4,5	18,9	42,7	31,7

Nguồn: Nhóm tác giả khảo sát

suất (KPI) cụ thể. Công tác đánh giá còn mang nặng tính chủ quan của nhà quản lý.

3.7. Công tác kiểm tra, giám sát

Hệ thống đánh giá và khen thưởng tại Công ty được người LĐ đánh giá tương đối tích cực, với tỷ lệ đồng thuận chiếm ưu thế ở các tiêu chí. Tuy nhiên, vẫn còn tồn tại một số vi phạm nhỏ, công tác đánh giá thành tích cá nhân vẫn còn mang tính hình thức, chưa xây dựng được hệ thống tiêu chí cụ thể, đặc biệt là các chỉ số đánh giá hiệu quả công việc (KPI). Điều này chưa tạo được động lực mạnh mẽ cho người LĐ và có thể dẫn đến thiếu công bằng trong đánh giá.

Bảng 4. Tổng hợp kết quả phỏng vấn nhân viên về chế độ đãi ngộ của công ty

TT	Nội dung phỏng vấn	Tỷ lệ hài lòng (%)	Ý kiến nổi bật từ nhân viên
1	Chính sách tiền lương	85%	Lương ổn định, trả đúng hạn; mong muốn tăng lương theo năng lực, không chỉ theo niên hạn.
2	Tiền thưởng (tháng 13, lễ tết, KPI)	78%	Có thưởng nhưng mức chưa thực sự hấp dẫn; cần công khai rõ hơn tiêu chí thưởng KPI.
3	Tăng lương định kỳ	72%	Có xét nâng lương hằng năm nhưng cần minh bạch hơn trong đánh giá thành tích.
4	Phụ cấp (ăn trưa, điện thoại, xăng xe...)	90%	Phụ cấp đầy đủ, mức hỗ trợ phù hợp; một số đề xuất tăng phụ cấp gửi xe khu vực trung tâm.
5	Bảo hiểm và chính sách an sinh	88%	Đóng BHXH đúng luật, hỗ trợ nhân viên nghỉ ốm, thai sản tốt.
6	Phúc lợi xã hội (nghỉ lễ, sinh nhật, du lịch, sức khỏe)	92%	Được quan tâm tốt, các hoạt động nội bộ giúp gắn kết; mong muốn thêm các gói hỗ trợ y tế mở rộng.

Nguồn: Nhóm tác giả khảo sát

4. Giải pháp hoàn thiện quản lý nguồn nhân lực tại Công ty Cổ phần Thương mại và Du lịch Hà Lan

4.1. Những vấn đề đặt ra

Thứ nhất, Công ty chưa xây dựng được chiến lược phát triển nguồn nhân lực dài hạn gắn với định hướng phát triển DN, chủ yếu mới đáp ứng nhu cầu ngắn hạn theo hoạt động vận tải.

Thứ hai, cơ cấu nhân lực chưa cân đối, LĐ trực tiếp chiếm tỷ trọng lớn trong khi nhân lực chất lượng cao ở các lĩnh vực quản lý, công nghệ còn hạn chế.

Thứ ba, công tác phân tích công việc và tiêu chuẩn chức danh chưa hoàn thiện, đặc biệt ở các bộ phận vận hành và kỹ thuật, gây khó khăn trong đánh giá và sử dụng LĐ.

Thứ tư, khả năng thu hút nhân sự chất lượng cao còn hạn chế do chính sách đãi ngộ chưa đủ cạnh tranh so với các DN lớn và DN vận tải công nghệ.

Thứ năm, hoạt động đào tạo chưa đồng bộ, chưa bao phủ đầy đủ lực lượng LĐ trực tiếp và chưa có cơ chế đánh giá hiệu quả sau đào tạo rõ ràng.

Thứ sáu, hệ thống đánh giá hiệu suất công việc chưa gắn với các chỉ tiêu định lượng (KPI), còn phụ thuộc nhiều vào nhận xét chủ quan của cấp quản lý.

Thứ bảy, mức độ ứng dụng công nghệ trong quản lý nhân sự còn hạn chế, nhiều hoạt động vẫn thực hiện thủ công, ảnh hưởng đến hiệu quả quản trị.

4.2. Đề xuất một số giải pháp

Trên cơ sở phân tích thực trạng, nhóm tác giả đề xuất hệ thống nhóm giải pháp đồng bộ nhằm hoàn thiện công tác quản lý nguồn nhân lực tại đơn vị:

Một là, chiến lược hóa công tác hoạch định nhân sự gắn với mục tiêu kinh doanh

Công ty cần chuyển đổi từ hoạch định nhân sự ngắn hạn sang chiến lược dài hạn. Việc dự báo nhu cầu nhân lực phải dựa trên các kịch bản phát triển kinh doanh và lộ trình mở rộng mạng lưới vận tải, đảm bảo tính chủ động trong việc cung ứng và sử dụng LĐ.

Hai là, chuẩn hóa hệ thống bản mô tả và tiêu chuẩn công việc

Tiến hành rà soát và xây dựng bộ JD và JS chi tiết cho từng vị trí, từ khối văn phòng đến lực lượng lái xe và phục vụ. Nội dung chuẩn hóa cần xác định rõ: mục tiêu công việc, nhiệm vụ trọng tâm, quyền hạn, mối quan hệ báo cáo và các tiêu chí đo lường hiệu quả.

Ba là, đổi mới quy trình tuyển dụng và thu hút nhân tài

Nâng cao hiệu quả tuyển dụng bằng cách đa dạng hóa kênh tiếp cận (mạng xã hội nghề nghiệp, sàn giao dịch việc làm công nghệ) và bổ sung bước "đánh giá sau tuyển dụng". Kết quả đánh giá sự thích nghi của nhân viên mới phải là căn cứ để điều chỉnh tiêu chí đầu vào cho các đợt tuyển dụng kế tiếp.

Bốn là, xây dựng cơ chế đãi ngộ và khen thưởng dựa trên hiệu suất

Chuyển dịch từ hình thức khen thưởng theo niên hạn sang khen thưởng thường xuyên theo chu kỳ (tháng/quý) dựa trên kết quả hoàn thành kế hoạch kinh doanh. Việc thiết lập quỹ khen thưởng định kỳ tại các chi nhánh sẽ giúp ghi nhận kịp thời nỗ lực của cá nhân và tập thể, từ đó tạo động lực LĐ mạnh mẽ.

Năm là, thiết lập hệ thống đánh giá thành tích theo chỉ số KPI

Giao bộ phận nhân sự chủ trì xây dựng hệ thống chỉ tiêu đánh giá định lượng (KPI) cho từng nhóm chức danh. Hệ thống này phải đảm bảo tính công bằng, minh bạch, kết hợp hài hòa giữa các chỉ tiêu hiệu quả công việc và thái độ/kỹ năng chuyên môn.

Sáu là, thúc đẩy chuyển đổi số trong quản trị nguồn nhân lực

Triển khai hệ thống phần mềm quản lý nhân sự (HRM) tích hợp để số hóa toàn bộ hồ sơ, dữ liệu chấm công, tính lương và đánh giá hiệu suất. Đồng thời, phát triển các kênh giao tiếp nội bộ trực tuyến (Email DN, Portal) để đảm bảo thông tin điều hành xuyên suốt giữa trụ sở và các chi nhánh.

5. Kết luận

Nguồn nhân lực là yếu tố sống còn đối với sự phát triển bền vững của Công ty Cổ phần Thương mại và Du lịch Hà Lan trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt của ngành vận tải và dịch vụ. Qua quá trình nghiên cứu, bài báo đã hệ thống hóa và phân tích thực trạng quản trị nhân lực tại đơn vị giai đoạn 2023-2025, từ đó đề xuất thực hiện đồng bộ 6 nhóm giải pháp không chỉ giúp Công ty khắc phục các điểm nghẽn hiện tại mà còn tạo nền tảng để nâng cao năng suất LĐ và năng lực cạnh tranh cốt lõi trong giai đoạn phát triển mới ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Công ty Cổ phần Thương mại và Du lịch Hà Lan (2025), Báo cáo kết quả kinh doanh các năm từ 2023-2025.

Nguyễn Quốc Phi (2018), Quản lý nguồn nhân lực trong tổ chức, NXB Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh.

Nguyễn Thị Tú Quyên (2024), Quản trị nhân lực xanh tại các khách sạn trên địa bàn thành phố Hà Nội, Luận án tiến sĩ, Trường Đại học thương mại.

T.T.R.Cosmin (2019), "Human Resources in the Digital Age. A Manager's Realities and Perspectives," Revista de Management Comparat Internațional, No.4, pp.473-480.

Ngày nhận bài: 20/3/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 5/4/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 22/4/2026

ENHANCING HUMAN RESOURCE MANAGEMENT EFFICIENCY AT HA LAN TRADE AND TOURISM JOINT STOCK COMPANY: CURRENT PRACTICES AND SOLUTIONS

● **PHAM MINH VIET[1]**
● **NGUYEN THU THAO[2]**
● **LE VIET HA[3]**
[1] Lecturer, Academy of Finance
[2] Master student, Academy of Finance
[3] Office of the Inspection Committee
of the Dong Nai City Party Committee, Dong Nai City

ABSTRACT:

In the context of international economic integration, human resources are regarded as a critical internal driver of business competitiveness, particularly in the service and tourism sectors. This study analyzes the current state of human resource management at Ha Lan Trade and Tourism Joint Stock Company during its restructuring phase. By examining key activities, including recruitment, training, labor allocation, and compensation policies, the study identifies several systemic limitations, such as passive recruitment practices, insufficiently strategic training programs, and delays in the adoption of management technologies. Based on these findings, the study proposes a set of solutions to improve human resource management, thereby enhancing productivity and strengthening the company's sustainable competitiveness in the future.

Keywords: human resource management, Ha Lan Trade and Tourism Joint Stock Company, management efficiency.

PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DU LỊCH VĂN HÓA TỪ NGHỆ THUẬT MÚA TRỐNG CHHAY-DĂM CỦA NGƯỜI KHMER TẠI TỈNH TÂY NINH

● **TRƯƠNG THANH QUỲNH THƯ**
Khoa Du lịch và Ẩm thực
Trường Đại học Công Thương Thành phố Hồ Chí Minh

TÓM TẮT:

Múa trống Chhay-dăm là loại hình nghệ thuật dân gian tiêu biểu của người Khmer Nam Bộ, mang nhiều giá trị văn hóa và nghệ thuật đặc sắc. Bài viết tập trung phân tích giá trị của múa trống Chhay-dăm của người Khmer tại Tây Ninh, đánh giá thực trạng khai thác trong du lịch và đề xuất giải pháp phát triển sản phẩm du lịch văn hóa tại Tây Ninh. Kết quả nghiên cứu cho thấy, loại hình nghệ thuật này có sức hấp dẫn lớn đối với du khách, tuy nhiên hoạt động quảng bá và khai thác du lịch vẫn còn nhiều hạn chế, cần được bảo tồn và phát huy hiệu quả hơn.

Từ khóa: múa trống Chhay-dăm, du lịch văn hóa, văn hóa Khmer Tây Ninh.

1. Đặt vấn đề

Hiện nay, du lịch văn hóa ngày càng được chú trọng nhằm đáp ứng nhu cầu trải nghiệm và khám phá bản sắc địa phương của du khách. Việc khai thác các giá trị văn hóa truyền thống để xây dựng sản phẩm du lịch đặc trưng không chỉ góp phần nâng cao sức hấp dẫn điểm đến mà còn hỗ trợ bảo tồn di sản văn hóa. Tây Ninh là nơi giao thoa văn hóa của nhiều cộng đồng dân cư, trong đó người Khmer vẫn lưu giữ nhiều giá trị văn hóa đặc sắc, tiêu biểu là nghệ thuật múa trống Chhay-dăm. Đây là loại hình nghệ thuật dân gian kết hợp giữa âm nhạc, vũ đạo và trình diễn tập thể, phản ánh đời sống tinh thần và bản sắc văn hóa của cộng đồng Khmer Nam Bộ.

Những năm gần đây, Tây Ninh định hướng phát triển du lịch theo hướng đa dạng hóa sản phẩm gắn với khai thác tài nguyên văn hóa. Tuy nhiên, nghệ thuật múa trống Chhay-dăm hiện vẫn chưa được khai thác hiệu quả trong hoạt động du lịch; các chương trình biểu diễn còn mang tính thời điểm, hoạt động quảng bá còn hạn chế và thiếu sự liên kết giữa các bên liên quan. Từ thực tế đó, bài viết tập trung phân tích giá trị và tiềm năng du lịch của nghệ thuật múa trống Chhay-dăm, đồng thời đề xuất một số giải pháp nhằm phát triển sản phẩm du lịch văn hóa gắn với bảo tồn bản sắc văn hóa Khmer tại Tây Ninh.

2. Cơ sở lý luận và phương pháp nghiên cứu

2.1. Lý thuyết về sản phẩm du lịch văn hóa

Theo Nguyễn Phạm Hùng (2022), "Sản phẩm du lịch văn hóa là sự kết hợp tối ưu giữa tài nguyên du lịch văn hóa với dịch vụ du lịch thích hợp nhằm đáp ứng nhu cầu thưởng thức, trải nghiệm, khám phá những điều mới lạ và khác biệt về văn hóa của du khách trong những không gian và thời gian nhất định".

Hiện nay, sản phẩm du lịch văn hóa không chỉ hướng đến khai thác tài nguyên văn hóa mà còn chú trọng tạo ra trải nghiệm chân thực và sự tham gia của cộng đồng địa phương. Phát triển sản phẩm du lịch văn hóa cần đảm bảo hài hòa giữa khai thác du lịch và bảo tồn giá trị văn hóa truyền thống. Việc xây dựng sản phẩm phải gắn với bảo tồn di sản, tôn trọng bản sắc văn hóa và phát huy vai trò của cộng đồng địa phương. Đồng thời, sản phẩm cần phát triển theo hướng bền vững, tạo nét đặc trưng riêng nhằm nâng cao sức hấp dẫn và khả năng cạnh tranh của điểm đến.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp quan sát thực địa

Tác giả trực tiếp quan sát các hoạt động biểu diễn múa trống Chhay-dăm của người Khmer ở tỉnh Tây Ninh nhằm ghi nhận thực tế về không gian biểu diễn, hình thức tổ chức, sự tham gia của cộng đồng và khả năng khai thác phục vụ du lịch. Kết quả quan sát là cơ sở thực tiễn quan trọng phục vụ phân tích và đề xuất giải pháp phát triển sản phẩm du lịch văn hóa từ nghệ thuật múa trống Chhay-dăm tại tỉnh Tây Ninh.

Phương pháp thu thập tài liệu thứ cấp

Nghiên cứu sử dụng phương pháp thu thập tài liệu thứ cấp từ các báo cáo, số liệu thống kê, tài liệu của ngành văn hóa - du lịch, các công trình nghiên cứu, sách chuyên ngành và bài báo khoa học liên quan đến văn hóa Khmer, nghệ thuật múa trống Chhay-dăm và phát triển du lịch văn hóa. Việc thu thập tài liệu giúp tác giả có cái nhìn tổng quát về thực trạng, tiềm năng khai thác du lịch và làm cơ sở cho quá trình nghiên cứu thực tế.

Phương pháp phân tích - tổng hợp

Sau khi thu thập dữ liệu, tác giả tiến hành hệ thống hóa, phân loại và phân tích theo các nội dung như giá trị văn hóa, thực trạng khai thác, tiềm năng và khó khăn trong phát triển du lịch từ nghệ thuật múa trống Chhay-dăm. Các dữ liệu được đối chiếu với cơ sở lý thuyết và kinh nghiệm thực tiễn nhằm đề xuất các giải pháp phù hợp cho phát triển sản phẩm du lịch văn hóa tại tỉnh Tây Ninh.

Phương pháp khảo sát

Phương pháp khảo sát được sử dụng nhằm thu thập thông tin thực tế từ du khách và cộng đồng địa phương về hoạt động trải nghiệm nghệ thuật múa trống Chhay-dăm tại tỉnh Tây Ninh. Khảo sát được thực hiện thông qua phiếu khảo sát trực tiếp và Google Form. Kết quả khảo sát giúp tác giả đánh giá thực trạng khai thác du lịch, nhu cầu trải nghiệm của du khách và làm cơ sở đề xuất các giải pháp phát triển sản phẩm du lịch văn hóa gắn với nghệ thuật múa trống Chhay-dăm.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Khái quát về nghệ thuật múa trống Chhay-dăm của người Khmer

Nghệ thuật múa trống Chhay-dăm là loại hình nghệ thuật dân gian đặc sắc của đồng bào Khmer, gắn bó mật thiết với đời sống văn hóa tinh thần của cộng đồng Khmer Nam Bộ nói chung và người Khmer Tây Ninh nói riêng. Đây không chỉ là một hình thức biểu diễn nghệ thuật mang tính giải trí mà còn chứa đựng nhiều giá trị văn hóa, lịch sử và tâm linh sâu sắc. Theo Đỗ Nguyễn Tú Quỳnh (2021), múa trống Chhay-dăm được Phối sư Thái Chia Thanh (người Campuchia) truyền dạy cho đồng bào Khmer ở Tây Ninh vào năm 1972 nhằm phục vụ biểu diễn trong các lễ hội tại Tòa thánh Cao Đài Tây Ninh. Ban đầu, các động tác múa còn khá đơn giản, chủ yếu là đứng tại chỗ và đánh trống bằng tay. Qua quá trình tiếp nhận và sáng tạo, người Khmer Tây Ninh đã bổ sung thêm nhiều động tác kỹ thuật như lăn, lộn, xuống tấn, đánh trống bằng cùi chỏ, đầu gối và gót chân, từ đó tạo nên nét riêng độc đáo cho nghệ thuật múa trống Chhay-dăm ở địa phương.

Múa trống Chhay-dăm thường được biểu diễn trong các dịp lễ hội truyền thống của người Khmer như Tết Chôl Chnăm Thmây, lễ Dolta, lễ Ok Om Bok và các hoạt động giao lưu văn hóa cộng đồng. Điểm nổi bật của nghệ thuật này là sự kết hợp hài hòa giữa múa, võ thuật và kỹ thuật đánh trống. Người biểu diễn vừa thực hiện các động tác mạnh mẽ, nhào lộn, vừa giữ nhịp trống chính xác, tạo nên không khí sôi động và hấp dẫn. Theo Đào Huy Quyền và cộng sự (2005), nghệ thuật múa trống Chhay-dăm có hệ thống tiết tấu phong phú, mang âm hưởng vui tươi và đầy sức sống.

Múa trống Chhay-dăm không chỉ là loại hình nghệ thuật dân gian đặc sắc mà còn mang nhiều giá trị văn hóa, lịch sử và tinh thần đối với cộng đồng Khmer Tây Ninh. Nghệ thuật này góp phần giữ gìn bản sắc dân tộc, giáo dục truyền thống và tăng cường

tinh thần đoàn kết cộng đồng. Những động tác mạnh mẽ trong điệu múa thể hiện tinh thần dũng cảm, ý chí vươn lên của người Khmer, đồng thời mang ý nghĩa tâm linh sâu sắc. Bên cạnh đó, múa trống Chhay-dăm còn góp phần quảng bá văn hóa Khmer và phát triển du lịch văn hóa địa phương.

Với những giá trị đặc sắc về nghệ thuật và văn hóa, tháng 12/2014, nghệ thuật múa trống Chhay-dăm của đồng bào Khmer ở xã Trường Tây, huyện Hòa Thành, tỉnh Tây Ninh đã được Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đưa vào Danh mục Di sản văn hóa phi vật thể quốc gia. Tháng 6/2015, địa phương đã tổ chức lễ đón nhận bằng công nhận di sản, đánh dấu bước quan trọng trong công tác bảo tồn và phát huy giá trị loại hình nghệ thuật truyền thống độc đáo này.

3.2. Thực trạng khai thác nghệ thuật múa trống Chhay-dăm của người Khmer phục vụ phát triển du lịch ở Tây Ninh

Mặc dù nghệ thuật múa trống Chhay-dăm của người Khmer Tây Ninh có nhiều giá trị đặc sắc và tiềm năng phát triển du lịch văn hóa, nhưng việc khai thác loại hình nghệ thuật này trong hoạt động du lịch hiện nay vẫn còn một số hạn chế. Trước hết, Tây Ninh vẫn chưa xây dựng được sản phẩm du lịch chuyên đề về văn hóa Khmer nói chung và múa trống Chhay-dăm nói riêng. Các hoạt động biểu diễn hiện nay chủ yếu xuất hiện trong các dịp lễ hội hoặc sự kiện văn hóa mang tính ngắn hạn, chưa được tổ chức thành chương trình du lịch thường xuyên, có nội dung trải nghiệm rõ ràng và chuyên nghiệp. Vì vậy, múa trống Chhay-dăm chưa thực sự trở thành sản phẩm du lịch đặc trưng có khả năng thu hút và giữ chân du khách.

Một hạn chế khác là không gian biểu diễn múa trống Chhay-dăm chưa ổn định và chưa được đầu tư bài bản. Các buổi biểu diễn thường tổ chức tại sân chùa, sân lễ hội hoặc trong các chương trình sự kiện tạm thời, thiếu sân khấu và không gian văn hóa chuyên biệt phục vụ khách du lịch. Điều này ảnh hưởng đến chất lượng biểu diễn cũng như khả năng xây dựng sản phẩm du lịch lâu dài. Đồng thời, sự liên kết giữa ngành du lịch với cộng đồng Khmer và các đội nghệ nhân còn chưa chặt chẽ. Việc phối hợp tổ chức biểu diễn, xây dựng tour tuyến hay khai thác các giá trị văn hóa cộng đồng vẫn còn mang tính tự phát, thiếu chiến lược phát triển đồng bộ. Theo Trần Đức Thanh (2019), sự thiếu liên kết giữa cộng đồng địa phương và doanh nghiệp du lịch là một trong những nguyên nhân làm hạn chế hiệu quả khai thác tài nguyên du lịch văn hóa tại Việt Nam.

Ngoài ra, hoạt động khai thác du lịch hiện nay chưa chú trọng xây dựng các chương trình trải nghiệm dành cho du khách. Phần lớn khách du lịch chỉ dừng lại ở việc xem biểu diễn trong thời gian ngắn mà chưa được tham gia các hoạt động tương tác như tìm hiểu lịch sử điệu múa, trải nghiệm đánh trống, học các động tác cơ bản hay giao lưu với nghệ nhân Khmer. Vì thiếu các hoạt động trải nghiệm thực tế nên giá trị văn hóa của múa trống Chhay-dăm chưa được truyền tải đầy đủ đến du khách, đồng thời cũng làm giảm sức hấp dẫn của sản phẩm du lịch. Theo Nguyễn Văn Mạnh và Phạm Hồng Chương (2018), xu hướng du lịch hiện đại không chỉ dừng lại ở tham quan mà còn đề cao trải nghiệm văn hóa bản địa và sự tham gia trực tiếp của du khách vào các hoạt động cộng đồng.

Bên cạnh những hạn chế trên, theo Tổng cục Du lịch Việt Nam (2022), cơ sở vật chất và nguồn kinh phí phục vụ cho hoạt động bảo tồn, biểu diễn và khai thác du lịch còn nhiều khó khăn. Trang phục, nhạc cụ và điều kiện tập luyện của các đội múa phần lớn vẫn dựa vào nguồn lực cộng đồng, chưa có sự đầu tư ổn định và lâu dài. Số lượng nghệ nhân trẻ tham gia biểu diễn và kế thừa loại hình nghệ thuật này còn ít, trong khi nhiều nghệ nhân lớn tuổi đang dần giảm khả năng tham gia truyền dạy. Đây là thách thức lớn đối với công tác bảo tồn và phát huy giá trị múa trống Chhay-dăm trong tương lai. Theo Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Tây Ninh (2023), công tác bảo tồn di sản văn hóa phi vật thể tại địa phương hiện nay vẫn gặp khó khăn về kinh phí, lực lượng kế thừa và điều kiện tổ chức hoạt động thường xuyên.

Nhìn chung, mặc dù nghệ thuật múa trống Chhay-dăm đã bước đầu được khai thác phục vụ du lịch văn hóa tại Tây Ninh, song hiệu quả vẫn chưa tương xứng với tiềm năng vốn có. Những hạn chế về sản phẩm du lịch, quảng bá, cơ sở vật chất, nguồn nhân lực và tính liên kết cộng đồng đang ảnh hưởng đến khả năng phát triển bền vững của loại hình nghệ thuật này trong hoạt động du lịch địa phương.

Kết quả khảo sát tại Bảng 1 cho thấy, đa số du khách có cảm nhận tích cực sau khi thưởng thức nghệ thuật múa trống Chhay-dăm của người Khmer ở Tây Ninh. Có 85% du khách cho rằng chương trình biểu diễn gây ấn tượng nhờ sự sôi động, độc đáo và giàu bản sắc văn hóa. Âm thanh và tiết tấu trống được đánh giá rất cao với 97% du khách đồng ý và hoàn toàn đồng ý, trong khi 84% nhận xét các động tác múa mạnh mẽ, đẹp mắt và hấp dẫn. Tuy nhiên, khả năng truyền tải giá trị văn hóa truyền thống vẫn chưa thật sự nổi bật khi chỉ khoảng 50% du khách cảm nhận rõ nét ý nghĩa văn hóa và 46% cho rằng chương trình giúp họ hiểu thêm về văn hóa Khmer Tây Ninh. Bên cạnh đó, không gian biểu diễn chưa tạo được nhiều cảm xúc cho người xem khi tỷ lệ đánh giá trung lập và không đồng ý còn khá cao. Dù vậy, kết quả khảo sát cho thấy, tiềm năng phát triển du lịch rất lớn khi 72% du khách muốn tiếp tục trải nghiệm, 85% sẵn sàng giới thiệu cho người khác và 92% đồng ý múa trống Chhay-dăm có thể trở thành sản phẩm du lịch đặc trưng của Tây Ninh.

Bên cạnh đó, công tác quảng bá và truyền thông về nghệ thuật múa trống Chhay-dăm còn hạn chế. Các hoạt động giới thiệu di sản chủ yếu mới dừng ở quy mô địa phương, chưa được quảng bá rộng rãi trên các phương tiện truyền thông, nền tảng số hay trong các chương trình xúc tiến du lịch lớn. Nhiều du khách khi đến Tây Ninh thường chỉ biết đến các sản phẩm du lịch tâm linh như Núi Bà Đen hay Tòa thánh Cao Đài mà chưa có nhiều thông tin về văn hóa Khmer và

Bảng 1. Kết quả khảo sát trải nghiệm của du khách đối với nghệ thuật múa trống Chhay-dăm

STT	Nội dung câu hỏi khảo sát	Hoàn toàn không đồng ý	Không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý
1	Chương trình biểu diễn gây ấn tượng với tôi	0%	5%	10%	65%	20%
2	Âm thanh và tiết tấu trống sôi động, hấp dẫn	0%	0%	3%	37%	60%
3	Động tác múa mạnh mẽ, độc đáo và đẹp mắt	0%	0%	16%	50%	34%
4	Tôi cảm nhận được giá trị văn hóa truyền thống qua tiết mục biểu diễn	8%	22%	20%	37%	13%
5	Chương trình giúp tôi hiểu thêm về văn hóa Khmer Tây Ninh	5%	17%	32%	25%	21%
6	Không gian biểu diễn phù hợp và tạo cảm xúc cho người xem	3%	24%	30%	28%	15%
7	Tôi muốn tiếp tục xem hoặc trải nghiệm múa trống Chhay-dăm	0%	0%	28%	40%	32%
8	Tôi sẵn sàng giới thiệu loại hình nghệ thuật này cho người khác	0%	0%	15%	23%	62%
9	Múa trống Chhay-dăm có thể trở thành sản phẩm du lịch đặc trưng của Tây Ninh	0%	8%	10%	22%	60%

Nguồn: Tác giả khảo sát

nghệ thuật múa trống Chhay-dăm. Điều này khiến sức lan tỏa của loại hình nghệ thuật này trong hoạt động du lịch còn khá khiêm tốn.

Kết quả khảo sát tại Bảng 2 cho thấy hoạt động truyền thông quảng bá nghệ thuật múa trống Chhay-dăm của người Khmer ở Tây Ninh vẫn còn nhiều hạn chế và chưa tạo được sức lan tỏa mạnh mẽ đến du khách. Phần lớn du khách cho rằng, họ khó tìm thấy thông tin về loại hình nghệ thuật này, với 83% không đồng ý hoặc hoàn toàn không đồng ý về mức độ dễ tiếp cận thông tin. Hoạt động quảng bá trên mạng xã hội chưa thật sự hấp dẫn khi có 63% du khách đánh giá hình ảnh quảng bá còn đơn điệu và thiếu sức thu hút. Bên cạnh đó, các chương trình du lịch và sự kiện tại Tây Ninh vẫn chưa chú trọng giới thiệu múa trống Chhay-dăm, thể hiện qua tỷ lệ không đồng tình khá cao của du khách. Nội dung truyền thông hiện nay cũng chưa giúp người xem hiểu rõ giá trị văn hóa Khmer, đồng thời hình thức quảng bá chưa đủ hấp dẫn để thu hút khách du lịch.

Nhìn chung, công tác truyền thông quảng bá nghệ thuật múa trống Chhay-dăm còn thiếu tính chuyên nghiệp và chưa khai thác hiệu quả các nền tảng truyền thông hiện đại.

3.3. Một số giải pháp nhằm bảo tồn và phát huy giá trị nghệ thuật múa trống Chhay-dăm của người Khmer phục vụ phát triển sản phẩm du lịch văn hóa ở Tây Ninh

3.3.1. Xây dựng sản phẩm du lịch văn hóa chuyên đề về múa trống Chhay-dăm

Tây Ninh cần xây dựng các sản phẩm du lịch chuyên đề gắn với văn hóa Khmer và nghệ thuật múa trống Chhay-dăm nhằm tạo điểm nhấn riêng biệt cho du lịch địa phương. Các chương trình không nên chỉ dừng lại ở biểu diễn đơn lẻ trong lễ hội mà cần được tổ chức thường xuyên dưới dạng tour, tuyến hoặc chương trình trải nghiệm văn hóa định kỳ. Có thể xây dựng mô hình "Đêm văn hóa Khmer Tây Ninh", kết hợp biểu diễn múa trống Chhay-dăm với ẩm thực Khmer, trò chơi dân gian và giới thiệu nghề truyền

Bảng 2. Kết quả khảo sát du khách về hoạt động truyền thông quảng bá nghệ thuật múa trống Chhay-dăm

STT	Nội dung câu hỏi khảo sát	Hoàn toàn không đồng ý	Không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý
1	Tôi dễ dàng tìm thấy thông tin về múa trống Chhay-dăm	20%	63%	4%	13%	0%
2	Hình ảnh quảng bá múa trống Chhay-dăm trên mạng xã hội hấp dẫn	18%	45%	23%	14%	0%
3	Các chương trình du lịch tại Tây Ninh có giới thiệu về múa trống Chhay-dăm	25%	53%	12%	7%	3%
4	Múa trống Chhay-dăm được quảng bá rộng rãi trong các sự kiện du lịch	28%	48%	11%	9%	4%
5	Nội dung truyền thông giúp tôi hiểu rõ giá trị văn hóa của nghệ thuật này	32%	39%	17%	8%	4%
6	Hình thức quảng bá hiện nay thu hút khách du lịch	23%	62%	10%	5%	0%

Nguồn: Tác giả khảo sát

thống. Điều này sẽ giúp hình thành sản phẩm du lịch đặc trưng, góp phần kéo dài thời gian lưu trú và nâng cao trải nghiệm của du khách.

3.3.2. Đầu tư không gian biểu diễn và cơ sở vật chất phục vụ du lịch

Cần quy hoạch và xây dựng không gian biểu diễn ổn định, mang đậm bản sắc văn hóa Khmer để phục vụ khách du lịch. Các điểm biểu diễn có thể được tổ chức tại khu du lịch văn hóa cộng đồng, chùa Khmer hoặc trung tâm sinh hoạt văn hóa dân tộc Khmer. Việc đầu tư sân khấu, hệ thống âm thanh, ánh sáng, khu trưng bày nhạc cụ và trang phục truyền thống sẽ góp phần nâng cao chất lượng biểu diễn và tính chuyên nghiệp của sản phẩm du lịch. Đồng thời, không gian biểu diễn cần được thiết kế theo hướng vừa bảo tồn giá trị văn hóa truyền thống vừa đáp ứng nhu cầu trải nghiệm của du khách.

3.3.3. Tăng cường liên kết giữa ngành du lịch và cộng đồng Khmer

Để khai thác hiệu quả nghệ thuật múa trống Chhay-dăm trong phát triển du lịch, cần đẩy mạnh sự phối hợp giữa cơ quan quản lý du lịch, doanh nghiệp lữ hành, nghệ nhân và cộng đồng Khmer địa phương. Các đơn vị liên quan cần xây dựng chiến lược phát triển đồng bộ, hỗ trợ cộng đồng tham gia trực tiếp vào hoạt động du lịch như biểu diễn nghệ thuật, hướng dẫn trải nghiệm văn hóa hoặc kinh doanh sản phẩm lưu niệm. Việc phát huy vai trò chủ thể văn hóa của cộng đồng Khmer không chỉ giúp bảo tồn di sản mà còn tạo sinh kế và nâng cao ý thức gìn giữ văn hóa truyền thống.

3.3.4. Phát triển các hoạt động trải nghiệm văn hóa dành cho du khách

Xu hướng du lịch hiện nay đề cao tính trải nghiệm và sự tham gia trực tiếp của du khách. Vì vậy, bên cạnh hoạt động biểu diễn, cần xây dựng các chương trình trải nghiệm như học các động tác múa cơ bản, thử đánh trống Chhay-dăm, tìm hiểu ý nghĩa văn hóa của điệu múa, giao lưu với nghệ nhân hoặc tham gia các lễ hội Khmer truyền thống. Việc tăng cường yếu tố tương tác sẽ giúp du khách hiểu sâu hơn về giá trị văn hóa Khmer, đồng thời nâng cao tính hấp dẫn và khác biệt của sản phẩm du lịch.

3.3.5. Đẩy mạnh công tác quảng bá và truyền thông số

Cần đổi mới hoạt động quảng bá nghệ thuật múa trống Chhay-dăm theo hướng chuyên nghiệp và hiện đại hơn. Tây Ninh nên xây dựng các video quảng bá, phóng sự ngắn, hình ảnh nghệ thuật và nội dung truyền thông đa nền tảng trên Facebook, TikTok, YouTube hoặc các website du lịch. Nội dung quảng bá cần nhấn mạnh giá trị văn hóa đặc sắc, tính độc đáo của nghệ thuật múa trống Chhay-dăm cũng như trải nghiệm mà du khách có thể tham gia. Đồng thời, cần lồng ghép giới thiệu loại hình nghệ thuật này trong các chương trình xúc tiến du lịch, hội chợ du lịch và các tour tham quan nổi bật của tỉnh như tuyến du lịch Núi Bà Đen - văn hóa Khmer Tây Ninh.

3.3.6. Bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống

Song song với khai thác du lịch, cần chú trọng công tác bảo tồn nghệ thuật múa trống Chhay-dăm nhằm tránh nguy cơ thương mại hóa làm mai một giá trị truyền thống. Chính quyền địa phương cần có chính sách hỗ trợ các đội nghệ nhân, mở lớp truyền dạy cho thế hệ trẻ Khmer và khuyến khích cộng đồng tham gia gìn giữ di sản. Việc khai thác du lịch cần đảm bảo hài hòa giữa mục tiêu phát triển kinh tế và bảo tồn bản sắc văn hóa dân tộc Khmer tại Tây Ninh.

4. Kết luận

Nghệ thuật múa trống Chhay-dăm của người Khmer tại Tây Ninh là loại hình nghệ thuật dân gian đặc sắc, mang nhiều giá trị văn hóa, nghệ thuật và tinh thần cộng đồng, đồng thời có tiềm năng lớn để phát triển du lịch văn hóa địa phương. Kết quả nghiên cứu cho thấy, loại hình nghệ thuật này tạo được ấn tượng tích cực đối với du khách nhờ sự sôi động, độc đáo và giàu bản sắc văn hóa. Tuy nhiên, việc khai thác phục vụ du lịch hiện nay vẫn còn nhiều hạn chế như thiếu sản phẩm du lịch chuyên đề, hoạt động trải nghiệm chưa phong phú, công tác quảng bá còn hạn chế và thiếu sự liên kết giữa các bên liên quan.

Từ đó, bài viết đề xuất một số giải pháp như xây dựng sản phẩm du lịch chuyên đề, đầu tư không gian biểu diễn, phát triển hoạt động trải nghiệm, tăng cường quảng bá truyền thông và chú trọng bảo tồn, truyền dạy nghệ thuật múa trống Chhay-dăm. Nếu được khai thác hợp lý, đây sẽ là sản phẩm du lịch văn hóa đặc trưng, góp phần bảo tồn bản sắc văn hóa Khmer và nâng cao sức hấp dẫn của du lịch Tây Ninh trong thời gian tới ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Đào Huy Quyền, Sơn Ngọc Hoàng, & Ngô Khị (2005). Nhạc khí dân tộc Khmer Nam Bộ. NXB Khoa học Xã hội.

Đỗ Nguyễn Tú Quỳnh và cộng sự (2021). Tây Ninh đất và người. NXB Thanh niên.

Nguyễn Phạm Hùng (2022). Giáo trình văn hóa du lịch. NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.

Nguyễn Văn Mạnh, & Phạm Hồng Chương. (2018). Giáo trình quản trị kinh doanh lữ hành. NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.

Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Tây Ninh (2023). Tài liệu giới thiệu di sản văn hóa phi vật thể múa trống Chhay-dăm.

Tổng cục Du lịch Việt Nam (2022). Báo cáo phát triển du lịch văn hóa Việt Nam.

Trần Đức Thanh (2019). Nhập môn khoa học du lịch. NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.

Ngày nhận bài: 5/4/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 20/4/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 12/5/2026

DEVELOPING CULTURAL TOURISM PRODUCTS BASED ON THE KHMER CHHAY-DĂM DRUM DANCE IN TAY NINH PROVINCE

● **TRUONG THANH QUYNH THU**
Faculty of Tourism and Culinary Arts,
Ho Chi Minh City University of Food Industry

ABSTRACT:

Chhay-dăm drum dance is regarded as a distinctive form of Khmer folk art in Southern Vietnam, embodying significant cultural and artistic values. This study aims to clarify the cultural values of Chhay-dăm drum dance within the Khmer community in Tay Ninh province, assess its current integration into tourism activities, and propose solutions for developing cultural tourism products associated with this art form. The findings indicate that Chhay-dăm drum dance has considerable potential to attract tourists; however, its promotion and tourism exploitation remain limited. Therefore, more effective preservation and promotion measures are needed to enhance its cultural significance and tourism value in Tay Ninh province.

Keywords: Chhay-dăm drum dance, cultural tourism, Khmer culture in Tay Ninh province.

INTERNAL CAPABILITIES AND INNOVATION ACTIVITIES IN TRADE AND SERVICE ENTERPRISES: A THEORETICAL REVIEW AND PROPOSED RESEARCH MODEL FOR THE EASTERN AREA OF DONG THAP PROVINCE

● **TRAN PHAN DOAN KHANH[1]* - NGUYEN LE THUY LIEN[1]**
[1]Tien Giang University
* Email: tranphandoankhanh@tgu.edu.vn

ABSTRACT:

In the context of intensifying competition and rapid digital transformation, innovation has become essential to enterprise competitiveness and performance. However, trade and service enterprises in emerging economies, particularly in Vietnam's Mekong Delta region, continue to face constraints in resources, managerial capacity, and institutional support. Using a theoretical review approach, this study develops a conceptual framework to examine the determinants of innovation activities among trade and service enterprises in the eastern area of Dong Thap Province. The model integrates the Resource-Based View, Market Orientation Theory, Innovation Theory, and Institutional Theory. The findings from the literature indicate that innovation is influenced by both internal capabilities and external environmental factors, including organizational learning, leadership capability, corporate strategy, customer orientation, competitive intensity, competitor orientation, and government support.

Keywords: innovation activities, internal capabilities, organizational learning, trade and service enterprises.

1. Introduction

In the context of globalization, digital transformation, and increasingly intense market competition, innovation has become a central driver of economic growth and enterprise competitiveness (Schumpeter, 1934; OECD, 2018). Contemporary studies suggest that innovation extends beyond product and technological development to include process innovation, business model innovation, managerial innovation, and new approaches to value creation for customers (Clauss, 2017; OECD, 2021). In highly dynamic business environments, innovation capability has increasingly become a prerequisite for enterprise survival and long-term adaptation.

For trade and service enterprises, innovation plays an even more critical role due to the specific characteristics of this sector. Compared with manufacturing firms, trade and service enterprises

often face limitations in capital investment, technological capability, and research and development (R&D) capacity, while simultaneously confronting rapid changes in customer preferences and competitive pressures (Camisón & Villar-López, 2014). Under such conditions, innovation not only enhances operational efficiency but also enables firms to establish competitive advantages through service quality improvement, operational flexibility, and enhanced customer experience (Rosenbusch et al., 2011; Falahat et al., 2020).

Recent empirical studies indicate that enterprise innovation activities are simultaneously influenced by internal capabilities and external environmental factors. From the perspective of the Resource-Based View (RBV), internal resources and organizational capabilities are considered strategic determinants of innovation and sustainable competitive advantage (Barney, 1991). Leadership capability, organizational learning, strategic orientation, and market orientation have been identified as essential drivers of enterprise innovation (Calantone et al., 2002; Le & Lei, 2019). Conversely, external factors such as competitive intensity, government support, and institutional conditions may either facilitate or constrain innovation activities (Zhu et al., 2012; Nguyen et al., 2020).

In Vietnam, particularly in the Mekong Delta region, innovation studies have mainly focused on manufacturing sectors or large-scale enterprises, while research on local trade and service enterprises remains relatively limited (Tran et al., 2021). In the eastern area of Dong Thap Province, where the economic structure is gradually shifting toward trade and service development, enterprise innovation activities continue to be constrained by managerial limitations, human resource quality, and institutional conditions.

Furthermore, previous studies have generally examined isolated determinants of innovation rather than integrating multiple theoretical perspectives into a unified framework capable of explaining innovation activities in trade and service enterprises operating within transitional economies. This represents an important research gap requiring further investigation.

Based on these issues, this study aims to synthesize relevant theoretical foundations, review previous studies, and propose a conceptual research model examining the determinants of innovation activities among trade and service enterprises in the eastern area of Dong Thap Province. The study is expected to contribute in three major aspects. First, it enriches the theoretical understanding of enterprise innovation in transitional economies. Second, it proposes an integrated framework combining RBV, Market Orientation Theory, and Institutional Theory to explain innovation activities in trade and service enterprises. Third, it provides a theoretical foundation for future empirical studies and policy implications for enterprises and local policymakers.

2. Literature review and research gap

2.1. Literature review on enterprise innovation activities

Innovation has long been recognized as a critical driver of economic growth and enterprise competitiveness in the context of globalization and digital transformation. According to Schumpeter (1934), innovation encompasses not only new product development but also new production methods, managerial systems, and market expansion aimed at generating sustainable competitive advantage. Building upon this perspective, contemporary studies continue to affirm that innovation is essential for enterprises to adapt to rapidly changing business environments and improve organizational performance (OECD, 2018).

International studies indicate that innovation activities are influenced by both internal organizational capabilities and external environmental conditions. According to the Resource-Based View (RBV), internal capabilities constitute strategic resources that enable firms to achieve competitive advantage and innovation capability (Barney, 1991). Leadership capability, organizational learning, strategic orientation, and market orientation are widely recognized as key drivers of enterprise innovation and performance improvement (Calantone et al., 2002; Wiklund & Shepherd, 2005).

In trade and service sectors, innovation possesses distinctive characteristics because firms often face limitations in capital investment, technological resources, and human capital. Consequently, innovation depends not only on technological investment but also on managerial capability and organizational adaptability (Camisón & Villar-López, 2014). Empirical studies reveal that highly innovative firms tend to achieve superior business performance through service quality enhancement, customer experience improvement, and operational optimization (Rosenbusch et al., 2011; Falahat et al., 2020).

Besides internal capabilities, Market Orientation Theory emphasizes the importance of understanding

customer needs and responding to competitive dynamics in promoting innovation activities (Narver & Slater, 1990). Previous studies suggest that customer orientation and competitor orientation enable firms to identify market opportunities and improve innovation capability (Zhou et al., 2005; Tajeddini, 2015; Boso et al., 2013).

Moreover, Institutional Theory highlights the role of institutional environments and government support in influencing innovation through financial assistance, innovation policies, and business environment improvement (North, 1990; Zhu et al., 2012). Nevertheless, the effectiveness of institutional support largely depends on firms' absorptive capacity and market development conditions.

2.2. Research gap

Although innovation has been extensively studied across various contexts, several important research gaps remain unresolved.

First, previous studies have primarily concentrated on manufacturing industries or high-technology sectors, whereas trade and service enterprises, particularly in local transitional economies, have received relatively limited attention (Ngo & O'Cass, 2012; Tran et al., 2021). This creates a lack of empirical evidence regarding the determinants of innovation in Vietnamese trade and service enterprises.

Second, many prior studies have examined innovation from fragmented perspectives by focusing separately on either internal capabilities or external environmental factors. However, innovation is inherently multidimensional and simultaneously influenced by organizational resources, market orientation, and institutional conditions.

Third, within transitional economies, the relative importance of internal capabilities and external factors in driving innovation remains controversial. Some studies argue that competitive pressure and government support are primary drivers of innovation, whereas others emphasize the dominant role of internal organizational capabilities (Crespi & Zuniga, 2012; Radosevic & Yoruk, 2013).

Fourth, in the Mekong Delta region in general and the eastern area of Dong Thap Province in particular, research on enterprise innovation remains limited despite increasing pressures from digital transformation, regional competition, and economic restructuring. These conditions create an urgent need for studies examining innovation determinants appropriate to local enterprise contexts.

Based on these research gaps, this study proposes an integrated framework combining the Resource-Based View, Market Orientation Theory, and Institutional Theory to explain innovation activities among trade and service enterprises in the eastern area of Dong Thap Province.

3. Theoretical foundation and proposed research model

3.1. Theoretical foundation

3.1.1. Resource-based view (RBV)

The Resource-Based View argues that sustainable competitive advantage is derived from valuable, rare, inimitable, and non-substitutable organizational resources and capabilities (Barney, 1991). In innovation research, RBV emphasizes the role of leadership capability, organizational learning, and strategic orientation in enhancing firms' innovation capability (Teece et al., 1997).

For trade and service enterprises, where competitive advantage is largely knowledge-based, intangible resources and managerial capabilities become particularly important. Previous studies demonstrate that firms possessing strong organizational capabilities tend to achieve higher innovation performance and superior business outcomes (Calantone et al., 2002; Camisón & Villar-López, 2014). Therefore, RBV serves as the central theoretical foundation of this study.

3.1.2. Market orientation theory

Market Orientation Theory emphasizes firms' ability to collect, analyze, and respond to market information in order to create superior customer value (Narver & Slater, 1990). Customer orientation and competitor orientation are considered core dimensions that facilitate organizational adaptation and innovation.

Customer orientation enables firms to identify market demands and develop suitable innovative products and services, whereas competitor orientation supports firms in responding effectively to competitive pressures (Kohli & Jaworski, 1990). Prior studies confirm the positive relationship between market orientation, innovation capability, and enterprise performance (Ngo & O'Cass, 2012; Tajeddini, 2015).

3.1.3. Innovation theory

According to Schumpeter (1934), innovation represents the central mechanism driving economic growth and enterprise competitiveness. Innovation may take the form of new products, new processes, or

new organizational methods designed to establish competitive advantage.

Contemporary innovation studies suggest that innovation capability depends not only on R&D activities but also on organizational learning and managerial capability (Damanpour, 1991; Hurley & Hult, 1998). In trade and service enterprises, innovation is often manifested through service innovation, process innovation, and business model innovation aimed at improving market responsiveness and operational efficiency.

3.1.4. Institutional theory

Institutional Theory argues that enterprise activities are significantly influenced by policy environments, legal frameworks, and government support mechanisms (North, 1990). Institutional factors may either facilitate or constrain innovation activities through access to resources, information, and policy incentives (Scott, 2008).

In developing and transitional economies, government support plays a particularly important role for SMEs facing resource and technological constraints (Zhu et al., 2012). Therefore, examining the effects of government support and competitive environments is necessary for understanding enterprise innovation within the research context.

3.2. Hypothesis development

Company Strategy and Innovation Activities: Company strategy reflects long-term organizational orientation and resource allocation for achieving competitive advantage. According to RBV, firms with clear strategic direction are more capable of promoting innovation through effective resource concentration and market adaptation (Porter, 1985). Previous studies indicate that competitive strategy positively influences enterprise innovation capability (Acquaah, 2013; Anwar & Shah, 2021).

H1: Company strategy positively affects enterprise innovation activities.

Competitive Intensity and Innovation Activities: Competitive pressure compels firms to innovate in order to maintain market position and improve operational performance (Porter, 1985). In highly competitive environments, enterprises are more likely to improve products, services, and operational processes to create differentiation. Previous studies confirm that competitive intensity can stimulate innovation activities through adaptation pressure (Auh & Menguc, 2005).

H2: Competitive intensity positively affects enterprise innovation activities.

Organizational Learning and Innovation Activities: Organizational learning reflects firms' ability to acquire, share, and apply knowledge in managerial and operational activities. From the RBV perspective, knowledge is considered a strategic resource that promotes innovation capability. Prior studies indicate that organizational learning enhances adaptability and creativity within enterprises (Calantone et al., 2002; Real et al., 2014).

H3: Organizational learning positively affects enterprise innovation activities.

Leadership Capability and Innovation Activities: Leadership capability is considered a central factor promoting innovation through strategic direction, motivation creation, and change management. According to Teece et al. (1997), leadership represents a dynamic capability enabling firms to reconfigure resources in response to environmental change. Previous research confirms the positive influence of leadership capability on innovation and organizational performance (Le & Lei, 2019).

H4: Leadership capability positively affects enterprise innovation activities.

Customer Orientation and Innovation Activities: Customer orientation enables firms to identify market needs and develop suitable innovative solutions. According to Narver and Slater (1990), customer-oriented firms tend to exhibit stronger innovation capability.

H5: Customer orientation positively affects enterprise innovation activities.

Competitor Orientation and Innovation Activities: Monitoring competitors' strategies and market behavior enables firms to respond more effectively to market changes. Previous studies indicate that competitor orientation can stimulate innovation through competitive pressure (Zhou et al., 2009).

H6: Competitor orientation positively affects enterprise innovation activities.

Government Support and Innovation Activities: Government support policies may facilitate enterprise innovation through financial assistance, training programs, and business environment improvement (Zhu et al., 2012).

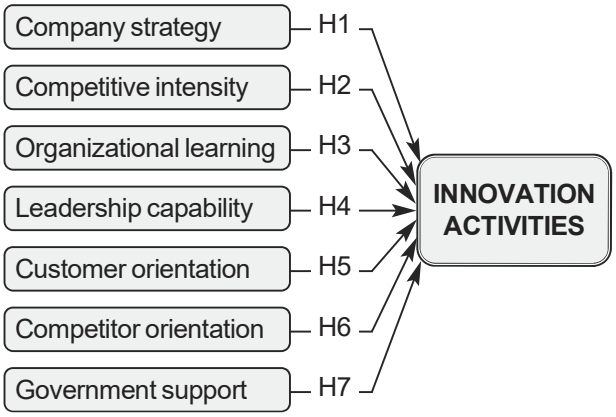
H7: Government support positively affects enterprise innovation activities.

3.3. Proposed research model

Based on the synthesis of theoretical perspectives and previous empirical studies, this research proposes a conceptual framework comprising seven

independent variables directly influencing innovation activities of trade and service enterprises in the eastern area of Dong Thap Province. The model emphasizes the central role of internal organizational capabilities from the RBV perspective while integrating market and institutional factors to reflect the characteristics of enterprises operating within a transitional economy.

Figure 1. Conceptual model



4. Theoretical implications of the proposed research model

The proposed framework provides several important theoretical implications for innovation research in transitional economies.

First, the study reinforces the relevance of the Resource-Based View by emphasizing internal organizational capabilities, particularly leadership capability, organizational learning, and company strategy, as core drivers of innovation activities. This suggests that innovation capability in trade and service enterprises is primarily determined by internal organizational quality rather than solely by external market conditions.

Second, the study extends innovation research by integrating RBV, Market Orientation Theory, and Institutional Theory into a unified analytical framework. The simultaneous consideration of internal capabilities, market orientation, and institutional conditions enables a more comprehensive understanding of enterprise innovation within developing economies.

Third, the study contributes to the literature by focusing on local trade and service enterprises, whereas previous innovation studies have predominantly concentrated on manufacturing industries or developed economies. This expands the applicability of innovation theories to local enterprises characterized by limited resources, technological constraints, and institutional challenges.

Finally, the proposed model provides a theoretical foundation for future quantitative studies examining the relative influence of internal and external determinants on enterprise innovation activities. The framework also opens new research directions concerning the mediating and moderating roles of absorptive capacity, digital transformation, and organizational adaptability in innovation processes.

5. Conclusion

This study synthesizes major theoretical perspectives related to enterprise innovation, including the Resource-Based View, Market Orientation Theory, Innovation Theory, and Institutional Theory, to propose a conceptual framework explaining innovation activities among trade and service enterprises in the eastern area of Dong Thap Province.

The literature review indicates that innovation activities are simultaneously influenced by internal organizational capabilities, market orientation factors, and institutional conditions. Among these determinants, internal capabilities such as leadership capability, organizational learning, and company strategy are identified as fundamental drivers of enterprise innovation and adaptability within competitive and transitional economic environments. In addition, the proposed framework highlights the complementary role of market and institutional factors in facilitating innovation activities.

From a theoretical perspective, the study contributes to innovation literature by integrating multiple theoretical approaches into a unified analytical framework for trade and service enterprises. More importantly, the study supports the argument that in transitional economies, enterprise innovation depends primarily on the development and effective utilization of internal organizational capabilities rather than relying solely on external environmental conditions.

The proposed research model serves as an important theoretical foundation for future empirical studies examining the relationships between organizational capabilities and innovation activities across different industrial and regional contexts ■

Acknowledgment: This research was funded by Tien Giang University (TGU) under the scientific research project code [KL.CB-2425.07].

REFERENCES:

Acquaah, M. (2013). Management control systems, business strategy and performance: A comparative analysis of family and non-family businesses in a transition economy in sub-Saharan Africa. Journal of Family Business Strategy, 4(2), 131–146.

Anwar, M., & Shah, S. Z. A. (2021). Entrepreneurial orientation and generic competitive strategies for emerging SMEs: Financial and nonfinancial performance perspective. Journal of Public Affairs, 21(1), e2125.

Auh, S., & Menguc, B. (2005). Balancing exploration and exploitation: The moderating role of competitive intensity. Journal of Business Research, 58(12), 1652–1661.

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

Boso, N., Story, V. M., & Cadogan, J. W. (2013). Entrepreneurial orientation, market orientation, network ties, and performance. Journal of Business Venturing, 28(6), 708–727.

Calantone, R. J., Cavusgil, S. T., & Zhao, Y. (2002). Learning orientation, firm innovation capability, and firm performance. Industrial Marketing Management, 31(6), 515–524. https://doi.org/10.1016/S0019-8501(01)00203-6

Camisón, C., & Villar-López, A. (2014). Organizational innovation as an enabler of technological innovation capabilities and firm performance. Journal of Business Research, 67(1), 2891–2902.

Clauss, T. (2017). Measuring business model innovation: Conceptualization, scale development, and proof of performance. R&D Management, 47(3), 385–403.

Crespi, G., & Zuniga, P. (2012). Innovation and productivity: Evidence from six Latin American countries. World Development, 40(2), 273–290. https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2011.07.010

Damanpour, F. (1991). Organizational innovation: A meta-analysis of effects of determinants and moderators. Academy of Management Journal, 34(3), 555–590.

Falahat, M., Ramayah, T., Soto-Acosta, P., & Lee, Y. Y. (2020). SMEs internationalization: The role of product innovation, market intelligence, pricing and marketing communication capabilities. Journal of Business Research, 121, 536–547.

Hurley, R. F., & Hult, G. T. M. (1998). Innovation, market orientation, and organizational learning: An integration and empirical examination. Journal of Marketing, 62(3), 42–54.

Kohli, A. K., & Jaworski, B. J. (1990). Market orientation: The construct, research propositions, and managerial implications. Journal of Marketing, 54(2), 1–18. https://doi.org/10.1177/002224299005400201

Le, P. B., & Lei, H. (2019). Determinants of innovation capability: The roles of transformational leadership, knowledge sharing and perceived organizational support. Journal of Knowledge Management, 23(3), 527–547.

Narver, J. C., & Slater, S. F. (1990). The effect of a market orientation on business profitability. Journal of Marketing, 54(4), 20–35. https://doi.org/10.1177/002224299005400403

Ngo, L. V., & O'Cass, A. (2012). In search of innovation and customer-related performance superiority. Industrial Marketing Management, 41(8), 1256–1263.

Nguyen, T. T., Pham, T. T. H., & Bryant, S. E. (2020). Innovation and SME performance in Vietnam: The role of government support. Asian Academy of Management Journal, 25(2), 77–97.

North, D. C. (1990). Institutions, institutional change and economic performance. Cambridge University Press.

OECD. (2018). Oslo manual 2018: Guidelines for collecting, reporting and using data on innovation (4th ed.). OECD Publishing.

OECD. (2021). The measurement of scientific, technological and innovation activities. OECD Publishing.

Porter, M. E. (1985). Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance. Free Press.

Radosevic, S., & Yoruk, E. (2013). Entrepreneurial propensity of innovation systems: Theory, methodology and evidence. Research Policy, 42(5), 1015–1038.

Real, J. C., Roldán, J. L., & Leal, A. (2014). From entrepreneurial orientation and learning orientation to business performance. International Journal of Innovation Management, 18(5), 1450033.

Rosenbusch, N., Brinckmann, J., & Bausch, A. (2011). Is innovation always beneficial? A meta-analysis of the relationship between innovation and performance in SMEs. Journal of Business Venturing, 26(4), 441–457.

Schumpeter, J. A. (1934). The theory of economic development. Harvard University Press.

Scott, W. R. (2008). Institutions and organizations: Ideas and interests (3rd ed.). Sage Publications.

Tajeddini, K. (2015). Exploring the antecedents of effectiveness and efficiency. International Journal of Hospitality Management, 46, 45–55. [thiếu DOI]

Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. Strategic Management Journal, 18(7), 509–533. https://doi.org/10.1002/(SICI)1097

Tran, T. B., Nguyen, T. H., & Vo, D. H. (2021). Innovation and firm performance in emerging markets: Evidence from Vietnam. Journal of Asian Finance, Economics and Business, 8(2), 847–857.

Wiklund, J., & Shepherd, D. (2005). Entrepreneurial orientation and small business performance. Journal of Business Venturing, 20(1), 71–91.

Zhou, K. Z., Brown, J. R., & Dev, C. S. (2009). Market orientation, competitive advantage, and performance. Journal of Business Research, 62(11), 1063–1070.

Zhou, K. Z., Yim, C. K., & Tse, D. K. (2005). The effects of strategic orientations on technology and market-based breakthrough innovations. Journal of Marketing, 69(2), 42–60.

Zhu, Y., Wittmann, X., & Peng, M. W. (2012). Institution-based barriers to innovation in SMEs in China. Asia Pacific Journal of Management, 29(4), 1131–1142.

Received date: March 15, 2026
Reviewed date: March 22, 2026
Accepted date: April 07, 2026

NĂNG LỰC NỘI TẠI VÀ HOẠT ĐỘNG ĐỔI MỚI SÁNG TẠO TRONG CÁC DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI VÀ DỊCH VỤ: TỔNG QUAN LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU ĐỀ XUẤT CHO KHU VỰC PHÍA ĐÔNG TỈNH ĐỒNG THÁP

● **TRẦN PHAN DOÃN KHÁNH[1]***
● **NGUYỄN LÊ THỤY LIÊN[1]**
[1]Đại học Tiền Giang
* Emial:tranphandoankhanh@tgu.edu.vn

TÓM TẮT:

Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt và chuyển đổi số diễn ra nhanh chóng, đổi mới sáng tạo đã trở thành yếu tố thiết yếu đối với năng lực cạnh tranh và hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Tuy nhiên, các doanh nghiệp thương mại và dịch vụ ở các khu vực, vùng kinh tế mới nổi, đặc biệt là khu vực Đồng bằng sông Cửu Long của Việt Nam, vẫn đang đối mặt với nhiều hạn chế về nguồn lực, năng lực quản trị và sự hỗ trợ thể chế. Trên cơ sở phương pháp tổng quan lý thuyết, nghiên cứu này xây dựng khung khái niệm nhằm xem xét các yếu tố quyết định hoạt động đổi mới sáng tạo của các doanh nghiệp thương mại và dịch vụ tại khu vực phía Đông tỉnh Đồng Tháp. Mô hình nghiên cứu tích hợp các lý thuyết nền tảng gồm Quan điểm dựa trên nguồn lực, Lý thuyết định hướng thị trường, Lý thuyết đổi mới sáng tạo và Lý thuyết thể chế. Kết quả tổng quan cho thấy đổi mới sáng tạo chịu tác động của cả năng lực nội tại và các yếu tố môi trường bên ngoài, bao gồm học tập tổ chức, năng lực lãnh đạo, chiến lược doanh nghiệp, định hướng khách hàng, cường độ cạnh tranh, định hướng đối thủ cạnh tranh và sự hỗ trợ của Nhà nước.

Từ khóa: hoạt động đổi mới, năng lực nội bộ, học tập tổ chức, doanh nghiệp thương mại và dịch vụ.

GIẢI PHÁP TĂNG CƯỜNG ẢNH HƯỞNG CỦA ĐỘNG LỰC HỌC TẬP ĐẾN KẾT QUẢ HỌC TẬP CỦA SINH VIÊN NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH TRƯỜNG ĐẠI HỌC TIỀN GIANG

● **LÊ HOÀNG VÂN TRANG[1]* - VÕ VĂN HIỀN[1]**
[1]Trường Đại học Tiền Giang
* Tác giả liên hệ - Email: lehoangvantrang@tgu.edu.vn

TÓM TẮT:

Nghiên cứu tìm hiểu ảnh hưởng của động lực học tập lên kết quả học tập của sinh viên ngành quản trị kinh doanh Trường Đại học Tiền Giang, đồng thời khám phá vai trò điều tiết của công tác sinh viên đối với tác động này. Tác giả thiết kế nghiên cứu định lượng. Dữ liệu thu thập qua khảo sát trực tiếp 90 sinh viên năm 3 (khóa 23) thuộc chuyên ngành quản trị kinh doanh đang học tại Trường Đại học Tiền Giang và được phân tích bởi phần mềm SmartPLS. Kết quả cho thấy, động lực học tập là yếu tố có sự ảnh hưởng tích cực, giúp sinh viên cải thiện kết quả học tập tốt hơn. Đáng chú ý trong nghiên cứu này, công tác sinh viên được chứng minh là yếu tố điều tiết, hỗ trợ cho sự ảnh hưởng của động lực học tập lên kết quả học tập trở nên mạnh hơn. Một số bàn luận và hàm ý quản trị cũng được đề cập để hướng đến thúc đẩy động lực học tập và nâng cao kết quả học tập cho sinh viên ngành quản trị kinh doanh.

Từ khóa: động lực học tập, kết quả học tập, công tác sinh viên, lý thuyết mục tiêu.

1. Đặt vấn đề

Động lực học tập được coi là một trong những yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến sự thành công hay thất bại của người học. Đây cũng là yếu tố có vai trò then chốt thúc đẩy sự kiên trì, đam mê và định hướng hành vi, giúp người học vượt qua khó khăn để đạt kết quả học tập tốt. Đặc biệt, trước xu hướng thay đổi mạnh mẽ của nền giáo dục toàn cầu, trong đó người học được phát triển năng lực một cách toàn diện hơn, việc khơi gợi động lực học tập chính là chìa khóa để giúp người học phát triển bền vững.

Các nghiên cứu trước đây cũng thể hiện rõ quan điểm này. Theo Cook, D. A. và Artino, A. R. Jr. (2016), động lực học tập gắn liền với thành công trong học tập và thái độ tích cực của sinh viên đối với chương trình học. Động lực học tập tồn tại chứ không phải một phát minh trí tuệ hay một hiện tượng thứ yếu và động lực học tập rất quan trọng đối với kết quả học tập. Wijaya, O. P. và Bukhori, I. (2017) khẳng định để đạt được các kết quả học tập chất lượng, người học phải nhận thức mạnh mẽ rằng động lực từ bên trong bản thân là một trong

những nguyên nhân ảnh hưởng đến kết quả học tập, Mặc dù có nhiều yếu tố ảnh hưởng đến thành tích học tập của sinh viên trong trường học, động lực học tập được cho là yếu tố có mức độ ảnh hưởng nhiều nhất.

Việc nghiên cứu ảnh hưởng của động lực học tập đến kết quả học tập trong giáo dục đại học giúp nhà trường xây dựng môi trường học tập tích cực mà ở đó, sinh viên sẽ hình thành cho bản thân sự tự giác, tự tin, cải thiện chiến lược học tập, tăng cường sự chủ động để nâng cao kiến thức cũng như phát triển toàn diện các kỹ năng. Với sứ mệnh đào tạo nguồn nhân lực có chất lượng cao, Trường Đại học Tiền Giang luôn chú trọng xây dựng môi trường học tập "Thiết thực - Hiệu quả - Hài hòa. Bên cạnh từng bước thực hiện đổi mới chương trình đào tạo theo hướng hội nhập để đảm bảo người học có kiến thức và kỹ năng đáp ứng nhu cầu xã hội, nhà trường cũng dành sự quan tâm nhất định đến kết quả học tập của sinh viên và nghiên cứu các giải pháp để giúp sinh viên kiên trì theo đuổi việc học. Theo thống kê từ Phòng Quản lý đào tạo, trong học kỳ 1 năm học 2025-2026, toàn trường có 98 sinh viên bị cảnh báo kết quả học tập (tăng 23 sinh viên so với học kỳ liền kề trước đó). Điều này đặt ra vấn đề cấp thiết đối với những người làm công tác giáo dục tại trường trong việc tìm hiểu nguyên nhân và hỗ trợ sinh viên cải thiện kết quả học tập trong các học kỳ tiếp theo, từ đó giảm nguy cơ sinh viên bị buộc thôi học.

Tại Việt Nam, đã có nhiều nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả học tập của sinh viên. Tuy nhiên, phần lớn các nghiên cứu chỉ tập trung vào mức độ ảnh hưởng của các yếu tố bên ngoài như gia đình, chương trình đào tạo, môi trường học tập, phương pháp giảng dạy của giảng viên,… Nghiên cứu của Cao Thanh Phong (2022) là một trong số ít nghiên cứu chứng minh tác động tích cực của động lực học tập đến kết quả học tập của sinh viên. Nghiên cứu này thể hiện điểm mới khi khám phá sự ảnh hưởng của động lực học tập lên kết quả học tập dưới sự điều tiết của yếu tố công tác sinh viên.

Tính đến thời điểm hiện tại, chưa có nghiên cứu về mối liên hệ giữa động lực học tập và kết quả học tập của sinh viên học tại Trường Đại học Tiền Giang. Nghiên cứu này khảo sát sinh viên năm 3 thuộc chuyên ngành quản trị kinh doanh của trường. Kết quả nghiên cứu là cơ sở để đề xuất các khuyến nghị giúp sinh viên ngành quản trị kinh doanh của Trường định hướng học tập hiệu quả hơn, góp phần phát triển nghề nghiệp tương lai.

2. Cơ sở lý thuyết và giả thuyết

2.1. Lý thuyết thiết lập mục tiêu (Goal-Setting Theory)

Lý thuyết thiết lập mục tiêu (Goal-Setting Theory) được đề xuất bởi Locke, E. A. và Latham, G. P. (1990). Lý thuyết này nhấn mạnh mối quan hệ giữa mục tiêu và hiệu suất. Trong đó, mục tiêu rõ ràng là nguồn chính tạo động lực để cải thiện hiệu suất hay kết quả công việc. Mục tiêu không chỉ định hướng hành động mà còn ảnh hưởng đến động lực nội tại của cá nhân, thúc đẩy cá nhân cố gắng, nỗ lực để đạt được kết quả tốt nhất. Lunenburg, F. C. (2011) đã ủng hộ lý thuyết trên khi cho rằng hiệu suất đạt được khi các mục tiêu cụ thể và đầy thách thức. Hơn nữa, việc đặt mục tiêu là lời giải thích cơ bản cho tất cả các lý thuyết chính về động lực làm việc. Áp dụng trong môi trường giáo dục đại học, lý thuyết này giúp người học đạt kết quả học tập tốt hơn khi có thêm động lực để đạt được những mục tiêu nhất định đã đề ra. Phù hợp với lý thuyết của Locke, E. A. và Latham, G. P. (1990), tác giả cho rằng sinh viên có thể đặt ra một số mục tiêu cụ thể về học bổng, khen thưởng cũng như đạt được các chế độ khác trong công tác sinh viên để tạo động lực học tập, qua đó đạt được kết quả học tập tốt nhất.

2.2. Các khái niệm

Động lực học tập (Learning motivation): Wlodkowski, R. J. (1985) định nghĩa động lực học tập là nguồn lực để khơi dậy, định hướng, duy trì và lựa chọn một hành vi học tập cụ thể. Còn theo Wijaya, O. P. và Bukhori, I. (2017), động lực học tập là sự thay đổi năng lượng của cá nhân được đặc trưng bởi sự xuất hiện của cảm xúc và phản ứng để đạt được mục tiêu. Sự tồn tại của động lực học tập sẽ khiến người học tích cực hơn khi học tập trên lớp, vì vậy dẫn đến kết quả học tập sẽ tốt hơn.

Kết quả học tập (Learning outcomes): Wijaya, O. P. và Bukhori, I. (2017) cho thấy, kết quả học tập là những khuôn mẫu về hành động, giá trị, hiểu biết, thái độ, sự đánh giá và kỹ năng. Kết quả học tập được xem là thước đo xác định mức độ thành công trong học tập của người học. Việc đo lường kết quả học tập cũng là một vấn đề mà nhiều nhà nghiên cứu quan tâm. Sansgiry, S. S. và cộng sự (2006) cho rằng điểm trung bình tích lũy (GPA) là một chỉ số thường được sử dụng để đánh giá kết quả học tập. Trong nghiên cứu này, kết quả học tập sẽ được đo lường bằng việc nhìn nhận, đánh giá của chính bản thân sinh viên về lượng kiến thức, kỹ năng mà họ đạt được trong quá trình học tập; khả năng ứng dụng những điều đã học được để giải quyết các vấn đề thực tiễn của ngành học.

Công tác sinh viên (Student affairs): Theo Châu Thị Ngọc Thùy và Trần Minh Hiếu (2023), công tác sinh viên sẽ bao gồm các nội dung về đánh giá kết quả rèn luyện, chế độ chính sách, học bổng, quản lý hồ sơ sinh viên về thông tin cá nhân, khen thưởng, kỷ luật,… Nghiên cứu này sẽ tập trung vào các khía cạnh về đánh giá rèn luyện và chế độ học bổng vì đây là những nội dung dễ dàng thúc đẩy nỗ lực học tập của sinh viên.

2.3. Phát triển giả thuyết nghiên cứu

Lim, D. H. và Morris, M. L. (2009) thực hiện nghiên cứu sự ảnh hưởng của các yếu tố người học và các yếu tố giảng dạy đến kết quả học tập của sinh viên trong môi trường học tập kết hợp. Kết quả khảo sát 60 sinh viên đang học tại trường đại học Tennessee (phía đông nam của nước Mỹ) cho thấy, có sự tác động của các đặc điểm người học như thông tin nhân khẩu học, phong cách/sở thích học tập và động lực học tập lên kết quả học tập. Wijaya, O. P. và Bukhori, I. (2017) đã thực hiện nghiên cứu ảnh hưởng của động lực học tập, gia đình, trường học và cộng đồng đến kết quả học tập của người học. Với phương pháp lấy mẫu ngẫu nhiên, 86 sinh viên đang học ngành Quản trị văn phòng được khảo sát. Kết quả nghiên cứu cho thấy, động lực học tập không có tác động đáng kể đến kết quả học tập, tuy nhiên động lực học tập, gia đình, nhà trường và cộng đồng lại đồng thời có tác động tích cực và đáng kể đến kết quả học tập. Nghiên cứu của Sinay, H. và cộng sự (2023) khẳng định vai trò ảnh hưởng của động lực lên kết quả học tập không phải là điều mới mẻ và đã là chủ đề thảo luận giữa nhiều chuyên gia giáo dục cũng như nhiều nhà nghiên cứu.

Tại Việt Nam, nghiên cứu của Cao Thanh Phong (2022) về mối quan hệ giữa vốn tâm lý, động lực học tập và kết quả học tập của sinh viên tại Trường Đại học sư phạm kỹ thuật Vĩnh Long đã cho thấy động lực học tập ảnh hưởng cùng chiều đến kết quả học tập. Theo Duy, N.B.P. và cộng sự (2021), đã có nghiên cứu chứng minh động lực học tập là yếu tố duy nhất ảnh hưởng trực tiếp đến thành công học tập của người học, và tất cả các yếu tố khác ảnh hưởng đến thành công đó đều ảnh hưởng đến động lực. Tác giả cho rằng, động lực nội tại sẽ dẫn người học tìm kiếm hoặc chấp nhận những trải nghiệm học tập rõ ràng và phức tạp, điều này mang lại cho họ cơ hội để vượt qua những thử thách, tiếp cận những điều mới mẻ và đạt được kết quả học tập như mong đợi.

Giả thuyết H1: Động lực học tập có ảnh hưởng tích cực, thúc đẩy Kết quả học tập.

Theo Sinay, H. và cộng sự (2023), động lực là yếu tố bên trong không chỉ được kích hoạt bởi chính người học mà cũng bị tác động bởi các yếu tố bên ngoài thường đến từ gia đình và môi trường học đường.

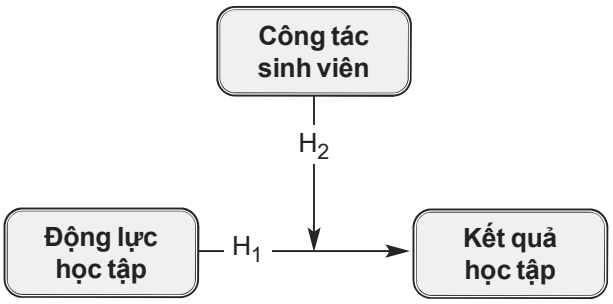
Tại Việt Nam, nghiên cứu của Hoàng Thị Mỹ Nga và Nguyễn Tuấn Kiệt (2016) đã xây dựng mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến động lực học tập của sinh viên kinh tế Trường Đại học Cần Thơ, trong đó có đề cập đến yếu tố công tác sinh viên. Còn nghiên cứu của Cao Thị Cẩm Vân và cộng sự (2020) khẳng định công tác hỗ trợ sinh viên có ảnh hưởng tích cực đến động lực học tập của sinh viên ngành Kế toán - Kiểm toán Trường Đại học Công nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh. Châu Thị Ngọc Thùy và Trần Minh Hiếu (2023) cũng thể hiện kết quả tương tự khi khảo sát 378 sinh viên đang học tại Trường Đại học An Giang. Nghiên cứu cho thấy công tác sinh viên là một trong những yếu tố có tác động cùng chiều đến động lực học tập của sinh viên.

Tác giả cho rằng, bên cạnh những yếu tố về cá nhân sinh viên, cần làm tốt những khía cạnh liên quan đến môi trường học tập, đặc biệt là công tác hỗ trợ sinh viên về học bổng, chế độ chính sách, rèn luyện,… Nếu công tác sinh viên được quan tâm, nghiên cứu một cách kỹ lưỡng và nghiêm túc sẽ thúc đẩy động lực học tập nhiều hơn, từ đó sinh viên sẽ yêu thích những gì học được và đạt kết quả học tập tối đa.

Giả thuyết H2: Công tác sinh viên tăng cường ảnh hưởng tích cực của Động lực học tập lên Kết quả học tập.

Tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như sau: (Hình 1)

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



3. Phương pháp nghiên cứu

Tác giả thiết lập thang đo các yếu tố trong mô hình từ các nghiên cứu trước. Trong đó, thang đo yếu tố "động lực học tập" (ĐLHT) được kế thừa từ nghiên cứu của Duy, N.B.P. và cộng sự (2021); thang đo yếu tố "công tác sinh viên" (CTSV) được kế thừa từ nghiên cứu của Hoàng Thị Mỹ Nga và Nguyễn Tuấn Kiệt (2016); thang đo yếu tố "kết quả học tập" (KQHT) được kế thừa từ nghiên cứu của Nghia, T.L.H. và Duyen, N.T.M. (2019). Chúng tôi thiết kế bảng hỏi nháp. Thông qua thảo luận với 10 sinh viên ngành quản trị kinh doanh năm 3 (khóa 23), tác giả điều chỉnh bảng hỏi phù hợp bối cảnh nghiên cứu tại Trường Đại học Tiền Giang. Cụ thể: CTSV với 4 biến quan sát, ĐLHT với 3 biến quan sát, và KQHT với 3 biến quan sát. Thang đo Likert 5 mức độ được sử dụng để đo lường, từ "1 = rất không đồng ý" đến "5 = rất đồng ý".

Sinh viên đại học năm 3 (khóa 23) chuyên ngành quản trị kinh doanh đang học tại Trường Đại học Tiền Giang được chọn là đối tượng khảo sát trong nghiên cứu. Nguyên nhân chọn đối tượng khảo sát này sinh viên chuẩn bị bước vào kỳ thực tập tốt nghiệp, đây là đối tượng cần phải chú trọng vào việc nâng cao kết quả học tập để đáp ứng tiêu chí thực tập cuối khóa và đạt điều kiện để được xét công nhận tốt nghiệp cũng như đáp ứng các yêu cầu của việc khen thưởng toàn khóa. Với sự hỗ trợ của cố vấn học tập, tác giả khảo sát trực tiếp tại cơ sở học tập. Số phiếu phát ra là 90, thu về 90 (tỷ lệ 100%), trong đó có 28 nam (31,1%) và 62 nữ (68,9%). Tiếp theo, đánh giá sự phù hợp cỡ mẫu theo tỷ lệ số quan sát trên một biến phân tích là 5:1. Với 10 biến quan sát, cỡ mẫu tối thiểu là: 5 x 10 = 50 (thấp hơn 90). Công cụ phân tích là phần mềm SmartPLS.

4. Kết quả nghiên cứu

Bảng 1 cho thấy, các biến ĐLHT, CTSV, và KQHT đều có hệ số tải cao hơn 0,7 (từ 0,662 đến 0,912), độ tin cậy cao hơn 0,8 (từ 0,886 đến 0,913), phương sai trích cao hơn 0,6 (từ 0,662 đến 0,778). Như vậy, các biến đảm bảo độ tin cậy và giá trị hội tụ (Hair và cộng sự, 2019). Bên cạnh đó, các biến đảm bảo sự phân biệt khi các hệ số tương quan đều thấp hơn 0,850 (từ 0,090 đến 0,729). Những chỉ số này cho thấy mô hình đo lường đạt yêu cầu.

Bảng 2 cho thấy ĐLHT tác động tích cực lên KQHT (β = 0,644, t = 9,636), giả thuyết H1 được chấp nhận. CVHT điều tiết tích cực mối quan hệ giữa ĐLHT và KQHT (β = 0,234, t = 3,374), giả thuyết H2 được chấp nhận. Trong khi đó, R2 = 0,730, f2DLHT→HQHT = 1,282, f2CVHT×DLHT→HQHT = 0,197, các chỉ số này đảm bảo mức độ giải thích của mô hình. Ngoài ra, khoảng tin cậy không chứa giá trị 0, mô hình đảm bảo tính vững. Bảng 2 cũng cho thấy, không tồn tại đa cộng tuyến bởi giá trị của hệ số lạm phát phương sai là 1,209 (thấp hơn ngưỡng của 3).

5. Kết luận và hàm ý quản trị

Kết quả nghiên cứu một lần nữa đã khẳng định sự ảnh hưởng tích cực của động lực học tập lên kết quả học tập. Điều này ủng hộ cho các nghiên cứu trước, chẳng hạn như nghiên cứu của Lim, D. H. và

Bảng 1. Đánh giá về giá trị thang đo

Biến	Biến quan sát	Hệ số tải	Độ tin cậy	Phương sai trích	CTSV	DLHT	HQHT
CTSV	CTSV1, CTSV2, CTSV3, CTSV4	0,729-0,868	0,886	0,662			
DLHT	DLHT1, DLHT2, DLHT3	0,873-0,889	0,913	0,778	0,226		
HQHT	HQHT1, HQHT2, HQHT3	0,796-0,911	0,899	0,774	0,729	0,641	

Nguồn: Kết quả phân tích từ phần mềm SmartPLS

Bảng 2. Kiểm định giả thuyết

	Mối quan hệ	B	Giá trị t	Khoảng tin cậy
H_1	DLHT → HQHT	0,644	9,636	0,495:0,760
H_2	CVHT×DLHT → HQHT	0,234	3,374	0,069:0,346
	$f^2_{DLHT \rightarrow HQHT} = 1,282$			
	$f^2_{CVHT \times DLHT \rightarrow HQHT} = 0,197$			
	$R^2 = 0,730$			
	Hệ số lạm phát phương sai lớn nhất = 1,209			

Nguồn: Kết quả phân tích từ phần mềm SmartPLS

Morris, M. L. (2009), Sinay, H. và cộng sự (2023), Cao Thanh Phong (2022). Sinh viên muốn nâng cao kết quả học tập thì cần phải xây dựng kế hoạch học tập phù hợp và có động lực học tập tích cực. Nghiên cứu cũng chứng minh vai trò điều tiết của công tác sinh viên lên sự tác động của động lực học tập đối với kết quả học tập. Đây được xem là điểm mới so với các nghiên cứu trước bởi các nghiên cứu trước đây chỉ tìm hiểu ảnh hưởng trực tiếp của công tác sinh viên lên hiệu quả học tập. Kết quả nghiên cứu là tài liệu để sinh viên ngành quản trị kinh doanh của nhà trường có thêm động lực tích cực trong học tập.

Kết quả này cũng là cơ sở khoa học để Trường Đại học Tiền Giang chú trọng hơn vào việc tạo môi trường học tập tích cực để thúc đẩy động lực học tập của sinh viên, từ đó góp phần hỗ trợ sinh viên đạt kết quả cao trong học tập. Cụ thể, Nhà trường cần quan tâm nhiều hơn vào các giải pháp liên quan đến công tác sinh viên. Đối với khía cạnh rèn luyện, các tiêu chí đánh giá rèn luyện phải kích thích nhiều hơn nữa tinh thần tham gia của sinh viên đối với các hoạt động phong trào, các hội thi, hoạt động tình nguyên, công tác xã hội,… Đối với khía cạnh học bổng, Nhà trường tiếp tục thực hiện cấp phát đầy đủ và kịp

thời, đúng quy định học bổng khuyến khích học tập theo học kỳ. Ngoài ra, nhà trường cần có hướng phát triển các nguồn học bổng ngoài ngân sách, đặc biệt phát triển nguồn quỹ học bổng "Đồng hành cùng sinh viên" để hỗ trợ nhiều hơn nữa những sinh viên vượt khó học tốt. Thêm vào đó, nhà trường cũng cần nghiên cứu các giải pháp đa dạng hóa hình thức khen thưởng đối với sinh viên có thành tích học tập tốt hoặc đạt thành tích trong các hội thi, nghiên cứu khoa học, trong đó, ngoài khen thưởng bằng tiền mặt, giấy khen, có thể tặng các phần thưởng mang giá trị tinh thần như tuyên dương trước lớp hoặc trước khoa, trao tặng sinh viên những suất tham gia khóa học kỹ năng mềm, học ngoại ngữ hoặc tham gia về nguồn,… để sinh viên có thêm nhiều cơ hội rèn luyện bản thân ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Cao Thị Cẩm Vân, Vũ Thị Luyến, Nguyễn Hoàng Thanh (2020). Các nhân tố ảnh hưởng đến động lực học tập của sinh viên chuyên ngành Kế toán - Kiểm toán trường Đại học Công nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh. Tạp chí Khoa học và Công nghệ, Trường Đại học Công nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh, 46(4), 3-20.

Cao Thanh Phong (2022). Mối quan hệ giữa Vốn tâm lý, Động lực học tập và Kết quả học tập của sinh viên: Nghiên cứu thực nghiệm tại trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Vĩnh Long. HCMCOUJS-Kinh tế và Quản trị kinh doanh, 19(3), 66-77.

Châu Thị Ngọc Thùy, Trần Minh Hiếu (2023). Các yếu tố tác động đến động lực học tập của sinh viên Trường Đại học An Giang. Tạp chí Khoa học - Đại học Quảng Nam, số đặc biệt, 168-184.

Cook, D. A., & Artino, A. R. Jr. (2016). Motivation to learn: an overview of contemporary theories. Medical education, 50(10), 997–1014.

Duy, N.B.P., Binh, L.C., Giang, N.T.P. (2021). Factors Affecting Students' Motivation for Learning at the Industrial University of Ho Chi Minh City. In: Arai, K., Kapoor, S., Bhatia, R. (eds), Proceedings of the Future Technologies Conference, Springer, 239-262.

Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M. et al (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. European Business Review, 31(1), 2-24.

Hoàng Thị Mỹ Nga và Nguyễn Tuấn Kiệt (2016). Phân tích các nhân tố tác động đến động lực học tập của sinh viên kinh tế Trường Đại học Cần Thơ. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ, 46(2016), 107-115

Lim, D. H., & Morris, M. L. (2009). Learner and instructional factors influencing learner outcomes within a blended learning environment. Educational Technology & Society, 12(4), 282–293.

Locke, E. A., & Latham, G. P. (1990). A theory of goal setting and task performance. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Lunenburg, F. C. (2011). Goal-Setting Theory of Motivation. International Journal of Management, Business, and Administration, 15(1), 1-6.

Nghia, T.L.H. và Duyen, N.T.M. (2019). Developing and validating a scale for evaluating internship-related learning outcomes. Higher Education, 77(1), 1–18.

Sansgiry, S. S., Bhosle, M., & Sail, K. (2006). Factors that affect academic performance among pharmacy students. American Journal of Pharmaceutical Education, 70(5), 1-9.

Sinay, H., Wenno, I., Pulu, S., et al (2023). Factors Affect Students' Science Learning Outcomes. International Journal of Education, Information Technology, and Others, 6(2), 245-260

Wijaya, O. P., & Bukhori, I. (2017). Effect of Learning Motivation, Family Factor, School Factor, and Community Factor on Student Learning Outcomes on Productive Subjects. Jurnal Pendidikan Bisnis dan Manajemen, 3(3),192-202.

Wlodkowski, R. J. (1985). Enhancing adult motivation to learn, San Francisco: Jossey – Bass

Ngày nhận bài: 18/3/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 30/3/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 15/4/2026

SOLUTIONS FOR ENHANCING THE EFFECT OF LEARNING MOTIVATION ON THE ACADEMIC PERFORMANCE OF BUSINESS ADMINISTRATION STUDENTS AT TIEN GIANG UNIVERSITY

● Master. **LE HOANG VAN TRANG**[1*]
● Master. **VO VAN HIEN**[1]
[1]Tien Giang University
*Corresponding author: lehoangvantrang@tgu.edu.vn

ABSTRACT:

This study examines the influence of learning motivation on the academic performance of business administration students at Tien Giang University, with particular attention to the moderating role of student affairs. A quantitative research design was employed, and data were collected through direct surveys of 90 third-year business administration students from Cohort 23 at Tien Giang University. The data were analyzed using SmartPLS software. The findings indicate that learning motivation has a positive effect on academic performance, contributing to improved student outcomes. Notably, student affairs is found to play a moderating role by supporting and strengthening the relationship between learning motivation and academic performance. The study also discusses managerial implications for enhancing learning motivation and improving academic achievement among business administration students.

Keywords: learning motivation, learning outcomes, student affairs, Goal-setting Theory.

YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG Ý ĐỊNH DÙNG AI CHATBOT TRONG MUA SẮM THỜI TRANG TRỰC TUYẾN CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

● **HUỲNH KHÁNH AN[1]* - NGUYỄN NGỌC THÙY DƯƠNG[1] - PHẠM THỊ THÚY QUYÊN[1] - NGUYỄN TRÍ THÔNG[1]**

[1]Trường Đại học Công Thương Thành phố Hồ Chí Minh

*Email: huynhkhanhan271221@gmail.com

TÓM TẮT:

Bài viết nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng AI Chatbottrong mua sắm thời trang trực tuyến của người tiêu dùng tại TP. Hồ Chí Minh. Dữ liệu thu thập từ 309 người tiêu dùng có trải nghiệm sử dụng AI Chatbottrong quá trình mua sắm thời trang trực tuyến tại TP. Hồ Chí Minh. Kết quả cho thấy các yếu tố: tính hữu ích, tính dễ sử dụng, độ tin cậy, trải nghiệm người dùng, thái độ có ảnh hưởng đến ý định sử dụng, thái độ là yếu tố tác động trực tiếp và mạnh nhất, các yếu tố khác ảnh hưởng gián tiếp thông qua thái độ.

Từ khóa: AI Chatbot, ý định sử dụng, mua sắm thời trang trực tuyến, người tiêu dùng.

1. Đặt vấn đề

Trong thời đại công nghệ phát triển mạnh mẽ, Chatbot ngày càng được ứng dụng rộng rãi trong thương mại điện tử nhằm nâng cao trải nghiệm và tương tác với khách hàng. Theo Soni và Jain (2025), AI Chatbot giúp tăng mức độ tương tác, sự hài lòng và tỷ lệ chuyển đổi mua hàng. Bên cạnh đó, theo Grand View Research (2024) thị trường Chatbot toàn cầu dự kiến đạt 27,29 tỷ USD vào năm 2030 với tốc độ tăng trưởng 23,3%, cho thấy vai trò ngày càng quan trọng của công nghệ này. Tại Việt Nam, theo Bộ Công Thương (2024), việc ứng dụng Chatbot trong chăm sóc khách hàng đang trở thành xu hướng tất yếu của các doanh nghiệp thương mại điện tử, đặc biệt tại TP. Hồ Chí Minh.

Tuy nhiên, các nghiên cứu trong nước về các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng AI Chatbot vẫn còn hạn chế, chưa phản ánh đầy đủ hành vi người tiêu dùng trong bối cảnh nội địa. Do đó, nghiên cứu này được thực hiện nhằm phân tích các yếu tố tác động đến ý định sử dụng AI Chatbot trong mua sắm thời trang trực tuyến của người tiêu dùng tại TP. Hồ Chí Minh, từ đó đề xuất giải pháp giúp doanh nghiệp nâng cao hiệu quả ứng dụng công nghệ này.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Tổng quan các nghiên cứu về AI Chatbot trong mua sắm trực tuyến

Các nghiên cứu trước đây cho thấy, nhiều yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng AI Chatbot trong mua sắm trực tuyến. Mahiah Said và cộng sự chỉ ra tính hữu ích, tính dễ sử dụng và thái độ có tác động trực tiếp đến ý định sử dụng. Trong khi đó, Xiaoyi Zhang và cộng sự nhấn mạnh vai trò của độ tin cậy trong việc hình thành niềm tin, từ đó ảnh hưởng đến ý định chấp nhận.

Bên cạnh đó, Aulia Ramadhani và cộng sự cho thấy, các yếu tố như cá nhân hóa, hiện diện xã hội và tính nhân văn góp phần nâng cao sự hài lòng và ý định mua hàng. Tương tự, Ivana Ester Claudia và cộng sự khẳng định chất lượng hệ thống, thông tin và dịch vụ ảnh hưởng đến sự hài lòng và ý định tiếp tục sử dụng.

Tại Việt Nam, Lê Xuân Cù (2023) cho thấy, tính thông minh và độ tin cậy ảnh hưởng tích cực đến ý định sử dụng Chatbot. Đồng thời, Nguyễn Viết Bằng và cộng sự khẳng định thái độ và niềm tin đóng vai trò trung gian quan trọng.

Các nghiên cứu thống nhất ý định sử dụng AI Chatbot chịu tác động bởi nhiều yếu tố, trong đó thái độ giữ vai trò trung tâm trong việc hình thành ý định hành vi. Trên cơ sở đó, nhóm tác giả kế thừa và lựa chọn các yếu tố phù hợp để xây dựng mô hình nghiên cứu về ý định sử dụng AI Chatbot trong mua sắm thời trang trực tuyến.

2.2. Các khái niệm và mô hình nghiên cứu

2.2.1. Các khái niệm

Dựa trên nền tảng lý thuyết, nhóm tác giả tổng hợp các yếu tố chính ảnh hưởng đến ý định sử dụng AI Chatbot trong mua sắm thời trang trực tuyến bao gồm: (1) Trải nghiệm tương tác (EXP - H1, H2), (2) Sự tin tưởng (TRU - H3, H4), (3) Tính dễ sử dụng (PEOU - H5); (4) Tính hữu ích (PU - H6, H7), (5) Chuẩn chủ quan (SN - H8, H11), (6) Nhận thức kiểm soát hành vi (PBC - H10, H12), và (7) Thái độ đối với việc sử dụng AI Chatbot (ATT - H9).

Trải nghiệm tương tác

Trải nghiệm tương tác phản ánh mức độ thuận tiện, tự nhiên và hiệu quả khi người dùng tương tác với AI Chatbot, bao gồm các yếu tố như tốc độ phản hồi, độ chính xác và giao diện. Các nghiên cứu của Gnewuch et al. (2022) và BMC Psychology (2024) cho thấy trải nghiệm tương tác có ảnh hưởng tích cực đến cả thái độ và ý định sử dụng Chatbot.

Sự tin tưởng

Sự tin tưởng thể hiện mức độ người dùng tin vào độ chính xác, bảo mật và minh bạch của Chatbot. Theo McLean, Osei-Frimpong (2019) và Gefen et al. (2003), sự tin tưởng đóng vai trò quan trọng trong việc hình thành thái độ tích cực và thúc đẩy ý định sử dụng hệ thống trực tuyến.

Tính dễ sử dụng

Tính dễ sử dụng là mức độ người dùng cảm thấy việc sử dụng Chatbot không đòi hỏi nhiều nỗ lực (Davis et al, 1989). Yoon và Kim (2007) cho rằng yếu tố này giúp giảm rào cản sử dụng và góp phần hình thành thái độ tích cực đối với công nghệ.

Tính hữu ích

Tính hữu ích phản ánh mức độ Chatbot giúp nâng cao hiệu quả và chất lượng mua sắm. Davis (1989) và Venkatesh & Davis (2000) khẳng định đây là yếu tố cốt lõi ảnh hưởng đến thái độ và ý định sử dụng công nghệ.

Chuẩn chủ quan

Chuẩn chủ quan phản ánh ảnh hưởng của xã hội đến hành vi người dùng (Ajzen, 1991). Nghiên cứu của Osei-Frimpong et al. (2019) cho thấy yếu tố này có tác động tích cực đến ý định sử dụng AI Chatbot.

Nhận thức kiểm soát hành vi

Nhận thức kiểm soát hành vi thể hiện mức độ người dùng cảm thấy có đủ khả năng và nguồn lực để sử dụng Chatbot. Theo Ajzen (1991) và Taylor & Todd (1995), yếu tố này ảnh hưởng đến cả thái độ và ý định hành vi.

Thái độ đối với việc sử dụng AI Chatbot

Thái độ phản ánh mức độ đánh giá tích cực hay tiêu cực của người dùng đối với Chatbot. Theo Ajzen (1991), thái độ là yếu tố trực tiếp quyết định ý định hành vi trong mô hình TPB.

2.2.2. Mô hình nghiên cứu

Dựa vào các khái niệm nêu trên, nghiên cứu kết hợp Mô hình Chấp nhận Công nghệ (TAM) và Thuyết Hành vi có kế hoạch (TPB) để xây dựng mô hình nghiên cứu và các giả thuyết như sau: (Hình 1)

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sơ bộ được tiến hành với khoảng 50 người tiêu dùng thông qua biểu mẫu Google Form. Kết quả thu được giúp kiểm tra độ rõ ràng của câu hỏi, phát

hiện và điều chỉnh các biến quan sát chưa phù hợp, từ đó hoàn thiện bảng câu hỏi cho nghiên cứu chính thức.

Nghiên cứu chính thức: Dữ liệu thu thập qua bảng câu hỏi khảo sát người tiêu dùng từ 18 - 30 tuổi tại TP. Hồ Chí Minh có trải nghiệm dùng AI Chatbot khi mua sắm thời trang trực tuyến. Dữ liệu xử lý bằng IBM SPSS 26, SmartPLS 23 qua các bước: Thống kê mô tả; kiểm định Cronbach's Alpha; phân tích nhân tố khám phá (EFA); phân tích hồi quy kiểm định mối quan hệ giữa các biến; kiểm định Independent Sample T-Test và One-way ANOVA. Kết quả giúp kiểm định giả thuyết, xác định mức độ và hưởng tác động của từng yếu tố đến ý định sử dụng Chatbot AI trong mua sắm thời trang trực tuyến tại TP. Hồ Chí Minh.

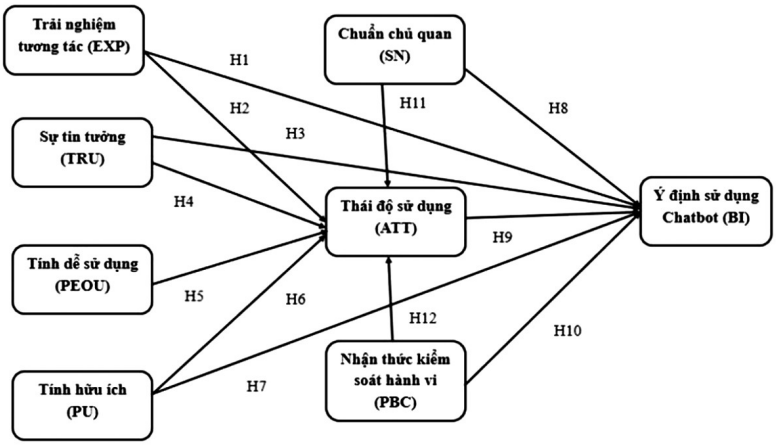
Dữ liệu thu thập từ ngày 23/01/2025 - 02/03/2026. Sau khi làm sạch và loại bỏ phiếu không hợp lệ, mẫu nghiên cứu chính thức đạt N = 309.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Thống kê mô tả mẫu khảo sát

Tổng cộng 309 bảng khảo sát hợp lệ được sử dụng. Kết quả cho thấy, nữ chiếm 68,6%, phần lớn thuộc nhóm tuổi 18-30 - nhóm am hiểu công nghệ và mua sắm trực tuyến. 100% đáp viên sinh sống tại TP. Hồ Chí Minh; đa số đã từng mua sắm thời trang online và sử dụng AI Chatbot. Tần suất mua sắm khá cao với 42,7% thường xuyên và 36,9% thỉnh thoảng. Học sinh - sinh viên chiếm 64,7%, tiếp theo là nhân viên văn phòng (21%). Tuy nhiên, do lấy mẫu thuận tiện, kết quả có thể chưa đại diện hoàn toàn cho tổng thể. (Bảng 1)

Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: nhóm tác giả đề xuất

Bảng 1. Thông tin mẫu khảo sát

Đặc điểm mẫu (n = 309)		Tần số	Tỷ lệ (%)
Tổng số mẫu		***309***	***100***
Giới tính	Nam	97	31,4%
	Nữ	212	68,6%
Độ tuổi	18-30 tuổi	309	100%
	Trên 31	0	0%
Nơi ở hiện nay	TP. HCM	309	100%
	Khác	0	0%
Đã từng mua sắm thời trang trực tuyến	Có	309	100%
	Chưa	0	0%
Đã từng tương tác với AI Chatbot	Có	309	100%
	Chưa	0	0%
Tần xuất mua sắm thời trang trực tuyến	Hiếm khi	33	10,7%
	Thỉnh thoảng	114	36,9%
	Thường xuyên	132	42,7%
	Rất thường xuyên	30	9,7%
Nghề nghiệp	Học sinh/sinh viên	200	64,7%
	Nhân viên văn phòng	65	21%
	Khác	44	14,2%

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu SPSS 26

4.2. Phân tích độ tin cậy Cronbach's Alpha

Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha cho thấy các thang đo đều đạt độ tin cậy với giá trị từ 0,659 đến 0,791, chứng tỏ các biến quan sát có sự nhất quán và phản ánh tốt các khái niệm nghiên cứu. Các thang đo như PEOU, SN, EXP, TRU và ATT có độ tin cậy cao, trong khi BI và PBC đạt mức tốt. Riêng PU (0,659) thấp hơn nhưng vẫn chấp nhận được trong nghiên cứu khám phá, cho thấy mức độ đồng nhất chưa cao. Nhìn chung, các thang đo đảm bảo độ tin cậy và đủ điều kiện để tiếp tục phân tích EFA.

4.3. Kết quả phân tích mô hình cấu trúc và kiểm định các giả thuyết nghiên cứu

Kết quả SEM cho thấy, thái độ (ATT) là yếu tố ảnh hưởng mạnh nhất đến ý định sử dụng (BI) (β=0,286; p<0,001), giữ vai trò trung tâm. PEOU, PBC, EXP, SN và TRU đều tác động tích cực đến ATT (p<0,05). Ngoài ATT, TRU, PBC và SN cũng ảnh hưởng trực tiếp đến BI, trong đó TRU đứng thứ hai về mức độ tác động. Ngược lại, EXP → BI và PU → ATT/BI không có ý nghĩa thống kê, cho thấy chúng chủ yếu ảnh hưởng gián tiếp thông qua thái độ.

Bảng 2. Phân tích độ tin cậy Cronbach's Alpha

STT	Yếu tố	Số biến quan sát	Cronbach's Alpha
1	TRU	4	0,781
2	EXP	4	0,784
3	PEOU	4	0,791
4	PU	4	0,659
5	ATT	4	0,779
6	SN	4	0,790
7	PBC	4	0,730
8	BI	4	0,759

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu SPSS 26

4.4. Mô hình cấu trúc (PLS-SEM)

Mô hình PLS-SEM với các biến EXP, TRU, SN, PEOU, PU, PBC, ATT và BI cho thấy các thang đo đạt độ tin cậy và giá trị hội tụ (factor loading từ 0,753-0,855). Hệ số xác định đạt $R^2 = 0,714$ (ATT) và $R^2 = 0,647$ (BI), cho thấy mô hình giải thích tốt

Bảng 3. Kết quả phân tích mô hình cấu trúc và kiểm định các giả thuyết nghiên cứu

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (|O/STDEV|)	P Values
ATT → BI	0,286	0,285	0,067	4,300	0,000
EXP → ATT	0,187	0,189	0,059	3,150	0,002
EXP → BI	0,053	0,057	0,071	0,749	0,454
PBC → ATT	0,241	0,235	0,063	3,842	0,000
PBC → BI	0,176	0,175	0,066	2,683	0,007
PEOU → ATT	0,269	0,270	0,059	4,557	0,000
PU → ATT	0,055	0,054	0,044	1,256	0,209
PU → BI	0,057	0,057	0,044	1,279	0,201
SN → ATT	0,130	0,129	0,046	2,827	0,005
SN → BI	0,128	0,126	0,062	2,056	0,040
TRU → ATT	0,130	0,132	0,056	2,326	0,020
TRU → BI	0,247	0,246	0,066	3,718	0,000

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu từ SnartPLS 23

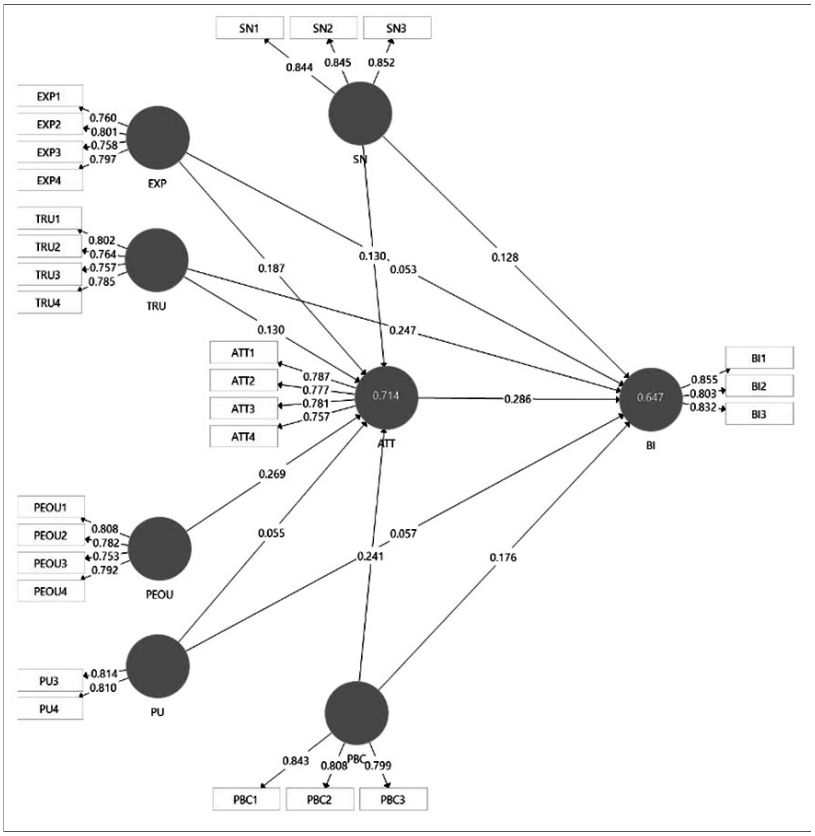
thái độ và ý định sử dụng. Kết quả cho thấy, PEOU, PBC, EXP, SN và TRU đều ảnh hưởng tích cực đến thái độ, trong đó PEOU và PBC có tác động mạnh hơn, còn PU có ảnh hưởng yếu. Đối với ý định sử dụng, ATT là yếu tố quan trọng nhất, tiếp theo là TRU, PBC và SN, trong khi EXP có tác động không đáng kể.

5. Kết quả nghiên cứu

5.1. Các kết quả nghiên cứu chính

Nghiên cứu đã xác định và kiểm định các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng Chatbot trí tuệ nhân tạo (AI) trong mua sắm thời trang trực tuyến của người tiêu dùng tại TP. Hồ Chí Minh dựa trên sự kết hợp giữa mô hình TAM và TPB. Kết quả cho thấy mô hình có khả năng giải thích tốt hành vi người dùng, trong đó thái độ đối với Chatbot là yếu tố tác động mạnh nhất đến ý định sử dụng, tiếp theo là sự tin tưởng, nhận thức kiểm soát hành vi và chuẩn chủ quan.

Hình 2. Mô hình cấu trúc (PLS-SEM)



Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu từ SmartPLS 23

Ngoài ra, các yếu tố như tính dễ sử dụng, trải nghiệm tương tác và yếu tố xã hội đều góp phần hình thành thái độ tích cực của người dùng đối với Chatbot. Kết quả này khẳng định việc chấp nhận và sử dụng AI Chatbot không chỉ phụ thuộc vào đặc điểm công nghệ mà còn chịu ảnh hưởng đáng kể từ yếu tố tâm lý và môi trường xã hội. Nghiên cứu góp phần bổ sung bằng chứng thực nghiệm cho các lý thuyết về chấp nhận công nghệ trong bối cảnh thương mại điện tử tại Việt Nam.

5.2. Các gợi ý để cải thiện hiệu quả ứng dụng AI Chatbot trong kinh doanh

Doanh nghiệp cần tập trung nâng cao thái độ tích cực của người dùng thông qua việc cải thiện trải nghiệm sử dụng AI Chatbot. Việc tích hợp các tính năng cá nhân hóa, tư vấn sản phẩm thông minh và phản hồi nhanh chóng sẽ giúp gia tăng giá trị cảm nhận và thúc đẩy ý định sử dụng.

Cần tăng cường mức độ tin tưởng của người tiêu dùng bằng cách đảm bảo tính chính xác của thông tin, minh bạch trong chính sách và bảo mật dữ liệu cá nhân. Niềm tin là yếu tố then chốt ảnh hưởng trực tiếp đến hành vi sử dụng trong môi trường thương mại điện tử.

Doanh nghiệp nên thiết kế AI Chatbot theo hướng đơn giản, dễ sử dụng và thân thiện với người dùng. Giao diện rõ ràng, ngôn ngữ tự nhiên và các hướng dẫn trực quan sẽ giúp người dùng dễ dàng tương tác và giảm rào cản công nghệ.

Cần nâng cao nhận thức kiểm soát hành vi bằng cách hỗ trợ người dùng trong quá trình sử dụng, chẳng hạn như cung cấp hướng dẫn, tùy chọn hỗ trợ từ nhân viên và tích hợp AI Chatbot trên nhiều nền tảng để tăng khả năng tiếp cận.

Doanh nghiệp nên tận dụng yếu tố ảnh hưởng xã hội thông qua truyền thông và marketing, khuyến khích người dùng chia sẻ trải nghiệm tích cực nhằm lan tỏa việc sử dụng AI Chatbot trong cộng đồng ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Bộ Công Thương (2024). Tác động của trí tuệ nhân tạo đến thương mại điện tử. Truy cập tại https://moit.gov.vn/tin-tuc/chuyen-doi-so/tac-dong-cua-tri-tue-nhan-tao-den-thuong-mai-dien-tu.html.

Dương Thị Hải Phương (2012). Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua sắm trực tuyến của khách hàng trên địa bàn thành phố Huế. Tạp chí Khoa học - Đại học Huế.

Hà Ngọc Thắng (2016). Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng Việt Nam: Nghiên cứu mở rộng thuyết hành vi có hoạch định. VNU Tạp chí Kinh tế và Kinh doanh.

Huỳnh Tâm Hưng và Nguyễn Ngọc Hiền (2025). Nghiên cứu ý định sử dụng của người tiêu dùng đối với nền tảng thương mại điện tử có tích hợp trí tuệ nhân tạo (AI). Tạp chí Khoa học và Công nghệ - Đại học Công nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh.

Lê Văn Chiến, Nguyễn Hồng Quân, Dương Thị Hoài Nhung (2025). Ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ hỗ trợ bởi trí tuệ nhân tạo đến ý định mua hàng lặp lại của khách hàng trên sàn thương mại điện tử tại Việt Nam. Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á, 36(4),106-122.

Lê Xuân Cù (2023). Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng Chatbot của khách hàng: Góc nhìn tại Việt Nam. Tạp chí Khoa học Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh - Kinh tế và quản trị kinh doanh.

Mai Hoàng Thịnh (2023). Xu hướng hành vi mua hàng trực tuyến của người tiêu dùng Việt Nam. Truy cập tại https://tapchicongthuong.vn/xu-huong-hanh-vi-mua-hang-truc-tuyen-cua-nguoi-tieu-dung-viet-nam-104014.htm.

Phạm Văn Tuấn (2020). Tác động của truyền miệng điện tử đến ý định mua hàng của người tiêu dùng trên nền tảng thương mại trực tuyến tại thị trường Việt Nam. Tạp chí Khoa học Thương mại, số 141.

Ajzen I. (1991). The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes.

Aulia Ramadhani, Putu Wuri Handayani, Ave Adriana Pinem, Puspita Kencana Sari (2023). The Influence of Conversation Skills on Chatbot on Purchase Behavior in E-Commerce. Jurnal Manajemen Indonesia.

Battineni G., Chintalapudi N., & Amenta F. (2020). AI Chatbot Design during an Epidemic like the Novel Coronavirus. Healthcare.

Cihan Becan, Burak Ceber (2025). How technology readiness influences behavioral and purchasing intention: serial multiple mediating role of attitude toward AI and AI-driven consumer chatbot experience. Digital Transformation and Society.

Davis F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. MIS Quarterly, 13(3), 319-340.

Dr. Suyash Kamal Soni, Dr. Sumit Jain (2025). AI Chatbots and Their Impact on B2C Consumer Experience and Engagement. International Journal of Advanced Research and Multidisciplinary Trends (IJARMT).

Grand View Research (2024). Chatbot Market (2025 - 2030). Available at https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/chatbot-market.

Guo Lei, Cai Yuanfeng (2024). An analysis of the Impact of Text-based AI Chatbot on Consumer Purchase Intentions in Online Shopping Platforms. International Journal of Sociologies and Anthropologies Science Reviews.

Icek Ajzen (1991). The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes.

Ivana Ester Claudia, Syti Sarah Maesaroh, Muhammad Rizki Nugraha (2025). Impact of AI-Powered Chatbot Choki on Shopee Users' Continuance Intention. Journal of Business and Information Systems.

Javadi M. H. M., Dolatabadi H. R., Nourbakhsh M., Poursaeedi A., & Asadollahi A. R. (2012). An analysis of factors affecting on online shopping behavior of consumers. International journal of marketing studies.

Mahiah Said, T. Ramayah, Shahad Mohammed Radhi Al Salihi (2022). Modelling Chatbots Adoption for Online Shopping Amidst the Covid-19 Pandemic. Global Business and Management Research: An International Journal.

Venkatesh V. & Davis F. D. (2000). A theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. Management Science.

Venkatesh V., & Bala H. (2008). Technology acceptance model 3 and a research agenda on interventions. Decision Sciences.

Venkatesh V., Morris M. G., Davis G. B., & Davis F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. MIS Quarterly, 27(3), 425-478.

Viswanath Venkatesh, Hillol Bala (2008). Technology Acceptance Model 3 and a Research Agenda on Interventions.

Xiaoyi Zhang, Angelina Lilac Chen, Xinyang Piao, Manning Yu, Yakang Zhang, Lihao Zhang (2024). Is AI chatbot recommendation convincing customer? An analytical response based on the elaboration likelihood model. Acta Psychologica.

Ngày nhận bài: 5/3/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 20/3/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 12/4/2026

FACTORS INFLUENCING CONSUMERS' INTENTION TO USE AI CHATBOTS IN ONLINE FASHION SHOPPING IN HO CHI MINH CITY

● **HUYNH KHANH AN[1]***
● **NGUYEN NGOC THUY DUONG[1]**
● **PHAM THI THUY QUYEN[1]**
● **NGUYEN TRI THONG[1]**
[1]Ho Chi Minh City University of Industry and Trade
*Email: huynhkhanhan271221@gmail.com

ABSTRACT:

This study examines the factors influencing consumers' intention to use AI chatbots in online fashion shopping in Ho Chi Minh City. Data were collected from 309 consumers who had prior experience using AI chatbots when purchasing fashion products online in the city. The findings indicate that perceived usefulness, perceived ease of use, reliability, user experience, and attitude significantly influence consumers' intention to use AI chatbots. Among these factors, attitude is identified as the most direct and strongest determinant, while the remaining factors exert indirect effects through attitude.

Keywords: AI Chatbot, behavioral intention, online fashion shopping, consumers.

QUẢN TRỊ PHỤ PHẨM TRONG CHẾ BIẾN CÁ TRA: HÀM Ý GIẢM THẤT THOÁT GIÁ TRỊ TRONG CHUỖI SẢN XUẤT

● **LÊ THỊ NGỌC TIỀN[1] - TỐNG YÊN ĐAN[2] - NGUYỄN VĂN KIỀN[3,4] - TRỊNH THỊ LAN[1] - NGUYỄN HỮU YẾN NHI[1] - NGUYỄN THỊ THÚY HẰNG[1] - TRẦN VĂN HIẾU[1] - NGUYỄN MINH ĐĂNG[1] - NGUYỄN THỊ TIỂU LOAN[1] - LÊ THÁI MỘNG HUYỀN[1] - VÕ VĂN ỐC[1] - PHAN VĂN ĐẠI[1] - PHẠM TRẦN LAN PHƯƠNG[1] - ĐẶNG NGUYỄN PHƯƠNG LINH[4]**

[1]Trường Đại học An Giang, An Giang, Việt Nam
Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

[2]Khoa Kế toán, Phân tích dữ liệu, Kinh tế và Tài chính,
Trường Kinh doanh La Trobe, Đại học La Trobe, Australia

[3]Trường Khoa học Môi trường và Nông thôn,
Đại học New England, New South Wales (NSW), Úc

[4]Viện Nghiên cứu Chính sách Y tế và Nông nghiệp (HAPRI),
Trường Kinh tế, Luật và Quản lý Nhà nước,
Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

TÓM TẮT:

Nghiên cứu phân tích quản trị phụ phẩm trong chế biến cá tra nhằm làm rõ khả năng giảm thất thoát giá trị trong chuỗi sản xuất. Từ dữ liệu mô tả tại 9 nhà máy, nghiên cứu nhận diện 6 nhóm phụ phẩm chính và cho thấy được xử lý theo nhiều nấc thang giá trị, từ bán thô đến chế biến sâu thành dầu cá, bột cá, thức ăn chăn nuôi, snack da cá, chả cá, collagen và gelatin. Kết quả cho thấy, mức thất thoát phụ thuộc lớn vào hình thức xử lý; bán thô gây thất thoát cao hơn, trong khi tận dụng nội bộ và chế biến sâu giúp giảm thất thoát, tăng giá trị và thúc đẩy kinh tế tuần hoàn.

Từ khóa: cá tra, phụ phẩm, thất thoát giá trị, kinh tế tuần hoàn, chuỗi giá trị.

1. Đặt vấn đề

Cá tra là một trong những ngành hàng thủy sản xuất khẩu chủ lực của Việt Nam, đặc biệt tập trung tại Đồng bằng sông Cửu Long, nơi ngành này có vai trò quan trọng đối với tăng trưởng kinh tế, an ninh lương thực và sinh kế địa phương (World Bank, 2020). Từ đầu những năm 2000, cá tra phát triển mạnh theo định hướng xuất khẩu và nhanh chóng

trở thành ngành đóng góp lớn cho kim ngạch thủy sản quốc gia. Việt Nam hiện sản xuất khoảng 1,61 triệu tấn cá tra mỗi năm, xuất khẩu tới hơn 130 quốc gia và chiếm tỷ trọng rất lớn trong thị trường cá da trơn toàn cầu (Jolly, 2020; Nguyen, 2023). Những số liệu này cho thấy, cá tra không chỉ là sản phẩm nông thủy sản chiến lược mà còn là mắt xích quan trọng trong chuỗi cung ứng thực phẩm và thương mại quốc tế của Việt Nam.

Sản phẩm phi lê là mặt hàng chủ lực có giá trị kinh tế cao trong xuất khẩu cá tra. Tuy nhiên, quá trình phi lê và chế biến cá tra cũng làm phát sinh một tỷ lệ phụ phẩm lớn, bao gồm da cá, mỡ cá, đầu, xương, đuôi, nội tạng, thịt vụn và máu cá. Nếu các dòng phụ phẩm này không được thu hồi và sử dụng hợp lý, không chỉ làm gia tăng thất thoát vật chất mà còn kéo theo thất thoát giá trị kinh tế và chi phí xử lý môi trường cho nhà máy. Ngược lại, nếu được quản trị phù hợp, phụ phẩm có thể trở thành nguồn nguyên liệu đầu vào cho các sản phẩm có giá trị gia tăng như dầu cá, bột cá, thức ăn chăn nuôi, snack da cá, collagen và gelatin.

Thực tế cho thấy, các nhà máy chế biến cá tra hiện đang áp dụng nhiều hình thức xử lý phụ phẩm khác nhau, từ bán xô cho đơn vị bên ngoài, bán cho công ty phụ phẩm, tận dụng nội bộ đến chế biến sâu thành sản phẩm giá trị gia tăng. Mỗi phương án phản ánh mức độ đầu tư công nghệ, năng lực tổ chức thu gom - phân loại và chiến lược thị trường khác nhau, đồng thời dẫn đến mức độ thu hồi giá trị khác nhau. Trong đó, các hình thức bán thô thường gắn với thất thoát giá trị (value loss) cao hơn, trong khi chế biến sâu có khả năng làm giảm thất thoát, thậm chí tạo gia tăng giá trị (value gain).

Vì vậy, việc phân tích cách thức quản trị và xử lý phụ phẩm trong chế biến cá tra có ý nghĩa quan trọng cả về mặt kinh tế và môi trường. Do đó, bài nghiên cứu nhằm nhận diện các nhóm phụ phẩm chính, mô tả các hình thức xử lý đang được áp dụng tại nhà máy và phân tích hàm ý giá trị của từng phương án xử lý để làm rõ mối liên hệ giữa quản trị phụ phẩm và mức độ thất thoát trong chuỗi chế biến cá tra.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Khái niệm phụ phẩm và phụ phẩm thủy sản trong chế biến cá tra

Trong nghiên cứu về chế biến thủy sản, phụ phẩm không còn được nhìn nhận đơn thuần như phần còn lại không có giá trị của quá trình sản xuất, mà ngày càng được xem là nguồn tài nguyên thứ cấp có khả năng tiếp tục tạo ra giá trị kinh tế, dinh dưỡng và sinh học. Nhiều tổng quan gần đây cho thấy các dòng phụ phẩm từ cá như da, xương, đầu, nội tạng, mỡ và máu cá chứa hàm lượng đáng kể protein, lipid, collagen, enzyme và các hợp chất hoạt tính sinh học; vì vậy, chúng có thể trở thành nguyên liệu đầu vào cho sản phẩm thực phẩm, thức ăn chăn nuôi, dầu cá, gelatin, collagen và các sản phẩm chức năng nếu được thu hồi và xử lý phù hợp. Theo cách tiếp cận này, phụ phẩm nên được hiểu như các dòng vật chất phát sinh song song với sản phẩm chính, có thể được tái sử dụng, tái chế hoặc chế biến sâu thay vì bị loại bỏ như chất thải. Coppola et al. (2021) nhấn mạnh, phụ phẩm thủy sản là nguồn hợp chất có giá trị thương mại cao và có thể đóng góp vào chiến lược phát triển kinh tế sinh học tuần hoàn; lập luận này cũng được Khawari et al. (2026) củng cố khi phân tích khả năng gia tăng giá trị phụ phẩm cá thông qua thu hồi enzyme và sản xuất dịch thủy phân protein cá có tính năng cao.

2.2. Kinh tế tuần hoàn và gia tăng giá trị phụ phẩm trong chế biến thủy sản

Kinh tế tuần hoàn cung cấp khung lý thuyết quan trọng để giải thích vì sao phụ phẩm cá tra cần được quản trị như một nguồn lực có thể quay trở lại chuỗi sản xuất thay vì bị loại bỏ sau khi tạo ra sản phẩm phi lê. Theo logic của kinh tế tuần hoàn, giá trị của tài nguyên cần được duy trì lâu nhất có thể thông qua các hoạt động thu hồi, tái sử dụng, tái chế và chế biến sâu. Trong ngành thủy sản, điều này đồng nghĩa với việc các dòng phụ phẩm như da cá, mỡ cá, thịt vụn, đầu, xương, nội tạng hay máu cá có thể được chuyển hóa thành các sản phẩm trung gian hoặc sản phẩm cuối cùng có giá trị cao hơn, qua đó vừa giảm áp lực môi trường, vừa gia tăng hiệu quả kinh tế. Theo Coppola et al. (2021), việc khai thác phần vật chất chưa được sử dụng từ chế biến cá là một chiến lược cốt lõi của

kinh tế sinh học tuần hoàn, trong khi Khawari et al. (2026) cho thấy phụ phẩm cá có thể được gia tăng giá trị theo hướng tích hợp, chẳng hạn như thu hồi enzyme protease nội sinh và sản xuất dịch thủy phân protein cá phục vụ cho ngành thực phẩm, dược phẩm và thức ăn thủy sản. Từ góc độ này, các phương án như chế biến da cá thành snack hoặc collagen, gelatin; tận dụng thịt vụn làm chả cá hay cá viên; hoặc chuyển mỡ cá sang tinh luyện dầu không chỉ là giải pháp kỹ thuật mà còn phản ánh mức độ tham gia của doanh nghiệp vào mô hình sản xuất tuần hoàn.

2.3. Tổn thất thực phẩm, thất thoát vật chất và thất thoát giá trị

Khung phân tích về tổn thất thực phẩm giúp mở rộng cách nhìn đối với phụ phẩm cá tra từ góc độ không chỉ là lượng vật chất phát sinh mà còn là phần giá trị có thể bị mất đi trong chuỗi cung ứng. Trong tài liệu Khung khái niệm về tổn thất thực phẩm, Tổ chức Lương thực và Nông nghiệp Liên hợp quốc định nghĩa tổn thất thực phẩm là sự suy giảm về khối lượng hoặc chất lượng thực phẩm xảy ra ở các khâu của chuỗi cung ứng trước giai đoạn bán lẻ (FAO, 2014). Đến năm 2019, tổ chức này tiếp tục nhấn mạnh, tổn thất cần được xem xét gắn với đặc điểm của từng chuỗi sản phẩm, từng công đoạn và từng mục tiêu can thiệp (FAO, 2019).

Vận dụng vào chế biến cá tra, có thể phân biệt ít nhất hai dạng thất thoát. Thứ nhất là thất thoát vật chất, xảy ra khi phụ phẩm không được thu hồi hoặc bị cuốn theo dòng nước thải, như trường hợp máu cá không được tách riêng. Thứ hai là thất thoát giá trị, xảy ra khi phụ phẩm vẫn được thu hồi nhưng chỉ được bán xô hoặc sử dụng ở cấp giá trị thấp hơn nhiều so với tiềm năng chế biến sâu. Do đó, trong nghiên cứu này, thất thoát giá trị được xem là khái niệm trung tâm để đánh giá mức độ hiệu quả của từng phương án xử lý phụ phẩm, bởi cùng một khối lượng phụ phẩm nhưng các chiến lược quản trị khác nhau sẽ dẫn đến mức độ bảo toàn hoặc đánh mất giá trị rất khác nhau.

2.4. Tiếp cận chuỗi giá trị và cộng sinh công nghiệp trong quản trị phụ phẩm

Tiếp cận chuỗi giá trị cho rằng giá trị kinh tế của nguyên liệu không cố định mà thay đổi tùy theo vị trí của nó trong chuỗi sản xuất, mức độ chế biến, công nghệ được áp dụng và khả năng tiếp cận thị trường. Đối với phụ phẩm cá tra, sự khác biệt giữa bán xô cho đơn vị thu mua, chuyển sang sản xuất thức ăn chăn nuôi, chế biến nội bộ thành dầu cá hoặc bột cá, hay tiếp tục chế biến thành sản phẩm thực phẩm giá trị gia tăng phản ánh các nấc thang khác nhau của quá trình tạo giá trị. Betoret et al. (2024) cho thấy, việc gia tăng giá trị phụ phẩm thực phẩm là quá trình chuyển các dòng vật chất từng bị xem là thải bỏ thành nguồn nguyên liệu cho thực phẩm, hoạt chất sinh học hoặc sản phẩm chức năng thông qua các công nghệ thích hợp; tương tự, Wibisono et al. (2025) nhấn mạnh, quản trị phụ phẩm hiệu quả phải gắn với lựa chọn công nghệ, tính khả thi kinh tế và mục tiêu giảm chất thải ở quy mô hệ thống.

Ở góc độ rộng hơn, lý thuyết cộng sinh công nghiệp giúp giải thích việc phụ phẩm của một quá trình có thể trở thành đầu vào cho một quá trình hoặc một ngành khác. Hamam et al. (2023) xem cộng sinh công nghiệp là cơ chế trao đổi vật chất, năng lượng và kỹ năng giữa các chủ thể nhằm tạo ra lợi ích kinh tế và môi trường đồng thời. Trong trường hợp chế biến cá tra, việc phụ phẩm được chuyển sang sản xuất dầu cá, bột cá, thức ăn chăn nuôi hoặc nguyên liệu sinh học chính là biểu hiện của liên kết cộng sinh vật chất trong chuỗi giá trị. Vì vậy, quản trị phụ phẩm cá tra có thể được phân tích như một bài toán đồng thời của tối đa hóa giá trị, giảm tổn thất và tăng cường liên kết giữa các tác nhân trong hệ thống sản xuất.

2.5. Khung phân tích áp dụng cho nghiên cứu

Từ các tiếp cận nêu trên, nghiên cứu này xem phụ phẩm cá tra là các dòng vật chất phát sinh song song với sản phẩm chính nhưng vẫn có khả năng tiếp tục tạo giá trị nếu được quản trị phù hợp. Khung phân tích được xây dựng trên 3 luận điểm. Thứ nhất, phụ phẩm là nguồn tài nguyên có thể được gia tăng giá trị theo tinh thần kinh tế tuần hoàn. Thứ hai, hiệu quả xử lý phụ phẩm cần được đánh giá không chỉ ở khả năng thu hồi vật chất mà còn ở mức độ giảm thất thoát giá trị. Thứ ba, sự khác biệt giữa các hình thức xử lý phản ánh mức độ tham gia của doanh nghiệp vào các nấc

thang tạo giá trị trong chuỗi và vào các mối liên kết cộng sinh với các tác nhân khác. Từ đó, nghiên cứu tập trung nhận diện các nhóm phụ phẩm chính, mô tả các hình thức xử lý đang được áp dụng tại nhà máy và phân tích hàm ý thất thoát giá trị của từng phương án xử lý để làm rõ vai trò của quản trị phụ phẩm trong giảm thất thoát của ngành chế biến cá tra.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Thiết kế nghiên cứu

Nghiên cứu này sử dụng cách tiếp cận định tính mô tả kết hợp phân tích nội dung nhằm nhận diện các nhóm phụ phẩm chính, các hình thức xử lý phụ phẩm và hàm ý giá trị của từng phương án trong chế biến cá tra. Trọng tâm phân tích không chỉ nằm ở việc xác định phụ phẩm phát sinh, mà còn ở cách thức các nhà máy thu hồi, tận dụng, bán ra ngoài hoặc không thu hồi các dòng phụ phẩm này. Trên cơ sở đó, nghiên cứu diễn giải mức độ thất thoát theo hướng thất thoát giá trị (value loss) và thất thoát vật lý (physical loss), phù hợp với mục tiêu đánh giá quản trị phụ phẩm trong chuỗi chế biến.

3.2. Nguồn dữ liệu và đơn vị phân tích

Dữ liệu sử dụng trong nghiên cứu là các ý kiến mô tả, thông tin định tính và các ghi nhận về giá thu hồi, tỷ lệ phát sinh hoặc hướng sử dụng phụ phẩm được tổng hợp từ khảo sát thực địa của 9 nhà máy chế biến cá tra ở Đồng bằng sông Cửu Long năm 2025. Đơn vị phân tích là từng dòng phụ phẩm hoặc từng hình thức xử lý phụ phẩm được ghi nhận trong dữ liệu, bao gồm da cá, mỡ cá, đầu-xương-đuôi-nội tạng, thịt vụn/phi lê dạt, máu cá và phụ phẩm hỗn hợp. Trong một số trường hợp, thông tin giá hoặc tỷ lệ được sử dụng như dữ liệu hỗ trợ để làm rõ hàm ý giá trị của phương án xử lý, nhưng nghiên cứu không đặt mục tiêu kiểm định định lượng hay suy rộng thống kê.

3.3. Quy trình mã hóa và phân tích dữ liệu

Quy trình phân tích được thực hiện qua 3 bước. Thứ nhất, dữ liệu gốc được đọc lại và tách thành các đơn vị ý nghĩa theo từng loại phụ phẩm và từng cách xử lý được mô tả. Thứ hai, các đơn vị này được mã hóa mở để hình thành các nhóm xử lý như bán xô (bán nguyên lô sản phẩm/phụ phẩm ở dạng thô, chưa phân loại hoặc chưa chế biến sâu) cho bên ngoài, bán cho công ty phụ phẩm, tận dụng nội bộ để sản xuất dầu cá hoặc bột cá, chuyển sang thức ăn chăn nuôi, chế biến thành sản phẩm thực phẩm giá trị gia tăng, hoặc không thu hồi. Thứ ba, các mã được tổng hợp thành các nhóm chủ đề lớn nhằm phân tích mức độ thu hồi giá trị và hàm ý thất thoát tương ứng. Trên cơ sở đó, nghiên cứu so sánh giữa các phương án xử lý để xác định phương án nào chủ yếu dẫn tới thất thoát giá trị (value loss) cao, phương án nào giúp giảm thất thoát và phương án nào có tiềm năng tạo giá trị gia tăng (value gain).

3.4. Tiêu chí diễn giải thất thoát giá trị

Trong nghiên cứu này, thất thoát giá trị (value loss) được diễn giải theo hướng tương đối, tức là so sánh giá trị thu hồi của từng phương án xử lý với giá trị tiềm năng cao hơn mà cùng dòng phụ phẩm có thể đạt được nếu được chế biến sâu hơn hoặc sử dụng hiệu quả hơn. Theo đó, các trường hợp bán xô hoặc bán ra ngoài ở dạng thô được xem là có mức thất thoát giá trị (value loss) từ trung bình đến cao; các phương án tận dụng nội bộ để sản xuất dầu cá, bột cá hoặc thức ăn chăn nuôi được xem là giúp giảm thất thoát nhưng chưa tối đa hóa giá trị; trong khi các phương án chế biến thành sản phẩm thực phẩm giá trị gia tăng, collagen hoặc gelatin được xem là có mức thất thoát giá trị (value loss) thấp hoặc có khả năng tạo giá trị gia tăng (value gain). Riêng các trường hợp phụ phẩm không được thu hồi, như máu cá lẫn vào nước thải, được xem là biểu hiện đồng thời của thất thoát vật lý (physical loss) và thất thoát giá trị (value loss).

3.5. Giới hạn của nghiên cứu

Nghiên cứu chủ yếu dựa trên dữ liệu mô tả và thông tin tổng hợp từ phỏng vấn sâu bằng bảng hỏi bán cấu trúc ở thực tiễn 9 nhà máy, vì vậy các kết luận mang tính diễn giải theo chiều sâu hơn là suy rộng thống kê. Một số mức giá, tỷ lệ phát sinh hoặc tỷ lệ value loss trong bài được sử dụng như chỉ báo so sánh tương đối giữa các phương án xử lý, không phải là ước lượng chuẩn hóa cho toàn ngành. Do đó, kết quả nghiên cứu phù hợp nhất với mục tiêu nhận diện mô hình xử lý phụ phẩm, làm rõ khác biệt về chiến lược quản trị và gợi ý hàm ý giảm thất thoát trong chế biến cá tra.

4. Kết quả và thảo luận

4.1. Thông tin đáp viên

Có 9 nhà máy/cơ sở chế biến cá tra được khảo sát tại các tỉnh trọng điểm của đồng bằng sông Cửu Long, bao gồm An Giang (22,2%), Đồng Tháp (22,2%), Vĩnh Long (44,4%) và Cần Thơ (11,1%).

Theo đó, cơ cấu giới tính của người tham gia khảo sát khá cân bằng, với nam chiếm 55,6% và nữ chiếm 44,4%. Điều này cho thấy sự tham gia tương đối đồng đều của cả nam và nữ trong các vị trí quản lý và chuyên môn tại các nhà máy chế biến cá tra.

Độ tuổi của người trả lời dao động từ 35 đến 56 tuổi, với tuổi trung bình là 47. Kết quả này phản ánh lực lượng lao động có nhiều kinh nghiệm thực tiễn trong quản lý và vận hành sản xuất. Phần lớn người tham gia khảo sát đang đảm nhiệm các vị trí quản lý sản xuất (55,6%) hoặc quản lý bộ phận như trưởng/phó phòng và Giám đốc sản xuất (33,3%). Nhân viên kỹ thuật và kỹ thuật viên chỉ chiếm 11,1%, trong khi không có người trả lời nào là chủ sở hữu nhà máy.

Trình độ học vấn của nhóm khảo sát tương đối cao khi tất cả người trả lời đều có trình độ từ cao đẳng trở lên. Đồng thời, họ có từ 15 đến 36 năm kinh nghiệm làm việc trong ngành, với mức trung bình khoảng 27 năm. Chuyên môn đào tạo chủ yếu thuộc các lĩnh vực công nghệ thực phẩm và công nghệ chế biến thủy sản, ngoài ra có một số trường hợp được đào tạo về Luật. Các lĩnh vực này có mối liên hệ trực tiếp với hoạt động sản xuất, kiểm soát chất lượng, an toàn thực phẩm và tuân thủ quy định trong ngành chế biến cá tra.

Phần lớn người tham gia khảo sát đã tham gia các chương trình đào tạo chuyên môn liên quan đến nuôi trồng thủy sản và an toàn thực phẩm, bao gồm các khóa tập huấn do Chi cục Thủy sản tổ chức từ 2 - 3 lần/năm. Ngoài ra, một số người còn được đào tạo và có hiểu biết về các hệ thống quản lý chất lượng và an toàn thực phẩm quốc tế như HACCP, BRC và ISO 22000:2018. Điều này cho thấy, các nhà máy chế biến cá tra xuất khẩu có mức độ quan tâm tương đối cao đến yêu cầu kỹ thuật và tiêu chuẩn chất lượng quốc tế.

Các nhà máy được khảo sát chủ yếu thuộc nhóm quy mô vừa và lớn, với thời gian hoạt động trung bình trên 16 năm và lực lượng lao động tương đối lớn.

4.2. Nhóm phụ phẩm chính được nhận diện

Từ dữ liệu khảo sát và mã hóa nội dung, có thể nhận diện 6 nhóm phụ phẩm chính trong chế biến cá tra, gồm: (1) da cá, (2) mỡ cá, (3) đầu-xương-đuôi-nội tạng, (4) thịt vụn/phi lê dạt, (5) máu cá và (6) phụ phẩm hỗn hợp. Cách phân nhóm này cho thấy, phụ phẩm trong chế biến cá tra không phải là một khối vật chất đồng nhất, mà là tập hợp các dòng vật chất có đặc điểm, khả năng thu hồi và tiềm năng tạo giá trị khác nhau. Việc nhận diện rõ từng nhóm phụ phẩm là cơ sở quan trọng để phân tích hình thức xử lý phù hợp, đánh giá mức thất thoát giá trị (value loss) và đề xuất định hướng quản trị theo hướng kinh tế tuần hoàn.

Kết quả nghiên cứu từ Bảng 1 cho thấy các nhà máy chế biến cá tra hiện đang áp dụng nhiều phương thức xử lý phụ phẩm khác nhau, với mức độ phổ biến và khả năng thu hồi giá trị không giống nhau. Trong đó, hình thức phổ biến nhất là bán phụ phẩm cho các doanh nghiệp hoặc cơ sở thu mua bên ngoài dưới dạng nguyên liệu thô. Tuy nhiên, phương thức này chủ yếu tạo ra giá trị kinh tế thấp đến trung bình do phụ phẩm chưa được chế biến sâu, từ đó dẫn đến mức thất thoát giá trị (value loss) tương đối cao. Điều này cho thấy, phần lớn giá trị gia tăng từ phụ phẩm vẫn nằm ngoài doanh nghiệp chế biến.

Bên cạnh đó, nhiều nhà máy đã tận dụng phụ phẩm để sản xuất bột cá, dầu cá và thức ăn chăn nuôi. Hình thức này giúp giảm đáng kể thất thoát giá trị so với bán thô phụ phẩm, đồng thời góp phần nâng cao hiệu quả sử dụng tài nguyên trong chuỗi giá trị cá tra. Tuy nhiên, giá trị kinh tế tạo ra vẫn chủ yếu ở mức trung bình do các sản phẩm này có giá trị thương mại chưa cao.

Một số doanh nghiệp đã chuyển sang phát triển các sản phẩm giá trị gia tăng như chả cá, cá viên và snack da cá. Đây được xem là hướng tiếp cận có tiềm năng cao trong việc giảm thất thoát giá trị và tạo thêm lợi nhuận cho doanh nghiệp. Kết quả nghiên cứu cho thấy, nhóm sản phẩm này có mức thất thoát giá trị

Bảng 1. Mã hóa các hình thức xử lý phụ phẩm cá tra tại nhà máy

Mã	Nhóm phụ phẩm	Hình thức xử lý	Giá thu hồi VNĐ/kg	So với giá trị cơ sở	% giá trị thất thoát (xấp xỉ)	Loại thất thoát
A1	Da cá	Bán xuất khẩu dạng thô	~20.000	~49%	~51%	Value loss
A2	Da cá	Làm Snack da cá	≥ 40.675	≥100%	0 → âm	Value gain
A3	Da cá	Làm collagen/ Gelatin	≥ 40.675	≥100%	0 → âm	Value gain
B1	Mỡ cá	Nguyên liệu tinh chế dầu	~19.000 – 30.000	47–74%	26–53%	Value loss Trung bình
B2	Mỡ cá	Làm dầu cá nội bộ	~19.000 – 30.000	47–74%	26–53%	Value loss trung bình
C1	Đầu-xương -đuôi-nội tạng	Làm bột cá, dầu cá	~20.000 –35.000	50–85%	15–50%	Value loss trung bình
C2	Đầu-xương -đuôi-gan	Làm thức ăn chăn nuôi	~20.000 –35.000	50–85%	15–50%	Value loss trung bình
D1	Thịt vụn, phi lê dạt	Bán cho công ty phụ phẩm	~26.000	~64%	~36%	Value loss trung bình
D2	Thịt vụn	Chả cá, cá viên	≥ 40.675	≥100%	0 → âm	Value gain tiềm năng
D3	Bụng, bao tử, kỳ, vi	Chế biến sản phẩm giá trị gia tăng	≥40.675	≥100%	0 → âm	Value gain tiềm năng
E1	Máu cá	Bột máu / tươi bột cá	~15.000 –25.000	37–61%	39–63%	Value loss
E2	Máu cá	Lẫn nước thải, không thu	0	0%	100%	Physical + value loss
F1	Phụ phẩm hỗn hợp	Bán xô cho bên thứ 3	~12.667	~31%	~69%	Value loss cao

Lưu ý:

- Giá trị cơ sở: Giá trị phi lê quy đổi theo cá nguyên liệu = 40.675 VNĐ/kg cá nguyên liệu

-Giá trị thất thoát (%) được tính tương đối, nhằm so sánh giữa các phương án xử lý, không phải là kiểm định thống kê.

- Loại thất thoát: Thất thoát giá trị (Value loss), thất thoát vật lý (Physical loss), giá trị gia tăng (Value gain).

- Dữ liệu khảo sát 9 nhà máy chế biến cá tra tại ĐBSCL năm 2025.

thấp, thậm chí trong một số trường hợp còn tạo ra "giá trị gia tăng" (value gain) nhờ nâng cao giá trị thương mại của phụ phẩm thông qua chế biến sâu và đa dạng hóa sản phẩm.

Ngoài ra, một số ít doanh nghiệp đã tham gia vào các hoạt động chế biến công nghiệp có giá trị cao như sản xuất collagen và gelatin từ da cá. Mặc dù mức độ phổ biến còn hạn chế do yêu cầu công nghệ, vốn đầu tư và tiêu chuẩn kỹ thuật cao, đây là nhóm hoạt động tạo ra giá trị kinh tế lớn nhất và có mức thất thoát giá trị rất thấp. Kết quả này cho thấy, tiềm năng phát triển mô hình kinh tế sinh học tuần hoàn trong ngành cá tra thông qua khai thác tối đa giá trị từ phụ phẩm chế biến.

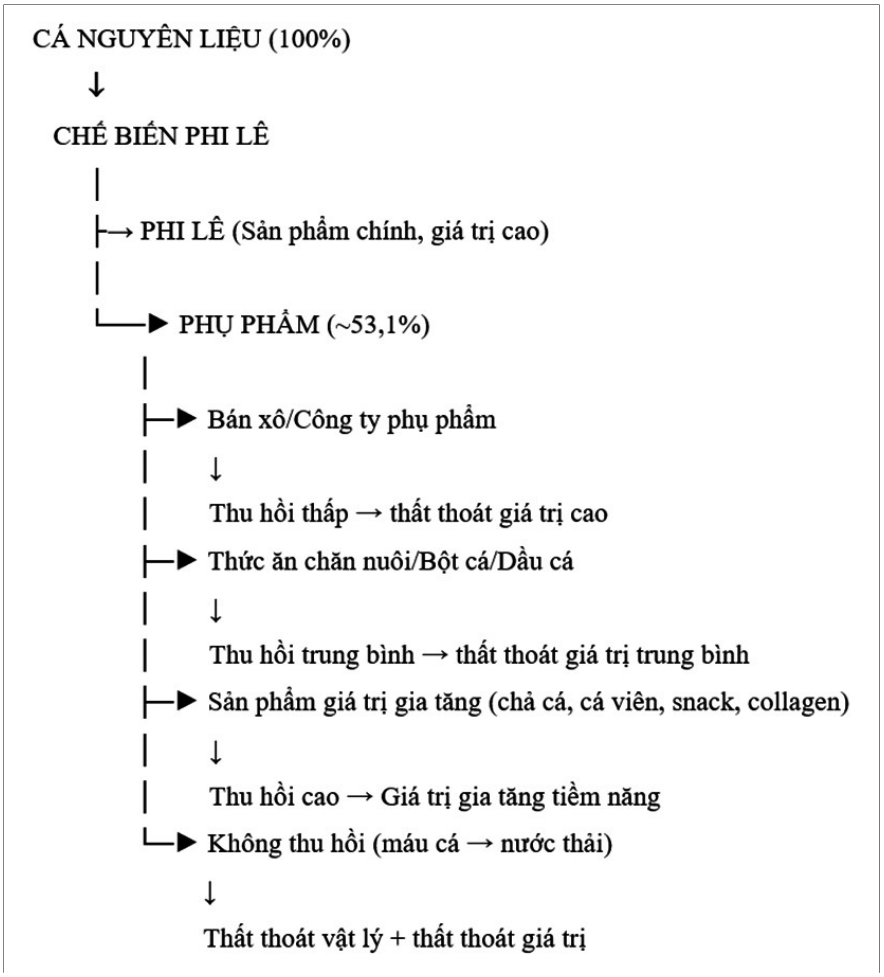
Tuy nhiên, nghiên cứu cũng ghi nhận tình trạng một phần phụ phẩm, đặc biệt là máu cá, vẫn chưa được thu gom và xử lý hiệu quả mà bị thải lẫn vào hệ thống nước thải. Đây là dạng thất thoát kết hợp giữa thất thoát vật lý và thất thoát giá trị, với mức độ tương đối cao. Việc chưa tận dụng hiệu quả nguồn phụ phẩm này không chỉ làm giảm khả năng thu hồi giá trị kinh tế mà còn làm gia tăng áp lực xử lý môi trường cho các nhà máy chế biến.

Nhìn chung, kết quả nghiên cứu cho thấy, mức độ thất thoát giá trị trong ngành chế biến cá tra phụ thuộc đáng kể vào chiến lược xử lý phụ phẩm của doanh nghiệp. Các hình thức chế biến sâu và tạo sản phẩm giá trị gia tăng có khả năng giảm thất thoát và nâng cao hiệu quả kinh tế rõ rệt hơn so với hình thức bán phụ phẩm thô truyền thống. Đây cũng là cơ sở quan trọng để thúc đẩy các giải pháp phát triển kinh tế tuần hoàn và kinh tế sinh học tuần hoàn trong chuỗi giá trị cá tra tại đồng bằng sông Cửu Long.

4.3. Thảo luận về nấc thang thu hồi giá trị của các nhóm phụ phẩm

Kết quả tổng hợp trong Bảng 1 và Hình 1 cho thấy, các nhóm phụ phẩm cá tra không được xử lý theo một mô hình đồng nhất mà phân hóa thành nhiều nấc thang thu hồi giá trị khác nhau. Ở nấc thấp nhất là các trường hợp bán xô hoặc bán thô cho đơn vị thu mua bên ngoài. Hình thức này giúp doanh nghiệp giải phóng nhanh phụ phẩm và thu hồi một phần giá trị bằng tiền mặt, nhưng phần lớn giá trị gia tăng tiếp theo lại được chuyển sang các tác nhân khác trong chuỗi. Vì vậy, xét trên góc độ quản trị phụ phẩm, đây là nhóm phương án có mức thất thoát giá trị tương đối cao, đặc biệt khi áp dụng cho các

Hình 1: Sơ đồ dòng phụ phẩm trong quá trình nghiên cứu



Nguồn: Dữ liệu khảo sát 9 nhà máy chế biến cá tra tại ĐBSCL năm 2025

dòng vật chất vẫn còn tiềm năng chế biến sâu như da cá hoặc thịt vụn.

Ở nấc trung gian, nhiều phụ phẩm được tận dụng nội bộ hoặc chuyển sang các sản phẩm đầu vào cho ngành khác như dầu cá, bột cá và thức ăn chăn nuôi. Đây là nhóm phương án có khả năng giảm thất thoát vật chất (physical loss) tương đối tốt, đặc biệt phù hợp với các dòng phụ phẩm có khối lượng lớn như mỡ cá, đầu, xương, đuôi và nội tạng. Tuy nhiên, giá trị thu hồi của các phương án này nhìn chung vẫn thấp hơn so với tiềm năng của các hướng chế biến tinh hơn. Nói cách khác, các phương án này giúp giảm thất thoát vật chất rõ rệt nhưng mới chỉ giảm một phần thất thoát giá trị.

Ở nấc cao hơn, các trường hợp chế biến thành sản phẩm giá trị gia tăng như snack da cá, chả cá, cá viên, collagen hoặc gelatin cho thấy khả năng giữ lại giá trị lớn hơn trong nội bộ doanh nghiệp hoặc trong các mắt xích có trình độ chế biến cao hơn. Kết quả này hàm ý, cùng một dòng phụ phẩm, mức độ thất thoát không phụ thuộc đơn thuần vào tỷ lệ phát sinh mà phụ thuộc nhiều hơn vào năng lực công nghệ, tổ chức thu gom tách dòng và khả năng phát triển thị trường đầu ra. Đáng chú ý, máu cá là trường hợp thể hiện rõ nhất sự khác biệt giữa thất thoát vật chất (physical loss) và thất thoát giá trị (value loss): khi được thu hồi để làm bột máu hoặc bổ sung đạm cho bột cá, phụ phẩm này vẫn có thể tạo thêm giá trị; ngược lại, khi lẫn vào nước thải, gần như toàn bộ giá trị sử dụng bị đánh mất, đồng thời làm tăng gánh nặng xử lý môi trường.

4.4. Hàm ý từ kết quả phân tích đối với quản trị phụ phẩm tại nhà máy

Từ các kết quả trên có thể thấy, hiệu quả quản trị phụ phẩm tại nhà máy phụ thuộc vào 3 điều kiện then chốt. Thứ nhất, khả năng tách riêng từng dòng phụ phẩm ngay tại công đoạn phát sinh để tránh trộn lẫn, suy giảm chất lượng và mất cơ hội chế biến sâu. Thứ hai, năng lực đầu tư công nghệ nhằm chuyển phụ phẩm từ dạng nguyên liệu thô sang dạng bán thành phẩm hoặc thành phẩm có giá trị cao hơn. Thứ ba, khả năng liên kết thị trường giữa nhà máy chế biến cá tra với các doanh nghiệp phụ phẩm, doanh nghiệp sản xuất dầu cá, bột cá, thức ăn chăn nuôi, thực phẩm giá trị gia tăng hoặc nguyên liệu sinh học. Xét tổng thể, nhà máy nào càng dịch chuyển từ bán xô sang tận dụng nội bộ và chế biến sâu thì càng có khả năng giảm thất thoát giá trị, gia tăng hiệu quả sử dụng tài nguyên và tiến gần hơn tới mô hình kinh tế tuần hoàn.

5. Kết luận và hàm ý quản trị

Nghiên cứu cho thấy, phụ phẩm phát sinh trong chế biến cá tra không phải là phần vật chất đồng nhất có giá trị thấp, mà bao gồm nhiều dòng phụ phẩm với đặc tính, khả năng thu hồi và tiềm năng tạo giá trị rất khác nhau. Từ dữ liệu khảo sát, có thể nhận diện 6 nhóm phụ phẩm chính gồm da cá, mỡ cá, đầu-xương-đuôi-nội tạng, thịt vụn/phi lê dạt, máu cá và phụ phẩm hỗn hợp. Mỗi nhóm đang được xử lý theo nhiều phương án khác nhau, từ bán xô, bán cho công ty phụ phẩm, tận dụng nội bộ để sản xuất dầu cá hoặc bột cá, chuyển sang thức ăn chăn nuôi, cho đến chế biến thành sản phẩm giá trị gia tăng như snack da cá, chả cá, cá viên, collagen và gelatin.

Kết quả phân tích cho thấy, mức độ thất thoát không chỉ phụ thuộc vào việc phụ phẩm có được thu hồi hay không, mà còn phụ thuộc đáng kể vào nấc thang sử dụng của từng phương án xử lý. Các hình thức bán xô hoặc bán thô giúp thu hồi vật chất nhanh nhưng vẫn để lại mức thất thoát giá trị (value loss) cao do doanh nghiệp chưa giữ lại được phần giá trị gia tăng lớn hơn trong chuỗi. Ngược lại, các phương án tận dụng nội bộ và đặc biệt là chế biến sâu thành sản phẩm có giá trị cao giúp giảm thất thoát hiệu quả hơn. Trường hợp máu cá là minh họa rõ rệt nhất: khi được thu hồi và sử dụng phù hợp, dòng phụ phẩm này vẫn có thể tạo giá trị; nhưng khi lẫn vào nước thải, nó trở thành dạng thất thoát đồng thời về vật chất, giá trị kinh tế và chi phí môi trường.

Từ góc độ quản trị, nghiên cứu này gợi ý, doanh nghiệp chế biến cá tra cần ưu tiên hoàn thiện hệ thống phân loại và thu gom riêng từng dòng phụ phẩm ngay tại nguồn phát sinh, bởi đây là điều kiện nền tảng để giảm lẫn tạp, ổn định chất lượng và mở ra khả năng chế biến sâu. Đồng thời, doanh nghiệp nên xem xét chiến lược đầu tư theo thứ tự ưu tiên vào các dòng phụ phẩm có khối lượng lớn và có thị trường đầu ra

tương đối rõ như mỡ cá, da cá và thịt vụn. Với những dòng phụ phẩm khó khai thác riêng lẻ, việc tăng cường liên kết với doanh nghiệp sản xuất dầu cá, bột cá, thức ăn chăn nuôi hoặc doanh nghiệp công nghệ sinh học có thể là giải pháp khả thi để giảm thất thoát giá trị ở cấp hệ thống.

Ở bình diện rộng hơn, kết quả nghiên cứu hàm ý thúc đẩy quản trị phụ phẩm theo hướng kinh tế tuần hoàn không chỉ giúp doanh nghiệp gia tăng doanh thu từ phần vật chất trước đây bị xem là thứ cấp, mà còn góp phần giảm áp lực xử lý chất thải và nâng cao hiệu quả sử dụng tài nguyên cho toàn chuỗi cá tra. Các nghiên cứu tiếp theo có thể mở rộng theo hướng lượng hóa chi tiết tỷ lệ phát sinh, giá trị kinh tế của từng dòng phụ phẩm và so sánh hiệu quả giữa các mô hình xử lý ở nhiều loại hình nhà máy khác nhau để củng cố bằng chứng thực nghiệm cho các quyết định quản trị và chính sách ngành ■

Lời cảm ơn:

Dự án được tài trợ kinh phí thực hiện bởi Trung tâm nghiên cứu nông nghiệp quốc tế Úc (ACIAR) và Trung tâm nghiên cứu phát triển quốc tế Canada (IDRC) được Bộ Giáo dục & Đào tạo cho phép thực hiện và triển khai. Mã số dự án CS2020/209.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Betoret, N., Betoret, E., & Glicerina, V. T. (2024). Valorization and utilization of food wastes and by-products: Recent trends, innovative technologies and sustainability challenges. Foods, 13(1), 9. https://doi.org/10.3390/foods13010009

Coppola, D., Lauritano, C., Esposito, F. P., Riccio, G., Rizzo, C., & de Pascale, D. (2021). Fish waste: From problem to valuable resource. Marine Drugs, 19(2), 116. https://doi.org/10.3390/md19020116

Food and Agriculture Organization of the United Nations - FAO (2014). SAVE FOOD: Definitional framework of food loss. FAO. https://www.fao.org/fileadmin/user_upload/save-food/PDF/FLW_Definition_and_Scope_2014.pdf

Food and Agriculture Organization of the United Nations - FAO (2019). The State of Food and Agriculture 2019: Moving forward on food loss and waste reduction. FAO. https://doi.org/10.4060/ca6030en

Hamam, M., Spina, D., Raimondo, M., Di Vita, G., Zanchini, R., Chinnici, G., Tóth, J., & D'Amico, M. (2023). Industrial symbiosis and agri-food system: Themes, links, and relationships. Frontiers in Sustainable Food Systems, 6, 1012436. https://doi.org/10.3389/fsufs.2022.1012436

Jolly, T. A. T. N. C. M. (2020). Global value chain and food safety and quality standards of Vietnam pangasius exports. Aquaculture Reports, 16, 1-12. https://doi.org/ 10.1016/j.aqrep.2019.100256

Khawari, W. Y. E., Othman, N., Fabil, M. H. D., Rashid, N. Y. A., & Wong, F. W. F. (2026). Circular valorisation of fish processing by-products: Integrated protease recovery and functional protein hydrolysate production. Frontiers in Aquaculture, 5, 1796470. https://doi.org/10.3389/faquc.2026.1796470

Nguyen T. T. (2023). Report on Vietnam Pangasius Sector in 2017 - 2022, forcast to 2025. Vietnam Association of Seafood Exporters and Producers Seafood from Viet Nam. https://seafood.vasep.com.vn/reports/report-on-vietnam-seafood-products/report-on-vietnam-pangasius-sector-2017-2022-forecast-to-2025-22972.html

Wibisono, D. A. S., Saw, C.-Y., Wu, T.-Y., & Chau, C.-F. (2025). Advancing industrial food byproduct management: Strategies, technologies, and progress in waste reduction. Processes, 13(1), 84. https://doi.org/10.3390/pr13010084

World Bank. (2020). Vietnam Food Smart Country Diagnostic. The World Bank. https://documents1.worldbank.org/curated/en/301051601307169189/pdf/Vietnam-Food-Smart-Country-Diagnostic.pdf

Ngày nhận bài: 5/3/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 20/3/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 12/4/2026

BY-PRODUCT MANAGEMENT IN PANGASIUS PROCESSING: IMPLICATIONS FOR REDUCING VALUE LOSS IN THE PRODUCTION CHAIN

● LE THI NGOC TIEN[1]
● YEN DAN TONG[2]
● NGUYEN VAN KIEN[3,4]
● TRINH THI LAN[1]
● NGUYEN HUU YEN NHI[1]
● NGUYEN THI THUY HANG[1]
● TRAN VAN HIEU[1]
● NGUYEN MINH DANG[1]
● NGUYEN THI TIEU LOAN[1]
● LE THAI MONG HUYEN[1]
● VO VAN OC[1]
● PHAN VAN DAI[1]
● PHAM TRAN LAN PHUONG[1]
● DANG NGUYEN PHUONG LINH[4]

[1]An Giang University, An Giang Province, Vietnam
Vietnam National University, Ho Chi Minh City, Vietnam
[2]Department of Accounting, Data Analytics, Economics and Finance, La Trobe Business School, La Trobe University, Australia
[3]School of Environmental and Rural Science, University of New England, Australia
[4]Health and Agricultural Policy Research Institute (HAPRI), College of Economics, Law and Government, University of Economics Ho Chi Minh City, Vietnam

ABSTRACT:

This study analyzes the management of by-products in pangasius processing to clarify their potential for reducing value loss across the production chain. Using descriptive data from nine processing factories, the study identifies six main groups of by-products and examines how they are utilized across different value chains, ranging from raw sales to deep processing into fish oil, fish meal, animal feed, fish skin snacks, fish cakes, collagen, and gelatin. The findings indicate that the extent of value loss depends largely on the processing method: raw sales generate higher losses, whereas internal utilization and deep processing contribute to reducing losses, increasing added value, and promoting a circular economy in the pangasius processing industry.

Keywords: pangasius, by-products, value loss, circular economy, value chain.

THỰC TRẠNG PHÁT THẢI KHÍ NHÀ KÍNH TẠI CÔNG TY XI MĂNG BỈM SƠN

● **NGUYỄN THỊ LÊ NA**
Khoa Quản lý công nghiệp và năng lượng,
Trường Đại học Điện lực
Email: nantl@epu.edu.vn

TÓM TẮT:

Bài báo nghiên cứu đặc thù tiêu thụ năng lượng trong quá trình sản xuất xi măng, xác định lượng phát thải năm 2025 tại Công ty xi măng Bỉm Sơn để đối sánh với hạn ngạch được phân bổ. Từ đó đề xuất một số giải pháp để giảm tiêu thụ năng lượng, góp phần đạt được các mục tiêu giảm phát thải khí nhà kính chung của ngành và của quốc gia.

Từ khóa: phát thải, khí nhà kính, hạn ngạch, ngành Xi măng.

1. Đặt vấn đề

Ngay sau Hội nghị COP26, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 888/QĐ-TTg ngày 25/7/2022 về Đề án triển khai kết quả Hội nghị COP26 và Quyết định số 896/QĐ-TTg ngày 26/7/2022 phê duyệt Chiến lược quốc gia về biến đổi khí hậu đến năm 2050. Bên cạnh đó, Chính phủ cũng ban hành Nghị định số 119/2025/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 06/2022/NĐ-CP quy định giảm phát thải khí nhà kính và bảo vệ tầng ô-zôn, phát triển thị trường carbon và các cơ chế quản lý liên quan. Để hiện thực hóa các chính sách đó, ngày 09/2/2026, Chính phủ ban hành Quyết định số 263/QĐ-TTg Phê duyệt tổng hạn ngạch phát thải khí nhà kính (KNK) năm 2025-2026. Theo Quyết định này, Chính phủ giao Bộ Nông nghiệp và Môi trường chủ trì, Bộ Công Thương và Bộ Xây dựng thí điểm phân bổ hạn ngạch cho từng nhà máy nhiệt điện, cơ sở sản xuất sắt thép, xi măng.

Theo Khoản 8, Điều 1 của Nghị định 119/2025/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung Điều 12 của Nghị định số 06/2022/NĐ-CP quy định giảm phát thải khí nhà kính và bảo vệ tầng ô-zôn được chia làm 3 giai đoạn. Cụ thể, giai đoạn 2025 - 2026: Chính phủ ban hành danh sách các nhà máy nhiệt điện, cơ sở sản xuất sắt thép, xi măng là cơ sở được phân bổ hạn ngạch phát thải khí nhà kính. Các đơn vị này phải thực hiện kiểm kê khí nhà kính; Bộ Nông nghiệp và Môi trường chủ trì, phối hợp với Bộ Công Thương, Bộ Xây dựng thí điểm đề xuất lượng hạn ngạch phân bổ cho năm 2025 và năm 2026 cho từng đơn vị, báo cáo Thủ tướng Chính phủ xem xét, phê duyệt tổng hạn ngạch phát thải khí nhà kính theo giai đoạn và hằng năm. Căn cứ tổng hạn ngạch phát thải khí nhà kính được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt, Bộ Nông nghiệp và Môi trường phân bổ hạn ngạch cho các cơ sở theo quy định trong Nghị định này trước ngày 31/12/2025. Giai đoạn 2027 - 2028 và giai đoạn 2029

- 2030: Các bộ quản lý theo lĩnh vực đề xuất danh mục cơ sở được phân bổ hạn ngạch căn cứ danh mục cơ sở phát thải khí nhà kính phải thực hiện kiểm kê khí nhà kính được Thủ tướng Chính phủ ban hành và lượng hạn ngạch phân bổ hằng năm cho từng cơ sở; Bộ Công Thương, Bộ Xây dựng cập nhật danh mục cơ sở được phân bổ hạn ngạch và lượng hạn ngạch phân bổ hằng năm cho từng nhà máy nhiệt điện, cơ sở sản xuất sắt thép, xuất xi măng. Bộ Nông nghiệp và Môi trường chủ trì, phối hợp với các bộ, cơ quan liên quan rà soát, đánh giá, tổng hợp báo cáo Thủ tướng Chính phủ xem xét, phê duyệt tổng hạn ngạch phát thải khí nhà kính theo giai đoạn và hằng năm. Căn cứ tổng hạn ngạch phát thải khí nhà kính được phê duyệt, Bộ Nông nghiệp và Môi trường phân bổ hạn ngạch cho các cơ sở theo phương pháp quy định chi tiết trong Nghị định này trước ngày 31 tháng 10 năm 2027 cho giai đoạn 2027 - 2028 và trước ngày 31 tháng 10 năm 2029 cho giai đoạn 2029 - 2030.

Theo Quyết định số 263/QĐ-TTg ngày 09/2/2026 Phê duyệt tổng hạn ngạch phát thải khí nhà kính (KNK) năm 2025-2026, ngành Xi măng là 1 trong 3 lĩnh vực được thí điểm phân bổ hạn ngạch. Ngành xi măng thuộc lĩnh vực tiêu thụ nhiều năng lượng lượng và phát thải lớn do đặc thù công nghệ sản xuất clinker. Do vậy, việc thu thập dữ liệu và phân tích đặc thù tiêu thụ năng lượng trong từng nhà máy là rất quan trọng nhằm tìm kiếm và áp dụng các giải pháp sử dụng năng lượng tiết kiệm, hiệu quả và giảm phát thải trong ngành xi măng không những góp phần thực hiện các cam kết về khí hậu của Việt Nam mà còn tạo động lực đổi mới công nghệ sản xuất vật liệu xây dựng theo hướng bền vững.

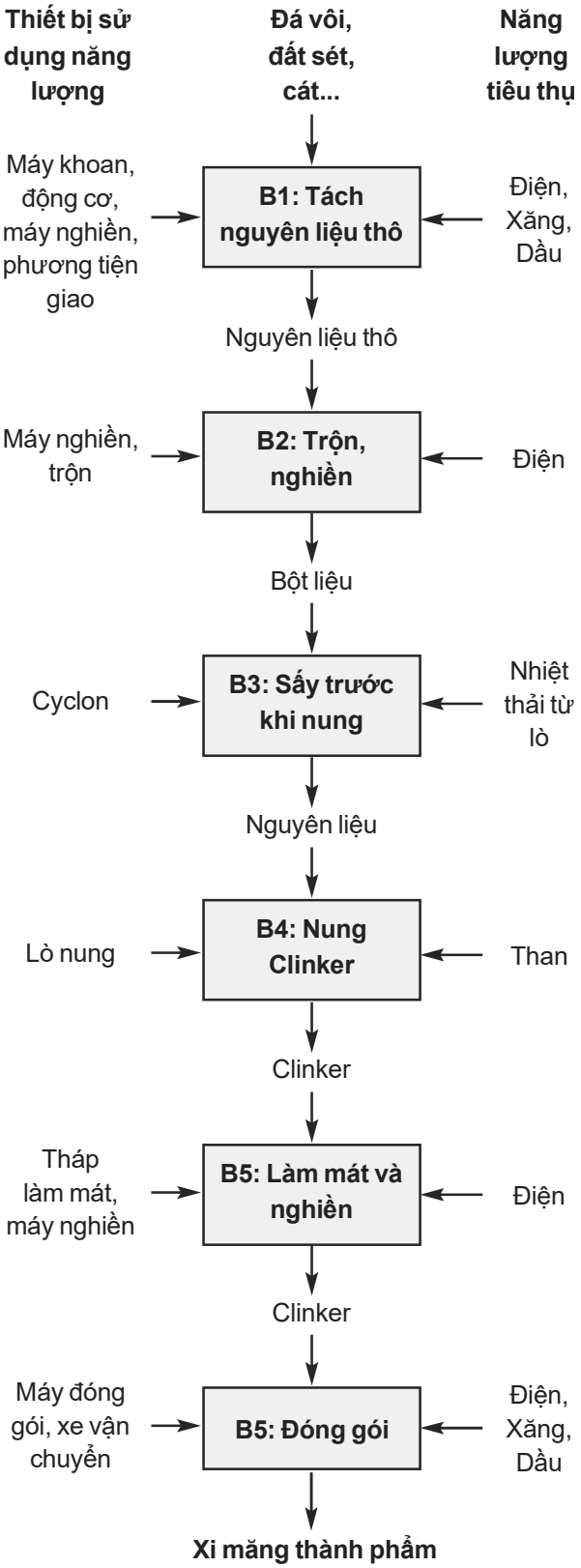
2. Tiêu thụ năng lượng trong quá trình sản xuất xi măng

Quy trình sản xuất xi măng gồm 6 bước với các thiết bị tiêu thụ năng lượng đặc thù, công suất lớn. Cụ thể như sau:

Bước 1: Tách nguyên liệu thô

Các nguyên liệu chính để sản xuất xi măng gồm canxi, sắt, nhôm, silic và một phần nhỏ các nguyên liệu khác như vảy thép, tro bay, bô xít. Các nguyên liệu chính có trong đá vôi, đất sét và cát. Các nhà máy

Hình 1. Năng lượng tiêu thụ trong quá trình sản xuất xi măng



sản xuất xi măng sử dụng khoan, nổ mìn để tách nguyên liệu từ núi đá vôi. Sau đó sử dụng máy nghiền để nghiền nhỏ các khối đá lớn và được vận chuyển đến nhà máy. Tại bước này, năng lượng chính là điện sử dụng cho động cơ máy nghiền, máy khoan (hoặc băng chuyền với các nhà máy sử dụng băng chuyền vận chuyển nguyên liệu) và xăng dầu cho phương tiện vận chuyển.

Bước 2: Trộn và nghiền nguyên liệu

Theo chuyên gia kỹ thuật của Tổng công ty Xi măng, thông thường tỷ lệ trộn nguyên liệu là 80% đá vôi và 20% đất sét. Tại khâu này, năng lượng sử dụng là điện dùng cho động cơ kéo bàn xoay quay liên tục dưới con lăn và con lăn tiếp xúc trực tiếp với nguyên liệu để nghiền thành hỗ hợp bột mịn.

Bước 3: Sấy nguyên liệu trước khi đưa vào lò nung

Hỗn hợp bột mịn sau khi nghiền sẽ được đưa vào buồng sấy trước khi đưa vào lò nung. Hệ thống trao đổi nhiệt gồm các tầng Cyclon kết hợp với buồng phân hủy nhằm mục đích tăng hiệu suất trao đổi nhiệt và phân hủy nguyên liệu. Tại các nhà máy sản xuất xi măng, hệ thống trao đổi nhiệt sẽ tận dụng nhiệt thải từ lò nung clinker giúp tiết kiệm năng lượng và giảm phát thải khí nhà kính.

Bước 4: Nung Clinker

Lò nung clinker là một ống quay bằng thép, hình trụ, chiều dài khoảng 50- 80 mét, đường kính 3- 6 mét. Vỏ lò được lót gạch chịu lửa để giảm tổn thất nhiệt và sự mài mòn. Lò được quay với tốc độ chậm (khoảng 0.5 - 5 vòng/phút) nhờ hệ thống gối đỡ và bánh răng truyền động. Nguyên liệu đầu vào được đưa vào từ đầu cao của lò, di chuyển dần xuống đầu thấp dưới tác động của trọng lực và chuyển động quay.

Nguyên liệu sau khi gia nhiệt trước sẽ được đưa vào trong lò nung với nhiệt độ có thể lên tới 1.450^{o}C. Thành phần hóa học chủ yếu của nguyên liệu gồm 4 oxide chính như: CaO (thành phần chính trong đá vôi), và SiO_2, Al_2O_3, Al_2O_3 (có trong đất sét), nếu thiếu sẽ được bổ sung bằng các phụ gia điều chỉnh như quặng sắt, bô xít, cát .... Các oxide này khi nung đến 1.450^{o}C sẽ phản ứng với nhau tạo thành 4 khoáng chính trong clinker C3S ($3CaO.SiO_2$); C2S($2CaO.SiO_2$); C3A ($3CaO. Al_2O_3$); C4AF ($4CaO. Al_2O_3.Fe_2O_3$). Các khoáng chất này có cấu trúc tinh thể khác nhau và quyết định đến tính chất của clinker. Khi nguyên liệu rơi xuống phần thấp nhất của lò nung thì sẽ hình thành sỉ khô.

Năng lượng tiêu thụ chính cho công đoạn này là than cám, chiếm tỷ trọng tiêu thụ năng lượng và phát thải khí nhà kính lớn nhất trong toàn nhà máy.

Bước 5: Làm mát và nghiền thành phẩm

Clinker sau khi ra khỏi lò quay được làm mát trong thiết bị làm mát bằng không khí hoặc nước. Quá trình làm mát giúp clinker đạt độ cứng và độ bền cao, đồng thời giảm nhiệt độ clinker xuống mức an toàn để nghiền. Clinker sau khi làm mát được nghiền mịn cùng với một lượng nhỏ thạch cao (nhằm mục đích điều chỉnh thời gian đông kết) trong các máy nghiền bi hoặc máy nghiền đứng để tạo ra bột xi măng mịn. Quá trình nghiền xi măng sử dụng năng lượng điện, chiếm tỉ trọng tiêu thụ năng lượng lớn thứ 2 sau lò nung.

Bước 6: Đóng gói

Cuối cùng, xi măng sau khi nghiền được chuyển đến các silo chứa để bảo quản và đồng nhất. Từ silo, xi măng được đóng bao trong các bao xi măng có trọng lượng tiêu chuẩn (thường là 50 kg) bằng các máy đóng bao tự động. Xi măng sau khi đóng bao được vận chuyển đến các kho chứa hoặc trực tiếp đến các công trình xây dựng. Công đoạn này sử dụng năng lượng điện cho máy đóng bao tự động và xăng dầu cho phương tiện vận chuyển.

3. Thực trạng tiêu thụ năng lượng và phát thải khí nhà kính tại Công ty Xi măng Bỉm Sơn năm 2025

3.1 .Thực trạng tiêu thụ năng lượng

Theo danh sách thống kê các đơn vị trọng điểm trong ngành xi măng (tiêu thụ năng lượng từ 1000TOE trở lên) thì Công ty Xi măng Bỉm Sơn đứng trong nhóm 10 đơn vị tiêu thụ năng lượng hàng năm cao nhất. Trung bình trong 3 năm từ 2022-2024, Công ty tiêu thụ khoảng 260 nghìn TOE mỗi năm. Năng lượng tiêu thụ tại công ty gồm than cám dùng cho lò nung, điện cho các loại động cơ khác nhau,

ngoài ra còn tiêu thụ dầu diesel cho vận chuyển nội bộ. Chi tiết các thiết bị và lượng năng lượng tiêu thụ năm 2025 trình bày trong Bảng 1.

việc sử dụng điện năng, hơi nước, nhiệt hoặc làm mát mà tổ chức mua từ các nhà cung ứng năng lượng bên ngoài (Bảng 3).

Bảng 1. Năng lượng tiêu thụ năm 2025

TT	Thiết bị tiêu thụ năng lượng	Loại năng lượng	Số lượng
1	Đập đá, đập sét, máy rải kho, cẩu kho, băng tải vận chuyển,...	Điện (kWh)	5.846.569
2	Máy nghiền, máy cào, băng tải vận chuyển, gầu nâng, máng khí động, silo bột liệu,...	Điện (kWh)	55.865.314
3	Máy làm nguội clinker, băng gầu, silô cliker	Điện (kWh)	101.186.374
4	Nghiền xi măng, băng tải vận chuyển, gầu nâng, máng khí động, silo xi măng,...	Điện (kWh)	113.525.056
5	Máy đóng bao, hệ thống xuất xi măng rời, jumbo, ...	Điện (kWh)	6.273.734
6	Lò nung	Than cám (kg)	470.591.723
7	Xe vận chuyển	Dầu diesel (lít)	393.288

Nguồn: Công ty Xi măng Bỉm Sơn

3.2 .Phát thải khí nhà kính năm 2025

Để tính toán lượng phát thải khí nhà kính cần xác định nguồn phát thải trực tiếp và gián tiếp. Nguồn phát thải trực tiếp của Công ty bao gồm tất cả các phát thải carbon trực tiếp từ các hoạt động của công ty như đốt cháy nhiên liệu hóa thạch và lượng khí nhà kính thải ra bởi các quá trình hóa học và vật lý như xử lý nước thải, rò rỉ khí nhà kính từ việc sử dụng thiết bị làm mát và điều hòa không khí và bình cứu hỏa (Bảng 2).

Nguồn phát thải gián tiếp bao gồm phát thải từ

Để tính toán lượng phát thải khí nhà kính tại công ty, hệ số phát thải của nhiên liệu được lấy theo Quyết định 2626/QĐ-BTNMT; Hệ số quy đổi từ CH_4 và N_2O sang CO_2e được lấy theo Phụ lục VII_Thông tư số 13/2024/TT-BXD.

Trong phạm vi bài viết này, tác giả tập trung tính toán lượng khí nhà kính phát thải từ các nguồn tiêu thụ năng lượng chính trong công ty năm 2025. Kết quả tính toán chi tiết trong Bảng 4.

Theo TS. Lương Đức Long, Phó Chủ tịch kiêm Tổng Thư ký Hiệp hội Xi măng Việt Nam: "phát

Bảng 2. Các nguồn phát thải trực tiếp

TT	Hoạt động gây phát thải	Nguồn phát thải	Khí nhà kính phát thải
1	Sử dụng dầu DO cho hoạt động vận chuyển nội bộ	Dầu DO	CO_2; CH_4; N_2O
2	Sử dụng than cho lò nung	Than cám	CO_2
3	Sử dụng môi chất lạnh cho điều hòa không khí, thiết bị lạnh	Môi chất lạnh	HFCs; HCFCs
4	Xử lý nước thải sinh hoạt tại Công ty	Nước thải sinh hoạt	CH_4; N_2O

Nguồn: Công ty Xi măng Bỉm Sơn

Bảng 3. Các nguồn phát thải gián tiếp

TT	Hoạt động gây phát thải	Nguồn phát thải	Khí nhà kính phát thải
1	Sử dụng điện mua từ lưới điện của EVN	Điện lưới	CO_2e

Bảng 4. Lượng phát thải Khí nhà kính của công ty năm 2025

TT	Hạng mục	Phát thải CO_2e (tấn)
	Phạm vi 1: Phát thải khí nhà kính trực tiếp	***1.164.298,89***
1	Than	1.163.225,21
2	Dầu DO	1.073,68
	Phạm vi 2: Phát thải khí nhà kính gián tiếp	***191.272,82***
3	Điện mua từ lưới điện của EVN	191.272,82
	Tổng	1.355.571,71

thải khí nhà kính trong sản xuất xi măng chủ yếu đến từ quá trình sản xuất clinker và tiêu thụ nhiên liệu trong lò nung. Trong đó phát thải từ quá trình sản xuất clinker chiếm khoảng 55 - 60% tổng lượng phát thải của toàn ngành". Do vậy, tổng lượng phát thải KNK của Công ty xi măng Bỉm Sơn năm 2025 khoảng 2,3 triệu tấn CO_2 tương đương.

4. Một số giải pháp

Với kết quả tính toán ở trên, tổng phát thải KNK của Công ty xi măng Bỉm Sơn năm 2025 nằm trong giới hạn của hạn ngạch được giao là 2,51 triệu tấn CO_2 tương đương. Tuy nhiên, xi măng là lĩnh vực tiêu thụ năng lượng lớn thứ 2 sau ngành sắt thép, chiếm tỷ trọng khoảng 20% tổng tiêu thụ năng lượng của ngành công nghiệp. Theo các chuyên gia đánh giá tiềm năng tiết kiệm năng lượng của ngành nằm trong khoảng 20-25%. Cụ thể với Công ty xi măng Bỉm Sơn, tác giả xin bàn luận một số giải pháp sau:

- Giải pháp lắp đặt hệ thống sản xuất điện từ nguồn nhiệt thải của lò nung có thể giảm từ 25-30% lượng điện mua từ lưới. Nếu áp dụng giải pháp này, Công ty xi măng Bỉm Sơn có thể tiết kiệm khoảng 71 triệu kWh mỗi năm, tiết kiệm khoảng 128 tỷ đồng chi phí mua điện và góp phần giảm phát thải xấp xỉ 48 nghìn tấn CO_2 tương đương (nguồn phát thải gián tiếp).

- Lĩnh vực sản xuất xi măng nói chung và Công ty Bỉm Sơn nói riêng, tiêu thụ năng lượng than tại công đoạn lò nung chiếm tỷ trọng tiêu thụ năng lượng và phát thải KNK trực tiếp lớn nhất. Nếu chỉ áp dụng giải pháp thu hồi nhiệt thải để sản xuất điện thì chỉ mang lại hiệu quả về chi phí năng lượng và giảm một phần phát thải KNK từ việc giảm sử dụng điện lưới. Tuy nhiên, trong dài hạn, để giảm phát thải KNK ra môi trường cần áp dụng giải pháp thu hồi và lưu trữ carbon mới giúp giảm thiểu tác động biến đổi khí hậu và hướng tới Net Zero. Khi áp dụng giải pháp này doanh nghiệp có thể tham gia vào thị trường trao đổi tín chỉ carbon nếu còn dư hạn ngạch.

- Bên cạnh đó, giải pháp giảm hàm lượng clinker trong xi măng, tăng cường phụ gia thay thế như tro bay (phế phẩm từ các nhà máy nhiệt điện), xỉ lò cao (sản phẩm phụ của quá trình sản xuất gang thép), bột đá vôi, bê tông tái chế... sẽ góp phần giảm chi phí sản xuất, giảm phát thải KNK từ quá trình nung clinker, tăng cường chất lượng cho xi măng.

Trong bối cảnh áp lực giảm phát thải KNK, ngành xi măng Việt Nam nói chung và Công ty Bỉm Sơn nói riêng cần tiến hành kiểm kê khí nhà kính và xây dựng lộ trình giảm phát thải để không chỉ đáp ứng yêu cầu pháp lý, mà còn là cơ hội để doanh nghiệp chủ động tham gia thị trường hạn ngạch carbon, nâng cao uy tín xuất khẩu và chuẩn bị cho các chính sách carbon ngày càng khắt khe hơn ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Chính phủ (2025). Nghị định số 119/2025/ NĐ-CP ngày 09/6/2025, sửa đổi, bổ sung Điều 12 của Nghị định số 06/2022/NĐ-CP Quy định giảm nhẹ phát thải khí nhà kính và bảo vệ tầng ô-zôn.

2. Bộ Công Thương (2023). Thông tư số 38/2023, ngày 27/12/2023 Quy định kỹ thuật đo đạc, báo cáo, thẩm định giảm nhẹ phát thải khí nhà kính và kiểm kê khí nhà kính ngành Công Thương.

3. Bộ Tài nguyên và Môi trường, Quyết định số 2626/2022 ngày 10/10/2022 Công bố danh mục hệ số phát thải phục vụ kiểm kê khí nhà kính .

4. EDGAR (2024). GHG emissions of all world countries - JRC/IEA 2024 Report

5. IPCC, (2006). IPCC Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories

6. Hạn ngạch phát thải. Truy cập https://eco-zenergy.com

7. Quy trình sản xuất và công dụng của xi măng trong xây dựng. Truy cập: https://ximang.vn

8. Đôn đốc lắp đặt và vận hành hệ thống phát điện tận dụng nhiệt thải tại các dây chuyền sản xuất xi măng. Truy cập: https://www.evn.com.vn

Ngày nhận bài: 5/3/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 20/3/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 12/4/2026

ASSESSMENT OF GREENHOUSE GAS EMISSIONS AT BIM SON CEMENT JOINT STOCK COMPANY

● **NGUYEN THI LE NA**
Faculty of Industrial and Energy Management,
Electric Power University
Email: nantl@epu.edu.vn

ABSTRACT:

This study examines specific energy consumption in the cement production process and estimates greenhouse gas emissions at Bim Son Cement Joint Stock Company in 2025 for comparison with the allocated emission quota. On this basis, the study proposes a set of measures to reduce energy consumption, thereby contributing to the achievement of greenhouse gas emission reduction targets for both the cement industry and the nation.

Keywords: emissions, greenhouse gases, quota, cement industry.

TÁC ĐỘNG CỦA CHUYỂN ĐỔI SỐ ĐẾN HOẠT ĐỘNG QUẢN LÝ BỆNH VIỆN: TRƯỜNG HỢP CỤ THỂ TẠI BỆNH VIỆN ĐA KHOA NÔNG NGHIỆP

● **NGUYỄN THỊ PHƯƠNG LAN[1]* - NGÔ THU GIANG[2]**
[1]Học viên, Trường Đại học Bách Khoa Hà Nội
[2]Giảng viên, Trường Đại học Bách Khoa Hà Nội
* Tác giả chính, liên hệ - Email: giang.ngothu@hust.edu.vn

TÓM TẮT:

Nghiên cứu phân tích tác động của chuyển đổi số đến hoạt động quản lý tại Bệnh viện Đa khoa Nông nghiệp thông qua khảo sát cán bộ, nhân viên bằng thang Likert 5 mức, kết hợp phân tích nhân tố khám phá và hồi quy đa biến. Kết quả cho thấy, hiệu quả quản lý chịu tác động tích cực từ hạ tầng công nghệ, liên thông và chất lượng dữ liệu, hiệu suất công việc, vai trò lãnh đạo, năng lực số của nhân viên và nhận thức về tính hữu ích của hệ thống, từ đó đề xuất một số hàm ý quản trị nhằm nâng cao hiệu quả triển khai chuyển đổi số tại bệnh viện công lập.

Từ khóa: chuyển đổi số, quản lý bệnh viện, bệnh viện công lập, hoạt động quản lý, y tế số.

1. Đặt vấn đề

Chuyển đổi số đang trở thành xu thế quan trọng trong đổi mới quản trị bệnh viện công lập tại Việt Nam. Thông qua số hóa quy trình, chuẩn hóa dữ liệu và tăng cường kết nối thông tin, chuyển đổi số có khả năng cải thiện hiệu quả điều hành, nâng cao tính minh bạch và hỗ trợ ra quyết định nhanh hơn, chính xác hơn.

Tuy nhiên, các nghiên cứu hiện nay chủ yếu tập trung vào khía cạnh chuyên môn như hồ sơ bệnh án điện tử hay hệ thống hỗ trợ lâm sàng, trong khi tác động đến hoạt động quản lý theo nghĩa rộng - bao gồm quản lý quy trình, nhân sự, tài chính và điều hành nội bộ - vẫn chưa được phân tích đầy đủ. Bệnh viện Đa khoa Nông nghiệp, với quá trình triển khai nền tảng số đang diễn ra, là trường hợp nghiên cứu phù hợp để lấp đầy khoảng trống này.

Nghiên cứu phân tích tác động của chuyển đổi số đến hoạt động quản lý bệnh viện qua các yếu tố gồm hạ tầng công nghệ, liên thông dữ liệu, năng lực số của nhân viên và vai trò lãnh đạo. Dữ liệu khảo sát từ 109-110 cán bộ được xử lý bằng phân tích nhân tố khám phá và hồi quy đa biến, nhằm cung cấp cơ sở thực tiễn cho các giải pháp nâng cao hiệu quả quản lý trong tiến trình chuyển đổi số tại bệnh viện công lập.

2. Tổng quan nghiên cứu

2.1. Các nghiên cứu về chuyển đổi số trong quản lý bệnh viện

Các nghiên cứu thực nghiệm cho thấy, lợi ích của công nghệ số không chỉ dừng ở cấp độ tác nghiệp mà còn mở rộng đến cấp độ quản lý và điều hành. Naranjo-Gil và Hartmann (2007) xác nhận hệ thống thông tin quản lý là công cụ quan trọng để triển khai chiến lược và hỗ trợ phối hợp tổ chức, trong khi Al-

Mamary và cộng sự (2013) chỉ ra, việc khai thác hệ thống thông tin có ảnh hưởng đáng kể đến chất lượng quyết định và hiệu quả điều hành.

Ở góc độ tổ chức, Vial (2019) lập luận rằng chuyển đổi số chỉ tạo ra giá trị thực sự khi công nghệ gắn liền với thay đổi quy trình, cấu trúc và năng lực quản trị. Kitsios và Kapetaneas (2022) bổ sung trong bối cảnh Healthcare 4.0, hạ tầng dữ liệu, khả năng tích hợp hệ thống và năng lực khai thác thông tin là các nhân tố quyết định hiệu quả quản trị thông minh.

Tuy nhiên, phần lớn các nghiên cứu hiện có vẫn tập trung vào khía cạnh lâm sàng như hồ sơ bệnh án điện tử hay hỗ trợ chẩn đoán, trong khi các nghiên cứu lượng hóa tác động của chuyển đổi số đến hiệu quả quản lý bệnh viện - đặc biệt tại bệnh viện công lập ở Việt Nam - còn rất hạn chế. Khoảng trống này đặt ra yêu cầu mở rộng hướng nghiên cứu từ ứng dụng công nghệ sang quản trị, trong đó hiệu quả quản lý được xem là đầu ra cần được kiểm định thực nghiệm.

2.2. Các mô hình lý thuyết liên quan

Về cơ sở lý thuyết, mô hình chấp nhận công nghệ TAM do Davis (1989) đề xuất là một trong những khung được sử dụng rộng rãi nhất để giải thích sự chấp nhận công nghệ của người dùng. Theo TAM, nhận thức về tính hữu ích và tính dễ sử dụng tác động đến thái độ và hành vi sử dụng hệ thống, với cấu trúc gọn, dễ kiểm định và phù hợp với các nghiên cứu định lượng dựa trên khảo sát người dùng trong môi trường bệnh viện.

Tuy nhiên, TAM chủ yếu tập trung ở cấp độ cá nhân, trong khi chuyển đổi số trong bệnh viện còn chịu tác động mạnh của các điều kiện tổ chức như hạ tầng công nghệ, vai trò lãnh đạo, chất lượng dữ liệu và mức độ liên thông hệ thống. Vì vậy, nghiên cứu này sử dụng TAM như trục lý thuyết trung tâm để giải thích cơ chế chấp nhận công nghệ, đồng thời mở rộng mô hình bằng các biến phản ánh điều kiện tổ chức và chất lượng hệ thống nhằm phản ánh đầy đủ hơn đặc thù quản trị của bệnh viện công lập.

2.3. Lựa chọn mô hình nghiên cứu cho đề tài

So với TAM, UTAUT của Venkatesh và cộng sự (2003) mở rộng năng lực giải thích qua các yếu tố kỳ vọng hiệu suất, ảnh hưởng xã hội và điều kiện thuận lợi, trong khi TOE của Tornatzky và Fleischer (1990) phù hợp để phân tích quyết định áp dụng công nghệ ở cấp tổ chức. DeLone và McLean (1992, 2003) bổ sung nền tảng đánh giá chất lượng hệ thống, chất lượng thông tin và lợi ích tổ chức. Tuy nhiên, mỗi mô hình đơn lẻ đều có hạn chế nhất định khi áp dụng vào bối cảnh bệnh viện công lập với quy mô mẫu giới hạn và trọng tâm nghiên cứu cụ thể.

Vì vậy, nghiên cứu này lựa chọn TAM mở rộng làm trục lý thuyết trung tâm, tích hợp các biến cấp tổ chức kế thừa từ DeLone và McLean (2003) và định hướng năng lực số trong y tế số theo WHO (2021). Khung phân tích tích hợp này lý giải đồng thời 3 lớp yếu tố - điều kiện chuyển đổi số ở cấp tổ chức, cơ chế chấp nhận công nghệ và hiệu quả quản lý bệnh viện - phù hợp với bối cảnh triển khai thực tế tại Bệnh viện Đa khoa Nông nghiệp, đồng thời tạo cơ sở trực tiếp để hình thành mô hình nghiên cứu và các giả thuyết kiểm định.

2.4. Khoảng trống nghiên cứu và định hướng khung phân tích

Các công trình nghiên cứu trước đây đã làm rõ tương đối tốt cơ chế chấp nhận công nghệ ở cấp cá nhân, vai trò của chất lượng hệ thống và các điều kiện tổ chức bảo đảm cho chuyển đổi số trong bệnh viện. Tuy nhiên, 3 khoảng trống đáng chú ý vẫn tồn tại: nghiên cứu lượng hóa tác động của chuyển đổi số đến hiệu quả quản lý bệnh viện còn hạn chế; các yếu tố như hạ tầng công nghệ, liên thông dữ liệu, vai trò lãnh đạo và năng lực số chưa được tích hợp đầy đủ trong một khung phân tích thống nhất; và bằng chứng thực nghiệm tại bệnh viện công lập Việt Nam còn rất ít.

Xuất phát từ đó, nghiên cứu đề xuất khung phân tích tích hợp gồm 3 lớp: (1) các điều kiện chuyển đổi số ở cấp tổ chức - hạ tầng công nghệ, liên thông và chất lượng dữ liệu, vai trò lãnh đạo, năng lực số; (2) các biến chấp nhận công nghệ theo TAM - nhận thức về tính hữu ích, dễ sử dụng và thái độ sử dụng; (3) kết quả đầu ra là hiệu quả quản lý bệnh viện. Để làm rõ nguồn gốc, ưu điểm và lý do lựa chọn từng mô hình nền tảng, nghiên cứu hệ thống hóa mức độ kế thừa tại Bảng 1.

Trong đó, TAM, DeLone - McLean và định hướng năng lực số trong bệnh viện là 3 nền tảng được kế thừa trực tiếp để xây dựng mô hình nghiên cứu; UTAUT và TOE được sử dụng như các khung đối chiếu nhằm tăng tính thuyết phục cho lựa chọn mô hình, nhưng không được đưa nguyên vẹn vào mô hình chính.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Mô hình đo lường nghiên cứu

Mô hình nghiên cứu đề xuất được trình bày tại Bảng 2. Nghiên cứu sử dụng mô hình đo lường được xây dựng trên nền tảng TAM mở rộng và điều chỉnh theo bối cảnh quản lý bệnh viện trong điều kiện

Bảng 1. So sánh các mô hình nền tảng và cách kế thừa trong nghiên cứu

Mô hình	Nguồn gốc/cốt lõi	Ưu điểm	Hạn chế	Cách sử dụng trong nghiên cứu này
TAM	Davis (1989): PU, PEOU, ATT	Gọn, dễ kiểm định, phù hợp khảo sát người dùng	Thiên về cấp cá nhân, chưa phản ánh đầy đủ điều kiện tổ chức	Kế thừa trực tiếp để xây dựng F7 và F8; đồng thời làm trục giải thích cơ chế chấp nhận công nghệ.
UTAUT	Venkatesh và cs. (2003): kỳ vọng hiệu suất, nỗ lực, ảnh hưởng xã hội, điều kiện thuận lợi	Mở rộng hơn TAM, phản ánh ảnh hưởng xã hội và điều kiện triển khai	Cấu trúc rộng, nhiều biến điều tiết, kém gọn với cỡ mẫu vừa	Dùng làm mô hình đối chiếu khi lựa chọn khung lý thuyết; không đưa nguyên vẹn vào mô hình chính.
TOE	Tornatzky và Fleischer (1990): công nghệ - tổ chức - môi trường	Phù hợp xem xét áp dụng công nghệ ở cấp tổ chức	Nghiêng về quyết định áp dụng ở cấp tổ chức, chưa giải thích sâu hành vi người dùng	Dùng như khung tham khảo để xem xét yếu tố hạ tầng, lãnh đạo và bối cảnh tổ chức.
DeLone - McLean	Thành công HTTT: chất lượng hệ thống, chất lượng thông tin, lợi ích ròng	Phù hợp đánh giá chất lượng hệ thống, dữ liệu và lợi ích tổ chức	Chưa lý giải sâu động cơ chấp nhận công nghệ ở cấp cá nhân	Kế thừa để xây dựng nhóm chất lượng dữ liệu và diễn giải hiệu suất/hiệu quả quản lý.
WHO/định hướng năng lực số BV	Các điều kiện nền: hạ tầng, liên thông, lãnh đạo, nhân lực	Phản ánh tốt bối cảnh triển khai CĐS trong bệnh viện	Mang tính khung định hướng, không phải mô hình hành vi riêng để kiểm định trực tiếp	Kế thừa để xây dựng F1, F2, F5, F6 và điều chỉnh mô hình cho bối cảnh bệnh viện công lập.

chuyển đổi số, có tham chiếu mô hình thành công hệ thống thông tin của DeLone và McLean (1992, 2003) và định hướng năng lực số trong y tế của WHO (2021), đồng thời kế thừa cơ chế chấp nhận công nghệ từ Davis (1989).

Phương trình hồi quy chuẩn hóa của mô hình được xác định như sau:

$$F9 = 0{,}472 \cdot FAC8 + 0{,}380 \cdot FAC4 + 0{,}357 \cdot FAC7 + 0{,}319 \cdot FAC5 + 0{,}300 \cdot FAC2 + 0{,}281 \cdot FAC3 + 0{,}249 \cdot FAC6 + 0{,}153 \cdot FAC1 + \varepsilon.$$

Mô hình được thiết kế theo 3 lớp - các yếu tố chuyển đổi số, nhóm chấp nhận công nghệ theo TAM và hiệu quả quản lý - gồm 9 nhân tố với 40 biến quan sát đo bằng thang Likert 5 mức, được hiệu chỉnh theo bối cảnh Bệnh viện Đa khoa Nông nghiệp.

3.2. Mẫu nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng bảng hỏi cấu trúc với thang Likert 5 mức, khảo sát cán bộ, nhân viên tại Bệnh viện Đa khoa Nông nghiệp có tiếp xúc trực tiếp với các hệ thống số trong công việc; các nhóm không liên quan đến chuyên môn hoặc quản lý được loại khỏi khung khảo sát. Khảo sát được thực hiện từ tháng 12/2025 đến tháng 3/2026 với tổng thể ước khoảng 600 người. Cỡ mẫu được xác định theo công thức Tabachnick và Fidell (1996), N = 50 + 8m, cho ngưỡng tối thiểu 114 quan sát với 8 biến độc lập. Nghiên cứu thu được 110 phiếu hợp lệ - tiệm cận ngưỡng khuyến nghị và được xác nhận phù hợp qua hệ số KMO = 0,874. Về cơ cấu mẫu, điều dưỡng và kỹ thuật viên chiếm tỷ lệ cao nhất (36,4%), 64,5% dưới 40 tuổi và 61,8% có thâm niên dưới 10 năm, phản ánh lực lượng nhân sự đang trực tiếp chịu tác động của quá trình chuyển đổi số tại bệnh viện.

3.3. Phương pháp xử lý dữ liệu

Dữ liệu được xử lý tuần tự qua kiểm định Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA (Principal Component Analysis, phép quay Varimax) để kiểm định độ tin cậy thang đo, giá trị hội tụ và cấu trúc nhân tố. Điểm nhân tố Anderson-Rubin sau đó được đưa vào hồi quy đa biến OLS để kiểm định tác

Bảng 2. Biến và các thang đo

Ký hiệu	Tên nhân tố	Thang đo
FAC1	F1 - Hạ tầng CN	Mạng nội bộ/Wi-Fi đáp ứng ổn định cho công việc.
		Thiết bị (PC, máy trạm, máy quét, chữ ký số…) cập nhật/thay thế kịp thời, không bị lạc hậu, cũ kỹ.
		Hệ thống lưu trữ/backup đảm bảo an toàn và sẵn sàng.
		Bảo mật truy cập được triển khai hiệu quả.
FAC2	F2 - Liên thông	Hệ thống số hóa giúp kết nối hoạt động và quy trình giữa các bộ phận trong bệnh viện.
		Hệ thống số giúp cải thiện luồng thông tin thông qua việc chia sẻ dữ liệu chung giữa các phòng ban.
		Bệnh viện sử dụng một kiến trúc hệ thống tích hợp để tránh sự cô lập thông tin.
		Hệ thống số giúp tích hợp dữ liệu quản lý (Ví dụ: tài chính, bệnh án, nhân sự) một cách thống nhất.
FAC3	F3 - CL Dữ liệu	Dữ liệu y tế thu thập được có tính chính xác và đầy đủ, phục vụ tốt cho quản lý.
		Bệnh viện có khả năng khai thác và phân tích dữ liệu lớn để dự báo và quản lý chuyên môn.
		Bệnh viện có khả năng quản lý và bảo mật thông tin, dữ liệu y tế của bệnh nhân/đơn vị.
FAC4	F4 - Hiệu suất	Chuyển đổi số giúp tự động hóa quy trình, giảm thiểu sai sót trong công việc.
		Chuyển đổi số giúp tăng tốc độ xử lý công việc và tăng năng suất lao động tổng thể.
		Chuyển đổi số giúp bệnh viện cải thiện hiệu suất kinh doanh.
FAC5	F5 - Lãnh đạo	Lãnh đạo bệnh viện có thái độ tích cực trong việc áp dụng chuyển đổi số.
		Lãnh đạo được trang bị kiến thức và kỹ năng cần thiết để triển khai chuyển đổi số.
		Lãnh đạo tích cực, chủ động thúc đẩy nhân viên thực hiện chuyển đổi số.
FAC6	F6 - Năng lực/ĐT	Nhân viên có kỹ năng sử dụng thành thạo các ứng dụng CNTT.
		Nhân viên có thái độ tích cực, sẵn sàng đón nhận và tham gia vào các ứng dụng công nghệ mới.
		Bệnh viện cung cấp đầy đủ các chương trình đào tạo, huấn luyện về ứng dụng số hóa cho nhân viên.
		Nhân viên nhận được sự hỗ trợ kỹ thuật kịp thời khi có vấn đề phát sinh với hệ thống CNTT.
		Có tài liệu/hướng dẫn rõ ràng, dễ tra cứu.
FAC7	F7 - PU/PEOU	Hệ thống số hóa giúp tôi nâng cao hiệu quả công việc chuyên môn và quản lý.
		Hệ thống số hóa giúp tôi thực hiện công việc quản lý nhanh hơn hoặc tốt hơn trong cùng một khoảng thời gian.
		Các hệ thống số của bệnh viện dễ học và dễ làm quen.
		Tôi dễ dàng thực hiện các thao tác cần thiết trên hệ thống.
		Các hướng dẫn và tài liệu sử dụng hệ thống quản lý số đầy đủ và dễ tiếp cận.

Ký hiệu	Tên nhân tố	Thang đo
FAC8	F8 - ATT	Tôi hài lòng và ủng hộ việc sử dụng các hệ thống số trong công việc quản lý hàng ngày.
		Tôi sẵn sàng tiếp tục sử dụng và khai thác sâu hơn.
		Tôi giới thiệu/khuyến nghị đồng nghiệp áp dụng các công cụ số.
		Việc ứng dụng công nghệ số trong quản lý là một ý tưởng hay và cần thiết cho Bệnh viện
F9	F9 - HQQL (DV)	Chuyển đổi số cung cấp thông tin kịp thời và chính xác để hỗ trợ việc ra quyết định quản lý hàng ngày.
		Chuyển đổi số hỗ trợ nhà quản lý trong việc phân bổ nguồn lực hiệu quả hơn.
		Thông tin từ chuyển đổi số giúp Bệnh viện đưa ra các quyết định chiến lược tốt hơn.
		Chuyển đổi số giúp giám sát sự tuân thủ quy trình và hoạt động của các khoa/phòng một cách dễ dàng.
		Chuyển đổi số giúp tăng cường tính minh bạch trong các quy trình quản lý hành chính.
		Chuyển đổi số giúp giảm thiểu các hành vi tiêu cực, những nhiễu trong công vụ.
		Chuyển đổi số giúp kết nối hoạt động giữa các bộ phận/khoa/phòng một cách hiệu quả.
		Chuyển đổi số cải thiện đáng kể luồng thông tin giữa các khoa/phòng/bộ phận.
		Các hoạt động quản lý kho hàng, vật tư, nguyên vật liệu của bệnh viện được quản lý tập trung và phối hợp thông qua công cụ số.

động của các yếu tố chuyển đổi số đến hiệu quả quản lý, kết hợp kiểm tra đa cộng tuyến và tự tương quan phần dư nhằm bảo đảm độ tin cậy kết quả.

4. Kết quả nghiên cứu

Kết quả kiểm định độ tin cậy cho thấy, các thang đo trong mô hình đều đạt mức chấp nhận tốt và đủ điều kiện đưa vào phân tích nhân tố khám phá. Hệ số Cronbach's Alpha của các nhân tố dao động từ 0,783 đến 0,903; trong đó thang đo Hiệu quả quản lý đạt mức cao nhất, phản ánh tính nhất quán nội tại tốt của bộ biến quan sát dùng trong nghiên cứu. Bảng 3.

Nhìn chung, không có thang đo nào có hệ số Alpha dưới ngưỡng chấp nhận. Các nhóm biến về lãnh đạo, thái độ sử dụng và hiệu quả quản lý có độ tin cậy nổi bật; trong khi chất lượng dữ liệu đạt mức thấp hơn tương đối nhưng vẫn bảo đảm yêu cầu để tiếp tục phân tích. Kết quả này cho thấy, bộ thang đo đã được hiệu chỉnh phù hợp với bối cảnh Bệnh viện Đa khoa Nông nghiệp. Sau khi kiểm định độ tin cậy, nghiên cứu sử dụng EFA để đánh giá giá trị hội tụ, giá trị phân biệt và rút gọn cấu trúc thang đo. Kết quả EFA được trình bày ở Bảng 4.

Kiểm định KMO và Bartlett's

Kết quả cho thấy, hệ số KMO đạt 0,874 và kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê với Sig. = 0,000. Điều này khẳng định dữ liệu phù hợp để thực hiện phân tích nhân tố khám phá và các biến quan sát có tương quan đủ mạnh để hình thành cấu trúc nhân tố ổn định.

Tổng phương sai trích

Phân tích EFA rút trích được 9 nhân tố với tổng phương sai giải thích đạt 71,19%, vượt xa ngưỡng tối thiểu thường được chấp nhận trong nghiên cứu định lượng. Điều này cho thấy, mô hình thang đo có khả năng giải thích tốt. Xét về nội dung, các biến quan sát tập hợp tương đối rõ vào các nhóm nhân tố đã xây dựng từ khung lý thuyết TAM mở rộng, mô hình thành công hệ thống thông tin và định hướng năng lực số bệnh viện. Một điểm cần lưu ý là biến PEOU3 có hiện tượng tải chéo giữa nhóm Năng lực và đào tạo với nhóm Nhận thức hữu ích và dễ sử dụng, song mức chênh lệch không lớn và việc loại biến này không làm thay đổi đáng kể Cronbach's Alpha của F7. Vì vậy, nghiên cứu vẫn giữ PEOU3 trong nhân tố F7 theo logic lý thuyết TAM để bảo đảm tính nhất quán khái niệm.

Bảng 3. Đánh giá sự phù hợp của thang đo

Nhân tố	Tên thang đo	Số biến	Cronbach's Alpha	Mean CITC	Đánh giá
F1	Hạ tầng và bảo mật	4	0,820	0,740	Tốt
F2	Liên thông và tích hợp	4	0,851	0,785	Tốt
F3	Chất lượng dữ liệu	3	0,783	0,690	Khá
F4	Hiệu suất công việc	3	0,842	0,773	Tốt
F5	Lãnh đạo	3	0,876	0,815	Tốt
F6	Năng lực và đào tạo nhân viên	5	0,812	0,720	Tốt
F7	Nhận thức hữu ích và dễ sử dụng	5	0,831	0,745	Tốt
F8	Thái độ sử dụng	4	0,874	0,810	Tốt
F9	Hiệu quả quản lý	9	0,903	0,845	Xuất sắc

Bảng 4. Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA

Kiểm định KMO và Bartlett's		
Nội dung	**Chỉ tiêu**	**Giá trị**
Hệ số KMO (Kaiser-Meyer-Olkin)		0,874
Kiểm định Bartlett's	Giá trị Chi-Square	3.847,62
	Bậc tự do df	780
	Sig. (giá trị p)	0,000

Nhân tố	Tổng	% của phương sai	% cộng dồn	Tổng phương sai xoay
1	6,82	17,05	17,05	6,21
2	4,51	11,28	28,33	4,15
3	3,29	8,23	36,56	2,98
4	2,98	7,45	44,01	2,73
5	2,74	6,85	50,86	2,51
6	2,46	6,15	57,01	2,24
7	2,18	5,45	62,46	1,97
8	1,87	4,68	67,14	1,70
9	1,62	4,05	71,19	1,42

Mô hình hồi quy đa biến OLS được xây dựng với biến phụ thuộc là hiệu quả quản lý và 8 biến độc lập là các điểm nhân tố Anderson-Rubin. Kết quả tổng quát của mô hình cho thấy, khả năng giải thích cao và có ý nghĩa thống kê.

Giá trị $R^2 = 0,851$ cho thấy mô hình giải thích được 85,1% sự biến thiên của hiệu quả quản lý, là mức khá cao đối với nghiên cứu hành vi và quản trị. Đồng thời, chỉ số

Bảng 5. Chất lượng tổng thể của mô hình hồi quy

Chỉ số	Giá trị	Diễn giải
R	0,922	Mức độ liên kết tổng thể rất mạnh
R Square (R^2)	0,851	Mô hình giải thích 85,1% biến thiên của F9
Adjusted R^2	0,839	Mức giải thích hiệu chỉnh vẫn cao và ổn định
Sig.	0,000	Bác bỏ giả thuyết H0

Bảng 6. Hệ số hồi quy của các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả quản lý

Nhân tố	B	Beta	t	Sig.	VIF	Xếp hạng
FAC8 - Thái độ sử dụng	0,2457	0,472	12,214	0,000	1,000	1
FAC4 - Hiệu suất công việc	0,1975	0,380	9,818	0,000	1,000	2
FAC7 - PU/PEOU	0,1856	0,357	9,228	0,000	1,000	3
FAC5 - Vai trò lãnh đạo	0,1659	0,319	8,249	0,000	1,000	4
FAC2 - Liên thông dữ liệu	0,1561	0,300	7,762	0,000	1,000	5
FAC3 - Chất lượng dữ liệu	0,1461	0,281	7,264	0,000	1,000	6
FAC6 - Năng lực số/đào tạo	0,1298	0,249	6,454	0,000	1,000	7
FAC1 - Hạ tầng công nghệ	0,0795	0,153	3,952	0,000	1,000	8

Durbin-Watson đạt 2,013, nằm trong khoảng chấp nhận, chứng tỏ phần dư của mô hình không có hiện tượng tự tương quan. Như vậy, mô hình hồi quy được xem là phù hợp để tiếp tục diễn giải các hệ số tác động.

Kết quả kiểm định cho thấy, toàn bộ 8 nhân tố đều có tác động cùng chiều và có ý nghĩa thống kê đến hiệu quả quản lý ở mức $p < 0,001$, xác nhận tất cả giả thuyết nghiên cứu. Theo hệ số Beta chuẩn hóa, Thái độ sử dụng có tác động mạnh nhất, tiếp theo là Hiệu suất công việc và Nhận thức về tính hữu ích/dễ sử dụng - phản ánh hiệu quả chuyển đổi số phụ thuộc lớn vào mức độ chấp nhận và trải nghiệm thực tế của người dùng, phù hợp với lý thuyết TAM. Riêng Hạ tầng công nghệ chỉ thể hiện tác động có ý nghĩa khi được xem xét đồng thời với các nhân tố tổ chức và hành vi trong mô hình hồi quy đa biến.

Vai trò lãnh đạo, Liên thông dữ liệu và Chất lượng dữ liệu cũng có ảnh hưởng tích cực đáng kể, hàm ý rằng chuyển đổi số trong bệnh viện không thuần túy là vấn đề công nghệ mà còn gắn với cam kết lãnh đạo, phối hợp liên bộ phận và quản trị dữ liệu nhất quán - phù hợp với mô hình thành công hệ thống thông tin của DeLone và McLean (1992, 2003).

5. Kết luận

Từ kết quả nghiên cứu, bệnh viện cần ưu tiên nâng cao trải nghiệm và mức độ chấp nhận hệ thống số, gắn chuyển đổi số với cải tiến hiệu suất công việc thực tế, đồng thời tăng cường vai trò lãnh đạo, tích hợp dữ liệu liên hệ thống và hoàn thiện quản trị chất lượng dữ liệu. Đầu tư hạ tầng công nghệ và đào tạo nhân viên là điều kiện nền cần duy trì trong dài hạn.

Nghiên cứu còn giới hạn ở phạm vi một cơ sở và dữ liệu nhận thức tại một thời điểm. Các nghiên cứu tiếp theo nên mở rộng sang nhiều bệnh viện công lập và kết hợp dữ liệu hoạt động thực tế để kiểm định mô hình toàn diện hơn ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. MIS Quarterly, 13(3), 319-340. https://doi.org/10.2307/249008

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. MIS Quarterly, 27(3), 425-478. https://doi.org/10.2307/30036540

Tornatzky, L. G., & Fleischer, M. (1990). The processes of technological innovation. Lexington Books.

DeLone, W. H., & McLean, E. R. (1992). Information systems success: The quest for the dependent variable. Information Systems Research, 3(1), 60-95. https://doi.org/10.1287/isre.3.1.60

DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. Journal of Management Information Systems, 19(4), 9-30. https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748

World Health Organization. (2021). Global strategy on digital health 2020-2025. World Health Organization. https://www.who.int/publications/i/item/9789240020924

Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (1996). Using multivariate statistics (3rd ed.). HarperCollins College Publishers.

Naranjo-Gil, D., & Hartmann, F. (2007). How CEOs use management information systems for strategy implementation in hospitals. Health Policy, 81(1), 29-41. https://doi.org/10.1016/j.healthpol.2006.05.009

Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. The Journal of Strategic Information Systems, 28(2), 118-144. https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003

Al-Mamary, Y. H., Shamsuddin, A., & Aziati, N. (2013). The impact of management information systems adoption in managerial decision making: A review. Management Information Systems, 8(4), 10-17.

Kitsios, F., & Kapetaneas, N. (2022). Digital transformation in Healthcare 4.0: Critical factors for business intelligence systems. Information, 13(5), 247. https://doi.org/10.3390/info1305024.

Ngày nhận bài: 18/3/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 30/3/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 15/4/2026

IMPACT OF DIGITAL TRANSFORMATION ON HOSPITAL MANAGEMENT: CASE STUDY OF THE AGRICULTURAL GENERAL HOSPITAL

● **NGUYEN THI PHUONG LAN[1,*]**
● **NGO THU GIANG[2]**
[1]Student, Hanoi University of Science and Technology
[2]Lecturer, Hanoi University of Science and Technology
*Corresponding author: giang.ngothu@hust.edu.vn

ABSTRACT:

This study analyzes the impact of digital transformation on management activities at the Agricultural General Hospital. Data were collected through a staff survey using a five-point Likert scale and analyzed using exploratory factor analysis and multiple regression. The findings reveal that management effectiveness is positively influenced by technological infrastructure, data connectivity and quality, work performance, leadership roles, staff digital capabilities, and perceived system usefulness. Based on these results, the study provides managerial implications for improving the effectiveness of digital transformation implementation in public hospitals.

Keywords: digital transformation, hospital management, public hospitals, management operations, digital healthcare.

HOÀN THIỆN THỂ CHẾ DỮ LIỆU SỐ Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

● **NGUYỄN HỮU DANH**
Học viện Hành chính và Quản trị công
Email: danhnh9@gmail.com

TÓM TẮT:

Thể chế dữ liệu số (DLS) ở Việt Nam đang được hoàn thiện đồng bộ, coi dữ liệu là tài sản chiến lược và tư liệu sản xuất chủ yếu của nền kinh tế. Tuy nhiên, thể chế này còn tồn tại nhiều hạn chế, bất cập. Bài viết tập trung phân tích thực trạng thể chế DLS ở Việt Nam hiện nay; từ đó đề xuất một số giải pháp hoàn thiện thể chế này ở Việt Nam trong thời gian tới.

Từ khóa: chuyển đổi số, dữ liệu số, kinh tế số, kỷ nguyên mới, thể chế.

1. Đặt vấn đề

Cùng với sự phát triển cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ Tư và tiến trình chuyển đổi số quốc gia, DLS đang trở thành nguồn tài nguyên chiến lược, giữ vai trò quan trọng trong xây dựng nền kinh tế số, xã hội số và chính phủ số. Ở Việt Nam, quá trình xây dựng, khai thác và chia sẻ DLS đã đạt nhiều kết quả tích cực, góp phần nâng cao hiệu lực quản lý nhà nước, thúc đẩy đổi mới sáng tạo và phát triển các mô hình kinh doanh mới. Tuy nhiên, thực tiễn cho thấy thể chế DLS vẫn còn nhiều hạn chế như thiếu đồng bộ trong hệ thống pháp luật, cơ chế chia sẻ dữ liệu chưa hiệu quả, hạ tầng dữ liệu còn phân tán, vấn đề bảo mật và bảo vệ dữ liệu cá nhân còn nhiều bất cập. Những hạn chế này đang trở thành rào cản đối với quá trình chuyển đổi số và phát triển bền vững. Vì vậy, nghiên cứu hoàn thiện thể chế DLS ở Việt Nam hiện nay có ý nghĩa cấp thiết cả về lý luận và thực tiễn.

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. Nhận thức chung về thể chế dữ liệu số

Thể chế DLS được hiểu là tổng thể các quan điểm, nguyên tắc, quy phạm pháp luật, cơ chế, chính sách và phương thức tổ chức thực hiện nhằm điều chỉnh các hoạt động tạo lập, thu thập, lưu trữ, chia sẻ, khai thác, bảo vệ và sử dụng dữ liệu trong môi trường số. Ở góc độ quản trị, nhiều nghiên cứu cho thấy, quản trị dữ liệu là "tập hợp các thủ tục, chính sách, quy tắc và quy trình" nhằm bảo đảm tính sẵn sàng, khả dụng, an toàn và chất lượng của dữ liệu trong tổ chức" [4].

Cấu trúc của thể chế DLS là tổng thể các thành tố pháp lý, tổ chức, kỹ thuật và cơ chế vận hành được thiết lập nhằm điều chỉnh toàn bộ vòng đời dữ liệu trong môi trường số. Theo Cục Kinh tế và Xã hội Liên hợp quốc (United Nations Department of Economic and Social Affairs - UN DESA) - cơ quan thuộc Ban Thư ký Liên hợp quốc, khung quản trị

DLS gồm 4 trụ cột cơ bản: chính sách (policy), thiết chế (institutions), con người (people) và quy trình (processes); và 6 yếu tố vận hành gồm: tiêu chuẩn dữ liệu, chia sẻ và liên thông dữ liệu, an ninh dữ liệu, quyền riêng tư dữ liệu, hạ tầng dữ liệu và định danh số [9]. Từ cách tiếp cận này, cấu trúc của thể chế DLS thành các bộ phận cơ bản sau:

Hệ thống pháp luật và chính sách DLS. Đây là bộ phận trung tâm của thể chế DLS, bao gồm các quy định pháp lý điều chỉnh hoạt động thu thập, lưu trữ, xử lý, chia sẻ, khai thác và bảo vệ dữ liệu. Bộ phận này xác lập quyền sở hữu, quyền tiếp cận, trách nhiệm quản lý dữ liệu và cơ chế bảo vệ dữ liệu cá nhân. Theo Michael Brackett, Stephanie Earley, Michael Mosley (2017), quản trị dữ liệu phải dựa trên hệ thống chính sách, tiêu chuẩn và quy trình thống nhất để bảo đảm dữ liệu được quản lý an toàn, tin cậy và hiệu quả [4].

Thiết chế và chủ thể quản trị dữ liệu. Đây là hệ thống các cơ quan, tổ chức và chủ thể tham gia quản lý, vận hành và giám sát DLS. Cấu trúc này bao gồm cơ quan quản lý nhà nước, tổ chức cung cấp hạ tầng dữ liệu, doanh nghiệp công nghệ, cùng các chủ thể sở hữu và sử dụng dữ liệu. Nghiên cứu của Rene Abraham, Johannes Schneider và Jan vom Brocke (2019) khẳng định: quản trị dữ liệu phải được tổ chức thông qua cơ chế phân quyền, trách nhiệm và giám sát rõ ràng nhằm bảo đảm hiệu quả ra quyết định đối với dữ liệu [8].

Hạ tầng kỹ thuật và tiêu chuẩn dữ liệu. Đây là nền tảng công nghệ phục vụ việc hình thành, kết nối và khai thác DLS. Bộ phận này bao gồm cơ sở dữ liệu quốc gia, nền tảng điện toán đám mây, trung tâm dữ liệu, hệ thống định danh điện tử và các tiêu chuẩn kỹ thuật bảo đảm tính liên thông dữ liệu. Theo OECD, dữ liệu chỉ thực sự trở thành nguồn lực phát triển khi được đặt trong hệ sinh thái hạ tầng số thống nhất, có khả năng chia sẻ và kết nối liên ngành [5].

Cơ chế bảo đảm an toàn, an ninh và quyền riêng tư dữ liệu. Đây là thành tố không thể thiếu của thể chế DLS trong bối cảnh gia tăng các nguy cơ rò rỉ dữ liệu, tấn công mạng và lạm dụng thông tin cá nhân. Cơ chế này bao gồm quy định về bảo mật dữ liệu, kiểm soát truy cập, quản trị rủi ro, an ninh mạng và bảo vệ quyền riêng tư. UN DESA xác định bảo mật và quyền riêng tư dữ liệu là 2 yếu tố cốt lõi của quản trị DLS hiện đại [9].

Cơ chế chia sẻ, khai thác và phát triển thị trường dữ liệu. Đây là bộ phận bảo đảm dữ liệu được lưu thông và tạo ra giá trị kinh tế - xã hội. Cơ chế này quy định việc kết nối, chia sẻ dữ liệu giữa các cơ quan nhà nước, doanh nghiệp và người dân; đồng thời hình thành các nguyên tắc về khai thác dữ liệu mở, thương mại hóa dữ liệu và phát triển kinh tế dữ liệu. Nhiều nghiên cứu nhận định dữ liệu ngày càng trở thành "tư liệu sản xuất mới" của nền kinh tế số, do đó thể chế dữ liệu cần hướng tới cân bằng giữa bảo vệ chủ quyền dữ liệu và thúc đẩy đổi mới sáng tạo [2].

2.2. Thực trạng thể chế DLS ở Việt Nam hiện nay

Về hệ thống pháp luật và chính sách DLS, Việt Nam đã từng bước hình thành khuôn khổ pháp lý tương đối đồng bộ cho phát triển DLS. Nghị quyết số 57-NQ/TW ngày 22/12/2024 của Bộ Chính trị về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia xác định nhiệm vụ: "Khẩn trương, quyết liệt hoàn thiện thể chế; xóa bỏ mọi tư tưởng, quan niệm, rào cản đang cản trở sự phát triển; đưa thể chế thành một lợi thế cạnh tranh trong phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số" [1]. Hệ thống văn bản pháp luật liên quan đến DLS ngày càng được hoàn thiện như: Luật An ninh mạng năm 2018, Luật Giao dịch điện tử năm 2023, Luật Viễn thông năm 2023, Luật An ninh mạng năm 2025 (có hiệu lực từ ngày 01/7/2026); Nghị định số 13/2023/NĐ-CP về bảo vệ dữ liệu cá nhân, Nghị định số 47/2020/NĐ-CP về quản lý, kết nối và chia sẻ DLS của cơ quan nhà nước. Đây là cơ sở pháp lý quan trọng để điều chỉnh hoạt động thu thập, xử lý, chia sẻ và bảo vệ dữ liệu trong môi trường số. Tuy nhiên, hệ thống pháp luật về DLS vẫn còn nhiều bất cập. Quy định về quyền

sở hữu dữ liệu, định giá dữ liệu, thương mại hóa dữ liệu và trách nhiệm pháp lý trong chia sẻ dữ liệu chưa đầy đủ; nhiều quy định còn chồng chéo giữa các lĩnh vực công nghệ thông tin, an ninh mạng, viễn thông và bảo vệ bí mật nhà nước. Cơ chế thực thi pháp luật còn thiếu đồng bộ, đặc biệt trong xử lý vi phạm liên quan đến dữ liệu cá nhân và chia sẻ dữ liệu liên ngành.

Về thiết chế và chủ thể quản trị dữ liệu, Việt Nam đã hình thành hệ thống quản trị DLS từ trung ương đến địa phương với sự tham gia của nhiều cơ quan nhà nước, doanh nghiệp công nghệ và tổ chức xã hội. Chính phủ đã phê duyệt Đề án Trung tâm dữ liệu quốc gia nhằm tạo nên trụ cột quan trọng phục vụ quá trình chuyển đổi số quốc gia, hỗ trợ đắc lực và hiện đại hóa công tác quản lý xã hội. Tháng 2/2025, Bộ Công an chính thức ra mắt Trung tâm Dữ liệu quốc gia cấp cục; đến tháng 8/2025 đã khai trương Trung tâm Dữ liệu quốc gia số 1 với tổng mức đầu tư hơn 16.800 tỷ đồng, được đánh giá là một trong những trung tâm dữ liệu hiện đại nhất Đông Nam Á [7]. Hệ thống quản trị DLS đã mở rộng từ trung ương xuống địa phương thông qua cơ chế kết nối, chia sẻ dữ liệu liên thông. Quá trình xây dựng hệ thống dữ liệu quốc gia đã có sự tham gia của nhiều bộ, ngành và chính quyền địa phương, trong đó nhiều cơ sở dữ liệu đã được kết nối, liên thông nhằm phục vụ cải cách thủ tục hành chính và phát triển Chính phủ số. Các doanh nghiệp công nghệ lớn trong nước tham gia trực tiếp vào phát triển hạ tầng và vận hành hệ sinh thái DLS quốc gia. Trong dự án Trung tâm Dữ liệu quốc gia số 1, FPT cùng liên danh Aurecon và TwoG tham gia tư vấn thiết kế, góp phần giúp trung tâm đạt chứng chỉ quốc tế Uptime Tier IV - tiêu chuẩn cao nhất đối với trung tâm dữ liệu. Các tập đoàn công nghệ như Viettel, VNPT, CMC Corporation cũng đang vận hành nhiều trung tâm dữ liệu, nền tảng điện toán đám mây và hệ thống tích hợp dữ liệu phục vụ cơ quan nhà nước và địa phương. Hệ sinh thái DLS không chỉ giới hạn trong khu vực công mà còn có sự tham gia của các trường đại học, viện nghiên cứu, tổ chức xã hội và cộng đồng công nghệ thông qua các chương trình nghiên cứu, chia sẻ dữ liệu mở, phát triển AI và khoa học dữ liệu phục vụ quản trị công, đô thị thông minh và dịch vụ công số.

Tuy nhiên, bên cạnh kết quả đạt được, cơ chế phối hợp giữa các chủ thể quản trị dữ liệu vẫn còn phân tán, cục bộ và thiếu tính liên thông. Tình trạng "sở hữu cục bộ dữ liệu" giữa các bộ, ngành và địa phương còn khá phổ biến, dẫn tới khó khăn trong chia sẻ và khai thác dữ liệu dùng chung. Nguồn nhân lực chất lượng cao về quản trị dữ liệu, phân tích dữ liệu và an ninh dữ liệu còn thiếu hụt; năng lực quản trị dữ liệu của nhiều cơ quan chưa đáp ứng yêu cầu chuyển đổi số.

Về hạ tầng kỹ thuật và tiêu chuẩn dữ liệu, Việt Nam đã có bước tiến đáng kể trong phát triển hạ tầng số và cơ sở dữ liệu quốc gia. Các nền tảng số quốc gia, trung tâm dữ liệu, hạ tầng viễn thông và điện toán đám mây được đầu tư mạnh mẽ. Việt Nam hiện đã xây dựng nhiều cơ sở dữ liệu quốc gia quan trọng như cơ sở dữ liệu quốc gia về dân cư, đất đai, bảo hiểm, đăng ký doanh nghiệp và tài chính. Chỉ số phát triển Chính phủ điện tử (EGDI) của Việt Nam năm 2024 đạt 0,7709 điểm, xếp thứ 71/193 quốc gia, tăng 15 bậc so với năm 2022 và lần đầu tiên được xếp vào nhóm các nước có chỉ số "rất cao" [6]. Đây là dấu hiệu cho thấy, hạ tầng số và năng lực cung cấp dịch vụ số của Việt Nam đang có bước phát triển tích cực. Tuy nhiên, hạ tầng DLS vẫn chưa đồng bộ và còn chênh lệch lớn giữa các ngành, địa phương. Việc chuẩn hóa dữ liệu, xây dựng mã định danh thống nhất và liên thông dữ liệu còn hạn chế. Năng lực lưu trữ, xử lý dữ liệu lớn và khai thác trí tuệ nhân tạo còn hạn chế so với yêu cầu phát triển kinh tế số. Một số địa phương còn thiếu nguồn lực đầu tư cho trung tâm dữ liệu và hạ tầng điện toán đám mây.

Về cơ chế bảo đảm an toàn, an ninh và bảo vệ dữ liệu cá nhân, Việt Nam đã từng bước hoàn thiện hành lang pháp lý và năng lực bảo vệ an ninh mạng. Nghị định số 13/2023/NĐ-CP về bảo vệ dữ liệu cá nhân là bước tiến quan trọng trong việc xác lập

quyền của chủ thể dữ liệu và trách nhiệm của tổ chức xử lý dữ liệu. Hệ thống an ninh mạng quốc gia được củng cố; nhiều cơ quan, doanh nghiệp đã triển khai trung tâm điều hành an ninh mạng (SOC), hệ thống giám sát và cảnh báo sớm các nguy cơ tấn công mạng. Dù vậy, nguy cơ rò rỉ dữ liệu cá nhân và mất an toàn thông tin vẫn diễn biến phức tạp. Tình trạng mua bán dữ liệu cá nhân trên không gian mạng còn xảy ra phổ biến; nhận thức của người dân và doanh nghiệp về bảo vệ dữ liệu còn hạn chế. Chế tài xử lý vi phạm chưa đủ sức răn đe; cơ chế kiểm tra, giám sát việc sử dụng dữ liệu cá nhân chưa hiệu quả.

Về cơ chế chia sẻ, khai thác và phát triển thị trường dữ liệu, Việt Nam đã thúc đẩy mạnh mẽ việc cung cấp dữ liệu mở và phát triển các nền tảng số phục vụ người dân, doanh nghiệp. Hệ thống dịch vụ công trực tuyến quốc gia, cơ chế kết nối và chia sẻ dữ liệu giữa các cơ quan nhà nước bước đầu được hình thành. Nhiều doanh nghiệp công nghệ số đã khai thác dữ liệu để phát triển các dịch vụ tài chính số, thương mại điện tử, logistics, giáo dục và y tế thông minh. Theo đánh giá của Liên hợp quốc, chỉ số dữ liệu mở của Chính phủ (OGDI) của Việt Nam năm 2024 đạt 0,7436 điểm, xếp thứ 77/193 quốc gia, tăng 10 bậc so với năm 2022 [3]. Tuy nhiên, thị trường dữ liệu ở Việt Nam vẫn đang trong giai đoạn sơ khai. Việc chia sẻ dữ liệu giữa khu vực công và khu vực tư còn hạn chế; cơ chế định giá, giao dịch và thương mại hóa dữ liệu chưa rõ ràng. Đồng thời, việc cân bằng giữa mở rộng chia sẻ dữ liệu với bảo vệ chủ quyền dữ liệu quốc gia và quyền riêng tư cá nhân vẫn là thách thức lớn trong bối cảnh toàn cầu hóa dữ liệu hiện nay.

2.3. Một số giải pháp hoàn thiện thể chế DLS ở Việt Nam thời gian tới

Thứ nhất, tiếp tục hoàn thiện hệ thống pháp luật về DLS theo hướng đồng bộ, thống nhất và phù hợp với thông lệ quốc tế. Trọng tâm là sớm xây dựng và ban hành Luật Dữ liệu với vai trò là đạo luật khung điều chỉnh thống nhất các quan hệ liên quan đến DLS; quy định rõ quyền sở hữu, quyền khai thác, chia sẻ, chuyển giao và thương mại hóa dữ liệu; xác định trách nhiệm của các chủ thể tham gia quản lý và xử lý dữ liệu. Đồng thời, cần rà soát, sửa đổi và bổ sung các quy định còn chồng chéo giữa pháp luật về công nghệ thông tin, viễn thông, an ninh mạng, giao dịch điện tử và bảo vệ bí mật nhà nước nhằm bảo đảm tính thống nhất của hệ thống pháp luật. Việt Nam cần từng bước tiệm cận các chuẩn mực quốc tế về bảo vệ dữ liệu cá nhân, quản trị dữ liệu xuyên biên giới và chủ quyền dữ liệu quốc gia trong điều kiện hội nhập quốc tế sâu rộng.

Thứ hai, xây dựng cơ chế quản trị DLS thống nhất, liên thông từ trung ương đến địa phương. Hiện nay, tình trạng phân tán, cục bộ dữ liệu giữa các bộ, ngành và địa phương vẫn là rào cản lớn đối với quá trình chuyển đổi số. Vì vậy, cần xác lập cơ chế điều phối dữ liệu quốc gia đủ mạnh, bảo đảm kết nối, chia sẻ và sử dụng hiệu quả dữ liệu dùng chung. Trọng tâm là hoàn thiện mô hình Trung tâm Dữ liệu quốc gia; xây dựng cơ chế phân quyền, phối hợp và giám sát rõ ràng giữa các cơ quan quản lý dữ liệu; chuẩn hóa quy trình thu thập, cập nhật và chia sẻ dữ liệu. Đẩy mạnh xây dựng văn hóa quản trị dựa trên dữ liệu trong hoạt động của các cơ quan nhà nước, chuyển mạnh từ phương thức quản lý hành chính truyền thống sang quản trị số dựa trên phân tích dữ liệu và ra quyết định theo thời gian thực. Chú trọng phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao về khoa học dữ liệu, an ninh mạng và quản trị dữ liệu nhằm đáp ứng yêu cầu vận hành hệ sinh thái dữ liệu quốc gia.

Thứ ba, phát triển đồng bộ hạ tầng DLS và các nền tảng kết nối, chia sẻ dữ liệu quốc gia. Trọng tâm là hoàn thiện hệ thống cơ sở dữ liệu quốc gia về dân cư, đất đai, doanh nghiệp, tài chính, bảo hiểm, giáo dục và y tế theo hướng đồng bộ, liên thông và cập nhật theo thời gian thực. Xây dựng hệ thống tiêu chuẩn dữ liệu thống nhất trên phạm vi quốc gia; áp dụng mã định danh số chung để tăng khả năng tích hợp và khai thác dữ liệu giữa các ngành, lĩnh vực. Việt Nam cũng cần thúc đẩy phát triển hạ tầng dữ liệu mở, tạo điều kiện cho doanh nghiệp và người

dân tiếp cận, khai thác dữ liệu phục vụ đổi mới sáng tạo và phát triển kinh tế số.

Thứ tư, tăng cường bảo đảm an ninh dữ liệu, an toàn thông tin và bảo vệ dữ liệu cá nhân. Trong bối cảnh các nguy cơ tấn công mạng, rò rỉ dữ liệu và lạm dụng thông tin cá nhân ngày càng gia tăng, đây là yêu cầu đặc biệt quan trọng đối với hoàn thiện thể chế DLS. Việt Nam cần tiếp tục hoàn thiện các quy định pháp luật về bảo vệ dữ liệu cá nhân, an ninh mạng và quản trị rủi ro dữ liệu; xây dựng cơ chế giám sát, kiểm tra và xử lý nghiêm các hành vi vi phạm liên quan đến dữ liệu. Đầu tư phát triển hệ thống giám sát an ninh mạng quốc gia, trung tâm điều hành an toàn thông tin và các nền tảng cảnh báo sớm nguy cơ tấn công mạng. Bên cạnh giải pháp kỹ thuật, cần nâng cao nhận thức và kỹ năng số cho người dân, doanh nghiệp và đội ngũ cán bộ quản lý về bảo vệ dữ liệu cá nhân và sử dụng dữ liệu an toàn trong môi trường số. Việt Nam cần chủ động tham gia các cơ chế hợp tác quốc tế về an ninh dữ liệu và quản trị dữ liệu xuyên biên giới nhằm bảo vệ chủ quyền dữ liệu quốc gia.

Thứ năm, thúc đẩy phát triển thị trường dữ liệu và hệ sinh thái đổi mới sáng tạo dựa trên dữ liệu. Dữ liệu chỉ thực sự phát huy giá trị khi được khai thác hiệu quả để tạo ra sản phẩm, dịch vụ và mô hình kinh doanh mới. Vì vậy, cần hoàn thiện cơ chế chia sẻ và khai thác dữ liệu giữa khu vực công và khu vực tư; xây dựng khung pháp lý về định giá, giao dịch và thương mại hóa dữ liệu; thúc đẩy phát triển dữ liệu mở trong các cơ quan nhà nước. Khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào công nghệ dữ liệu lớn, trí tuệ nhân tạo, điện toán đám mây và các nền tảng phân tích dữ liệu phục vụ sản xuất, kinh doanh và quản trị xã hội. Nhà nước cần có chính sách hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa tiếp cận DLS, phát triển dịch vụ số và tham gia hệ sinh thái kinh tế dữ liệu. Bảo đảm hài hòa giữa mục tiêu phát triển thị trường dữ liệu với yêu cầu bảo vệ quyền riêng tư, chủ quyền dữ liệu và lợi ích quốc gia trong bối cảnh cạnh tranh số toàn cầu ngày càng gay gắt.

3. Kết luận

Hoàn thiện thể chế DLS ở Việt Nam hiện nay có ý nghĩa đặc biệt quan trọng đối với nâng cao năng lực quản trị quốc gia, thúc đẩy đổi mới sáng tạo và phát triển bền vững. Thời gian qua, Việt Nam đã đạt nhiều kết quả tích cực trong xây dựng hành lang pháp lý, phát triển hạ tầng dữ liệu và thúc đẩy chia sẻ DLS. Tuy nhiên, thể chế DLS vẫn còn những hạn chế về tính đồng bộ pháp luật, liên thông dữ liệu, bảo vệ dữ liệu cá nhân và phát triển thị trường dữ liệu. Vì vậy, cần tiếp tục hoàn thiện hệ thống pháp luật, nâng cao năng lực quản trị dữ liệu, phát triển hạ tầng số hiện đại và bảo đảm an ninh dữ liệu nhằm đáp ứng yêu cầu phát triển đất nước trong kỷ nguyên mới ■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN VÀ THAM KHẢO:

1. Bộ Chính trị (2024). Nghị quyết số 57-NQ/TW, ngày 22/12/2024, về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia, Hà Nội.

2. Carol Corrado, Jonathan Haskel, Massimiliano Iommi, Cecilia Jona-Lasinio (2021). Measuring Data as an Asset: Framework, Methods and Preliminary Estimates. OECD Economics Department Working Papers No. 1731.

3. Department of Economic and Social Affairs (2024). E-Government Survey 2024: Technical Appendix. United Nations, New York.

4. Michael Brackett, Stephanie Earley, Michael Mosley (2017). DAMA Guide to the Data Management Body of Knowledge (DAMA-DMBOK2). Technics Publications, Bradley Beach, New Jersey, USA.

5. OECD (2024). Data Flows and Governance. OECD Publishing, Paris.

6. Hoàng Phong (2025). Việt Nam vươn lên thứ 71/193 về Chính phủ điện tử. Truy cập tại https://cand.com.vn/su-kien-binh-luan-thoi-su/viet-nam-vuon-len-thu-71-193-ve-chinh-phu-dien-tu-i758357/.

7. Minh Hiền (2025). Ra mắt Trung tâm sáng tạo, khai thác dữ liệu và Phòng an ninh, an toàn hệ thống. Truy cập tại https://cand.com.vn/Hoat-dong-LL-CAND/ra-mat-trung-tam-sang-tao-khai-thac-du-lieu-va-phong-an-ninh-an-toan-he-thong-i773737/.

8. Rene Abraham, Johannes Schneider và Jan vom Brocke (2019). Data Governance: A Conceptual Framework, Structured Review, and Research Agenda. International Journal of Information Management, 49.

9. UN DESA (2020). E-Government Survey 2020: Digital Government in the Decade of Action for Sustainable Development. United Nations, New York.

Ngày nhận bài: 2/3/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 18/3/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 3/4/2026

IMPROVING THE INSTITUTIONAL FRAMEWORK FOR DIGITAL DATA SYSTEM IN VIETNAM

● **NGUYEN HUU DANH**
Academy of Public Administration and Governance
Email: danhnh9@gmail.com

ABSTRACT:

Vietnam's digital data system is undergoing comprehensive development, with data increasingly recognized as a strategic asset and a key factor of production for the economy. However, the system continues to face various limitations and shortcomings. This study analyzes the current state of Vietnam's digital data system and, on that basis, proposes several solutions to improve and strengthen the system in the future.

Keywords: digital transformation, digital data, digital economy, new era, institutions.

ĐÁNH GIÁ VAI TRÒ CỦA HỆ THỐNG PIN LƯU TRỮ TRONG CẮT GIẢM CÔNG SUẤT TẠI CÁC NHÀ MÁY ĐIỆN MẶT TRỜI TẠI VIỆT NAM

● **ĐỖ THỊ LOAN**
Khoa Quản lý Công nghiệp và Năng lượng,
Trường Đại học Điện lực
Email: loandt80@epu.edu.vn

TÓM TẮT:

Nghiên cứu này đánh giá vai trò của tích hợp giữa hệ thống điện mặt trời (PV) với hệ thống pin lưu trữ năng lượng (BESS) trong điều kiện cắt giảm công suất dưới các mức giới hạn truyền tải khác nhau tại Việt Nam.

3 nhà máy điện mặt trời (NMĐMT) công suất 40 MWAC đại diện cho ba miền Bắc, Trung và Nam, gồm Lai Châu, Ninh Thuận và Bình Phước, được mô phỏng bằng phần mềm System Advisor Model (SAM). Nghiên cứu xem xét các mức giới hạn truyền tải từ $\alpha = 1,0$ đến $\alpha = 0,6$, cùng các cấu hình BESS có công suất bằng 10% và 20% công suất PV, thời gian lưu trữ 2 giờ và 4 giờ.

Kết quả cho thấy, sản lượng điện ròng năm đầu của các hệ thống PV tại các NMĐMT Lai Châu, Ninh Thuận và Bình Phước lần lượt đạt 67,91 triệu kWh, 83,38 triệu kWh và 79,56 triệu kWh. Khi hệ số giới hạn truyền tải giảm xuống $\alpha = 0,6$, tỷ lệ cắt giảm sản lượng điện tăng lên tương ứng 11,00%, 16,78% và 13,34%. Khi tích hợp PV-BESS, BESS có vai trò quan trọng trong việc giảm cắt giảm công suất, điện năng và thúc đẩy khả năng sự tham gia của điện mặt trời vào hệ thống điện Việt Nam.

Từ khóa: PV-BESS, pin lưu trữ năng lượng, cắt giảm công suất, điện mặt trời, giới hạn truyền tải.

1. Đặt vấn đề

Trong những năm gần đây, năng lượng tái tạo, đặc biệt là điện mặt trời, đã phát triển nhanh tại Việt Nam, góp phần đa dạng hóa nguồn cung điện và thúc đẩy quá trình chuyển dịch năng lượng. Theo Quy hoạch phát triển điện lực quốc gia thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050 (Quy hoạch điện VIII), Việt Nam tiếp tục định hướng gia tăng tỷ trọng các nguồn năng lượng tái tạo trong cơ cấu nguồn điện nhằm đáp ứng nhu cầu điện ngày càng tăng và hướng tới phát triển năng lượng bền vững (Viện Năng lượng, 2025).

Tuy nhiên, tốc độ phát triển nhanh của điện mặt trời cũng tạo ra nhiều thách thức đối với vận hành hệ thống điện. Do đặc tính phụ thuộc vào điều kiện bức xạ mặt trời, công suất phát của các NMĐMT thường tăng mạnh vào các khung giờ giữa trưa, trong khi nhu cầu phụ tải không phải lúc nào cũng tăng tương ứng. Báo cáo của Chương trình Đối tác Chuyển dịch Năng

lượng Australia - Việt Nam (AMPERES, 2023) chỉ ra, sự phát triển nhanh của nguồn năng lượng tái tạo biến đổi trong bối cảnh hạ tầng lưới điện và hệ thống lưu trữ chưa được đầu tư tương xứng đã dẫn đến tình trạng nghẽn lưới và cắt giảm công suất tại nhiều khu vực, đặc biệt ở miền Trung và miền Nam, nơi tập trung nhiều dự án điện mặt trời quy mô lớn (Ketelsen, Le, et al., 2023). Theo báo cáo của chương trình Lưới điện thông minh cho Hiệu quả năng lượng tái tạo (SGREEE, 2021), khoảng 400 triệu kWh điện mặt trời, tương đương 4,16% tổng sản lượng điện mặt trời năm 2020, đã bị cắt giảm chủ yếu do quá tải lưới truyền tải và phân phối (Cuong & Duong, 2021).

Trong bối cảnh đó, BESS được xem là một giải pháp tiềm năng nhằm nâng cao tính linh hoạt của hệ thống điện, hấp thụ phần điện năng dư thừa trong các thời điểm phát cao và dịch chuyển điện năng sang các thời điểm phù hợp hơn với nhu cầu phụ tải hoặc khả năng tiếp nhận của lưới điện. Báo cáo của Viện Năng lượng và Liên minh Năng lượng Toàn cầu vì Con người và Hành tinh (GEAPP, 2024) cho thấy, BESS có thể cải thiện đáng kể khả năng ổn định tần số của hệ thống điện Việt Nam trong điều kiện tỷ trọng năng lượng tái tạo cao (Institute of Energy, 2024).

Mặc dù đã có một số nghiên cứu và báo cáo đề cập đến thách thức tích hợp năng lượng tái tạo tại Việt Nam, phần lớn tập trung vào vấn đề nghẽn lưới, hạn chế năng lực truyền tải hoặc vai trò tổng quát của BESS. Nghiên cứu (Do et al., 2021) (2021) cho thấy sự phát triển nhanh của điện mặt trời và điện gió trong khi hạ tầng truyền tải chưa được đầu tư tương xứng đã làm gia tăng áp lực vận hành hệ thống điện. Nghiên cứu (Urakami, 2023) (2023) cũng chỉ ra, hạn chế về năng lực lưới điện là một trong những rào cản đáng kể đối với phát triển năng lượng tái tạo tại Việt Nam. Ở cấp độ vận hành, nghiên cứu (Bui et al., 2022) (2022) cho thấy, tình trạng cắt giảm công suất đã ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động của các NMĐMT. Trong khi đó, các nghiên cứu (Nguyen et al., 2025) (2025) và (Lam & Phu, 2025) (2025) cho thấy BESS có tiềm năng hỗ trợ giảm nghẽn lưới và nâng cao khả năng hấp thụ năng lượng tái tạo.

Tuy nhiên, các nghiên cứu chủ yếu xem xét ở phạm vi hệ thống điện hoặc theo từng khu vực riêng lẻ, trong khi chưa có các đánh giá cụ thể về hiệu quả của BESS đối với khả năng giảm cắt giảm công suất và nâng cao hiệu quả khai thác điện mặt trời ở cấp nhà máy trong các điều kiện vận hành khác nhau. Trong thực tế, hiệu quả của giải pháp lưu trữ có thể khác nhau đáng kể tùy theo điều kiện vận hành của từng khu vực. Vì vậy, nghiên cứu này đánh giá vai trò của BESS trong giảm cắt giảm công suất tại 3 NMĐMT đại diện cho 3 miền Bắc, Trung và Nam dưới các mức giới hạn truyền tải khác nhau, qua đó cung cấp thêm cơ sở tham khảo cho hoạch định chính sách và định hướng đầu tư các giải pháp lưu trữ năng lượng phù hợp với điều kiện Việt Nam.

2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phần mềm SAM do Phòng thí nghiệm Năng lượng tái tạo Quốc gia Hoa Kỳ (NREL) phát triển để mô phỏng vận hành hệ thống điện mặt trời tích hợp pin lưu trữ năng lượng (PV-BESS) dưới các điều kiện giới hạn truyền tải khác nhau. SAM là công cụ được sử dụng phổ biến trong phân tích hiệu suất kỹ thuật và năng lượng của các hệ thống năng lượng tái tạo, cho phép mô phỏng theo chuỗi thời gian dựa trên dữ liệu khí tượng và thông số kỹ thuật của hệ thống.

3 NMĐMT tại Lai Châu, Ninh Thuận và Bình Phước được lựa chọn nhằm đại diện cho các điều kiện tài nguyên năng lượng mặt trời khác nhau tại Việt Nam. Dữ liệu khí tượng đầu vào từ SAM cho thấy bức xạ mặt trời toàn phần trung bình (GHI) tại các khu vực trên lần lượt là 4,63; 5,75 và 5,6 kWh/m²/ngày, trong khi nhiệt độ môi trường trung bình tương ứng là 23,1°C; 27,3°C và 27,7°C. Sự khác biệt về điều kiện khí tượng giữa các khu vực tạo cơ sở để đánh giá ảnh hưởng của tài nguyên năng lượng mặt trời đến hiệu quả vận hành của hệ thống PV-BESS dưới các điều kiện giới hạn truyền tải khác nhau.

Các nhà máy được giả định có cùng công suất lắp đặt phía AC là 40 MW nhằm đảm bảo tính nhất quán khi so sánh ảnh hưởng của điều kiện tài nguyên năng lượng và mức độ giới hạn truyền tải giữa các khu vực.

BESS được tích hợp theo cấu hình DC-coupled, cho phép hấp thụ phần điện năng dư thừa từ hệ thống điện mặt trời trước khi phát điện lên lưới.

Để đánh giá ảnh hưởng của nghẽn lưới đến khả năng khai thác điện mặt trời, nghiên cứu sử dụng hệ số giới hạn truyền tải α, biểu thị tỷ lệ công suất tối đa mà nhà máy được phép phát lên lưới so với công suất danh định. Các mức giới hạn truyền tải được xem xét gồm 1,0; 0,9; 0,8; 0,7 và 0,6, tương ứng với các mức độ hạn chế truyền tải từ không giới hạn đến giới hạn thấp.

BESS được khảo sát với các mức công suất bằng 10% và 20% công suất hệ thống PV, kết hợp với thời gian lưu trữ 2 giờ và 4 giờ nhằm đánh giá ảnh hưởng của quy mô lưu trữ đến khả năng giảm cắt giảm công suất.

Trong đó: E_{gross} là sản lượng điện lý thuyết của hệ thống PV (kWh); E_{grid} là sản lượng điện thực tế phát lên lưới điện của hệ thống dưới điều kiện giới hạn truyền tải (kWh).

Nghiên cứu tập trung đánh giá ảnh hưởng của công suất BESS, thời gian lưu trữ và mức giới hạn truyền tải đến khả năng giảm cắt giảm công suất điện mặt trời tại các khu vực nghiên cứu.

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Ảnh hưởng của giới hạn truyền tải đến cắt giảm công suất điện mặt trời

Kết quả mô phỏng cho thấy, hiệu quả phát điện của các NMĐMT có sự khác biệt đáng kể giữa 3 khu vực nghiên cứu do điều kiện tài nguyên năng lượng mặt trời khác nhau. Trong điều kiện không có giới hạn truyền tải (α = 1,0), sản lượng điện ròng năm đầu của các nhà máy tại Lai Châu, Ninh Thuận và Bình Phước lần lượt đạt 67,91 triệu kWh, 83,38 triệu kWh và 79,56 triệu kWh. Trong đó, nhà máy tại Ninh Thuận cho sản lượng cao nhất, cao hơn khoảng 22,8% so với Lai Châu, phản ánh lợi thế rõ rệt về điều kiện bức xạ mặt trời tại khu vực miền Trung.

Bảng 1: Các kịch bản mô phỏng PV-BESS áp dụng cho 3 NMĐMT

Nhóm kịch bản	Hệ số giới hạn truyền tải α	Công suất BESS	Thời gian lưu trữ
PV không lưu trữ	1.0; 0.9; 0.8; 0.7; 0.6	-	-
PV-BESS-10%-2h	0.9; 0.8; 0.7; 0.6	10% công suất PV	2 giờ
PV-BESS-10%-4h	0.9; 0.8; 0.7; 0.6	10% công suất PV	4 giờ
PV-BESS-20%-2h	0.9; 0.8; 0.7; 0.6	20% công suất PV	2 giờ
PV-BESS-20%-4h	0.9; 0.8; 0.7; 0.6	20% công suất PV	4 giờ

Trong mô hình nghiên cứu, BESS được vận hành nhằm ưu tiên lưu trữ phần điện năng dư thừa khi công suất phát của điện mặt trời vượt quá giới hạn truyền tải, trong đó giới hạn truyền tải được đặt trong khoảng từ 10h00 đến 14h00. Sau đó, BESS phát điện trở lại lưới vào khoảng thời gian cao điểm của phụ tải hệ thống điện, từ 17h00 đến 20h00. Hiệu quả của hệ thống được đánh giá thông qua mức độ cắt giảm công suất điện mặt trời và khả năng thu hồi điện năng bị cắt giảm nhờ tích hợp BESS.

Điện năng bị cắt giảm được xác định là phần chênh lệch giữa sản lượng điện lý thuyết và sản lượng điện thực tế của hệ thống phát lên lưới điện khi có giới hạn truyền tải. Tỷ lệ cắt giảm điện năng của NMĐMT được xác định theo công thức:

$$Tỷ\ lệ\ cắt\ giảm = \frac{E_{gross} - E_{grid}}{E_{gross}} \times 100\%$$

Khi khả năng tiếp nhận công suất của lưới điện bị hạn chế, sản lượng điện hữu ích giảm rõ rệt, đặc biệt tại các khu vực có tiềm năng phát điện cao. Khi hệ số giới hạn truyền tải giảm từ α = 1,0 xuống α = 0,6, sản lượng điện ròng của Lai Châu, Ninh Thuận và Bình Phước lần lượt giảm xuống còn 60,44 triệu kWh, 69,39 triệu kWh và 68,95 triệu kWh, tương ứng với mức giảm 7,47 triệu kWh, 13,99 triệu kWh và 10,61 triệu kWh.

Tỷ lệ cắt giảm sản lượng điện tăng nhanh khi mức giới hạn truyền tải trở nên nghiêm ngặt hơn. Ở mức

Bảng 2. Tỷ lệ thiệt hại sản lượng điện các NMĐMT theo giới hạn truyền tải (%)

Nhà máy	α = 1,0	α = 0,9	α = 0,8	α = 0,7	α = 0,6
Lai Châu	-	0,01	1,22	4,97	11,00
Ninh Thuận	-	0,99	4,25	9,49	16,78
Bình Phước	-	0,14	1,99	6,39	13,34

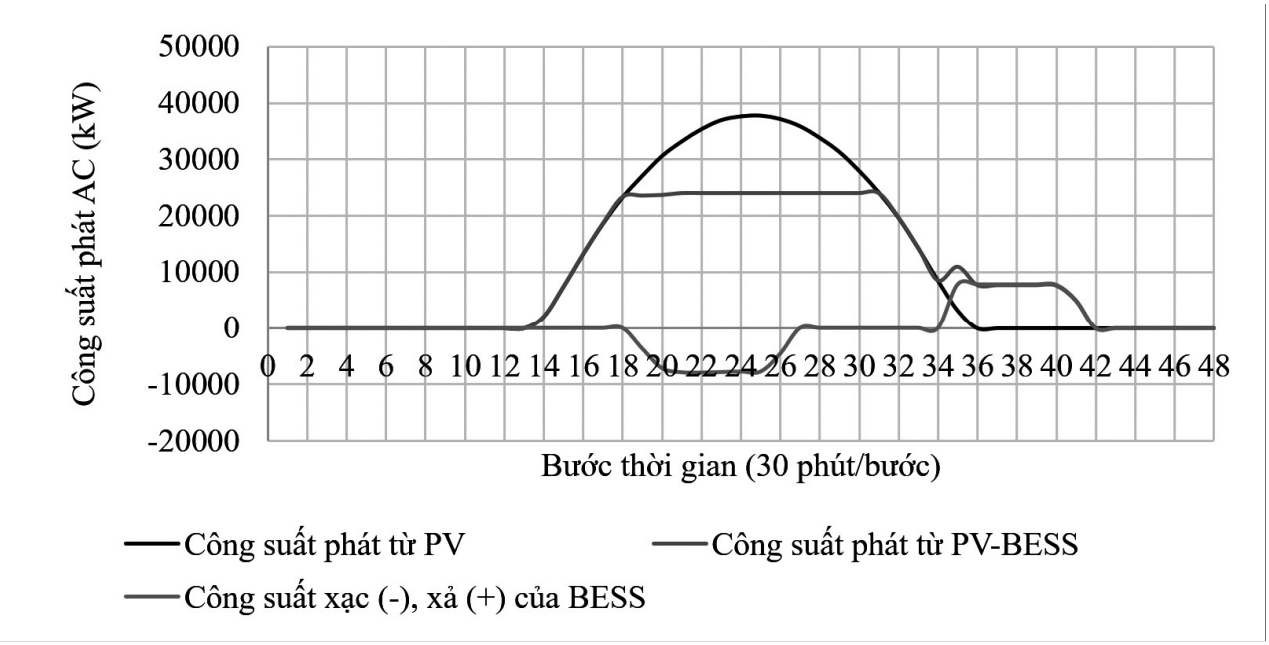
giới hạn nhẹ (α = 0,9), mức tổn thất sản lượng gần như không đáng kể, chỉ khoảng 0,01% tại Lai Châu, 0,99% tại Ninh Thuận và 0,14% tại Bình Phước. Tuy nhiên, khi α = 0,8, mức cắt giảm đã tăng lên 1,22%, 4,25% và 1,99% tương ứng. Trong kịch bản giới hạn nghiêm trọng (α=0,6), tỷ lệ cắt giảm đạt 11,00% tại Lai Châu, 16,78% tại Ninh Thuận và 13,34% tại Bình Phước (Bảng 2). Kết quả này cho thấy, các khu vực có tiềm năng phát điện cao không chỉ tạo ra sản lượng lớn hơn mà còn chịu rủi ro cắt giảm công suất cao hơn khi hạ tầng truyền tải không đáp ứng được khả năng phát điện.

Từ góc độ vận hành hệ thống, kết quả cho thấy khi giới hạn truyền tải ở mức nhẹ, nhu cầu tích hợp lưu trữ chưa thực sự rõ rệt. Tuy nhiên, từ mức α ≤ 0,8, lượng điện năng bị cắt giảm trở nên đáng kể, đặc biệt tại các khu vực có bức xạ cao, tạo cơ sở kỹ thuật để đánh giá vai trò của BESS trong việc thu hồi phần điện năng bị mất.

3.2. Vai trò của BESS trong giảm cắt giảm công suất điện mặt trời

Hình 1 trình bày kết quả mô phỏng cơ chế vận hành của hệ thống PV-BESS dưới điều kiện giới hạn truyền tải trong một ngày điển hình. Theo mô hình nghiên cứu đã đề cập ở Phần 2, giới hạn truyền tải được áp dụng trong khoảng thời gian từ 10h00 đến 14h00, là giai đoạn công suất phát điện mặt trời đạt mức cao nhất. Trong trường hợp không có lưu trữ, phần công suất PV vượt quá khả năng tiếp nhận của lưới điện sẽ bị cắt giảm. Khi tích hợp BESS, phần điện năng dư thừa này được chuyển sang sạc cho BESS, sau đó được xả trở lại trong khung giờ cao điểm từ 17h00 đến 20h00, qua đó làm tăng lượng điện năng hữu ích phát lên lưới.

Hình 1: Cơ chế vận hành của hệ thống PV-BESS của NMĐMT Ninh Thuận trong ngày điển hình với α = 0,6



Kết quả mô phỏng cho thấy, hiệu quả của BESS phụ thuộc mạnh vào mức độ giới hạn truyền tải. Trong điều kiện giới hạn nhẹ ($\alpha = 0,9$), lợi ích của BESS còn hạn chế do lượng điện năng bị cắt giảm ban đầu không lớn. Tại Ninh Thuận, sản lượng điện ròng năm đầu tăng từ 82,55 triệu kWh đối với hệ thống PV không lưu trữ lên 83,30 triệu kWh với cấu hình PV-BESS 20%-4h, tương ứng mức tăng khoảng 0,75 triệu kWh. Tại Bình Phước và Lai Châu, mức cải thiện là không đáng kể.

Khi mức giới hạn truyền tải trở nên thấp hơn, vai trò của BESS trở nên rõ rệt. Ở mức $\alpha = 0,8$, cấu hình PV-BESS 20%-4h giúp tăng sản lượng điện ròng tại Ninh Thuận từ 79,84 lên 83,12 triệu kWh, tương ứng thu hồi khoảng 3,28 triệu kWh điện năng bị cắt giảm. Tại Bình Phước và Lai Châu, mức điện năng thu hồi tương ứng đạt 1,46 triệu kWh và 0,62 triệu kWh.

Hiệu quả của BESS thể hiện rõ nhất trong điều kiện giới hạn nghiêm trọng ($\alpha = 0,6$). Khi không có lưu trữ, sản lượng điện ròng của các hệ PV chỉ đạt 60,44 triệu kWh tại Lai Châu, 69,39 triệu kWh tại Ninh Thuận và 68,95 triệu kWh tại Bình Phước. Khi tích hợp BESS cấu hình 20%-4h, sản lượng tăng tương ứng lên 65,62 triệu kWh, 76,32 triệu kWh và 75,86 triệu kWh, tương ứng mức điện năng thu hồi thêm lần lượt là 5,18 triệu kWh, 6,93 triệu kWh và 6,91 triệu kWh (Bảng 3).

Kết quả cho thấy, việc tăng quy mô và thời gian lưu trữ của BESS đều giúp giảm đáng kể lượng điện năng bị cắt giảm. Với cùng thời gian lưu trữ 2 giờ, việc tăng công suất BESS từ 10% lên 20% giúp tiếp tục giảm tỷ lệ cắt giảm. Đồng thời, với cùng công suất lưu trữ, cấu hình 4 giờ cho hiệu quả cao hơn cấu hình 2 giờ. Tại Ninh Thuận, tỷ lệ cắt giảm giảm từ 16,78% (không lưu trữ) xuống 14,24% với cấu hình 10%-2h, tiếp tục giảm xuống 12,19% với cấu hình 10%-4h, và chỉ còn 8,14% với cấu hình 20%-4h.

Nhìn chung, BESS phát huy hiệu quả rõ rệt khi mức giới hạn truyền tải $\alpha \leq 0,8$, đặc biệt tại các khu vực có tiềm năng bức xạ cao như Ninh Thuận và Bình Phước. Kết quả này cho thấy tích hợp lưu trữ là một giải pháp kỹ thuật khả thi nhằm giảm tổn thất điện năng do nghẽn lưới và nâng cao hiệu quả khai thác của các NMĐMT.

4. Kết luận

Nghiên cứu đã đánh giá ảnh hưởng của giới hạn truyền tải đến hiệu quả vận hành của các NMĐMT quy mô 40 MW tại 3 khu vực đại diện cho 3 miền của

Bảng 3. Hiệu quả của BESS trong điều kiện giới hạn truyền tải α = 0,6

Cấu hình hệ thống	Lai Châu	Ninh Thuận	Bình Phước
Sản lượng điện ròng năm đầu (triệu kWh):			
PV không lưu trữ	60,44	69,39	68,95
PV-BESS 10%-2h	62,06	71,32	71,07
PV-BESS 10%-4h	63,32	73,04	72,75
PV-BESS 20%-2h	63,45	73,12	72,93
PV-BESS 20%-4h	65,62	76,32	75,86
Tỷ lệ cắt giảm (%):			
PV không lưu trữ	11,00	16,78	13,34
PV-BESS 10%-2h	8,23	14,24	10,42
PV-BESS 10%-4h	6,35	12,19	8,31
PV-BESS 20%-2h	6,06	11,97	7,96
PV-BESS 20%-4h	2,85	8,14	4,26

Việt Nam gồm Lai Châu, Ninh Thuận và Bình Phước, đồng thời phân tích vai trò của BESS trong việc giảm cắt giảm công suất điện mặt trời.

Giới hạn truyền tải có ảnh hưởng đáng kể đến khả năng khai thác điện mặt trời, đặc biệt tại các khu vực có tiềm năng bức xạ cao. Trong điều kiện không tích hợp lưu trữ, khi mức giới hạn truyền tải giảm xuống $\alpha = 0,6$, tỷ lệ cắt giảm điện năng đạt 11% tại Lai Châu, 16,78% tại Ninh Thuận và 13,34% tại Bình Phước. Điều này cho thấy các khu vực có sản lượng phát điện cao hơn cũng đồng thời chịu rủi ro cắt giảm công suất lớn hơn khi khả năng tiếp nhận của lưới điện bị hạn chế.

Việc tích hợp BESS giúp cải thiện đáng kể hiệu quả vận hành của các NMĐMT. Với cấu hình PV-BESS 20%-4h, tỷ lệ cắt giảm giảm xuống còn 2,85% tại Lai Châu, 8,14% tại Ninh Thuận và 4,26% tại Bình Phước, đồng thời sản lượng điện ròng năm đầu tăng tương ứng từ 60,44 lên 65,62 triệu kWh, 69,39 lên 76,32 triệu kWh và 68,95 lên 75,86 triệu kWh.

Kết quả nghiên cứu cho thấy, BESS có thể là giải pháp hỗ trợ nâng cao hiệu quả khai thác điện mặt trời tại các khu vực có nguy cơ nghẽn lưới, góp phần giảm điện năng bị cắt giảm và sử dụng hiệu quả hơn hạ tầng điện hiện có. Như vậy, bên cạnh đầu tư mở rộng lưới truyền tải, phát triển BESS cũng là hướng cần được xem xét nhằm nâng cao khả năng hấp thụ năng lượng tái tạo. Mặt khác, do hiệu quả của BESS có sự khác biệt giữa các khu vực, các cơ chế khuyến khích phát triển BESS cần được xây dựng phù hợp với điều kiện từng vùng, nhằm nâng cao hiệu quả đầu tư và thúc đẩy phát triển năng lượng tái tạo bền vững tại Việt Nam ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Viện Năng lượng. (2025). Điều chỉnh quy hoạch phát triển điện lực 2021-2030, tầm nhìn đến 2050.

Bui, L. D., Nguyen, N. Q., Doan, B. V., & Sanseverino, E. R. (2022). Forecasting energy output of a solar power plant in curtailment condition based on LSTM using P/GHI coefficient and validation in training process, a case study in Vietnam. Electric Power Systems Research, 213, 108706. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.epsr.2022.108706

Cuong, D. M., & Duong, D. T. (2021). vRE Curtailment Summary and Recommendations. https://www.esp.org.vn/wp-content/uploads/vietnams-vre-curtailment-summary-2020-2021-1.pdf

Do, T. N., Burke, P. J., Nguyen, H. N., Overland, I., Suryadi, B., Swandaru, A., & Yurnaidi, Z. (2021). Vietnam's solar and wind power success: Policy implications for the other ASEAN countries. Energy for Sustainable Development, 65, 1-11. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.esd.2021.09.002

Institute of Energy. (2024). Enhancing Vietnam's Grid Stability with BESS: Improvement of Frequency Stability in Vietnam's Power System with High Penetration of Renewable Energy by Battery Storage. G. E. A. f. P. a. P. (GEAPP). https://energyalliance.org/enhancing-vietnams-grid-stability-with-bess/

Ketelsen, T., Le, T. H. T., Tran, Q. B., Huynh, N. L., & Nguyen, Q. K. (2023). Managing Vietnam’s Grid Issues for Effective Energy Transition.

Ketelsen, T., Tien, L. T. H., Bien, T. Q., Lap, H. N., Khanh, N. Q., Do, T. N., Sabba, D., & Newey, G. (2023). Managing Vietnam’s Grid Issues for Effective Energy Transition (Energy Transition Roundtables Policy Brief Series No. 3, Issue. file:///E:/NGHIEN%20CUU%20SINH/Library/My%20EndNote%20Library.Data/Managing-Vietnams-Grid-Issues-for-Effective-Energy-Transition.pdf

Lam, L. H., & Phu, L. V. (2025). Strategic power expansion and renewable integration in pathways to the Net-Zero in Vietnam. Energy Reports, 14, 813-831. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.egyr.2025.05.058

Nguyen, N. N., Hoang, H., Vu, D. Q., Truong, C. T., Thai, X. T., & Vu, P. T. (2025). Solution of using battery energy storage systems for power transmission congestion of Ninh Thuan - Binh Thuan power grid. Journal of Physics: Conference Series, 2949(1). https://doi.org/10.1088/1742-6596/2949/1/012065

Urakami, A. (2023). Are the Barriers to Private Solar/Wind Investment in Vietnam Mainly Those That Limit Network Capacity Expansion? Sustainability, 15(13), 10734.

Ngày nhận bài: 2/3/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 18/3/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 3/4/2026

ASSESSING THE ROLE OF BATTERY ENERGY STORAGE SYSTEMS IN MITIGATING POWER CURTAILMENT AT SOLAR POWER PLANTS IN VIETNAM

● **DO THI LOAN**
Faculty of Industrial and Energy Management,
Electric Power University
Email: loandt80@epu.edu.vn

ABSTRACT:

The rapid development of solar power in Vietnam has intensified grid congestion and power curtailment in several regions with high solar irradiance. In this context, battery energy storage systems (BESS) are considered a promising solution for absorbing surplus electricity and improving the utilization efficiency of solar power plants. This study evaluates the role of photovoltaic (PV) systems integrated with BESS in mitigating solar power curtailment under different transmission constraint conditions in Vietnam. Three 40 MWac solar power plants representing the northern, central, and southern regions, located in Lai Chau, Ninh Thuan, and Binh Phuoc, were simulated using the System Advisor Model (SAM). The study examines transmission constraint levels ranging from $\alpha = 1.0$ to $\alpha = 0.6$, along with BESS configurations equivalent to 10% and 20% of PV capacity and storage durations of 2 and 4 hours. The results show that the first-year net electricity generation of the solar power plants in Lai Chau, Ninh Thuan, and Binh Phuoc reaches 67.91 million kWh, 83.38 million kWh, and 79.56 million kWh, respectively. When the transmission constraint factor decreases to $\alpha = 0.6$, the corresponding curtailment rates increase to 11.00%, 16.78%, and 13.34%. The findings indicate that BESS plays a critical role in reducing solar power curtailment and supporting the more effective integration of solar energy into Vietnam's power system.

Keywords: PV-BESS, battery energy storage systems (BESS), solar power curtailment, solar power, transmission constraints.

ẢNH HƯỞNG PHONG CÁCH LÃNH ĐẠO ĐẾN HIỆU SUẤT LÀM VIỆC CỦA NHÂN VIÊN TẠI CÁC NHÀ HÀNG Ở THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

● **ĐOÀN LIÊNG DIỄM[1] - TRỊNH DẠ THẢO VY[1]**

[1]Trường Đại học Công Thương TP. Hồ Chí Minh

TÓM TẮT:

Nghiên cứu nhằm đánh giá ảnh hưởng của các phong cách lãnh đạo đến hiệu suất làm việc của nhân viên tại các nhà hàng ở Thành phố Hồ Chí Minh. Bằng phương pháp định lượng, dữ liệu được thu thập từ 300 nhân viên tại nhiều loại hình nhà hàng khác nhau. Thông qua phân tích nhân tố khám phá (EFA), phân tích nhân tố khẳng định (CFA) và mô hình hóa cấu trúc tuyến tính (SEM), nghiên cứu xác định 5 yếu tố lãnh đạo chính ảnh hưởng đến hiệu suất làm việc, bao gồm: lãnh đạo chuyển hóa, lãnh đạo giao dịch, lãnh đạo tự do, giao tiếp lãnh đạo và sự hỗ trợ từ lãnh đạo. Kết quả cho thấy, lãnh đạo chuyển hóa và giao tiếp lãnh đạo có tác động tích cực mạnh mẽ nhất đến hiệu suất, trong khi phong cách lãnh đạo tự do có ảnh hưởng tiêu cực. Từ đó, nghiên cứu đề xuất một số khuyến nghị quản trị nhằm nâng cao hiệu suất nhân viên thông qua phát triển năng lực lãnh đạo hiệu quả, giao tiếp minh bạch và quan tâm cá nhân hóa đến nhân viên.

Từ khóa: phong cách lãnh đạo, hiệu suất làm việc, nhà hàng, TP. Hồ Chí Minh, giao tiếp lãnh đạo, hỗ trợ lãnh đạo.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh ngành dịch vụ ăn uống tại TP. Hồ Chí Minh đang phát triển mạnh mẽ và cạnh tranh ngày càng gay gắt, hiệu suất làm việc của nhân viên nhà hàng đóng vai trò then chốt trong việc tạo ra chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng. Một trong những yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến hiệu suất làm việc của nhân viên chính là phong cách lãnh đạo của cấp quản lý. Các nghiên cứu trước đây cho thấy, phong cách lãnh đạo không chỉ tác động trực tiếp đến động lực làm việc mà còn gián tiếp ảnh hưởng đến kết quả công việc thông qua sự gắn kết tổ chức và sự hài lòng nghề nghiệp của nhân viên (Bass & Avolio, 1994; Judge & Piccolo, 2004).

Mặc dù phong cách lãnh đạo đã được nghiên cứu rộng rãi trong nhiều lĩnh vực, song tại Việt Nam nói chung và TP. Hồ Chí Minh nói riêng, các nghiên cứu chuyên sâu trong lĩnh vực nhà hàng còn tương đối hạn chế. Bối cảnh văn hóa Việt Nam, với những đặc trưng về sự coi trọng tập thể, tính tôn trọng cấp trên,

và sự linh hoạt trong giao tiếp, có thể tạo ra những ảnh hưởng đặc thù đối với cách mà các phong cách lãnh đạo tác động đến nhân viên.

Vì vậy, nghiên cứu này được thực hiện nhằm trả lời câu hỏi: Phong cách lãnh đạo nào ảnh hưởng đến hiệu suất làm việc của nhân viên nhà hàng tại TP. Hồ Chí Minh và mức độ ảnh hưởng ra sao? Thông qua việc phân tích dữ liệu khảo sát từ 300 nhân viên nhà hàng, nghiên cứu kỳ vọng sẽ xác định được các phong cách lãnh đạo chủ yếu tác động đến hiệu suất làm việc, từ đó đề xuất các khuyến nghị quản trị phù hợp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động của các nhà hàng trong bối cảnh địa phương.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Phong cách lãnh đạo

Phong cách lãnh đạo phản ánh hành vi ứng xử nhất quán của người quản lý trong các tình huống công việc và là nhân tố quan trọng tạo nên văn hóa tổ chức. Bass (1985) phát triển lý thuyết phong cách lãnh đạo hiện đại, chia thành 3 nhóm chính: lãnh đạo chuyển hóa (transformational leadership), lãnh đạo giao dịch (transactional leadership) và lãnh đạo tự do (laissez-faire leadership).

Trong đó, phong cách lãnh đạo chuyển hóa được nhiều nghiên cứu đánh giá là hiệu quả nhất trong bối cảnh ngành dịch vụ. Bass & Avolio (1994) cho thấy, phong cách này bao gồm 4 thành phần: lý tưởng hóa ảnh hưởng, truyền cảm hứng, kích thích trí tuệ và quan tâm cá nhân hóa. Khi người lãnh đạo thể hiện được những phẩm chất này, họ có thể tạo động lực mạnh mẽ cho nhân viên, từ đó nâng cao sự gắn kết và hiệu suất làm việc. Goleman (2000) cũng đưa ra sáu phong cách lãnh đạo dựa trên trí tuệ cảm xúc - trong đó phong cách dẫn dắt (visionary) và huấn luyện (coaching) được đánh giá cao nhờ khả năng thúc đẩy nội lực nhân viên. Theo House et al. (2004) trong nghiên cứu GLOBE (Global Leadership and Organizational Behavior Effectiveness), phong cách lãnh đạo còn chịu ảnh hưởng lớn bởi yếu tố văn hóa - điều này đặc biệt quan trọng trong các tổ chức tại châu Á như Việt Nam, nơi giá trị tập thể và sự tôn trọng cấp trên được đề cao.

Phong cách lãnh đạo là cách thức mà người lãnh đạo định hướng, quản lý và tác động đến hành vi của nhân viên nhằm đạt được mục tiêu tổ chức. Theo Robbins & Judge (2013). Yukl (2013) định nghĩa phong cách lãnh đạo là "các mẫu hành vi lặp đi lặp lại mà nhà lãnh đạo sử dụng khi tác động đến cấp dưới", nhấn mạnh phong cách lãnh đạo không chỉ đơn thuần là sự lựa chọn hành vi nhất thời mà còn là chiến lược quản trị lâu dài có ảnh hưởng đến toàn bộ hiệu quả tổ chức.

Trong môi trường nhà hàng, nơi đòi hỏi sự phối hợp nhóm cao và dịch vụ khách hàng chuyên nghiệp, phong cách lãnh đạo phù hợp sẽ góp phần trực tiếp nâng cao hiệu suất làm việc và sự hài lòng của nhân viên. Từ việc xác định phong cách lãnh đạo và các yếu tố đo lường liên quan, nghiên cứu tiếp tục tìm hiểu yếu tố hiệu suất làm việc của nhân viên.

2.2. Hiệu suất làm việc của nhân viên

Hiệu suất làm việc của nhân viên là mức độ hoàn thành nhiệm vụ và sự đóng góp vào mục tiêu chung của tổ chức. Theo Campbell et al. (1990), hiệu suất được cấu thành từ 8 yếu tố bao gồm: năng lực thực hiện nhiệm vụ, khả năng giao tiếp, tinh thần hợp tác, sự siêng năng, đạo đức nghề nghiệp, khả năng thích nghi và tính sáng tạo. Từ góc nhìn này, hiệu suất trong ngành nhà hàng không thể chỉ đo lường qua số lượng bàn phục vụ hay doanh số bán hàng, mà cần kết hợp với các chỉ tiêu như số lần bị khách hàng khiếu nại, mức độ đúng giờ, tỷ lệ hoàn thành nhiệm vụ và thái độ tích cực trong công việc.

Borman & Motowidlo (1997) bổ sung trong các ngành dịch vụ như nhà hàng - khách sạn, hiệu suất làm việc không chỉ gói gọn trong kết quả công việc (task performance) mà còn bao gồm cả hành vi hỗ trợ tổ chức (contextual performance), như khả năng phối hợp nhóm, sự linh hoạt trong xử lý tình huống và thái độ tích cực đối với đồng nghiệp và khách hàng.

3. Tổng quan các mô hình nghiên cứu trước

Nhiều công trình nghiên cứu trước đây đã tập trung vào việc khám phá mối quan hệ giữa phong cách lãnh đạo và hiệu suất làm việc của nhân viên trong các bối cảnh tổ chức khác nhau. Dưới đây là một số mô hình nổi bật.

3.1. Mô hình của Bass & Avolio (1994)

Là một trong những mô hình nền tảng về phong cách lãnh đạo chuyển hóa (transformational leadership), mô hình này bao gồm 5 thành phần chính: (1) ảnh hưởng lý tưởng (idealized influence), (2) động viên truyền cảm hứng (inspirational motivation), (3) kích thích trí tuệ (intellectual stimulation), (4) quan tâm cá nhân (individualized consideration), và (5) lãnh đạo giao dịch (transactional leadership). Mô hình này đã được áp dụng rộng rãi trong bối cảnh doanh nghiệp phương Tây và được xác nhận có ảnh hưởng tích cực đến hiệu suất công việc.

3.2. Mô hình của Podsakoff et al. (1990)

Nhóm tác giả đã phát triển mô hình đánh giá các hành vi lãnh đạo chuyển hóa thông qua ảnh hưởng lý tưởng, truyền cảm hứng và khuyến khích sáng tạo. Kết quả nghiên cứu cho thấy, phong cách lãnh đạo chuyển hóa có tác động mạnh mẽ đến lòng tin vào lãnh đạo, sự hài lòng trong công việc và hành vi công dân tổ chức.

3.3. Mô hình của Judge & Piccolo (2004)

Thông qua phân tích tổng hợp (meta-analysis), nghiên cứu này đã khẳng định phong cách lãnh đạo chuyển hóa có tương quan tích cực mạnh nhất với hiệu suất công việc và sự hài lòng nghề nghiệp của nhân viên, so với các phong cách lãnh đạo khác như lãnh đạo tự do hay độc đoán.

3.4. Mô hình nghiên cứu tại Việt Nam

Lĩnh vực phong cách lãnh đạo trong ngành dịch vụ, đặc biệt là nhà hàng và khách sạn, đã nhận được sự quan tâm nghiên cứu đáng kể từ giới học thuật. Một ví dụ tiêu biểu là nghiên cứu năm 2024 được đăng tải trên PhilArchive, tuy không ghi rõ tên tác giả, nhưng đã làm rõ vai trò của phong cách lãnh đạo chuyển hóa trong việc nâng cao hiệu suất làm việc của nhân viên F&B. Hồ Thị Thúy Nga (2021) đã phân tích ảnh hưởng của phong cách lãnh đạo đến kết quả công việc của người lao động trong lĩnh vực khách sạn tại thành phố Đà Lạt. Kết quả cho thấy, phong cách lãnh đạo có tác động đáng kể đến hiệu suất làm việc của nhân viên trong ngành khách sạn. Từ các mô hình lý thuyết nêu trên, có thể thấy phong cách lãnh đạo chuyển hóa, với các thành phần như sự hấp dẫn bằng phẩm chất, hành vi, truyền cảm hứng, kích thích trí tuệ và quan tâm cá nhân, là những yếu tố cốt lõi được tái khẳng định nhiều lần trong các bối cảnh tổ chức khác nhau, đặc biệt phù hợp với đặc thù ngành nhà hàng - dịch vụ, nơi hiệu quả làm việc của nhân viên bị ảnh hưởng lớn bởi cảm hứng, sự động viên và định hướng từ lãnh đạo.

4. Giả thuyết và mô hình nghiên cứu đề xuất

4.1. Giả thuyết

Dựa trên tổng quan lý thuyết và các mô hình nghiên cứu trước, nghiên cứu này kế thừa mô hình của Bass (1990), đồng thời điều chỉnh để phù hợp với bối cảnh ngành nhà hàng tại TP. Hồ Chí Minh. Mô hình nghiên cứu đề xuất gồm 5 thành phần chính của phong cách lãnh đạo ảnh hưởng đến hiệu suất làm việc của nhân viên.

- Sự hấp dẫn bằng phẩm chất và bằng hành vi: Phong cách lãnh đạo thông qua sự hấp dẫn bằng phẩm chất phản ánh sự lôi cuốn, chính trực và tầm nhìn cá nhân của người lãnh đạo. Trong khi đó, sự hấp dẫn bằng hành vi đề cập đến việc lãnh đạo hành xử mẫu mực, truyền cảm hứng qua hành động cụ thể, tạo động lực và chuẩn mực cho nhân viên:

• H1: Sự hấp dẫn bằng phẩm chất tác động tích cực đến hiệu suất làm việc của nhân viên.

• H2: Sự hấp dẫn bằng hành vi tác động tích cực đến hiệu suất làm việc của nhân viên.

- Sự truyền cảm hứng: Lãnh đạo có khả năng truyền cảm hứng thường sử dụng cả lời nói lẫn hành động để tạo ra động lực, khơi dậy niềm tin và tinh thần cống hiến nơi nhân viên. Trong môi trường nhà hàng, điều này đặc biệt cần thiết để duy trì tinh thần làm việc tích cực và hiệu suất cao.

• H3: Sự truyền cảm hứng tác động tích cực đến hiệu suất làm việc của nhân viên.

- Sự kích thích trí tuệ: Phong cách lãnh đạo kích thích trí tuệ tạo điều kiện cho nhân viên đặt câu hỏi, thách thức giả định hiện tại và đề xuất các giải pháp mới. Điều này góp phần thúc đẩy sự tham gia chủ động và nâng cao năng lực sáng tạo của nhân viên.

• H4: Sự kích thích trí tuệ tác động tích cực đến hiệu suất làm việc của nhân viên.

- Sự quan tâm đến từng cá nhân: Lãnh đạo quan tâm đến từng cá nhân không chỉ ghi nhận đóng góp mà còn hỗ trợ phát triển năng lực của nhân viên, góp phần tạo ra môi trường làm việc tích cực và thúc đẩy sự gắn bó tổ chức.

• H5: Sự quan tâm đến từng cá nhân tác động tích cực đến hiệu suất làm việc của nhân viên.

4.2. Mô hình nghiên cứu đề xuất *(Hình 1)*

Từ các giả thuyết nói trên, mô hình nghiên cứu đề xuất được thể hiện:

H1 (+): Sự hấp dẫn bằng phẩm chất

H2 (+): Sự hấp dẫn bằng hành vi

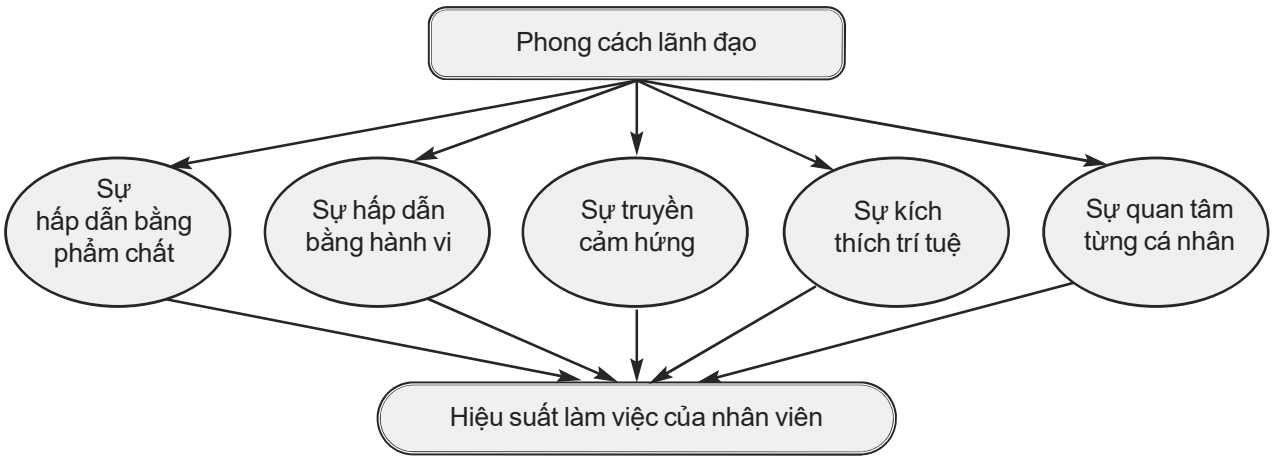
H3 (+): Sự truyền cảm hứng

H4 (+): Sự kích thích trí tuệ

H5 (+): Sự quan tâm từng cá nhân

Y: Hiệu suất làm việc của nhân viên

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



4. Phương pháp nghiên cứu

Ở giai đoạn sơ bộ, bảng hỏi được xây dựng dựa trên cơ sở lý thuyết về phong cách lãnh đạo và hiệu suất công việc, sau đó được kiểm định nội dung với sự tham gia của 20 cá nhân bao gồm 10 nhân sự trong ngành nhà hàng và 10 chuyên gia trong lĩnh vực lãnh đạo và quản trị nguồn nhân lực. Nhóm nhân sự nhà hàng có kinh nghiệm thực tiễn từ 2 đến 10 năm, đang đảm nhiệm các vị trí quản lý ca, tổ trưởng hoặc giám sát tại các nhà hàng tại TP. Hồ Chí Minh. Trong khi đó, nhóm chuyên gia bao gồm các giảng viên đại học và nhà tư vấn quản trị cấp cao. Những đóng góp của nhóm chuyên gia giúp đảm bảo nội dung bảng hỏi phù hợp với bối cảnh thực tiễn và có tính ứng dụng cao trong ngành nhà hàng.

Ở giai đoạn nghiên cứu chính thức, bảng hỏi sau điều chỉnh được phát hành và thu thập dữ liệu từ 300 nhân viên đang làm việc tại các nhà hàng tại TP. Hồ Chí Minh trong khoảng thời gian từ tháng 2 đến tháng 4/2023. Việc lựa chọn kích thước mẫu dựa trên hướng dẫn của Hair et al. (2010), theo đó số mẫu cần thiết tối thiểu bằng 5 lần số biến quan sát trong mô hình. Với 60 biến quan sát, cỡ mẫu 300 là phù hợp để tiến hành phân tích bằng phương pháp mô hình hóa cấu trúc tuyến tính (SEM). Dữ liệu được thu thập thông qua ba kênh: mạng xã hội (50%), email (30%) và khảo sát trực tiếp tại các nhà hàng (20%).

$n \geq 5 \times 60 = 300$ mẫu

Sau khi thu thập, dữ liệu được sàng lọc và xử lý bằng phần mềm SPSS 26 và AMOS 24. Các bước phân tích bao gồm: kiểm định độ tin cậy thang đo thông qua hệ số Cronbach's Alpha; phân tích nhân tố khám phá (EFA) để nhận diện các yếu tố cấu thành khái niệm; phân tích nhân tố khẳng định (CFA) để xác nhận cấu trúc mô hình lý thuyết; và cuối cùng là mô hình hóa cấu trúc tuyến tính (SEM) để kiểm định các mối quan hệ giữa các biến trong mô hình nghiên cứu.

5. Kết quả nghiên cứu

5.1. Thống kê mô tả thang đo

Kết quả thống kê mô tả cho thấy, các biến thành phần của phong cách lãnh đạo và hiệu suất làm việc

của nhân viên đều có giá trị trung bình dao động từ 3.80 đến 4.10 trên thang đo 5 điểm. Trong số đó, yếu tố "truyền cảm hứng" và "hiệu suất nhiệm vụ" đạt giá trị trung bình cao nhất (4.00 và 4.10), phản ánh đây là những khía cạnh nổi bật nhất trong cảm nhận của nhân viên. Độ lệch chuẩn từ 0.50 đến 0.65 cho thấy sự đồng thuận cao giữa các phản hồi.

Kết quả kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha tại Bảng 2 cho thấy, tất cả các thang đo đều đạt giá trị Alpha lớn hơn 0.8, cụ thể từ 0.849 đến 0.888. Theo tiêu chuẩn, Cronbach's Alpha lớn hơn 0.7 chứng tỏ các thang đo có độ tin cậy tốt, do đó có thể kết luận các thang đo sử dụng trong nghiên cứu này đạt được độ tin cậy cao.

Bảng 1. Thống kê mô tả thang đo

Biến	Số lượng câu hỏi	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn
Sự hấp dẫn bằng phẩm chất (PQ)	4	3.85	0.62
Sự hấp dẫn bằng hành vi (HV)	4	3.90	0.58
Sự truyền cảm hứng (CI)	4	4.00	0.55
Sự kích thích trí tuệ (KT)	4	3.80	0.65
Sự quan tâm đến từng cá nhân (CN)	4	3.95	0.60
Hiệu suất nhiệm vụ (HPNV)	3	4.10	0.50
Hiệu suất theo ngữ cảnh (HPNC)	3	4.05	0.53
Tính linh hoạt và khả năng thích ứng (LX)	3	3.88	0.61

Bảng 2. Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha cho các thang đo

Thang đo	Cronbach's Alpha	Kết luận
Sự hấp dẫn bằng phẩm chất (PQ)	0.857	Đạt
Sự hấp dẫn bằng hành vi (HV)	0.860	Đạt
Sự truyền cảm hứng (CI)	0.873	Đạt
Sự kích thích trí tuệ (KT)	0.849	Đạt
Sự quan tâm đến từng cá nhân (CN)	0.865	Đạt
Hiệu suất nhiệm vụ (HPNV)	0.888	Đạt
Hiệu suất theo ngữ cảnh (HPNC)	0.874	Đạt
Tính linh hoạt và khả năng thích ứng (LX)	0.851	Đạt

Ghi chú: Cronbach's Alpha > 0.7 chứng tỏ thang đo đạt độ tin cậy cao.

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

Giả thuyết	Mối quan hệ	Hệ số hồi quy (Standardized Estimate)	P-value	Kết luận
H1	PQ → Hiệu suất làm việc	0.312	< 0.001	Ủng hộ
H2	HV → Hiệu suất làm việc	0.280	< 0.001	Ủng hộ
H3	CI → Hiệu suất làm việc	0.295	< 0.001	Ủng hộ
H4	KT → Hiệu suất làm việc	0.215	< 0.01	Ủng hộ
H5	CN → Hiệu suất làm việc	0.240	< 0.01	Ủng hộ

5.2. Kiểm định mô hình CFA và SEM

Sau khi kiểm định CFA đạt yêu cầu, mô hình nghiên cứu được kiểm định bằng SEM. Các chỉ số đánh giá sự phù hợp của mô hình:

• Chi-square/df = 1.987 (< 3)

• CFI = 0.951 (> 0.9)

• TLI = 0.943 (> 0.9)

• RMSEA = 0.045 (< 0.08)

Kết quả cho thấy mô hình đạt độ phù hợp tốt. (Bảng 3)

Mô hình điều chỉnh đề xuất

Dựa trên kết quả định tính từ giai đoạn sơ bộ, các khuyến nghị của chuyên gia và đặc thù ngành nhà hàng tại Việt Nam, nghiên cứu đề xuất mô hình điều chỉnh bằng cách bổ sung 2 yếu tố lãnh đạo mới, đó là:

- *Giao tiếp lãnh đạo (LC - Leadership Communication)*

- Sự hỗ trợ từ lãnh đạo (LS - Leadership Support)

2i yếu tố này phản ánh khả năng giao tiếp rõ ràng, minh bạch cũng như mức độ hỗ trợ tinh thần và vật chất từ lãnh đạo đối với nhân viên, đặc biệt quan trọng trong môi trường làm việc giàu áp lực và nhiều tương tác như nhà hàng. (Bảng 4)

6. Hàm ý chính sách và khuyến nghị giải pháp

6.1. Hàm ý chính sách

Dựa trên kết quả nghiên cứu, một số hàm ý chính

Bảng 4. So sánh mô hình ban đầu và mô hình điều chỉnh

Tiêu chí đánh giá	Mô hình ban đầu	Mô hình điều chỉnh
Số biến độc lập	5	7 (bổ sung LC và LS)
Tỷ lệ giải thích (R^2)	0.62	0.71
CFI	0.951	0.963
RMSEA	0.045	0.039
Ý nghĩa thống kê các giả thuyết	Đều có ý nghĩa	Đều có ý nghĩa, LC và LS bổ sung tăng độ mạnh của mô hình
Khả năng áp dụng thực tiễn	Tốt	Tốt hơn, phù hợp đặc thù văn hóa Việt Nam

sách được đề xuất nhằm nâng cao hiệu suất làm việc của nhân viên nhà hàng:

Phát triển năng lực lãnh đạo chuyển hóa: Cần tổ chức các khóa đào tạo cho nhà quản lý về phẩm chất cá nhân, kỹ năng truyền cảm hứng và tư duy sáng tạo.

Tăng cường giao tiếp lãnh đạo: Khuyến khích các nhà quản lý truyền đạt mục tiêu rõ ràng, phản hồi tích cực và truyền cảm hứng cho nhân viên.

Thúc đẩy sáng tạo trong công việc: Tạo điều kiện cho nhân viên đề xuất ý tưởng và tham gia cải tiến quy trình làm việc.

Cá nhân hóa quản lý nhân sự: Nhà quản lý nên quan tâm đến nhu cầu phát triển riêng của từng nhân viên, thông qua tư vấn và hỗ trợ cá nhân.

Tích hợp vào chính sách nhân sự: Doanh nghiệp nên áp dụng các yếu tố lãnh đạo hiệu quả vào quy trình tuyển dụng, đào tạo và đánh giá nhân sự.

6.2. Khuyến nghị giải pháp

Tăng cường đào tạo lãnh đạo: Các nhà quản lý trong ngành nhà hàng cần được đào tạo để phát triển phong cách lãnh đạo, với trọng tâm vào sự hấp dẫn về phẩm chất và hành vi. Việc tạo dựng sự tin tưởng và khả năng truyền cảm hứng sẽ giúp cải thiện động lực và hiệu suất làm việc của nhân viên.

Khuyến khích sự sáng tạo và đổi mới: Các nhà lãnh đạo nên tạo ra môi trường làm việc mở, khuyến khích nhân viên đưa ra ý tưởng sáng tạo và giải quyết vấn đề một cách độc đáo. Điều này sẽ không chỉ nâng cao hiệu suất công việc mà còn giúp tổ chức đổi mới và phát triển bền vững.

Tạo ra mối quan hệ cá nhân với nhân viên: Các nhà lãnh đạo cần chú trọng đến việc quan tâm đến từng cá nhân trong đội ngũ nhân viên, từ đó tạo ra một môi trường làm việc hỗ trợ sự phát triển cá nhân và cải thiện hiệu suất công việc. Việc cung cấp lời khuyên, hỗ trợ phát triển nghề nghiệp sẽ giúp nhân viên cảm thấy có giá trị và cam kết với công việc hơn.

Nâng cao sự truyền cảm hứng: Các nhà lãnh đạo nên chú trọng đến khả năng truyền cảm hứng của mình. Cảm hứng từ lãnh đạo sẽ giúp nhân viên cảm thấy hứng thú và năng động trong công việc, góp phần thúc đẩy hiệu suất làm việc cao hơn.

Tăng cường sự giao tiếp trong tổ chức: Giao tiếp mở và minh bạch sẽ giúp nhân viên hiểu rõ các mục tiêu và chiến lược của tổ chức, đồng thời nhận được sự phản hồi cần thiết từ lãnh đạo, tạo ra sự đồng thuận trong công việc và tăng hiệu quả làm việc ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Hà Nam Khánh Giao. (2020). Qu020). ánh Giao. (2020). tư yếu tố lãnh. NXB ĐĐĐ ánh Giao. (2020). tư yếu tố

NguyĐĐĐ ánh Gi (2016). Qu2016). ánh. NXB ĐĐĐ. ánh Giao. (2020). tư yếu tố

Lan, M. T. K., Nga, H. T. T. & Hung, H. T. (2021). The influence of leadership style on hotel employees' performance: A study in Da Lat. Hue University Journal of Science: Economics and Development, 130(5C), 171-187.

Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Moorman, R. H., & Fetter, R. (1990). Transformational leader behaviors and their effects on followers' trust in leader, satisfaction, and organizational citizenship behaviors. The Leadership Quarterly, 1(2), 107-142.

Bass, B. M. (1985). Leadership and performance beyond expectations. Free Press.

Burns, J. M. (1978). Leadership. Harper & Row.

Transformational leader behaviors and their effects on followers' trust in leader, satisfaction, and organizational citizenship behaviors. The Leadership Quarterly, 1(2), 107-142.

Ngày nhận bài: 18/3/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 30/3/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 15/4/2026

THE INFLUENCE OF LEADERSHIP STYLES ON EMPLOYEE PERFORMANCE IN RESTAURANTS IN HO CHI MINH CITY

● **DOAN LIENG DIEM**[1]
● **TRINH DA THAO VY**[1]
[1]Ho Chi Minh City University of Industry and Trade

ABSTRACT:

This study examines the impact of leadership styles on employee performance in restaurants in Ho Chi Minh City. Using a quantitative research approach, data were collected from 300 employees working in various types of restaurants. Through exploratory factor analysis (EFA), confirmatory factor analysis (CFA), and structural equation modeling (SEM), the study identifies five key leadership-related factors influencing employee performance: transformational leadership, transactional leadership, laissez-faire leadership, leadership communication, and leadership support. The findings reveal that transformational leadership and leadership communication exert the strongest positive effects on employee performance, whereas laissez-faire leadership has a negative effect. Based on these findings, the study proposes several managerial recommendations to enhance employee performance through the development of effective leadership skills, transparent communication, and individualized employee support.

Keywords: leadership styles, employee performance, restaurant industry, Ho Chi Minh City, leadership communication, leadership support.

ĐÁNH GIÁ CHÍNH SÁCH PHÁT TRIỂN NĂNG LƯỢNG TÁI TẠO TẠI VIỆT NAM: TIẾP CẬN ĐA TIÊU CHÍ

● **TRƯƠNG HUY HOÀNG**
Trường Đại học Điện lực

TÓM TẮT:

Trong bối cảnh chuyển dịch năng lượng, Việt Nam đã đạt tăng trưởng nhanh về năng lượng tái tạo (NLTT), đặc biệt trong giai đoạn 2017-2021 nhờ cơ chế feed-in tariff (FIT). Tuy nhiên, sự phát triển này cũng làm phát sinh các vấn đề như quá tải hệ thống, cắt giảm công suất và phụ thuộc vào chính sách hỗ trợ. Bài viết thực hiện đánh giá chính sách phát triển NLTT tại Việt Nam theo tiếp cận đa tiêu chí, bao gồm mở rộng công suất, hiệu quả hệ thống và tính bền vững thể chế. Kết quả cho thấy, chính sách đã đạt hiệu quả cao về mở rộng công suất, nhưng chưa đảm bảo sự cân bằng với hiệu quả hệ thống và tính bền vững thể chế. Trên cơ sở đó, nghiên cứu rút ra một số hàm ý chính sách nhằm nâng cao hiệu quả và tính bền vững của phát triển NLTT trong giai đoạn tới.

Từ khóa: năng lượng tái tạo, FIT, thị trường điện, chính sách năng lượng, Việt Nam.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh biến đổi khí hậu toàn cầu và áp lực giảm phát thải khí nhà kính, (NLTT) ngày càng đóng vai trò trung tâm trong chiến lược phát triển năng lượng của nhiều quốc gia. Việc mở rộng các nguồn năng lượng như điện mặt trời và điện gió không chỉ góp phần giảm phụ thuộc vào nhiên liệu hóa thạch mà còn tăng cường an ninh năng lượng và thúc đẩy tăng trưởng kinh tế xanh. Đối với các nền kinh tế đang phát triển như Việt Nam, nhu cầu điện năng tăng nhanh cùng với quá trình công nghiệp hóa và đô thị hóa càng làm nổi bật vai trò của NLTT trong đảm bảo cung ứng năng lượng bền vững.

Trong những năm gần đây, Việt Nam đã trở thành một trong những thị trường NLTT phát triển nhanh trong khu vực Đông Nam Á, đặc biệt trong giai đoạn 2017-2021. Sự bùng nổ này gắn liền với việc áp dụng cơ chế giá hỗ trợ (feed-in tariff - FIT), một công cụ chính sách dựa trên giá nhằm khuyến khích đầu tư vào lĩnh vực NLTT. Nhờ đó, công suất điện mặt trời và điện gió đã tăng trưởng nhanh chóng, đưa Việt Nam trở thành một trong những quốc gia có tốc độ phát triển điện mặt trời nhanh nhất thế giới (Do et al., 2021; Nguyen et al., 2025). Đồng thời, cơ chế này cũng góp phần thu hút mạnh mẽ sự tham gia của khu vực tư nhân vào lĩnh vực năng lượng.

Tuy nhiên, sự phát triển nhanh chóng của NLTT cũng làm phát sinh nhiều thách thức đáng kể. Hạ tầng lưới điện không theo kịp tốc độ gia tăng công

suất đã dẫn đến tình trạng quá tải tại một số khu vực, buộc hệ thống phải cắt giảm sản lượng của các nhà máy NLTT, làm giảm hiệu quả đầu tư (Urakami, 2023). Bên cạnh đó, việc phụ thuộc lớn vào cơ chế FIT khiến thị trường dễ bị gián đoạn khi chính sách thay đổi, đặc biệt sau khi các cơ chế hỗ trợ giá hết hiệu lực vào giai đoạn 2020-2021. Những vấn đề này cho thấy, hiệu quả của chính sách NLTT không thể chỉ được đánh giá dựa trên tốc độ mở rộng công suất, mà cần được xem xét trong mối liên hệ với khả năng vận hành hệ thống điện và tính bền vững của khung thể chế (Ha-Duong et al., 2021).

Mặc dù đã có nhiều nghiên cứu đề cập đến phát triển NLTT tại Việt Nam, phần lớn các công trình tập trung vào đánh giá tiềm năng tài nguyên, phân tích tác động kinh tế hoặc mô tả khung chính sách (Luong, 2015; Dung, 2020). Tuy nhiên, vẫn còn thiếu những nghiên cứu tiếp cận một cách tổng thể, đánh giá đồng thời các khía cạnh mở rộng công suất, hiệu quả hệ thống và tính bền vững thể chế. Đồng thời, quá trình chuyển đổi từ các cơ chế hỗ trợ dựa trên giá sang các cơ chế thị trường vẫn chưa được phân tích đầy đủ trong bối cảnh Việt Nam.

Trên cơ sở đó, bài viết nhằm phân tích thực trạng chính sách hỗ trợ NLTT tại Việt Nam trong mối liên hệ với quá trình phát triển của hệ thống điện, đánh giá hiệu quả chính sách thông qua một khung phân tích đa tiêu chí, bao gồm mở rộng công suất, hiệu quả hệ thống và bền vững thể chế. Nghiên cứu này đóng góp bằng việc đề xuất một khung phân tích đa tiêu chí, qua đó cho phép đánh giá chính sách NLTT một cách toàn diện hơn, không chỉ theo tốc độ phát triển mà còn theo hiệu quả hệ thống và tính bền vững thể chế. Từ đó, nghiên cứu rút ra các hàm ý chính sách nhằm nâng cao hiệu quả và tính bền vững của phát triển NLTT trong giai đoạn tới.

2. Tổng quan nghiên cứu và khung phân tích

2.1. Tổng quan nghiên cứu

Trong những năm gần đây, phát triển năng lượng tái tạo (NLTT) đã trở thành một chủ đề được quan tâm rộng rãi trong các nghiên cứu về kinh tế năng lượng và chính sách công. Các công trình nghiên cứu hiện có có thể được phân thành ba nhóm chính.

Thứ nhất, một số nghiên cứu tập trung vào đánh giá tiềm năng tài nguyên và khả năng phát triển NLTT. Các nghiên cứu này chủ yếu phân tích điều kiện tự nhiên, khả năng khai thác và chi phí công nghệ, qua đó chỉ ra tiềm năng lớn của Việt Nam trong phát triển điện mặt trời và điện gió (Luong, 2015; Nong et al., 2020). Những kết quả này cung cấp cơ sở quan trọng cho việc xây dựng chiến lược phát triển NLTT trong dài hạn.

Thứ hai, một số nghiên cứu xem xét tác động kinh tế và môi trường của NLTT. Các công trình này thường sử dụng các mô hình định lượng để đánh giá ảnh hưởng của NLTT đến tăng trưởng kinh tế, phát thải khí nhà kính và thị trường lao động (Shem et al., 2019; Nguyen et al., 2024). Kết quả cho thấy, việc phát triển NLTT có thể mang lại lợi ích đáng kể về môi trường và đóng góp tích cực vào quá trình chuyển dịch năng lượng.

Thứ ba, một nhóm nghiên cứu khác tập trung vào phân tích chính sách và khung thể chế. Các nghiên cứu này chủ yếu mô tả quá trình hình thành và phát triển các chính sách hỗ trợ NLTT tại Việt Nam, đặc biệt là vai trò của cơ chế giá FIT trong việc thúc đẩy đầu tư (Dung, 2020; Do et al., 2021). Một số nghiên cứu gần đây cũng bắt đầu đề cập đến các thách thức trong vận hành hệ thống điện và sự cần thiết phải chuyển đổi sang các cơ chế thị trường.

Mặc dù các nghiên cứu trên đã cung cấp những góc nhìn quan trọng, vẫn tồn tại một số hạn chế. Phần lớn các công trình tiếp cận từng khía cạnh riêng lẻ, chẳng hạn như tiềm năng, tác động kinh tế hoặc khung chính sách, mà chưa đánh giá một cách tổng thể hiệu quả của chính sách NLTT. Đặc biệt, còn thiếu các nghiên cứu kết hợp đồng thời ba yếu tố quan trọng: mở rộng công suất, hiệu quả hệ thống và tính bền vững thể chế. Bên cạnh đó, quá trình chuyển đổi từ các cơ chế hỗ trợ dựa trên giá sang các cơ chế thị trường vẫn chưa được phân tích đầy đủ trong bối cảnh Việt Nam.

Trên cơ sở đó, bài viết này hướng tới việc lấp đầy

khoảng trống nghiên cứu thông qua việc xây dựng một khung phân tích tích hợp, cho phép đánh giá chính sách NLTT một cách toàn diện hơn.

2.2. Khung phân tích

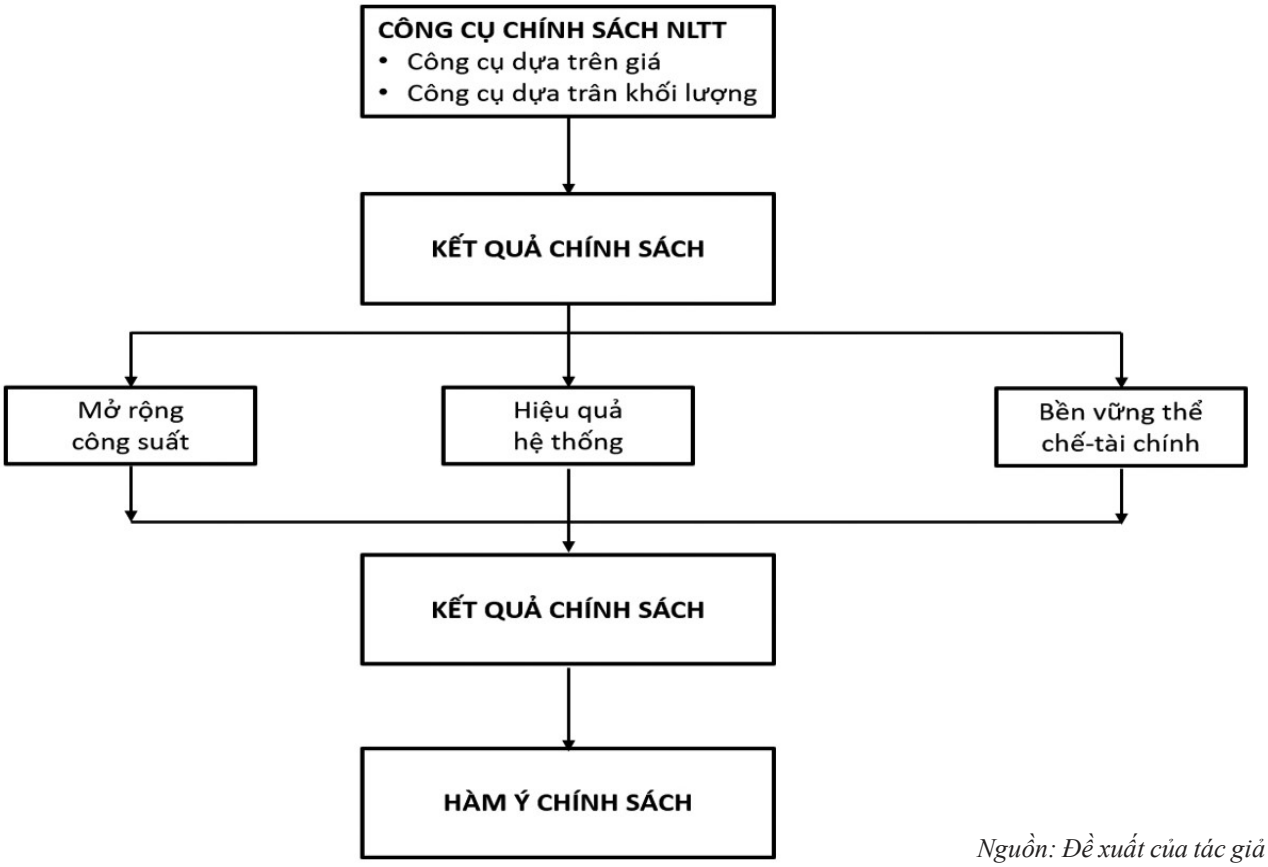
Đánh giá hiệu quả của chính sách NLTT là một vấn đề đa chiều, đòi hỏi phải xem xét đồng thời các yếu tố kinh tế, kỹ thuật và thể chế. Trong bài viết này, một khung phân tích tích hợp (Hình 1) được đề xuất nhằm đánh giá chính sách NLTT dựa trên 3 tiêu chí chính: mở rộng công suất, hiệu quả hệ thống và tính bền vững thể chế - tài chính

Thứ nhất, mở rộng công suất (capacity expansion) phản ánh khả năng của chính sách trong việc thu hút đầu tư và thúc đẩy phát triển NLTT. Đây là tiêu chí đặc biệt quan trọng trong giai đoạn đầu của quá trình chuyển dịch năng lượng, khi thị trường còn chưa phát triển và cần có các công cụ hỗ trợ để giảm rủi ro cho nhà đầu tư. Các cơ chế dựa trên giá, điển hình là feed-in tariff (FIT), thường được xem là công cụ hiệu quả trong việc đạt được mục tiêu này (Menanteau et al., 2003).

Thứ hai, hiệu quả hệ thống (system efficiency) thể hiện mức độ mà các nguồn NLTT được tích hợp và vận hành hiệu quả trong hệ thống điện. Tiêu chí này bao gồm khả năng hấp thụ của lưới điện, mức độ cắt giảm công suất và khả năng duy trì cân bằng cung - cầu. Khi tỷ trọng NLTT tăng cao, các vấn đề liên quan đến biến động nguồn và điều độ hệ thống trở nên ngày càng quan trọng (Tziogas et al., 2019).

Thứ ba, tính bền vững thể chế - tài chính (institutional and financial sustainability) phản ánh khả năng duy trì chính sách trong dài hạn, bao gồm tính ổn định, minh bạch và khả năng huy động vốn. Một chính sách có thể thúc đẩy tăng trưởng nhanh trong ngắn hạn, nhưng nếu thiếu ổn định hoặc tạo ra gánh nặng tài chính lớn, sẽ khó duy trì trong dài hạn (Musango & Brent, 2011).

Hình 1: Khung phân tích đánh giá chính sách NLTT theo tiếp cận đa tiêu chí



Nguồn: Đề xuất của tác giả

3 tiêu chí này có mối quan hệ tương tác chặt chẽ và thường tồn tại các đánh đổi nhất định. Chẳng hạn, các công cụ chính sách có thể tối ưu hóa việc mở rộng công suất nhưng lại làm giảm hiệu quả hệ thống hoặc tạo áp lực lên ngân sách. Do đó, hiệu quả chính sách NLTT không thể được đánh giá dựa trên một tiêu chí riêng lẻ, mà cần xem xét khả năng cân bằng giữa các mục tiêu.

Khung phân tích này được liên kết với lý thuyết về công cụ chính sách, trong đó các cơ chế hỗ trợ NLTT được chia thành 2 nhóm chính: công cụ dựa trên giá và công cụ dựa trên khối lượng. Các công cụ dựa trên giá, như FIT hoặc feed-in premium (FIP), thiết lập mức giá hỗ trợ nhằm giảm rủi ro cho nhà đầu tư, qua đó thúc đẩy mở rộng công suất nhanh chóng. Ngược lại, các công cụ dựa trên khối lượng, như đấu thầu cạnh tranh hoặc hạn ngạch NLTT, cho phép kiểm soát quy mô phát triển và tối ưu chi phí thông qua cơ chế thị trường.

Việc kết hợp cách tiếp cận đa tiêu chí với phân loại công cụ chính sách cho phép phân tích không chỉ kết quả của chính sách mà còn cả logic thiết kế và quá trình chuyển đổi giữa các giai đoạn phát triển. Đây chính là cơ sở để đánh giá thực trạng chính sách NLTT tại Việt Nam và đề xuất các giải pháp phù hợp trong phần tiếp theo.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này sử dụng cách tiếp cận định tính nhằm phân tích và đánh giá chính sách hỗ trợ phát triển NLTT tại Việt Nam. Phương pháp chủ đạo là phân tích chính sách (policy analysis), kết hợp với tổng hợp tài liệu (literature review) và so sánh kinh nghiệm quốc tế.

Dữ liệu được thu thập từ các nguồn thứ cấp, bao gồm các văn bản pháp lý liên quan đến phát triển NLTT tại Việt Nam, các báo cáo của cơ quan quản lý nhà nước, cũng như các nghiên cứu học thuật và báo cáo của các tổ chức quốc tế. Các nguồn dữ liệu này cho phép phản ánh tương đối đầy đủ quá trình hình thành, triển khai và điều chỉnh chính sách NLTT trong các giai đoạn khác nhau.

Trên cơ sở dữ liệu thu thập được, nghiên cứu tiến hành phân tích chính sách theo hướng mô tả và đánh giá, tập trung vào các công cụ hỗ trợ chính như cơ chế giá feed-in tariff (FIT), các định hướng đấu thầu cạnh tranh và cơ chế mua bán điện trực tiếp (DPPA). Đồng thời, cách tiếp cận so sánh được sử dụng nhằm đối chiếu kinh nghiệm của một số quốc gia tiêu biểu, qua đó làm rõ đặc điểm và những khác biệt trong thiết kế chính sách.

Để đảm bảo tính hệ thống trong đánh giá, nghiên cứu áp dụng khung phân tích gồm 3 tiêu chí: mở rộng công suất, hiệu quả hệ thống và tính bền vững thể chế - tài chính. Các tiêu chí này được sử dụng làm cơ sở để đánh giá hiệu quả chính sách NLTT tại Việt Nam trong từng giai đoạn phát triển, đồng thời làm nền tảng cho việc đề xuất các giải pháp chính sách trong phần tiếp theo.

Phương pháp nghiên cứu được lựa chọn phù hợp với mục tiêu của bài viết, cho phép kết hợp giữa phân tích lý thuyết và thực tiễn, đồng thời đảm bảo tính linh hoạt trong việc xử lý các vấn đề phức tạp liên quan đến chính sách và hệ thống điện.

4. Kết quả và thảo luận

4.1. Thực trạng phát triển năng lượng tái tạo tại Việt Nam

Trong hai thập kỷ gần đây, phát triển NLTT tại Việt Nam đã có những bước tiến đáng kể, đặc biệt từ sau năm 2017. Trước thời điểm này, NLTT ngoài thủy điện gần như chưa phát triển đáng kể do thiếu cơ chế khuyến khích đủ mạnh và rủi ro đầu tư cao (Luong, 2015). Tuy nhiên, với việc ban hành các chính sách hỗ trợ, đặc biệt là cơ chế giá feed-in tariff (FIT), công suất điện mặt trời và điện gió đã tăng trưởng nhanh chóng trong giai đoạn 2018-2021.

Theo Do et al. (2021), Việt Nam đã trở thành một trong những thị trường điện mặt trời phát triển nhanh nhất thế giới chỉ trong thời gian ngắn. Sự gia tăng nhanh về công suất không chỉ góp phần thay đổi cơ cấu nguồn điện mà còn thu hút mạnh mẽ sự tham gia của khu vực tư nhân. Các dự án NLTT quy mô lớn được triển khai trên nhiều địa phương, đặc

biệt tại các khu vực có tiềm năng tài nguyên thuận lợi như Nam Trung Bộ và Tây Nguyên.

Tuy nhiên, tốc độ phát triển nhanh này cũng làm bộc lộ nhiều hạn chế. Hạ tầng lưới điện không theo kịp tốc độ gia tăng công suất đã dẫn đến tình trạng quá tải tại một số khu vực, buộc hệ thống phải cắt giảm sản lượng điện từ các nhà máy NLTT (Urakami, 2023). Đồng thời, sự tập trung quá mức của các dự án tại một số khu vực đã làm gia tăng áp lực lên hệ thống truyền tải và điều độ điện.

Những vấn đề trên cho thấy, quá trình phát triển NLTT tại Việt Nam mang tính "chính sách dẫn dắt" rõ rệt, trong đó tốc độ mở rộng công suất phụ thuộc mạnh vào các công cụ hỗ trợ, trong khi các yếu tố hệ thống chưa được phát triển đồng bộ.

4.2. Phân tích theo các giai đoạn phát triển chính sách

Quá trình phát triển NLTT tại Việt Nam có thể được chia thành 4 giai đoạn chính, phản ánh sự thay đổi trong cách tiếp cận chính sách và những hệ quả tương ứng.

Giai đoạn trước năm 2017 có thể được xem là giai đoạn hình thành chính sách. Trong thời kỳ này, các cơ chế hỗ trợ NLTT đã được ban hành nhưng chưa đủ hấp dẫn để thu hút đầu tư quy mô lớn. Thị trường NLTT vẫn ở mức sơ khai và chủ yếu mang tính thử nghiệm.

Giai đoạn 2017-2021 đánh dấu bước ngoặt quan trọng với việc áp dụng cơ chế FIT. Đây là giai đoạn phát triển bùng nổ, trong đó công suất điện mặt trời và điện gió tăng trưởng đột biến. FIT đã đóng vai trò quan trọng trong việc giảm rủi ro đầu tư và tạo ra môi trường thuận lợi cho sự tham gia của khu vực tư nhân. Tuy nhiên, do không kiểm soát được quy mô phát triển, cơ chế này cũng góp phần dẫn đến tình trạng quá tải hệ thống và mất cân đối cơ cấu nguồn điện.

Giai đoạn 2021-2023 là giai đoạn chuyển tiếp với nhiều bất định chính sách. Sau khi các cơ chế FIT hết hiệu lực, thị trường NLTT rơi vào trạng thái chững lại do thiếu cơ chế thay thế phù hợp. Điều này cho thấy sự phụ thuộc lớn của thị trường vào chính sách hỗ trợ và sự thiếu hụt trong thiết kế lộ trình chuyển đổi.

Từ năm 2024 đến nay, với việc ban hành Quy hoạch điện VIII (PDP8), Việt Nam bắt đầu chuyển sang giai đoạn phát triển mới, hướng tới các cơ chế thị trường. PDP8 đánh dấu sự chuyển dịch từ mô hình khuyến khích dựa trên giá sang mô hình định hướng hệ thống và thị trường. Các định hướng như đấu thầu cạnh tranh và cơ chế mua bán điện trực tiếp (DPPA) cho thấy sự chuyển đổi từ mô hình hỗ trợ trực tiếp sang mô hình dựa trên thị trường và hiệu quả hệ thống.

Tổng thể, quá trình phát triển NLTT tại Việt Nam có thể được khái quát như một chuỗi "bùng nổ - gián đoạn - tái cấu trúc", phản ánh sự thiếu mượt mà trong chuyển đổi chính sách giữa các giai đoạn.

4.3. Đánh giá chính sách theo khung phân tích

Bảng 1 trình bày kết quả đánh giá chính sách NLTT theo từng tiêu chí cho các giai đoạn khác nhau.

Xét theo tiêu chí mở rộng công suất, chính sách NLTT của Việt Nam có thể được đánh giá là rất thành công. Cơ chế FIT đã tạo ra động lực mạnh mẽ cho đầu tư, giúp Việt Nam nhanh chóng mở rộng quy mô NLTT trong thời gian ngắn. Tuy nhiên, thành công này chủ yếu mang tính ngắn hạn và phụ thuộc vào chính sách hỗ trợ.

Ngược lại, hiệu quả hệ thống lại là điểm yếu lớn. Sự thiếu đồng bộ giữa phát triển nguồn điện và hạ tầng lưới đã dẫn đến nhiều vấn đề trong vận hành, bao gồm quá tải và cắt giảm công suất. Điều này cho thấy việc tập trung quá mức vào mở rộng công suất mà không chú trọng đến khả năng tích hợp hệ thống có thể làm giảm hiệu quả tổng thể (Ha-Duong et al., 2021).

Về mặt thể chế, chính sách NLTT tại Việt Nam vẫn còn thiếu ổn định. Việc kết thúc FIT mà không có cơ chế chuyển tiếp rõ ràng đã tạo ra khoảng trống chính sách, làm giảm niềm tin của nhà đầu tư. Bên cạnh đó, các vấn đề liên quan đến hợp đồng mua bán

Bảng 1. Đánh giá chính sách phát triển NLTT tại Việt Nam theo tiếp cận đa tiêu chí

Giai đoạn	Công cụ chính sách chủ đạo	Mở rộng công suất	Hiệu quả hệ thống	Bền vững thể chế	Nhận xét chính
Trước 2017	Cơ chế hỗ trợ ban đầu (FIT thử nghiệm, ưu đãi đầu tư)	Thấp	Ổn định (do quy mô nhỏ)	Trung bình	Thị trường ở giai đoạn khởi đầu, chính sách chưa đủ mạnh để thu hút đầu tư quy mô lớn
2017-2021	FIT (giá cố định)	Rất cao	Thấp (quá tải lưới, curtailment)	Trung bình	Tăng trưởng nhanh nhưng thiếu kiểm soát quy mô, phát triển không đồng bộ nguồn - lưới
2021-2023	Khoảng trống chính sách (sau FIT)	Thấp	Cải thiện cục bộ	Thấp	Thị trường chững lại, niềm tin nhà đầu tư giảm do thiếu cơ chế chuyển tiếp
Từ 2024	Định hướng PDP8: đấu thầu, DPPA, thị trường điện	Trung bình (kỳ vọng ổn định)	Trung bình - cải thiện	Trung bình - cải thiện	Bước chuyển sang cơ chế thị trường, nhưng phụ thuộc vào năng lực triển khai

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

điện và khung pháp lý cũng ảnh hưởng đến khả năng huy động vốn, đặc biệt là từ các tổ chức tài chính quốc tế.

Nhìn chung, có thể nhận định chính sách NLTT tại Việt Nam đã đạt hiệu quả cao trong việc thúc đẩy mở rộng công suất, nhưng chưa đảm bảo hiệu quả hệ thống và tính bền vững thể chế. Sự mất cân đối giữa ba tiêu chí này là nguyên nhân chính dẫn đến những hạn chế trong giai đoạn vừa qua.

4.4. Thảo luận

Các kết quả phân tích cho thấy, một đặc điểm quan trọng của quá trình phát triển NLTT tại Việt Nam là sự phụ thuộc mạnh vào công cụ chính sách, đặc biệt là các cơ chế dựa trên giá. Mặc dù các công cụ này có hiệu quả trong việc thúc đẩy đầu tư trong giai đoạn đầu, nhưng nếu không đi kèm với các điều chỉnh phù hợp, có thể dẫn đến những hệ quả tiêu cực đối với hệ thống điện và thị trường.

So sánh với kinh nghiệm quốc tế cho thấy, xu hướng chung là chuyển đổi từ các cơ chế hỗ trợ trực tiếp sang các cơ chế thị trường khi thị trường NLTT phát triển đến một mức độ nhất định. Trong bối cảnh đó, việc Việt Nam chuyển hướng sang các công cụ như đấu thầu cạnh tranh và DPPA là một bước đi phù hợp

Tuy nhiên, để quá trình chuyển đổi này diễn ra hiệu quả, cần có một lộ trình chính sách rõ ràng và sự phối hợp đồng bộ giữa các yếu tố hệ thống và thể chế. Điều này cho thấy việc lựa chọn công cụ chính sách cần được đặt trong mối quan hệ với đặc điểm của hệ thống điện và giai đoạn phát triển thị trường, thay vì áp dụng một cách đơn lẻ.

5. Kết luận và hàm ý chính sách

Bài viết đã phân tích quá trình phát triển NLTT tại Việt Nam trong mối liên hệ với các công cụ chính sách và đặc điểm của hệ thống điện. Kết quả nghiên cứu cho thấy, Việt Nam đã đạt được những thành tựu đáng kể trong việc mở rộng công suất NLTT, đặc biệt trong giai đoạn 2017-2021 nhờ áp dụng cơ chế giá hỗ trợ (feed-in tariff - FIT). Cơ chế này đã đóng vai trò quan trọng trong việc giảm rủi ro đầu tư và thu hút mạnh mẽ nguồn vốn từ khu vực

tư nhân, qua đó thúc đẩy tăng trưởng nhanh của điện mặt trời và điện gió.

Tuy nhiên, sự phát triển nhanh này cũng bộc lộ nhiều hạn chế, đặc biệt là sự thiếu đồng bộ giữa phát triển nguồn điện và hạ tầng hệ thống. Tình trạng quá tải lưới điện và cắt giảm công suất cho thấy hiệu quả hệ thống chưa được đảm bảo, trong khi việc phụ thuộc lớn vào chính sách hỗ trợ khiến thị trường dễ bị gián đoạn khi cơ chế thay đổi. Đồng thời, khung thể chế và hợp đồng mua bán điện chưa thực sự hoàn thiện cũng làm hạn chế khả năng huy động vốn dài hạn. Những vấn đề này phản ánh sự mất cân đối giữa ba tiêu chí đánh giá chính sách, bao gồm mở rộng công suất, hiệu quả hệ thống và tính bền vững thể chế.

Trên cơ sở kết quả phân tích, nghiên cứu rút ra một số hàm ý chính sách quan trọng:

Thứ nhất, cần chuyển đổi dần từ các cơ chế hỗ trợ trực tiếp sang các công cụ dựa trên thị trường, trong đó đấu thầu cạnh tranh và cơ chế mua bán điện trực tiếp (DPPA) đóng vai trò trung tâm trong giai đoạn tới.

Thứ hai, việc phát triển NLTT cần được gắn chặt với quy hoạch hệ thống điện, đặc biệt là đầu tư vào hạ tầng lưới truyền tải và các giải pháp lưu trữ năng lượng nhằm nâng cao khả năng tích hợp.

Thứ ba, cần xây dựng một môi trường chính sách ổn định và minh bạch hơn, thông qua việc thiết kế lộ trình chuyển đổi rõ ràng và cải thiện chất lượng hợp đồng mua bán điện theo hướng phù hợp với thông lệ quốc tế.

Tổng thể, kinh nghiệm của Việt Nam cho thấy, các công cụ chính sách có thể thúc đẩy tăng trưởng nhanh trong ngắn hạn, nhưng chỉ khi được thiết kế đồng bộ với hệ thống điện và thể chế thị trường thì mới có thể đảm bảo tính bền vững trong dài hạn. Do đó, thách thức lớn nhất trong giai đoạn tới không phải là tiếp tục mở rộng công suất NLTT, mà là nâng cao hiệu quả vận hành và hoàn thiện cơ chế thị trường để hỗ trợ quá trình chuyển dịch năng lượng một cách ổn định và hiệu quả. Điều này cho thấy thách thức không còn nằm ở việc phát triển nhanh, mà là phát triển hiệu quả và bền vững ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Do, T.N., Burke, P.J., Nguyen, H.N., Overland, I. (2021). Vietnam's solar and wind power success: Policy implications for the energy transition. Energy for Sustainable Development, 62, 1-10.

Dung, T.V. (2020). Legal framework for renewable energy in Vietnam. Vietnamese Journal of Legal Sciences, 5(1), 45-60.

Ha-Duong, M., Teske, S., Pescia, D. (2021). Planning and integration of renewable energy in Vietnam. Energy Policy, 149, 112-120.

Luong, N.D. (2015). A critical review on energy efficiency and conservation policies and programs in Vietnam. Renewable and Sustainable Energy Reviews, 52, 623-634.

Menanteau, P., Finon, D., Lamy, M.L. (2003). Prices versus quantities: Choosing policies for promoting the development of renewable energy. Energy Policy, 31(8), 799-812.

Musango, J.K., Brent, A.C. (2011). A conceptual framework for energy technology sustainability assessment. Energy for Sustainable Development, 15(1), 84-91.

Nguyen, M.P., Ponomarenko, T., Nguyen, N. (2024). Energy transition in Vietnam: A strategic analysis and forecast. Sustainability, 16(5), 1969.

Nguyen, X.P., Le, N.D., Pham, V.V., Huynh, T.T. (2025). Mission, challenges, and prospects of renewable energy development in Vietnam. Energy Sources, 47(2), 215-228.

Nong, D., Wang, C., Al-Amin, A.Q. (2020). A critical review of energy resources, policies and scientific studies towards a cleaner and more sustainable economy in Vietnam. Renewable and Sustainable Energy Reviews, 134, 110-117.

Shem, C., Simsek, Y., Hutfilter, U.F., Urmee, T. (2019). A review of low carbon transition in Vietnam. Energy Policy, 134, 110-118.

Tziogas, C., Georgiadis, P., Papadopoulos, A. (2019). A hierarchical analysis framework for sustainable electricity systems. Journal of Cleaner Production, 210, 103-115.

Urakami, A. (2023). Are the barriers to private solar and wind investment in Vietnam mainly those that limit network capacity expansion? Sustainability, 15(13), 10734.

Ngày nhận bài: 12/3/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 25/3/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 10/4/2026

EVALUATING VIETNAM'S RENEWABLE ENERGY DEVELOPMENT POLICY: A MULTI-CRITERIA APPROACH

● **TRUONG HUY HOANG**
Electric Power University

ABSTRACT:

In the context of the global energy transition, Vietnam experienced rapid growth in renewable energy, particularly between 2017 and 2021 under the feed-in tariff (FIT) mechanism. However, this expansion also generated several challenges, including grid congestion, power curtailment, and strong dependence on policy incentives. This study evaluates Vietnam's renewable energy development policies through a multi-criteria framework encompassing capacity expansion, system efficiency, and institutional sustainability. The findings indicate that although these policies were effective in stimulating renewable energy capacity growth, they did not generate corresponding improvements in system efficiency or institutional sustainability. Based on these findings, the study identifies policy implications for improving policy design and enhancing the long-term effectiveness and sustainability of renewable energy development in Vietnam.

Keywords: renewable energy, feed-in tariff, electricity market, energy policy, Vietnam.

NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH LỰA CHỌN DỊCH VỤ ĐẶT PHÒNG KHÁCH SẠN TRÊN NỀN TẢNG TRỰC TUYẾN: NGHIÊN CỨU TẠI ĐÀ NẴNG

● **TRẦN THANH HẢI**
Đại học Duy Tân

TÓM TẮT:

Nghiên cứu nhằm xác định các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn dịch vụ đặt phòng khách sạn trực tuyến của khách hàng trên địa bàn thành phố Đà Nẵng. Từ đó đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao quyết định lựa chọn và gia tăng năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp trong lĩnh vực đại lý du lịch trực tuyến (OTA). Nghiên cứu sử dụng phương pháp định lượng với mẫu khảo sát gồm 213 khách hàng đã và đang sử dụng dịch vụ đặt phòng khách sạn trực tuyến. Kết quả nghiên cứu đã làm rõ yếu tố then chốt có ảnh hưởng tích cực đến quyết định lựa chọn dịch vụ đặt phòng khách sạn trực tuyến của khách hàng, bao gồm: (1) Đánh giá trực tuyến, (2) Nhận thức về tính hữu ích và (3) Giá cả. Trong đó, đánh giá trực tuyến là yếu tố có tác động mạnh nhất.

Từ khóa: quyết định lựa chọn, chất lượng dịch vụ trực tuyến, đánh giá trực tuyến, nhận thức tính hữu ích, giá cả, đặt phòng khách sạn trực tuyến.

1. Đặt vấn đề

Những năm gần đây, cùng với sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ số và thương mại điện tử, xu hướng tiêu dùng dịch vụ trực tuyến ngày càng gia tăng. Trong đó, dịch vụ đặt phòng khách sạn trực tuyến trở thành lựa chọn phổ biến của khách du lịch nhờ sự tiện lợi, nhanh chóng và khả năng so sánh đa dạng các loại hình lưu trú (Pinto & Castro, 2019). Các nền tảng đại lý du lịch trực tuyến (Online Travel Agency - OTA) như Booking.com, Agoda, Traveloka đã thay đổi căn bản hành vi tiêu dùng, khiến quyết định lựa chọn của khách hàng chịu ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố như giá cả, đánh giá trực tuyến, chất lượng thông tin và trải nghiệm người dùng (Filieri, 2016).

Mặt khác, cùng với định hướng phát triển chuyển đổi số quốc gia và xây dựng du lịch thông minh mà nhà nước đang khuyến khích, việc đẩy mạnh ứng dụng công nghệ vào dịch vụ du lịch nói chung và dịch vụ đặt phòng khách sạn trực tuyến nói riêng ngày càng trở nên cần thiết. Trong điều kiện cạnh tranh ngày càng gay gắt trong lĩnh vực kinh doanh dịch vụ và du lịch, đòi hỏi các công ty du lịch phải đầu tư nghiên cứu, triển khai và không ngừng gia tăng các

tiện ích trong dịch vụ đặt phòng trực tuyến, để đáp ứng nhu cầu ngày càng gia tăng của khách hàng.

Nghiên cứu được thực hiện nhằm trả lời 3 câu hỏi: Các yếu tố nào ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn dịch vụ đặt phòng trực tuyến? Mức độ ảnh hưởng của từng yếu tố ra sao? Cần có những giải pháp nào để nâng cao quyết định lựa chọn của khách hàng?

2. Tổng quan tài liệu nghiên cứu

2.1. Khái niệm dịch vụ đặt phòng trực tuyến

Dịch vụ đặt phòng khách sạn trực tuyến là một hình thức thương mại điện tử, trong đó khách hàng sử dụng các nền tảng trực tuyến (website, ứng dụng di động) để tìm kiếm, so sánh, lựa chọn và thực hiện giao dịch đặt phòng lưu trú tại các khách sạn, resort, homestay hoặc các cơ sở lưu trú khác mà không cần đến trực tiếp (Buhalis & Law, 2008).

Theo Luật Thương mại điện tử Việt Nam, đây là hoạt động cung cấp dịch vụ lưu trú thông qua môi trường điện tử, trong đó các bên tham gia giao dịch không tiếp xúc trực tiếp với nhau. Các nền tảng cung cấp dịch vụ này thường được gọi là Đại lý du lịch trực tuyến (Online Travel Agency - OTA), điển hình như Booking.com, Agoda, Traveloka, Expedia.

Pinto & Castro (2019) định nghĩa dịch vụ đặt phòng trực tuyến là một kênh phân phối hiện đại cho phép khách hàng tiếp cận thông tin về giá cả, tình trạng phòng, tiện nghi và đánh giá của người dùng trước đó, từ đó đưa ra quyết định đặt phòng một cách nhanh chóng và tiện lợi.

Tóm lại, dịch vụ đặt phòng trực tuyến không chỉ đơn thuần là công cụ đặt chỗ, mà còn là một hệ sinh thái tích hợp nhiều chức năng: tìm kiếm, so sánh, thanh toán, đánh giá và hỗ trợ khách hàng sau bán hàng.

2.2. Mô hình lý thuyết nền tảng

Nghiên cứu được dẫn dắt bởi 3 khung lý thuyết chính. Thứ nhất, mô hình S-O-R (Stimulus - Organism - Response) của Mehrabian & Russell (1974) giải thích các kích thích từ môi trường tác động đến trạng thái tâm lý bên trong của chủ thể, từ đó dẫn đến phản ứng hành vi. Trong bối cảnh đặt phòng trực tuyến, các yếu tố như giá cả, hình ảnh, đánh giá trực tuyến đóng vai trò kích thích, trong khi nhận thức về tính hữu ích và tính dễ sử dụng là trạng thái trung gian, và quyết định lựa chọn là phản ứng cuối cùng. Thứ hai, mô hình chấp nhận công nghệ (TAM) của Davis (1989) chỉ ra 2 yếu tố cốt lõi tác động đến thái độ và hành vi sử dụng công nghệ: cảm nhận sự hữu ích và cảm nhận tính dễ sử dụng. Thứ ba, lý thuyết hành vi hoạch định (TPB) của Ajzen (1991) bổ sung yếu tố kiểm soát hành vi nhận thức, cho thấy ý định hành vi được dẫn dắt bởi thái độ, chuẩn chủ quan và nhận thức kiểm soát.

2.3. Các nghiên cứu điển hình trên thế giới và Việt Nam

Trên thế giới, nghiên cứu của Pinto & Castro (2019) cho thấy giá cả, đánh giá trực tuyến và khuyến mãi ảnh hưởng đến quyết định mua qua OTA. Syed & Suroso (2018) khẳng định, cả 3 nhóm yếu tố (chất lượng website, sản phẩm, quan hệ khách hàng) đều có tác động, trong đó quan hệ khách hàng là quan trọng nhất. Chubchuwong (2022) chỉ ra 10 yếu tố ảnh hưởng đến đặt phòng trực tuyến tại Bangkok, nổi bật là thanh toán an toàn, giá cạnh tranh và chính sách hủy linh hoạt.

Tại Việt Nam, Võ Thị Ngân và Phạm Đinh Khang (2024) kết luận, đánh giá trực tuyến (e-WOM) tác động mạnh nhất đến quyết định đặt phòng trên Booking.com tại Huế. Ngọc Lan và Danh Nam (2025) xác định sở thích cá nhân, nhận thức tính hữu ích và đánh giá trực tuyến là 3 yếu tố hàng đầu thúc đẩy ý định đặt phòng của Gen Z tại Hà Nội. Trong khi đó, Quyết Thắng và Lệ Thủy (2019) lại tìm thấy giá cả có tác động mạnh nhất đối với khách du lịch nội địa tại Đà Nẵng.

2.4. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Tổng quan các nghiên cứu thực nghiệm trong và ngoài nước (Pinto & Castro, 2019; Syed & Suroso, 2018; Võ Thị Ngân và Phạm Đinh Khang, 2024; Ngọc Lan và Danh Nam, 2025) cho thấy, 5 yếu tố thường được xem xét: Giá cả, Hình ảnh, Đánh giá trực tuyến, Nhận thức về tính dễ sử dụng và Nhận thức về tính hữu ích. Từ đó, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu với các giả thuyết sau:

H1: Giá cả có ảnh hưởng tích cực đến quyết định lựa chọn.

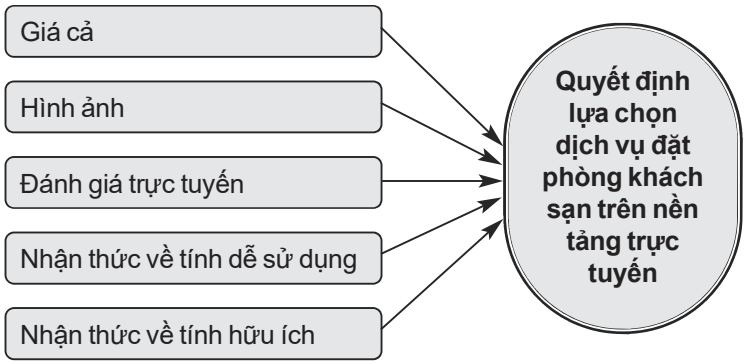
H2: Hình ảnh có ảnh hưởng tích cực đến quyết định lựa chọn.

H3: Đánh giá trực tuyến có ảnh hưởng tích cực đến quyết định lựa chọn.

H4: Nhận thức về tính dễ sử dụng có ảnh hưởng tích cực đến quyết định lựa chọn.

H5: Nhận thức về tính hữu ích có ảnh hưởng tích cực đến quyết định lựa chọn.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Mẫu nghiên cứu

Trong tổng số 213 phiếu hợp lệ, khách hàng nữ chiếm 56,81% (111 mẫu), nam chiếm 43,19% (102 mẫu). Về độ tuổi, nhóm từ 18-25 tuổi chiếm tỷ lệ cao nhất với 50,23% (107 mẫu), tiếp đến là nhóm 36-50 tuổi với 35,68% (76 mẫu), nhóm trên 50 tuổi chiếm 14,08% (30 mẫu). Về thu nhập, nhóm từ 7-15 triệu đồng/tháng chiếm tỷ lệ cao nhất với 43,19% (92 mẫu).

3.2. Phân tích hệ số Cronbach's Alpha

Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha tại Bảng 1 cho thấy, tất cả các thang đo đều đạt độ tin cậy cao với hệ số α từ 0,878 đến 0,945. 2 biến quan sát GC2 (thuộc thang đo Giá cả) và HI2 (thuộc thang đo Nhận thức về tính hữu ích) bị loại do hệ số tương quan biến-tổng lần lượt là 0,292 và 0,328 (<0,3). Sau khi loại, thang đo Giá cả còn 3 biến (α = 0,884) và thang đo Nhận thức về tính hữu ích còn 3 biến (α = 0,888).

3.3. Phân tích phân tích nhân tố khám phá - EFA

3.3.1. Phân tích nhân tố khám phá các thang đo thuộc cá nhân tố độc lập

Kết quả phân tích EFA tại Bảng 2 cho thấy, hệ số KMO = 0,803 (> 0,5) và kiểm định Bartlett có Sig. = 0,000 (< 0,05), chứng tỏ dữ liệu phù hợp để phân tích nhân tố. 18 biến quan sát được rút trích thành 5 nhân tố với tổng phương sai trích đạt 78,521% (> 50%). Hệ số tải nhân tố (factor loading) của tất cả các biến quan sát đều lớn hơn 0,5, dao động từ 0,839 đến 0,896, đảm bảo giá trị hội tụ và phân biệt tốt.

3.3.2. Phân tích nhân tố khám phá các thang đo thuộc cá nhân tố phụ thuộc

Dựa vào kết quả kiểm định tại Bảng 3 vcho thấy, hệ số KMO = 0.872 > 0.5 và kiểm định Barlett với

Bảng 1. Kết quả phân tích Cronbach's Alpha

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item -Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
DGTT1	9.00	14.896	.813	.899
DGTT2	9.00	14.708	.836	.891
DGTT3	9.00	15.189	.779	.910
DGTT4	9.00	14.660	.842	.889
HA1	9.00	13.632	.741	.843
HA2	9.00	13.585	.747	.841
HA3	9.00	13.849	.714	.853
HA4	9.00	13.575	.748	.840

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item -Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
GC1	9.00	11.057	.707	.690
GC2	9.00	14.547	.292	.884
GC3	9.00	10.698	.757	.663
GC4	9.00	11.019	.712	.687
HI1	9.00	11.226	.734	.702
HI2	9.00	14.632	.328	.888
HI3	9.00	11.113	.750	.694
HI4	9.00	11.311	.723	.708
SD1	9.00	13.849	.780	.853
SD2	9.00	13.736	.794	.848
SD3	9.00	14.142	.744	.867
SD4	9.00	14.292	.726	.873

Bảng 2. Kết quả phân tích EFA nhân tố độc lập

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.803
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2343.896
	df	153
	Sig.	.000

Bảng 3. Kết quả phân tích EFA nhân tố phụ thuộc

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.872
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	790.973
	df	6
	Sig.	< .001

Sig = 0.001 < 0.05 thỏa mãn các yêu cầu để tiến hành phân tích nhân tố EFA.

3.4. Phân tích tương quan Pearson

Kết quả tương quan cho thấy, 3 biến Đánh giá trực tuyến (DGTT), Giá cả (GC) và Nhận thức về tính hữu ích (HI) có tương quan có ý nghĩa thống kê với biến phụ thuộc Quyết định lựa chọn (QDLC) với Sig. < 0,01. Trong khi đó, Hình ảnh (HA) và Nhận thức về tính dễ sử dụng (SD) không có tương quan (Sig. lần lượt là 0,780 và 0,998 > 0,05), do đó bị loại khỏi mô hình hồi quy. Hệ số tương quan giữa các biến độc lập đều ở mức thấp đến trung bình (r < 0,6), không có dấu hiệu đa cộng tuyến nghiêm trọng.

3.5. Phân tích hồi quy tuyến tính

Mô hình hồi quy với 3 biến độc lập (DGTT, GC, HI) cho thấy, hệ số R^2 hiệu chỉnh = 0,600, nghĩa là các biến độc lập giải thích được 60,0% sự biến thiên của biến phụ thuộc. Kiểm định ANOVA có F = 106,842 và Sig. = 0,000, chứng tỏ mô hình hồi quy phù hợp. Hệ số Durbin-Watson = 2,030 nằm trong khoảng chấp nhận (1,5-2,5), không có hiện tượng tự tương quan. Hệ số VIF của các nhân tố đều nhỏ hơn 2, cho thấy không có hiện tượng đa cộng tuyến.

Kết quả hồi quy tại Bảng 5 cho thấy, cả 3 nhân tố đều có tác động tích cực đến quyết định lựa chọn: Đánh giá trực tuyến (DGTT) có hệ số Beta = 0,405 (Sig. = 0,000), khẳng định H3 được chấp nhận. Nhận thức về tính hữu ích (HI) có hệ số Beta = 0,392 (Sig. = 0,000), khẳng định H5 được chấp nhận. Giá cả (GC) có hệ số Beta = 0,292 (Sig. = 0,000), khẳng định H1 được chấp nhận.

2 giả thuyết H2 (Hình ảnh) và H4 (Nhận thức về tính dễ sử dụng) bị bác bỏ do không có ý nghĩa thống kê trong phân tích tương quan.

Bảng 4. Kết quả tương quan Pearson

Correlations							
		QDLC	DGTT	HA	GC	HI	SD
QDLC	Pearson Correlation	1	.594**	-.019	.437**	.605**	.000
	Sig. (2-tailed)		.000	.780	.000	.000	.998
	N	213	213	213	213	213	213
DGTT	Pearson Correlation	.594**	1	-.011	.149*	.371**	-.008
	Sig. (2-tailed)	.000		.878	.030	.000	.910
	N	213	213	213	213	213	213
HA	Pearson Correlation	-.019	-.011	1	.039	-.047	.104
	Sig. (2-tailed)	.780	.878		.567	.495	.131
	N	213	213	213	213	213	213
GC	Pearson Correlation	.437**	.149*	.039	1	.216**	.040
	Sig. (2-tailed)	.000	.030	.567		.001	.558
	N	213	213	213	213	213	213
HI	Pearson Correlation	.605**	.371**	-.047	.216**	1	-.003
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.495	.001		.965
	N	213	213	213	213	213	213
SD	Pearson Correlation	.000	-.008	.104	.040	-.003	1
	Sig. (2-tailed)	.998	.910	.131	.558	.965	
	N	213	213	213	213	213	213

***. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).*

**. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).*

Bảng 5. Kết quả hồi quy tuyến tính

Model Summary[b]					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.778[a]	.605	.600	.82682	2.030

Phương trình hồi quy chuẩn hóa có dạng:

QDLC = 0,405 × DGTT

+ 0,392 × HI + 0,292 × GC

Như vậy, trong 3 yếu tố được xác định, Đánh giá trực tuyến có tác động mạnh nhất đến quyết định lựa chọn dịch vụ đặt phòng khách sạn trực tuyến, tiếp đến là Nhận thức về tính hữu ích và cuối cùng là Giá cả.

4. Kết luận và giải pháp đề xuất

Kết quả nghiên cứu cho thấy, quyết định lựa chọn dịch vụ đặt phòng khách sạn trực tuyến của khách hàng tại thành phố Đà Nẵng chịu tác động tích cực bởi các yếu tố gồm: đánh giá trực tuyến, nhận thức về tính hữu ích và giá cả, trong đó đánh giá trực tuyến là yếu tố có ảnh hưởng mạnh nhất. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao khả năng thu hút khách hàng và năng lực cạnh tranh trên thị trường du lịch trực tuyến.

Giải pháp 1: triển khai hệ thống thu thập đánh giá chủ động và đa kênh. Thiết lập hệ thống tự động gửi email hoặc tin nhắn Zalo đến khách hàng trong vòng

1-2 ngày sau khi kết thúc chuyến đi, kèm đường link trực tiếp đến trang đánh giá trên Google, TripAdvisor và Fanpage Facebook. Đồng thời, đưa ra ưu đãi nhỏ (mã giảm giá 5-10% cho lần đặt tiếp theo) như một lời cảm ơn khách hàng đã chia sẻ trải nghiệm, với điều kiện truyền thông rõ ràng rằng ưu đãi dành cho việc "chia sẻ trải nghiệm" chứ không phải cho việc "đánh giá 5 sao".

Giải pháp 2: tận dụng đánh giá tích cực như công cụ marketing xã hội. Sử dụng widget hiển thị đánh giá mới nhất. Thiết kế đồ họa chuyên nghiệp để trình bày các trích dẫn đánh giá ấn tượng và đăng tải thường xuyên lên các nền tảng mạng xã hội. Sử dụng đánh giá tích cực làm nội dung cho các chiến dịch quảng cáo trả phí để tăng độ tin cậy và giảm chi phí chuyển đổi.

Giải pháp 3: cải thiện trải nghiệm người dùng và chức năng cốt lõi. Đơn giản hóa quy trình tìm kiếm và đặt phòng với các bộ lọc thông minh, rút gọn các bước không cần thiết để giảm tỷ lệ từ bỏ. Cung cấp thông tin đầy đủ, chính xác và minh bạch về khách sạn, dịch vụ, chính sách. Tối ưu hóa trải nghiệm trên thiết bị di động - nơi phần lớn khách hàng thực hiện đặt phòng

Giải pháp 4: cá nhân hóa trải nghiệm để tăng mức độ liên quan. Sử dụng thuật toán và dữ liệu hành vi người dùng để đưa ra gợi ý thông minh về khách sạn, điểm đến hoặc gói dịch vụ phù hợp. Hiển thị chương trình khuyến mãi và thông điệp được cá nhân hóa dựa trên phân khúc khách hàng (khách mới, khách thân thiết, khách gia đình).

Giải pháp 5: tăng cường hỗ trợ khách hàng đa kênh và kịp thời. Duy trì đội ngũ tư vấn viên riêng cho nhóm khách hàng doanh nghiệp và khách đoàn. Đào tạo nhân viên kỹ năng xử lý tình huống linh hoạt (thay đổi giờ check-in, hỗ trợ hoàn hủy, đổi phòng khi khách không hài lòng). Xây dựng chính sách hậu mãi linh hoạt, bao gồm tặng voucher giảm giá cho lần đặt tiếp theo và ưu đãi đặc biệt cho khách hàng thân thiết.

Giải pháp 6: minh bạch tuyệt đối về giá. Hiển thị đầy đủ thuế, phí dịch vụ ngay từ bước đầu tiên, không để đến bước cuối cùng mới xuất hiện. Sự minh bạch tạo niềm tin. Thay vì chỉ đưa ra con số, hãy liệt kê rõ những lợi ích kèm theo (hỗ trợ 24/7, hoàn tiền nếu có vấn đề, tư vấn miễn phí) ngay tại trang thanh toán. Khách hàng sẽ cảm thấy hài lòng hơn ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Ngô Thị Lan, Nguyễn Thị Mỹ Huyền & Ngô Hoàng Đan (2021). Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định đặt phòng trực tuyến của người Việt Nam, nghiên cứu tại địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh. Tạp chí Khoa học Thương mại, 150, 45-58.

Nguyễn Quyết Thắng & Nguyễn Thị Lệ Thủy (2019). Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định đặt phòng trực tuyến của khách du lịch nội địa tại các khách sạn 4-5 sao ở thành phố Đà Nẵng. Tạp chí Khoa học Đại học Đà Nẵng, 17(8), 23-29.

Uông Thị Ngọc Lan & Nguyễn Danh Nam (2025). Các nhân tố thúc đẩy ý định đặt phòng khách sạn trực tuyến của khách du lịch Gen Z - Nghiên cứu tại địa bàn thành phố Hà Nội. Tạp chí Kinh tế và Dự báo, 15(2), 112-125.

Võ Thị Ngân & Phạm Đinh Khang (2024). Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định đặt phòng trực tuyến của khách du lịch trên Booking.com tại các khách sạn 4 sao ở thành phố Huế. Tạp chí Du lịch Việt Nam, 42(3), 78-92.

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

Berezina, K., Bilgihan, A., Cobanoglu, C., & Okumus, F. (2019). Understanding the impact of online reviews on hotel booking intentions. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 31(2), 102-119.

Buhalis, D. and Law, R. (2008) Progress in Information Technology and Tourism Management: Twenty Years on and 10 Years after the Internet: The State of Etourism Research. Tourism Management, 29, 609-623. http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005

Chubchuwong, M. (2022). Factors affecting online direct hotel booking: A study in Bangkok. APHEIT International Journal, 11(1), 31-47.

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. MIS Quarterly, 13(3), 319-340.

Filieri, R. (2016). What makes online reviews helpful? A diagnosticity-adoption framework to explain informational and normative influences in e-WOM. Journal of Business Research, 68(6), 1261-1270.

Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). An approach to environmental psychology. The MIT Press.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. Journal of Service Research, 7(3), 213-233.

Pinto, I., & Castro, C. (2019). Online travel agencies: Factors influencing tourists' purchase decisions. Tourism & Management Studies, 15(2), 7-20.

Syed, A. A., & Suroso, J. S. (2018). Factors affecting consumers' decision for e-hotel booking. CommIT Journal, 12(1), 1-10.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. MIS Quarterly, 27(3), 425-478.

Ngày nhận bài: 18/3/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 30/3/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 15/4/2026

FACTORS INFLUENCING CUSTOMERS' CHOICE OF ONLINE HOTEL BOOKING SERVICES: EVIDENCE FROM DA NANG CITY

● **TRAN THANH HAI**
Duy Tan University

ABSTRACT:

This study identifies the factors influencing customers' decisions to use online hotel booking services in Da Nang City. It also proposes solutions to support customer decision-making and enhance the competitiveness of businesses in the online travel agency (OTA) sector. The study employs a quantitative research method based on survey data collected from 213 customers who have used or are currently using online hotel booking services. The findings reveal three key factors that positively affect customers' decisions to choose online hotel booking services: online reviews, perceived usefulness, and price. Among these factors, online reviews exert the strongest influence on customer choice.

Keywords: decision-making, online service quality, online reviews, perceived usefulness, price, online hotel booking.

NGHIÊN CỨU SỰ DỊCH CHUYỂN TRONG HÀNH VI MUA SẮM TRỰC TUYẾN CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ ĐÀ NẴNG

● **PHẠM THỊ UYÊN THI[1] - HỒ DIỆU KHÁNH[1]**

[1]Đại học Duy Tân

TÓM TẮT:

Bài nghiên cứu dựa vào dữ liệu thu thập được từ 400 mẫu khảo sát được xử lý bằng công cụ SPSS 26.0, với các kỹ thuật kiểm định thang đo Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố EFA, phân tích tương quan và hồi quy bội. Kết quả nghiên cứu xác định có 3 nhân tố ảnh hưởng trực tiếp đến sự dịch chuyển trong hành vi mua sắm trực tuyến của người dân Đà Nẵng: (1) Tính hữu ích, (2) Rủi ro nhận thức, (3) Độ tin cậy. Dựa vào kết quả nghiên cứu, các hàm ý chính sách đã được đề xuất để giúp các doanh nghiệp nắm bắt được xu hướng của người tiêu dùng, từ đó có những chiến lược kinh doanh thích hợp nhằm gia tăng doanh số bán hàng, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế.

Từ khóa: sự dịch chuyển, mua sắm trực tuyến, người tiêu dùng, TP. Đà Nẵng.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh chuyển đổi số diễn ra mạnh mẽ trên phạm vi toàn cầu, thương mại điện tử đã và đang trở thành một trụ cột quan trọng của nền kinh tế số. Sự phát triển nhanh chóng của internet, thiết bị di động và các nền tảng số đã làm thay đổi căn bản cách thức người tiêu dùng tìm kiếm thông tin, đánh giá sản phẩm và thực hiện quyết định mua sắm (Laudon & Traver, 2021). Đặc biệt, sau đại dịch COVID-19 - một cú sốc mang tính hệ thống - hành vi tiêu dùng trực tuyến không chỉ gia tăng về quy mô mà còn có sự thay đổi đáng kể về cấu trúc và động cơ tiêu dùng (Sheth, 2020).

Tại Việt Nam, thương mại điện tử ghi nhận tốc độ tăng trưởng cao trong khu vực Đông Nam Á, với tỷ lệ người tiêu dùng tham gia mua sắm trực tuyến ngày càng gia tăng (Google, Temasek, & Bain & Company, 2023). Trong bối cảnh đó, Đà Nẵng nổi lên như một trong những đô thị đi đầu trong phát triển kinh tế số và chính quyền số, với mức độ tiếp cận công nghệ cao và môi trường thuận lợi cho sự phát triển của thương mại điện tử. Những điều kiện này tạo tiền đề quan trọng để nghiên cứu các xu hướng và sự thay đổi trong hành vi tiêu dùng trực tuyến của người dân địa phương. Đà Nẵng đặt mục tiêu đến năm 2030 tỷ lệ dân số trưởng thành tham gia mua sắm trực tuyến đạt 80%/số người sử dụng internet trên địa bàn; doanh số bán lẻ thương mại điện tử chiếm 20% so với tổng mức bán lẻ hàng hóa của địa phương (Xuân Mai, 2026), điều này đặt ra yêu cầu cấp thiết để hiểu rõ hơn về động cơ, rào cản cũng như xu hướng tiêu dùng mới. Đồng thời, kết quả nghiên cứu có thể cung cấp thông tin giá trị, hỗ trợ các doanh nghiệp tại địa phương xây dựng chiến

lược kinh doanh và marketing hiệu quả, từ đó tối ưu hóa trải nghiệm khách hàng.

Với những giá trị thực tiễn và lý thuyết như vậy, đề tài "Nghiên cứu sự dịch chuyển trong hành vi mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng trên địa bàn TP. Đà Nẵng" không chỉ mang tính cấp thiết mà còn hứa hẹn đem lại những đóng góp ý nghĩa.

2. Cơ sở lý thuyết của nghiên cứu

Theo nghiên cứu của Gong, Stump & Maddox (2013), các yếu tố như nhận thức về sự hữu ích, tính dễ sử dụng, niềm tin, rủi ro cảm nhận và ảnh hưởng xã hội đều tác động đáng kể đến quyết định mua sắm trực tuyến. Trong đó, nhận thức về sự hữu ích, tính dễ sử dụng và niềm tin có ảnh hưởng tích cực, trong khi rủi ro cảm nhận tác động tiêu cực.

Theo Hui & Wan (2007), nam giới có xu hướng mua sắm trực tuyến nhiều hơn nữ giới, do họ có mức độ tự tin cao hơn trong việc sử dụng công nghệ. Bên cạnh đó, những người có trình độ học vấn cao thường có nhận thức tích cực hơn về tính hữu ích và sự an toàn của mua sắm trực tuyến, dẫn đến ý định mua hàng cao hơn. Nghiên cứu cung cấp gợi ý quan trọng cho doanh nghiệp trong việc điều chỉnh chiến lược tiếp cận khách hàng dựa trên đặc điểm nhân khẩu học.

Nghiên cứu của Doolin et al. (2005) cho kết quả rủi ro cảm nhận, bao gồm lo ngại về bảo mật và quyền riêng tư, có ảnh hưởng tiêu cực đến ý định mua sắm trực tuyến. Ngược lại, trải nghiệm mua sắm tích cực, đặc biệt là sự tiện lợi và niềm tin vào hệ thống thương mại điện tử, góp phần thúc đẩy hành vi mua hàng.

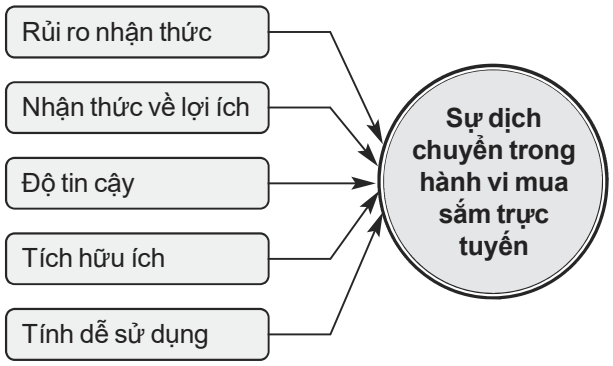
Tại Việt Nam, nghiên cứu của Ngọc Thắng (2016) cho thấy thái độ, chuẩn chủ quan và kiểm soát hành vi đều tác động tích cực đến ý định mua sắm trực tuyến. Đồng thời, nghiên cứu cũng bổ sung các yếu tố như niềm tin và nhận thức rủi ro, trong đó niềm tin có ảnh hưởng tích cực, còn nhận thức rủi ro tác động tiêu cực đến ý định mua hàng.

Theo Hải Phương (2012), thái độ tích cực của người tiêu dùng đối với mua sắm trực tuyến, sự ảnh hưởng từ bạn bè và gia đình, yếu tố nhận thức về khả năng kiểm soát hành vi là những yếu tố quan trọng trong việc hình thành ý định mua sắm trực tuyến của khách hàng tại Huế. Ngoài ra, nghiên cứu cũng chỉ ra, niềm tin vào sự an toàn và bảo mật của các giao dịch trực tuyến đóng vai trò quan trọng trong việc khuyến khích hành vi mua sắm của khách hàng.

Kết quả nghiên cứu của Tạ Văn Thành và Xuân Ơn (2021) cho thấy, thái độ tích cực đối với việc mua sắm trực tuyến, sự ảnh hưởng từ bạn bè và gia đình, cũng như yếu tố kiểm soát hành vi nhận thức được xác định là những yếu tố tác động mạnh mẽ đến ý định mua sắm của người tiêu dùng Thế hệ Z. Bài nghiên cứu cũng chỉ ra, sự ảnh hưởng của các yếu tố công nghệ như sự tiện lợi, bảo mật và hỗ trợ khách hàng trực tuyến đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy hành vi mua sắm.

Qua các tài liệu tham khảo, nhóm nghiên cứu đề xuất mô hình nghiên cứu cụ thể như tại Hình 1.

Hình 1: Mô hình đề xuất của tác giả



3. Phương pháp nghiên cứu

Tiến trình nghiên cứu được tiến hành thông qua 2 giai đoạn chính:

Giai đoạn 1: Nghiên cứu sơ bộ được thực hiện thông qua việc khảo sát ý kiến của 10 chuyên gia có liên quan đến đề tài. Từ đó điều chỉnh, bổ sung hoàn chỉnh thành thang đo chính thức phục vụ cho nghiên cứu định lượng.

- Mẫu điều tra: nhóm tác giả đã tiến hành phát 500 mẫu để phục vụ cho việc phân tích dữ liệu. Thời gian khảo sát từ ngày 1/12/2025 đến 1/4/2026 cho người dân trên địa bàn TP. Đà Nẵng. Phát ra 500 mẫu, thu về 450 mẫu, và có 400 mẫu hợp lệ. Vậy, tổng số mẫu được đưa vào phân tích là 400 mẫu.

Giai đoạn 2: Dữ liệu sau khi thu thập được nhập liệu và xử lý bằng phần mềm SPSS 26.0 để tiến hành phân tích. (Bài viết sử dụng cách viết số thập phân theo chuẩn quốc tế).

4. Báo cáo kết quả nghiên cứu

4.1. Phân tích Cronbach's Alpha của thang đo hiệu chỉnh

Theo Nunnally (1978), Peterson (1994), thang đo được đánh giá chấp nhận và tốt đòi hỏi hai điều kiện: Hệ số Cronbach's Alpha của tổng thể > 0.6; và hệ số tương quan tổng biến (Corrected Item -Total Correlation) > 0.3. Kết quả phân tích độ tin cậy Cronbach's Alpha cho các nhóm biến đã loại 4 biến không đảm bảo độ tin cậy là: RR4, TC1, HI1, DD1. Những biến còn lại sẽ được sử dụng trong phân tích nhân tố khám phá EFA tiếp theo. (Bảng 1)

Qua phân tích Cronbach's Alpha các thang đo về sự dịch chuyển trong hành vi mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng Đà Nẵng, có thang đo như sau:

- Về thang đo Rủi ro nhận thức bao gồm 4 biến quan sát RR1, RR2, RR3, RR5 (Cronbach's Alpha = 0.780).
- Về thang đo Nhận thức về lợi ích bao gồm 4 biến quan sát NT1, NT2, NT3, NT4 (Cronbach's Alpha = 0.770).
- Về thang đo Độ tin cậy bao gồm 4 biến quan sát TC2, TC3, TC4, TC5 (Cronbach's Alpha = 0.793).
- Về thang đo Tính hữu ích bao gồm 3 biến quan sát HI1, HI2, HI3 (Cronbach's Alpha = 0.681).
- Về thang đo Tính dễ sử dụng bao gồm 3 biến quan sát DD2, DD3, DD4 (Cronbach's Alpha = 0.855).

4.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA

Điều kiện để phân tích nhân tố khám phá EFA là thỏa mãn các yêu cầu: Hệ số tải nhân tố (Factor loading) > 0.5; Hệ số KMO đạt 0.5 =< KMO =< 1; Kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê Sig. < 0.05; Phần trăm phương sai toàn bộ (Percentage of variance) > 50%.

Kết quả phân tích nhân tố EFA tại Bảng 2 cho thấy, các biến quan sát được gom thành 5 nhóm nhân tố chính, tất cả các biến quan sát đều có hệ số tải nhân tố Factor Loading > 0.5.

4.3. Phân tích tương quan

Hệ số tương quan Pearson được dùng để lượng hóa mức độ chặt chẽ của mối liên hệ tuyến tính giữa 2 biến định lượng.

Kết quả sau khi phân tích tương quan cho thấy, Sig tương quan Pearson của các biến độc lập RR, NT, TC, HI, DD so với biến phụ thuộc DC nhỏ hơn 0.05.

Bảng 1. Phân tích Cronbach's Alpha

Biến quan sát	Cronbach's Alpha nếu loại biến này
Rủi ro nhận thức - RR Cronbach's Alpha = .780	
RR1	.734
RR2	.711
RR3	.752
RR5	.710
Nhận thức về lợi ích - NT Cronbach's Alpha = .770	
NT1	.719
NT2	.695
NT3	.719
NT4	.723
Độ tin cậy - TC Cronbach's Alpha = .793	
TC2	.737
TC3	.733
TC4	.740
TC5	.754
Tính hữu ích - HI Cronbach's Alpha = .681	
HI2	.602
HI3	.617
HI4	.646
Tính dễ sử dụng - DD Cronbach's Alpha = .855	
DD2	.764
DD3	.729
DD4	.790

Như vậy, các biến độc lập trên có mối liên hệ tuyến tính với biến DC. Do đó, không có hiện tượng đa cộng tuyến xảy ra.

4.4. Phân tích hồi quy tuyến tính bội

4.4.1. Đánh giá độ phù hợp của mô hình hồi quy tuyến tính bội

Theo kết quả tại Bảng 3, với R^2 hiệu chỉnh là 0.673 cho thấy sự tương thích của mô hình với biến quan sát là khá lớn và biến phụ thuộc DC được giải thích bởi 5 biến độc lập trong mô hình, còn lại 36.7% là do các yếu tố khác như an toàn bảo mật,

Bảng 2. Kết quả phân tích EFA

Chỉ tiêu cần đánh giá	Giá trị chạy được	Kết luận
Hệ số KMO	0.741	0.5<0.741<1
Giá trị Sig	0.000	0.00<0.05
Phương sai trích Total Varicance Explained	66.919%	65.919%>50%
Giá trị Eigenvalue	1.409	1.409>1

Bảng 3. Kết quả hồi quy

Tóm tắt mô hình[b]				
Mô hình	**R**	**R^2**	**R^2 hiệu chỉnh**	**Sai số ước lượng**
1	.834[a]	.693	.673	.049105
a. Biến dự đoán: (Hằng số), RR, NT, TC, HI, DD				
b. Biến phụ thuộc: DC				

tính tiện lợi, kiểm soát hành vi, trải nghiệm... hoặc sai số ngẫu nhiên.

4.4.2. Kiểm định độ phù hợp của mô hình

Từ Bảng 4 cho thấy, trị thống kê F được tính từ giá trị R^2 đầy đủ khác 0 và giá trị Sig. rất nhỏ cho thấy, mô hình sử dụng là phù hợp và các biến đều đạt được tiêu chuẩn chấp nhận (Tolerance > 0.0001). Thêm vào đó, tiêu chí Collinearity diagnostics (chuẩn đoán hiện tượng đa cộng tuyến) với hệ số phóng đại phương sai VIF (Variance inflation factor) của các biến độc lập trong mô hình đều <2 thể hiện tính đa cộng tuyến của các biến độc lập là không đáng kể và các biến trong mô hình được chấp nhận.

4.5. Hàm hồi quy

Từ bảng phân tích hồi quy (Bảng 4), ta thấy mối quan hệ giữa biến phụ thuộc Sự dịch chuyển trong hành vi mua sắm trực tuyến và 5 biến độc lập được thể hiện trong phương trình sau:

DC = 0.447*TC + 0.307*RR + 0.243*HI + 0.206*NT + 0.116*DD

Trong đó: TC: Độ tin cậy, RR: Rủi ro nhận thức, HI: Tính hữu ích, NT: Nhận thức về lợi ích, DD: Tính dễ sử dụng.

Theo phương trình hồi quy ở trên cho thấy, Sự dịch chuyển trong hành vi mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng có quan hệ tuyến tính với 5 nhân tố trên. Các hệ số Beta chuẩn hóa đều >0 cho thấy, các biến độc lập tác động thuận chiều với Sự dịch chuyển trong hành vi mua sắm trực tuyến. Kết quả này cũng khẳng định các giả thuyết nêu ra trong mô hình nghiên cứu được chấp nhận và được kiểm định phù hợp. Đây là cơ sở quan trọng định hướng cho các

Bảng 4. Phân tích kết quả hồi quy

Mô hình		Hệ số chưa chuẩn hoá		Hệ số chuẩn hoá	T	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến	
		B	Sai số chuẩn	Beta			Dung sai	VIF
1	(Constant)	-.803	.328		-2.452	.015		
	RR	.251	.039	.307	6.470	.000	.937	1.068
	NT	.204	.048	.206	4.285	.000	.912	1.097
	TC	.378	.040	.447	9.521	.000	.953	1.049
	HI	.233	.045	.243	5.142	.000	.941	1.063
	DD	.125	.050	.116	2.521	.012	.992	1.008

doanh nghiệp tập trung vào những nhân tố then chốt này để thu hút khách hàng nhằm gia tăng lợi nhuận trong hoạt động kinh doanh.

5. Hàm ý cho nhà quản trị

Về nhân tố Độ tin cậy: Trước hết, các doanh nghiệp cần đảm bảo nền tảng mua sắm trực tuyến luôn ổn định, hạn chế các lỗi kỹ thuật hay gián đoạn trong quá trình giao dịch. Bên cạnh đó, doanh nghiệp cần đảm bảo thông tin sản phẩm và dịch vụ trên nền tảng phải được cập nhật đầy đủ, chính xác và đúng sự thật. Đồng thời dịch vụ hỗ trợ khách hàng của nền tảng mua sắm trực tuyến cần phải sẵn sàng, nhanh chóng và hiệu quả trong việc giải quyết các vấn đề phát sinh của khách hàng. Cần đẩy mạnh dịch vụ chăm sóc khách hàng với hệ thống hỗ trợ trực tuyến 24/7, phản hồi nhanh chóng và chuyên nghiệp để giải quyết mọi vấn đề phát sinh.

Về nhân tố Rủi ro nhận thức: Các nền tảng thương mại điện tử cần minh bạch hóa thông tin sản phẩm, đảm bảo hình ảnh và mô tả đúng với thực tế để tránh tình trạng khách hàng nhận hàng không đúng mong đợi. Bên cạnh đó, cần áp dụng các công nghệ bảo mật tiên tiến nhằm bảo vệ thông tin cá nhân và giao dịch thanh toán, giúp khách hàng an tâm hơn khi mua sắm trực tuyến. Đồng thời, việc triển khai chính sách đổi trả linh hoạt, hỗ trợ khách hàng nhanh chóng khi gặp sự cố cũng góp phần giảm thiểu lo ngại về rủi ro. Ngoài ra, các doanh nghiệp nên phát triển hệ thống đánh giá và phản hồi đáng tin cậy từ người tiêu dùng, giúp khách hàng có cơ sở lựa chọn nhà cung cấp uy tín.

Về nhân tố Tính hữu ích: Các doanh nghiệp cần tối ưu hóa trải nghiệm người dùng bằng cách thiết kế giao diện thân thiện, dễ sử dụng và cá nhân hóa đề xuất sản phẩm dựa trên sở thích của từng khách hàng. Đồng thời, việc cải thiện tốc độ giao hàng, mở rộng mạng lưới vận chuyển và cung cấp nhiều lựa chọn thanh toán an toàn, tiện lợi sẽ giúp nâng cao giá trị thực tiễn của dịch vụ. Ngoài ra, cần tăng cường các chương trình khuyến mãi, tích điểm và chăm sóc khách hàng sau mua để gia tăng lợi ích cho người tiêu dùng. Phát triển đồng bộ hạ tầng thanh toán số và logistics là điều kiện tiên quyết để nâng cao nhận thức hữu ích. Một hệ thống thanh toán linh hoạt, an toàn cùng với dịch vụ giao hàng nhanh chóng, đáng tin cậy sẽ giúp giảm chi phí giao dịch và thời gian chờ đợi - 2 yếu tố quan trọng cấu thành giá trị cảm nhận của người tiêu dùng trong môi trường trực tuyến.

Về nhân tố Nhận thức về lợi ích: Cải thiện chất lượng dịch vụ giao hàng, đảm bảo tốc độ nhanh chóng, đúng hẹn và có nhiều lựa chọn vận chuyển linh hoạt. Tiếp theo, việc ứng dụng công nghệ tiên tiến như trí tuệ nhân tạo (AI) và dữ liệu lớn (Big Data) để cá nhân hóa trải nghiệm, gợi ý sản phẩm phù hợp với nhu cầu khách hàng. Bên cạnh đó, các nền tảng thương mại điện tử có thể xây dựng chương trình khách hàng thân thiết, tích điểm thưởng và ưu đãi dành riêng để giữ chân khách hàng lâu dài.

Về nhân tố Tính dễ sử dụng: Khuyến khích doanh nghiệp ứng dụng các công nghệ hỗ trợ nhằm đơn giản hóa quy trình mua sắm. Việc tích hợp các tính năng như tìm kiếm thông minh, gợi ý tự động, nhận diện giọng nói hoặc chatbot hỗ trợ khách hàng sẽ giúp người tiêu dùng giảm thiểu nỗ lực trong quá trình ra quyết định. Bên cạnh đó, cần phát triển các giải pháp thanh toán và đăng nhập thuận tiện là yếu tố then chốt nâng cao tính dễ sử dụng. Các phương thức như đăng nhập một lần (single sign-on), xác thực sinh trắc học hoặc thanh toán một chạm (one-click payment) sẽ góp phần rút ngắn quy trình giao dịch. Ngoài ra, doanh nghiệp nên đẩy mạnh các chương trình nâng cao kỹ năng số cho người tiêu dùng. Mặc dù hệ thống có thể được thiết kế thân thiện, nhưng nếu người dùng thiếu kỹ năng cơ bản thì nhận thức về tính dễ sử dụng vẫn bị hạn chế ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Dương Thị Hải Phương (2012). Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua sắm trực tuyến của khách hàng trên địa bàn thành phố Huế. Tạp chí Khoa học Đại học Huế: Khoa học Xã hội và Nhân văn B, 72, 263-274.

Hà Ngọc Thắng (2016). Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng Việt Nam: Nghiên cứu mở rộng thuyết hành vi có hoạch định. VNU JOURNAL OF ECONOMICS AND BUSINESS, 32(4).

Hồ Xuân Mai (2026). Đà Nẵng hé lộ mục tiêu lớn cho phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2026-2030. Truy cập tại: https://viettimes.vn/da-nang-he-lo-muc-tieu-lon-cho-phat-trien-thuong-mai-dien-tu-giai-doan-20262030-post194028.html

Tạ Văn Thành và Đặng Xuân Ơn (2021). Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng Thế hệ Z tại Việt Nam. Tạp chí Khoa học & Đào tạo Ngân hàng, 229, 27-35.

Doolin, B., Dillon, S., Thompson, F., & Corner, J. L. (2005). Perceived risk, the Internet shopping experience and online purchasing behavior: A New Zealand perspective. Journal of Global Information Management (JGIM), 13(2), 66-88.

Gong, W., Stump, R. L., & Maddox, L. M. (2013). Factors influencing consumers' online shopping in China. Journal of Asia Business Studies, 7(3), 214-230.

Google, Temasek, & Bain & Company. (2023). e-Conomy SEA Report. [Online] Available at https://www.temasek.com.sg/content/dam/temasek-corporate/news-and-views/resources/reports/e-conomy-sea-2025-report.pdf

Hui, T. K., & Wan, D. (2007). Factors affecting Internet shopping behaviour in Singapore: gender and educational issues. International journal of consumer studies, 31(3), 310-316.

Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). E-commerce: Business, Technology, Society. Pearson.

Nunnally, J. (1978). Psycometric Theory. New York, McGraw-Hill.

Peterson, R. (1994). A Meta-Analysis of Cronbach's Coefficient Alpha. Journal of Consumer Research, 21(2).

Sheth, J. (2020). Impact of Covid-19 on consumer behavior: Will the old habits return or die? Journal of Business Research, 117, 280-283

Ngày nhận bài: 10/4/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 25/4/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 10/5/2026

EXAMINING CHANGES IN CONSUMERS' ONLINE SHOPPING BEHAVIOR IN DA NANG CITY

● **PHAM THI UYEN THI**[1]
● **HO DIEU KHANH**[1]
[1]Duy Tan University

ABSTRACT:

This study employs data collected from 400 survey respondents and analyzed using SPSS 26.0, with techniques including Cronbach's Alpha, exploratory factor analysis (EFA), correlation analysis, and multiple regression. The findings identify three factors that directly influence changes in the online shopping behavior of residents in Da Nang: perceived usefulness, perceived risk, and reliability. Based on these results, the study offers policy implications to help businesses better understand consumer trends, develop appropriate business strategies, increase sales revenue, and contribute to economic growth.

Keywords: shift, online shopping, consumers, Da Nang City.

TUỔI ĐỜI DOANH NGHIỆP VÀ HIỆU QUẢ TÀI CHÍNH: TRƯỜNG HỢP CÁC DOANH NGHIỆP NIÊM YẾT TẠI VIỆT NAM

● **PHAN QUỲNH TRANG**
Khoa Tài chính - Ngân hàng,
Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh

TÓM TẮT:

Nghiên cứu nhằm đánh giá tác động của tuổi đời doanh nghiệp đến hiệu quả tài chính của các doanh nghiệp niêm yết tại Việt Nam. Sử dụng bộ dữ liệu bao gồm 644 doanh nghiệp niêm yết trên Sàn Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh và Hà Nội trong giai đoạn 2011 - 2024, kết quả hồi quy theo phương pháp bình phương tối thiểu tổng quát khả thi (FGLS) và tổng quát thời điểm (GMM) cho thấy, tuổi đời doanh nghiệp có tác động cùng chiều đến hiểu quả hoạt động tài chính của các doanh nghiệp niêm yết. Kết quả này ủng hộ cho lý thuyết học tập của tổ chức và lý thuyết phụ thuộc nguồn lực. Kết quả này hàm ý, các doanh nghiệp tích lũy được nhiều kinh nghiệm và dần xây dựng được mạng lưới khách hàng ổn định theo thời gian; từ đó, doanh nghiệp có thể cải thiện hiệu quả hoạt động tài chính nhờ quá trình tích lũy theo thời gian.

Từ khóa: doanh nghiệp niêm yết, hiệu quả tài chính, tuổi đời doanh nghiệp

Mã phân loại JEL: G30, L25

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh kinh tế vĩ mô có nhiều thay đổi và môi trường ngày càng cạnh tranh gay gắt, việc duy trì và nâng cao hiệu quả tài chính là một trong những mục tiêu quan trọng nhất đối với các doanh nghiệp. Hiệu quả tài chính không chỉ phản ánh năng lực quản lý và sử dụng nguồn lực của doanh nghiệp mà còn là cơ sở quan trọng để thu hút nhà đầu tư và tìm kiếm nguồn tài trợ vốn, phục vụ cho hoạt động đầu tư và sản xuất - kinh doanh. Vì vậy, việc xác định các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả tài chính của doanh nghiệp là chủ đề được quan tâm và nghiên cứu rộng rãi (Coad et al., 2018; Megaravalli & Sampagnaro, 2018).

Trong bối cảnh Việt Nam, các doanh nghiệp phải đối mặt với những thách thức không chỉ xuất phát từ các yếu tố vĩ mô trong nước mà còn từ môi trường quốc tế. Chẳng hạn, chính sách thuế quan đối ứng của Hoa Kỳ áp dụng đối với các quốc gia có thể tác động trực tiếp đến các doanh nghiệp xuất nhập khẩu trong nước. Tương tự, các xung đột tại Trung Đông có thể ảnh hưởng đáng kể đến các doanh nghiệp

trong lĩnh vực xăng dầu cũng như toàn bộ nền kinh tế. Do đó, các doanh nghiệp niêm yết ngoài tác động của bối cảnh vĩ mô còn chịu áp lực gia tăng từ phía cổ đông cũng như các quy định của Ủy ban Chứng khoán Nhà nước về điều kiện duy trì niêm yết. Thị trường chứng khoán Việt Nam đã phát triển mạnh mẽ, với số lượng doanh nghiệp niêm yết gia tăng đáng kể, từ 2 doanh nghiệp vào năm 2000 lên 717 doanh nghiệp vào năm 2025. Bên cạnh các doanh nghiệp có lịch sử hoạt động lâu năm và niêm yết từ sớm, nhiều doanh nghiệp mới cũng đang từng bước tham gia thị trường trong những năm gần đây nhằm nâng cao uy tín cũng như khả năng huy động vốn từ thị trường. Sự khác biệt về thời gian hoạt động có thể dẫn đến sự khác biệt về kinh nghiệm quản lý, năng lực tổ chức cũng như khả năng thích ứng (Thornhill & Amit, 2003) với những thay đổi của môi trường kinh doanh và thị trường vốn, từ đó có thể ảnh hưởng đến hiệu quả tài chính của các doanh nghiệp niêm yết.

Trong số các đặc điểm nội tại của doanh nghiệp, thời gian hoạt động (hay tuổi đời doanh nghiệp) thường được xem là một yếu tố quan trọng có thể ảnh hưởng đến hiệu quả tài chính. Theo lý thuyết học tập của tổ chức, thời gian hoạt động càng dài cho phép doanh nghiệp tích lũy và học hỏi nhiều kinh nghiệm hơn trong quản lý và vận hành, đồng thời xây dựng được mạng lưới khách hàng trung thành thông qua lịch sử giao dịch. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp có thời gian hoạt động lâu năm thường được đánh giá có uy tín cao hơn trên thị trường (Gao et al., 2017). Tuy nhiên, tuổi đời doanh nghiệp càng cao cũng có thể đi kèm với những thách thức nhất định. Cụ thể, các doanh nghiệp đã vận hành trong thời gian dài thường hình thành sự ổn định và thói quen trong quản lý, điều này có thể dẫn đến tính cứng nhắc trong tổ chức và làm giảm khả năng thích ứng trước những biến động ngày càng nhanh của môi trường kinh tế bên ngoài (Loderer et al., 2017). Do đó, mối quan hệ giữa tuổi đời doanh nghiệp và hiệu quả tài chính đã được xem xét trong nhiều nghiên cứu quốc tế; tuy nhiên, các kết quả còn chưa thống nhất. Đặc biệt, sự khác biệt về bối cảnh vĩ mô giữa các quốc gia đặt ra những thách thức nhất định, đòi hỏi việc đánh giá mối quan hệ này cần được thực hiện một cách sâu sắc và phù hợp hơn với từng bối cảnh cụ thể.

Từ bối cảnh và thực trạng đó, nghiên cứu này nhằm đánh giá tác động của tuổi đời doanh nghiệp đến hiệu quả tài chính của các doanh nghiệp niêm yết tại Việt Nam. Cụ thể, nghiên cứu đặt ra câu hỏi liệu tuổi đời doanh nghiệp có ảnh hưởng đến hiệu quả tài chính hay không, và nếu có, mức độ ảnh hưởng này theo chiều hướng tích cực hay tiêu cực. Sử dụng dữ liệu của 644 doanh nghiệp niêm yết trong giai đoạn 2011- 2024, kết quả hồi quy theo phương pháp Bình phương tối thiểu tổng quát khả thi (FGLS) và Phương pháp tổng quát thời điểm (GMM) cho thấy tuổi đời doanh nghiệp có mối quan hệ cùng chiều với hiệu quả tài chính. Kết quả này cung cấp thêm bằng chứng thực nghiệm về vai trò của tuổi đời doanh nghiệp đối với hiệu quả tài chính trong bối cảnh một nền kinh tế mới nổi. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng đưa ra một số hàm ý chính sách và quản trị.

2. Cơ sở lý thuyết và tổng quan nghiên cứu

Mối quan hệ giữa tuổi đời doanh nghiệp và hiệu quả tài chính có thể được giải thích dựa trên lý thuyết học tập của tổ chức (Organizational Learning Theory) và lý thuyết phụ thuộc nguồn lực (Resource-Based View). Lý thuyết học tập của tổ chức được Levitt & March (1988) tổng hợp, trong đó nhóm tác giả lập luận, hành vi học tập của tổ chức xuất phát từ quy trình, yếu tố lịch sử và mục tiêu hướng đến. Doanh nghiệp tích lũy kiến thức và kinh nghiệm thông qua quá trình hoạt động theo thời gian, từ đó cải thiện năng lực quản lý, hoàn thiện quy trình hoạt động và xây dựng mạng lưới quan hệ với các bên liên quan, góp phần nâng cao hiệu quả tài chính. Bên cạnh đó, lý thuyết phụ thuộc nguồn lực cho rằng, doanh nghiệp có thể tạo ra lợi thế cạnh tranh bền vững thông qua việc tích lũy và khai thác hiệu quả các nguồn lực hữu hình và vô hình. Hai lý thuyết này đều ủng hộ quan điểm thời gian hoạt động càng lâu thì hiệu quả tài chính càng tốt (Capasso et al., 2015; Coad et al., 2013).

Tuy nhiên, một số lập luận từ lý thuyết quán tính

tổ chức (Organizational Inertia) cho rằng, các doanh nghiệp hoạt động lâu năm có thể trở nên cứng nhắc trong cơ cấu tổ chức và kém linh hoạt trong việc thích ứng với sự thay đổi của môi trường kinh doanh, từ đó có thể làm suy giảm hiệu quả hoạt động. Nhiều nghiên cứu thực nghiệm đã cung cấp bằng chứng ủng hộ các lập luận này. Chẳng hạn như nghiên cứu của Majumdar (1997) và Megaravalli & Sampagnaro (2018) tại Ấn Độ, Navaretti et al. (2014) tại Pháp, Ý và Tây Ban Nha, Karadag (2017), Coad et al. (2016) tại Tây Ban Nha. Trong khi đó, Cowling et al. (2018) cho thấy, tuổi đời doanh nghiệp không có tác động đáng kể đến hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong bối cảnh khủng hoảng tài chính toàn cầu.

Trong bối cảnh Việt Nam, cũng có một số nghiên cứu đánh giá vai trò của tuổi đời doanh nghiệp, ví dụ như nghiên cứu rất sớm của Minh Hà (2010) nghiên cứu tác động của tuổi đời doanh nghiệp đến tốc độ tăng trưởng doanh nghiệp ở Việt Nam khi sử dụng dữ liệu từ kết quả khảo sát hàng năm của Tổng Cục Thống Kê từ năm 2000 và 2005. Kết quả cho thấy, tuổi đời doanh nghiệp có tác động ngược chiều đến tăng trưởng. Nghiên cứu gần nhất của Thu Hiền và Nhật Hà (2021) đánh giá tác động của các yếu tố đến khả năng sinh lời của các doanh nghiệp ngành dệt may niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam giai đoạn 2009 - 2018. Kết quả nghiên cứu cho thấy, thời gian hoạt động của doanh nghiệp có tác động tích cực đến khả năng sinh lời của doanh nghiệp dệt may Việt Nam.

Từ tổng quan nghiên cứu có thể thấy, tác động của tuổi đời doanh nghiệp đến hiệu quả tài chính vẫn chưa đạt được sự đồng thuận trong các kết quả thực nghiệm. Trong bối cảnh đó, việc tiếp tục kiểm định mối quan hệ này trong điều kiện của Việt Nam là cần thiết. Vì vậy, nghiên cứu này được thực hiện nhằm cung cấp thêm bằng chứng thực nghiệm về tác động của tuổi đời doanh nghiệp đến hiệu quả tài chính của các doanh nghiệp niêm yết trong bối cảnh Việt Nam.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Mô hình nghiên cứu

Mô hình (1) được xây dựng dưới dạng mô hình tĩnh nhằm xem xét tác động trực tiếp của tuổi đời doanh nghiệp đến hiệu quả hoạt động tài chính cùng kỳ.

$$PER_{it} = \beta_0 + \beta_1 AGE_{it} + \beta_2 LEV_{it} + \beta_3 LIQ_{it} + \beta_4 GROW_{it} + \beta_5 SIZE_{it} + \beta_6 TANG_{it} + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

Mô hình (2) được xây dựng dưới dạng mô hình động nhằm xem xét sự phụ thuộc của hiệu quả tài chính hiện tại vào hiệu quả tài chính trong quá khứ. Trong thực tế, hiệu quả tài chính của doanh nghiệp thường có tính bền vững theo thời gian (Choi & Wang, 2009), nghĩa là kết quả tài chính của kỳ trước có thể ảnh hưởng đến kết quả của kỳ hiện tại. Do đó, mô hình động đưa thêm biến trễ của hiệu quả tài chính vào phương trình hồi quy để phản ánh đặc điểm này.

$$PER_{it} = \beta_0 + \beta_1 L.PER_{it} + \beta_2 AGE_{it} + \beta_3 LEV_{it} + \beta_4 LIQ_{it} + \beta_5 GROW_{it} + \beta_6 SIZE_{it} + \beta_7 TANGit + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

Hiệu quả tài chính (PER) được đại diện bởi ROA và ROE Trong đó, ROA là tỷ suất sinh lời trên tổng tài sản, đo lường bằng lợi nhuận sau thuế chia cho tổng tài sản. ROA là tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu, đo lường bằng lợi nhuận sau thuế chia cho vốn chủ sở hữu. Biến L.PER là hiệu quả tài chính của năm trước đó. Trong đó, L. ROA là tỷ suất sinh lời trên tổng tài sản của năm trước đó và L.ROE là tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu của năm trước đó.

AGE là biến đại diện cho tuổi đời của doanh nghiệp, được đo lường bằng logarit tự nhiên của số năm hoạt động. Trong nghiên cứu này, tuổi của doanh nghiệp được xác định từ thời điểm doanh nghiệp bắt đầu hoạt động. Trong bối cảnh Việt Nam, nhiều doanh nghiệp đã trải qua các giai đoạn chuyển đổi mô hình hoạt động và tái cấu trúc, do đó thời điểm thành lập doanh nghiệp cổ phần có thể muộn hơn so với thời điểm hình thành ban đầu.

Các biến kiểm soát bao gồm: LEV là đòn bẩy tài chính, được đo lường bằng tỷ lệ tổng nợ phải trả trên tổng tài sản. LIQ là biến đại diện cho khả năng thanh khoản của doanh nghiệp. GROW phản ánh tiềm năng tăng trưởng của doanh nghiệp, đo lường bằng tăng trưởng của doanh thu hàng năm. SIZE là quy mô

doanh nghiệp, được đo lường bằng logarit tự nhiên của tổng tài sản. TANG là tỷ lệ tài sản cố định hữu hình trên tổng tài sản.

3.2. Dữ liệu nghiên cứu

Dữ liệu của nghiên cứu được thu thập từ cơ sở dữ liệu FiinPro. Mẫu nghiên cứu chỉ bao gồm các doanh nghiệp phi tài chính do sự khác biệt về đặc điểm hoạt động cũng như cấu trúc báo cáo tài chính của các doanh nghiệp thuộc khu vực tài chính, chẳng hạn như ngân hàng và công ty chứng khoán. Sau khi thu thập dữ liệu, các doanh nghiệp có dữ liệu bị thiếu hoặc chỉ có một quan sát trong toàn bộ giai đoạn nghiên cứu được loại bỏ khỏi mẫu. Mẫu dữ liệu cuối cùng bao gồm 644 doanh nghiệp, với tổng cộng 6.400 quan sát trong giai đoạn 2011- 2024.

3.3. Phương pháp nghiên cứu

Đối với mô hình nghiên cứu (1), nghiên cứu tiến hành ước lượng bằng các phương pháp hồi quy dữ liệu bảng gồm bình phương nhỏ nhất (OLS), mô hình tác động cố định (FEM) và mô hình tác động ngẫu nhiên (REM). Các kiểm định lựa chọn mô hình được thực hiện, bao gồm kiểm định F (lựa chọn giữa mô hình OLS và FEM), kiểm định Breusch-Pagan Lagrange Multiplier (LM) (lựa chọn giữa mô hình OLS và REM) và kiểm định Hausman (lựa chọn giữa mô hình FEM và REM). Sau khi xác định mô hình phù hợp, các kiểm định như kiểm định phương sai sai số thay đổi và kiểm định tự tương quan được thực hiện. Trong trường hợp phát hiện các khuyết tật này, phương pháp bình phương tối thiểu tổng quát khả thi (FGLS) được sử dụng để khắc phục.

Đối với mô hình nghiên cứu (2), nghiên cứu sử dụng phương pháp hồi quy tổng quát thời điểm (GMM) nhằm xử lý đặc điểm dữ liệu bảng động và các vấn đề nội sinh, phương sai sai số thay đổi và tự tương quan. Độ phù hợp của mô hình được đánh giá thông qua kiểm định tự tương quan bậc hai AR(2) và kiểm định Hansen về tính hợp lệ của các biến công cụ.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Thống kê mô tả

Bảng 1 thống kê mô tả các biến được sử dụng trong mô hình nghiên cứu. Đối với biến phụ thuộc, ROA có giá trị trung bình đạt 0,0642, cho thấy mức sinh lời trên tổng tài sản của các doanh nghiệp trong mẫu ở mức tương đối thấp. Tương tự, ROE có giá trị trung bình 0,1189. Đối với biến chính của nghiên cứu, AGE có giá trị trung bình là 3,1473 và độ lệch chuẩn 0,5750. Tương ứng với tuổi đời doanh nghiệp tính theo năm có giá trị trung bình hơn 27 năm. Tuổi đời doanh nghiệp dao động từ 3 năm đến 134 năm, cho thấy mẫu nghiên cứu bao gồm cả các doanh nghiệp có lịch sử hoạt động lâu năm và các doanh nghiệp tương đối trẻ. Doanh nghiệp có tuổi đời lâu nhất trong mẫu là Tổng công ty Cổ phần Bia - Rượu - Nước giải khát Hà Nội (BHN), tiền thân là Nhà máy Bia Hommel được người Pháp xây dựng từ năm 1890.

Bảng 1. Mô tả các biến nghiên cứu

Biến nghiên cứu	Số quan sát	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất
ROA	6.400	0,0642	0,0617	0,0004	0,3292
ROE	6.400	0,1189	0,0938	0,0009	0,4635
AGE	6.400	3,1473	0,5750	1,0986	4,8978
LEV	6.400	0,4649	0,2183	0,0389	0,8943
LIQ	6.400	2,5736	2,9647	0,4419	19,6247
GROW	6.400	0,1374	0,5228	- 0,7206	3,1174
SIZE	6.400	27,5030	1,6008	23,8021	31,6534
TANG	6.400	0,1835	0,1924	0,0000	0,8435

Nguồn: Tính toán của tác giả

Bảng 2 mô tả ma trận tương quan giữa các biến được sử dụng trong mô hình nghiên cứu. Kết quả cho thấy, hệ số tương quan giữa ROA và ROE đạt 0,8594, phản ánh mối quan hệ dương khá mạnh giữa 2 chỉ tiêu đo lường hiệu quả tài chính của doanh nghiệp. Điều này là hợp lý do cả 2 biến đều phản ánh khả năng sinh lời của doanh nghiệp dưới các góc độ khác nhau. Xét mối tương quan giữa các biến độc lập trong mô hình, kết quả cho thấy mức độ tương quan giữa các biến nhìn chung ở mức thấp đến trung bình. Ngoại trừ, LEV có tương quan âm khá rõ với LIQ với hệ số tương quan -0,5834, phản ánh các doanh nghiệp có mức đòn bẩy tài chính cao thường có khả năng thanh khoản thấp hơn.

Bảng 2. Ma trận tự tương quan

	ROA	ROE	AGE	LEV	LIQ	GROW	SIZE	TANG
ROA	1							
ROE	0,8594	1						
AGE	0,0686	0,0633	1					
LEV	-0,4411	-0,0546	0,0423	1				
LIQ	0,2065	-0,0023	-0,0579	-0,5834	1			
GROW	0,0406	0,0899	-0,0929	0,0769	-0,0455	1		
SIZE	-0,1011	0,0311	0,0256	0,3278	-0,2176	0,0587	1	
TANG	0,1182	0,108	0,0689	-0,0362	-0,1516	-0,0632	0,0381	1

Nguồn: Tính toán của tác giả

4.2. Kết quả hồi quy

Phần này trình bày kết quả hồi quy của mô hình (1) bằng phương pháp GLS và mô hình (2) bằng phương pháp GMM. Trước khi thực hiện ước lượng FGLS, một số kiểm định lựa chọn mô hình đã được tiến hành. Kết quả cho thấy, mô hình tác động cố định (FEM) là phù hợp đối với mô hình (1). Tuy nhiên, mô hình tồn tại hiện tượng phương sai sai số thay đổi và tự tương quan. Do đó, phương pháp FGLS được sử dụng để khắc phục các khuyết tật này.

Bảng 3 trình bày kết quả hồi quy của mô hình (1) trong khi Bảng 4 trình bày kết quả hồi quy của mô hình (2). Kết quả của AGE ở cả 2 mô hình đều xác nhận vai trò tích cực của tuổi đời doanh nghiệp đối với hiệu quả tài chính. Kết quả này hàm ý, các doanh nghiệp hoạt động lâu năm thường đạt được kết quả kinh doanh tốt hơn so với các doanh nghiệp trẻ. Kết quả này phù hợp với nhiều nghiên cứu trước đây trên thế giới (Capasso et al., 2015; Megaravalli & Sampagnaro, 2018) cũng như tại Việt Nam (Thu Hiền và Nhật Hà, 2021). Kết quả này có thể được giải thích bởi một số lập luận sau.

Thứ nhất, các doanh nghiệp có thời gian hoạt động lâu dài thường tích lũy được nhiều kinh nghiệm quản lý, năng lực điều hành và hiểu biết về thị trường (Thornhill & Amit, 2003; Withers et al., 2011), từ đó giúp doanh nghiệp đưa ra các quyết định kinh doanh hiệu quả hơn. Trong bối cảnh Việt Nam, nhiều doanh nghiệp niêm yết đã trải qua các giai đoạn biến động của nền kinh tế, bao gồm giai đoạn tái cấu trúc hệ thống ngân hàng (2011 - 2015) hay giai đoạn chịu tác động của đại dịch COVID-19 (2020- 2022). Những trải nghiệm này giúp doanh nghiệp từng bước hoàn thiện hệ thống quản trị và nâng cao khả năng thích ứng với các biến động của môi trường kinh doanh.

Thứ hai, doanh nghiệp lâu năm thường xây dựng được uy tín (Gao và cộng sự, 2017) và thương hiệu trên thị trường, giúp họ dễ dàng duy trì quan hệ với khách hàng, nhà cung cấp và các tổ chức tín dụng, qua đó tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động kinh doanh và huy động nguồn lực. Trong thực tiễn Việt Nam, uy tín và lịch sử hoạt động của doanh nghiệp là những yếu tố quan trọng giúp doanh nghiệp tiếp cận nguồn vốn từ ngân hàng (Hồ Phương và cộng sự,

Bảng 3. Kết quả hồi quy mô hình (1)

	ROA	ROE
AGE	0,0026**	0,0049**
	(0,0009)	(0,0019)
LEV	-0,1156***	-0,0316***
	(0,0027)	(0,0055)
LIQ	-0,0008***	-0,0010**
	(0,0002)	(0,0003)
GROW	0,0081***	0,0173***
	(0,0005)	(0,0011)
SIZE	0,0008	0,0015*
	(0,0004)	(0,0007)
TANG	0,0128***	0,0348***
	(0,0025)	(0,0052)
Hệ số góc	0,0793***	0,0572**
	(0,0108)	(0,0205)
Số quan sát	6.400	6.400

*Ghi chú: Sai số chuẩn được trình bày trong ngoặc đơn. Các dấu hoa thị *, **, *** lần lượt biểu thị mức ý nghĩa thống kê tương ứng 10%, 5% và 1%.*

Nguồn: Tính toán của tác giả.

Bảng 4. Kết quả hồi quy mô hình (2)

	ROA	ROE
L.ROA/L.ROE	0,5673***	0,6935***
	(0,0556)	(0,0332)
AGE1	0,0062**	0,0057**
	(0,0020)	(0,0019)
LEV	-0,0188	-0,0035
	(0,0234)	(0,0073)
LIQ	0,0004	-0,0003
	(0,0028)	(0,0005)
GROW	0,0408***	0,0337***
	(0,0070)	(0,0037)
SIZE	-0,0118***	-0,0012
	(0,0035)	(0,0008)
TANG	0,0263**	0,0206***
	(0,0082)	(0,0056)
Hệ số góc	0,3274***	0,0388
	(0,0950)	(0,0224)
Số quan sát	5.844	5.844
Kiểm định AR(2)	0,0901	0,1962
Kiểm định Hansen	0,1030	0,0000

*Ghi chú: Sai số chuẩn được trình bày trong ngoặc đơn. Các dấu hoa thị *, **, *** lần lượt biểu thị mức ý nghĩa thống kê tương ứng 10%, 5% và 1%.*

Nguồn: Tính toán của tác giả.

2025). Nhờ đó, các doanh nghiệp có tuổi đời cao thường có nhiều lợi thế hơn trong việc huy động nguồn lực và mở rộng hoạt động kinh doanh, từ đó góp phần nâng cao hiệu quả tài chính.

Ngoài ra, kết quả cũng cho thấy GROW và TANG đều có tác động tích cực và có ý nghĩa thống kê trong cả 2 mô hình ước lượng, hàm ý tăng trưởng doanh thu và tỷ lệ tài sản cố định hữu hình đều góp phần cải thiện hiệu quả tài chính của doanh nghiệp niêm yết. Kết quả đối với GROW cho thấy, các doanh nghiệp có tốc độ tăng trưởng doanh thu cao thường có nhiều cơ hội mở rộng hoạt động kinh doanh, gia tăng thị phần và tận dụng tốt hơn các nguồn lực sẵn có. Sự gia tăng doanh thu cũng phản ánh khả năng khai thác thị trường và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, từ đó góp phần nâng cao hiệu quả tài chính. Đối với TANG, tác động tích cực của tài sản cố định hữu hình có thể được giải thích bởi vai trò của các tài sản này trong hoạt động sản xuất - kinh doanh. Tỷ lệ tài sản cố định cao thường cho thấy, doanh nghiệp có nền tảng tài sản ổn định phục vụ cho quá trình sản xuất và cung ứng sản phẩm, qua đó giúp cải thiện năng lực hoạt động và nâng cao hiệu quả tài chính. Bên cạnh đó, tài sản hữu hình cũng có thể được sử dụng làm tài sản đảm bảo khi tiếp cận nguồn vốn bên ngoài, tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp mở rộng đầu tư và phát triển hoạt động kinh doanh.

5. Kết luận

Nghiên cứu này được thực hiện nhằm đánh giá tác động của tuổi đời doanh nghiệp đến hiệu quả tài chính của các doanh nghiệp niêm yết tại Việt Nam. Sử dụng dữ liệu của 644 doanh nghiệp niêm yết trên

HOSE và HNX trong giai đoạn 2011-2024, kết quả ước lượng GLS và GMM cho thấy tuổi đời doanh nghiệp có tác động tích cực đến hiệu quả tài chính. Kết quả này cho thấy, các doanh nghiệp có thời gian hoạt động lâu năm thường tích lũy được nhiều kinh nghiệm quản lý, đồng thời xây dựng được mạng lưới khách hàng và mối quan hệ kinh doanh ổn định, từ đó góp phần duy trì và nâng cao hiệu quả hoạt động tài chính.

Từ các kết quả nghiên cứu, một số hàm ý chính sách có thể được đề xuất đối với doanh nghiệp và các cơ quan quản lý. Đối với doanh nghiệp, kết quả cho thấy tuổi đời doanh nghiệp có tác động tích cực đến hiệu quả tài chính, hàm ý quá trình tích lũy kinh nghiệm quản lý và xây dựng quan hệ thị trường đóng vai trò quan trọng đối với sự phát triển của doanh nghiệp. Do đó, các doanh nghiệp cần chú trọng nâng cao năng lực quản trị, tích lũy kinh nghiệm điều hành và xây dựng chiến lược phát triển dài hạn nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động. Đối với nhà quản lý, các cơ quan quản lý cần tiếp tục hoàn thiện môi trường kinh doanh, tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp tiếp cận các nguồn vốn đầu tư và mở rộng hoạt động. Điều này sẽ góp phần hỗ trợ các doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh và cải thiện hiệu quả tài chính trong dài hạn.

Mặc dù có một số đóng góp, nghiên cứu vẫn tồn tại một số hạn chế nhất định. Thứ nhất, nghiên cứu chưa xem xét sự khác biệt giữa các ngành nghề và quy mô doanh nghiệp. Thứ hai, nghiên cứu chưa đánh giá được tác động của thời gian kể từ khi doanh nghiệp cổ phần hóa hoặc niêm yết ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Nguyễn Hồ Phương, Trần Thị Lệ Hiền, Đinh Thị Hồng Nga, & Dương Thị Thanh Nhàn. (2025). Các nhân tố tác động đến khả năng tiếp cận vốn tín dụng đối với doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Thành phố Hồ Chí Minh. Tạp chí Nghiên cứu Tài chính - Marketing, 16(5), 46- 59. https://doi.org/10.52932/jfmr.v16i5.640

Nguyễn Minh Hà. (2010). Tác động của quy mô và tuổi đời doanh nghiệp đến tăng trưởng của doanh nghiệp ở Việt Nam. Tạp chí khoa học Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh - Kinh tế và quản trị kinh doanh, 5(2), 10- 19.

Phan Thu Hiền, & Nguyễn Nhật Hà. (2021). Các yếu tố tác động đến khả năng sinh lời của các doanh nghiệp ngành dệt may trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Tạp chí khoa học Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh - Kinh tế và quản trị kinh doanh, 16(3), 180- 195. https://doi.org/10.46223/HCMCOUJS.econ.vi.16.3.1232.2021

Barba Navaretti, G., Castellani, D., & Pieri, F. (2014). Age and firm growth: Evidence from three European countries. Small Business Economics, 43(4), 823-837. https://doi.org/10.1007/s11187-014-9564-6

Capasso, A., Gallucci, C., & Rossi, M. (2015). Standing the test of time. Does firm performance improve with age? An analysis of the wine industry. Business History, 57(7), 1037- 1053. https://doi.org/10.1080/00076791.2014.993614

Choi, J., & Wang, H. (2009). Stakeholder relations and the persistence of corporate financial performance. Strategic Management Journal, 30(8), 895- 907. https://doi.org/10.1002/smj.759

Coad, A., Holm, J. R., Krafft, J., & Quatraro, F. (2018). Firm age and performance. Journal of Evolutionary Economics, 28(1), 1- 11. https://doi.org/10.1007/s00191-017-0532-6

Coad, A., Segarra, A., & Teruel, M. (2013). Like milk or wine: Does firm performance improve with age? Structural Change and Economic Dynamics, 24, 173- 189. https://doi.org/10.1016/j.strueco.2012.07.002

Coad, A., Segarra, A., & Teruel, M. (2016). Innovation and firm growth: Does firm age play a role? Research Policy, 45(2), 387- 400. https://doi.org/10.1016/j.respol.2015.10.015

Cowling, M., Liu, W., & Zhang, N. (2018). Did firm age, experience, and access to finance count? SME performance after the global financial crisis. Journal of Evolutionary Economics, 28(1), 77- 100. https://doi.org/10.1007/s00191-017-0502-z

Gao, C., Zuzul, T., Jones, G., & Khanna, T. (2017). Overcoming Institutional Voids: A Reputation-Based View of Long-Run Survival. Strategic Management Journal, 38(11), 2147- 2167. https://doi.org/10.1002/smj.2649

Karadag, H. (2017). The impact of industry, firm age and education level on financial management performance in small and medium-sized enterprises (SMEs): Evidence from Turkey. Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies, 9(3), 300- 314. https://doi.org/10.1108/JEEE-09-2016-0037

Levitt, B., & March, J. G. (1988). Organizational Learning. Annual Review of Sociology, 14(Volume 14, 1988), 319-338. https://doi.org/10.1146/annurev.so.14.080188.001535

Loderer, C., Stulz, R., & Waelchli, U. (2017). Firm Rigidities and the Decline in Growth Opportunities. Management Science, 63(9), 3000- 3020. https://doi.org/10.1287/mnsc.2016.2478

Majumdar, S. K. (1997). The Impact of Size and Age on Firm-Level Performance: Some Evidence from India. Review of Industrial Organization, 12(2), 231- 241. https://doi.org/10.1023/A:1007766324749

Megaravalli, A. V., & Sampagnaro, G. (2018). Firm age and liquidity ratio as predictors of firm growth: Evidence from Indian firms. Applied Economics Letters, 25(19), 1373- 1375. https://doi.org/10.1080/13504851.2017.1420883

Thornhill, S., & Amit, R. (2003). Learning About Failure: Bankruptcy, Firm Age, and the Resource-Based View. Organization Science, 14(5), 497- 509. https://doi.org/10.1287/orsc.14.5.497.16761

Withers, M. C., Drnevich, P. L., & Marino, L. (2011). Doing More with Less: The Disordinal Implications of Firm Age for Leveraging Capabilities for Innovation Activity*. Journal of Small Business Management, 49(4), 515- 536. https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2011.00334.x

Ngày nhận bài: 5/3/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 22/3/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 9/4/2026

FIRM AGE AND FINANCIAL PERFORMANCE: EVIDENCE FROM VIETNAMESE LISTED FIRMS

● **PHAN QUYNH TRANG**
Faculty of Finance and Banking,
Ho Chi Minh City Open University

ABSTRACT:

This study examines the impact of firm age on the financial performance of listed companies in Vietnam. Using a dataset of 644 companies listed on the Ho Chi Minh City Stock Exchange and the Hanoi Stock Exchange during the 2011–2024 period, the study employs feasible generalized least squares (FGLS) and generalized method of moments (GMM) estimations. The regression results indicate that firm age has a positive effect on the financial performance of listed companies. This finding supports organizational learning theory and resource dependence theory, suggesting that firms accumulate experience and gradually develop stable customer networks over time, thereby enhancing their financial performance through a cumulative learning and resource-building process.

Keywords: listed companies, financial performance, company age.

JEL classifications: G30, L25

NĂNG LỰC ỨNG DỤNG TRÍ TUỆ NHÂN TẠO: TRƯỜNG HỢP CÔNG TY TNHH KEO VỮA SÔNG HỒNG

● **TRỊNH QUỐC HUY[1] - HÀ SƠN TÙNG[2]**
[1]Công ty TNHH Fica Holding
[2]Khoa Quản trị Kinh doanh, Đại học Kinh tế Quốc dân

TÓM TẮT:

Nghiên cứu này nhằm đánh giá thực trạng năng lực ứng dụng trí tuệ nhân tạo của Công ty TNHH Keo vữa Sông Hồng. Thông qua khảo sát 40 cán bộ nhân viên và phân tích dữ liệu thứ cấp từ báo cáo doanh nghiệp, nghiên cứu xác định 4 thành phần chính cấu thành năng lực ứng dụng trí tuệ nhân tạo của công ty gồm: năng lực dữ liệu, năng lực công nghệ, năng lực con người và năng lực quản trị.

Kết quả nghiên cứu cho thấy, doanh nghiệp đã bước đầu ứng dụng công nghệ số trong quản lý sản xuất và kinh doanh, tuy nhiên mức độ trưởng thành về dữ liệu và năng lực ứng dụng trí tuệ nhân tạo vẫn còn ở giai đoạn đầu. Từ đó, nghiên cứu đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao hạ tầng dữ liệu, đào tạo nguồn nhân lực và xây dựng chiến lược ứng dụng trí tuệ nhân tạo phù hợp với đặc thù ngành vật liệu xây dựng.

Từ khóa: trí tuệ nhân tạo, năng lực ứng dụng AI, chuyển đổi số, ra quyết định, vật liệu xây dựng.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh chuyển đổi số và sự phát triển nhanh chóng của công nghệ, trí tuệ nhân tạo (Artificial Intelligence - AI) đang trở thành một trong những yếu tố quan trọng định hình lại mô hình hoạt động và lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp. Nhiều nghiên cứu cho thấy, AI không chỉ là một công cụ công nghệ mà đang dần trở thành một năng lực cốt lõi giúp doanh nghiệp nâng cao hiệu quả hoạt động, cải thiện chất lượng ra quyết định và tạo ra giá trị mới cho khách hàng (Davenport & Ronanki, 2018; Mikalef & Gupta, 2021; Rai và cộng sự, 2022).

Tuy nhiên, cũng giống như các khái niệm về năng lực tổ chức trước đây, năng lực ứng dụng trí tuệ nhân tạo vẫn đang được tiếp cận từ nhiều góc nhìn khác nhau. Một số học giả xem AI là một dạng tài nguyên công nghệ mà doanh nghiệp có thể đầu tư và triển khai (Brynjolfsson & McAfee, 2017), trong khi các nghiên cứu gần đây nhấn mạnh, AI chỉ thực sự tạo ra giá trị khi được tích hợp vào các quy trình kinh doanh và kết hợp với dữ liệu, con người và cơ chế quản trị phù hợp (Mikalef và cộng sự, 2019; Gupta và cộng sự, 2020). Do đó, khái niệm năng lực ứng dụng trí tuệ nhân tạo ngày càng được sử dụng rộng rãi để phản

ánh khả năng tổng thể của tổ chức trong việc khai thác, triển khai và quản trị các hệ thống AI nhằm đạt được các mục tiêu chiến lược.

Theo quan điểm dựa trên nguồn lực (Resource-Based View - RBV), lợi thế cạnh tranh bền vững của doanh nghiệp được hình thành từ các nguồn lực và năng lực khó bắt chước, có giá trị và mang tính hiếm có (Barney, 1991). Trong bối cảnh kinh tế số, năng lực dữ liệu, năng lực phân tích và năng lực ứng dụng AI đang nổi lên như những dạng năng lực mới có khả năng đáp ứng các tiêu chí này (Wamba và cộng sự, 2021). Khi được phát triển một cách có hệ thống, năng lực ứng dụng AI có thể giúp doanh nghiệp cải thiện khả năng dự báo, tối ưu hóa hoạt động sản xuất và hỗ trợ các quyết định chiến lược trong môi trường kinh doanh đầy biến động.

Trong lĩnh vực sản xuất vật liệu xây dựng, nơi các quyết định về nguyên vật liệu, tồn kho, chất lượng sản phẩm và kế hoạch sản xuất có ảnh hưởng trực tiếp đến chi phí và hiệu quả kinh doanh, việc ứng dụng trí tuệ nhân tạo đang dần trở thành một xu hướng tất yếu. Các công nghệ AI có thể hỗ trợ doanh nghiệp dự báo nhu cầu thị trường, tối ưu hóa công thức sản xuất, kiểm soát chất lượng và quản lý chuỗi cung ứng hiệu quả hơn. Tuy nhiên, mức độ ứng dụng AI trong các doanh nghiệp sản xuất vật liệu xây dựng tại Việt Nam vẫn còn hạn chế, đặc biệt ở các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

Công ty TNHH Keo vữa Sông Hồng là một doanh nghiệp được thành lập vào tháng 01/2025, hoạt động trong lĩnh vực sản xuất các sản phẩm vật liệu xây dựng như cát sấy, vữa khô và các loại phụ gia. Với quy mô nhân sự khoảng 40 người và hệ thống sản xuất đang trong giai đoạn hoàn thiện, doanh nghiệp đang từng bước triển khai các giải pháp số hóa trong quản lý sản xuất, kế toán và bán hàng. Tuy nhiên, việc ứng dụng các công nghệ trí tuệ nhân tạo vẫn còn ở giai đoạn sơ khai và chưa được đánh giá một cách hệ thống dưới góc độ năng lực tổ chức.

Mặc dù đã có nhiều nghiên cứu trên thế giới về vai trò của AI đối với hiệu quả hoạt động và lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp, các nghiên cứu thực nghiệm trong bối cảnh doanh nghiệp sản xuất tại Việt Nam, đặc biệt là các doanh nghiệp quy mô vừa và nhỏ trong ngành vật liệu xây dựng, vẫn còn hạn chế. Hơn nữa, phần lớn các nghiên cứu tập trung vào các tập đoàn lớn hoặc các ngành công nghệ cao, trong khi các ngành sản xuất truyền thống lại ít được quan tâm trong việc đánh giá mức độ sẵn sàng và năng lực ứng dụng AI.

Từ những khoảng trống đó, nghiên cứu này được thực hiện nhằm đánh giá thực trạng năng lực ứng dụng trí tuệ nhân tạo của Công ty TNHH Keo vữa Sông Hồng trên bốn khía cạnh chính: năng lực dữ liệu, năng lực công nghệ, năng lực con người và năng lực quản trị. Thông qua việc sử dụng bảng hỏi khảo sát và phân tích thống kê mô tả, nghiên cứu hướng tới việc cung cấp một bức tranh toàn diện về mức độ sẵn sàng và khả năng ứng dụng AI của doanh nghiệp, qua đó đề xuất các định hướng và giải pháp nhằm nâng cao năng lực này trong thời gian tới.

2. Phương pháp nghiên cứu

Dựa trên tổng quan các nghiên cứu trước đây về năng lực ứng dụng trí tuệ nhân tạo và năng lực phân tích dữ liệu của doanh nghiệp, tác giả xây dựng bộ thang đo đánh giá năng lực AI gồm bốn thành phần: năng lực dữ liệu, năng lực công nghệ, năng lực con người và năng lực quản trị. Các thang đo này được kế thừa và điều chỉnh từ các nghiên cứu của Al-Mutlaq (2017), Mikalef và cộng sự (2019), Wamba và cộng sự (2021) và một số nghiên cứu gần đây về quản trị trí tuệ nhân tạo trong doanh nghiệp.

Để đảm bảo tính phù hợp với bối cảnh thực tiễn của doanh nghiệp, tác giả tiến hành thảo luận và phỏng vấn sâu với ba lãnh đạo chủ chốt của Công ty TNHH Keo vữa Sông Hồng, bao gồm Giám đốc, Trưởng phòng sản xuất và Kế toán trưởng. Các cuộc trao đổi nhằm điều chỉnh nội dung câu hỏi, thuật ngữ chuyên môn và cấu trúc bảng hỏi sao cho phù hợp với đặc thù hoạt động sản xuất vật liệu xây dựng và trình độ công nghệ hiện tại của doanh nghiệp.

Sau khi hoàn thiện bảng hỏi, tác giả tiến hành khảo sát kết hợp phân tích thống kê mô tả thông qua khảo sát toàn bộ cán bộ nhân viên của công ty. Bảng câu hỏi được thiết kế theo thang đo Likert với 5 mức độ từ "Rất không đồng ý" đến "Rất đồng ý", nhằm

đánh giá mức độ đồng thuận của người trả lời đối với các phát biểu liên quan đến năng lực ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong doanh nghiệp. Phương pháp chọn mẫu thuận tiện được sử dụng do quy mô doanh nghiệp nhỏ và số lượng nhân sự hạn chế.

Nghiên cứu được thực hiện với tổng số 40 phiếu khảo sát phát ra cho toàn bộ cán bộ nhân viên đang làm việc tại Công ty TNHH Keo vữa Sông Hồng. Sau khi thu thập và làm sạch dữ liệu, có 40 phiếu hợp lệ được sử dụng cho phân tích. Dữ liệu thu thập được tổng hợp, mã hóa và xử lý bằng các phương pháp thống kê mô tả nhằm xác định tỷ lệ phần trăm mức độ đồng ý đối với từng biến quan sát trong bốn nhóm năng lực ứng dụng AI.

Bên cạnh dữ liệu sơ cấp từ khảo sát, nghiên cứu còn sử dụng dữ liệu thứ cấp được thu thập từ các báo cáo nội bộ của Công ty TNHH Keo vữa Sông Hồng, bao gồm báo cáo sản xuất, báo cáo tài chính, quy trình quản lý chất lượng và các tài liệu liên quan đến hệ thống công nghệ thông tin của doanh nghiệp.

3. Kết quả nghiên cứu

Công ty TNHH Keo vữa Sông Hồng đã triển khai hệ thống phần mềm kế toán MISA AMIS trực tuyến và một số công cụ hỗ trợ quản lý sản xuất, tuy nhiên chưa có hệ thống chuyên biệt sử dụng các thuật toán trí tuệ nhân tạo trong phân tích dữ liệu và hỗ trợ ra quyết định. Ngoài ra, dữ liệu sản xuất và dữ liệu bán hàng đang được lưu trữ phân tán tại các bộ phận kế toán, sản xuất và kinh doanh, chưa được tích hợp vào một hệ thống cơ sở dữ liệu tập trung. Thực trạng này là cơ sở để đối chiếu với các đánh giá của người lao động trong bảng hỏi khảo sát về mức độ sẵn sàng dữ liệu và hạ tầng công nghệ của doanh nghiệp.

Nghiên cứu tiến hành khảo sát 40 cán bộ nhân viên đang làm việc tại Công ty TNHH Keo vữa Sông Hồng. Sau khi thu thập và làm sạch dữ liệu, toàn bộ 40 phiếu khảo sát đều hợp lệ và được sử dụng để phân tích thống kê mô tả. Kết quả đánh giá năng lực ứng dụng trí tuệ nhân tạo của doanh nghiệp được trình bày theo 4 nhóm năng lực: năng lực dữ liệu (DC), năng lực công nghệ (TC), năng lực con người (HC) và năng lực quản trị (GC). Bảng 1.

Kết quả khảo sát cho thấy năng lực dữ liệu là

Bảng 1. Đánh giá năng lực dữ liệu (Data Capability) (n = 40)

Biến	Câu hỏi	Rất không đồng ý	Không đồng ý	Không ý kiến	Đồng ý	Rất đồng ý
DC1	Doanh nghiệp chúng tôi thu thập dữ liệu từ nhiều nguồn khác nhau để hỗ trợ ra quyết định	2 (5%)	5 (12,5%)	3 (7,5%)	19 (47,5%)	11 (27,5%)
DC2	Dữ liệu trong doanh nghiệp được lưu trữ một cách có hệ thống và dễ truy cập	1 (2,5%)	4 (10%)	2 (5%)	20 (50%)	13 (32,5%)
DC3	Dữ liệu được cập nhật thường xuyên và phản ánh kịp thời tình hình thực tế	3 (7,5%)	7 (17,5%)	4 (10%)	17 (42,5%)	9 (22,5%)
DC4	Doanh nghiệp có khả năng làm sạch và chuẩn hóa dữ liệu trước khi sử dụng	5 (12,5%)	8 (20%)	5 (12,5%)	15 (37,5%)	7 (17,5%)
DC5	Dữ liệu được tích hợp giữa các phòng ban để phục vụ phân tích	6 (15%)	10 (25%)	4 (10%)	14 (35%)	6 (15%)
DC6	Chất lượng dữ liệu trong doanh nghiệp đủ tin cậy để sử dụng trong các quyết định quan trọng	2 (5%)	4 (10%)	3 (7,5%)	20 (50%)	11 (27,5%)

(Nguồn: Kết quả khảo sát.

thành phần được đánh giá tích cực hơn so với các nhóm năng lực khác. Kết quả này tương đối phù hợp với thực tế hoạt động của doanh nghiệp, khi theo các báo cáo nội bộ, công ty đã triển khai phần mềm kế toán MISA AMIS trực tuyến giúp hình thành các tập dữ liệu cơ bản phục vụ quản lý và theo dõi hoạt động sản xuất kinh doanh. Đa số người trả lời đồng ý công ty đã thu thập và lưu trữ dữ liệu một cách có hệ thống, với tỷ lệ đồng ý và rất đồng ý đối với biến DC2 đạt 82,5%. Tuy nhiên, việc tích hợp dữ liệu giữa các phòng ban (DC5) và khả năng làm sạch, chuẩn hóa dữ liệu (DC4) vẫn còn hạn chế khi tỷ lệ không đồng ý chiếm lần lượt 40% và 32,5%.

Kết quả khảo sát tại Bảng 2 cho thấy, năng lực công nghệ AI của doanh nghiệp được đánh giá ở mức trung bình và chưa đồng đều giữa các khía cạnh. Trong các tiêu chí khảo sát, TC2 - "Hạ tầng công nghệ thông tin của doanh nghiệp đủ mạnh để hỗ trợ các ứng dụng AI" - nhận được tỷ lệ đồng ý và rất đồng ý cao nhất, đạt 55%. Điều này phản ánh thực tế doanh nghiệp đã đầu tư tương đối đầy đủ các hệ thống phần mềm kế toán trực tuyến và hạ tầng mạng nội bộ, tạo nền tảng ban đầu cho việc triển khai các ứng dụng số và AI trong tương lai.

Ngược lại, tiêu chí TC6 - "Các công nghệ AI được cập nhật và nâng cấp thường xuyên" - có tỷ lệ rất không đồng ý và không đồng ý lên tới 42,5%, cho thấy doanh nghiệp chưa có cơ chế theo dõi, cập nhật và đầu tư thường xuyên vào các công nghệ AI mới. Điều này phù hợp với thực tế khi công ty hiện chưa có bộ phận chuyên trách về chuyển đổi số hoặc trí tuệ nhân tạo, và việc ứng dụng công nghệ mới chủ yếu phụ thuộc vào nhu cầu phát sinh từ từng bộ phận.

Đối với tiêu chí TC1 - "Doanh nghiệp đã triển khai các hệ thống phần mềm hoặc công cụ có ứng dụng trí tuệ nhân tạo", tỷ lệ đồng ý và rất đồng ý đạt 40%, cho thấy AI đã bắt đầu được đề cập và quan tâm trong hoạt động doanh nghiệp, tuy nhiên vẫn chưa được triển khai rộng rãi. Thực tế, theo các báo cáo nội bộ, công ty hiện mới sử dụng các phần mềm quản lý có tích hợp một số chức năng tự động hóa cơ bản, chưa áp dụng các thuật toán học máy hoặc các hệ thống phân tích dự báo nâng cao.

Bảng 2. Đánh giá năng lực công nghệ AI (Technology Capability) (n = 40)

Biến	Câu hỏi	Rất không đồng ý	Không đồng ý	Không ý kiến	Đồng ý	Rất đồng ý
TC1	Doanh nghiệp đã triển khai các hệ thống phần mềm hoặc công cụ có ứng dụng trí tuệ nhân tạo	7 (17,5%)	11 (27,5%)	6 (15%)	11 (27,5%)	5 (12,5%)
TC2	Hạ tầng công nghệ thông tin của doanh nghiệp đủ mạnh để hỗ trợ các ứng dụng AI	5 (12,5%)	8 (20%)	5 (12,5%)	15 (37,5%)	7 (17,5%)
TC3	Các hệ thống AI có thể xử lý khối lượng dữ liệu lớn một cách hiệu quả	8 (20%)	10 (25%)	7 (17,5%)	10 (25%)	5 (12,5%)
TC4	Các công cụ AI hỗ trợ dự báo và phân tích xu hướng thị trường	9 (22,5%)	10 (25%)	6 (15%)	10 (25%)	5 (12,5%)
TC5	Doanh nghiệp có khả năng tích hợp AI vào các hệ thống quản trị hiện có	7 (17,5%)	11 (27,5%)	6 (15%)	11 (27,5%)	5 (12,5%)
TC6	Các công nghệ AI được cập nhật và nâng cấp thường xuyên	8 (20%)	9 (22,5%)	7 (17,5%)	11 (27,5%)	5 (12,5%)

(Nguồn: Kết quả khảo sát.

Bảng 3. Đánh giá năng lực con người (Human Capability) (n = 40)

Biến	Câu hỏi	Rất không đồng ý	Không đồng ý	Không ý kiến	Đồng ý	Rất đồng ý
HC1	Nhân viên trong doanh nghiệp có kỹ năng sử dụng các công cụ phân tích dữ liệu và AI	6 (15%)	11 (27,5%)	6 (15%)	11 (27,5%)	6 (15%)
HC2	Doanh nghiệp có đội ngũ chuyên môn hiểu rõ cách thức vận hành của hệ thống AI	5 (12,5%)	10 (25%)	7 (17,5%)	12 (30%)	6 (15%)
HC3	Ban lãnh đạo sẵn sàng học hỏi và áp dụng các công nghệ AI mới	2 (5%)	4 (10%)	3 (7,5%)	20 (50%)	11 (27,5%)
HC4	Nhân viên được đào tạo để khai thác hiệu quả các hệ thống AI	7 (17,5%)	12 (30%)	6 (15%)	10 (25%)	5 (12,5%)
HC5	Doanh nghiệp có khả năng diễn giải và sử dụng kết quả phân tích từ AI trong thực tế	4 (10%)	7 (17,5%)	5 (12,5%)	16 (40%)	8 (20%)
HC6	Văn hóa tổ chức khuyến khích việc sử dụng dữ liệu và công nghệ trong ra quyết định	2 (5%)	5 (12,5%)	3 (7,5%)	19 (47,5%)	11 (27,5%)

(Nguồn: Kết quả khảo sát.

Kết quả tại Bảng 3 cho thấy, nhận thức và thái độ của lãnh đạo đối với việc ứng dụng AI khá tích cực, với 77,5% người trả lời đồng ý hoặc rất đồng ý đối với biến HC3. Tuy nhiên, kỹ năng thực tế của nhân viên (HC1) và hoạt động đào tạo về AI (HC4) vẫn còn hạn chế, thể hiện qua tỷ lệ không đồng ý tương đối cao.

Kết quả khảo sát tại Bảng 4 cho thấy, năng lực quản trị AI là một trong những điểm yếu của doanh nghiệp. Tỷ lệ không đồng ý đối với việc doanh nghiệp có chiến lược AI rõ ràng (GC1) lên tới 55%, phản ánh việc ứng dụng AI chưa được định hướng ở cấp chiến lược. Tuy nhiên, doanh nghiệp đã có sự quan tâm nhất định đến việc tuân thủ pháp lý và đánh giá hiệu quả hệ thống, thể hiện qua tỷ lệ đồng ý khá cao đối với biến GC3 và GC5.

Kết quả này cũng phù hợp với thực tế khi trong các tài liệu nội bộ của doanh nghiệp hiện chưa có văn bản chiến lược hoặc kế hoạch triển khai trí tuệ nhân tạo ở cấp công ty.

Đánh giá tổng hợp

Từ kết quả khảo sát có thể nhận thấy năng lực ứng dụng trí tuệ nhân tạo của Công ty TNHH Keo vữa Sông Hồng đang ở giai đoạn khởi đầu. Trong 4 thành phần cấu thành năng lực ứng dụng AI, kết quả khảo sát cho thấy các tiêu chí thuộc nhóm năng lực dữ liệu nhìn chung có tỷ lệ đồng ý cao hơn so với các nhóm còn lại.

Kết quả này phản ánh đặc điểm điển hình của một doanh nghiệp sản xuất quy mô nhỏ mới thành lập, khi quá trình số hóa dữ liệu thường được thực hiện trước, trong khi việc đầu tư vào công nghệ AI và xây dựng chiến lược quản trị cần nhiều thời gian và nguồn lực hơn.

4. Kết luận và hàm ý quản trị

Từ các kết quả phân tích và khảo sát, có thể khẳng định năng lực ứng dụng trí tuệ nhân tạo tại Công ty TNHH Keo vữa Sông Hồng hiện đang ở giai đoạn khởi đầu và phát triển chưa đồng đều giữa các thành phần cấu thành. Trong 4 nhóm năng lực được khảo

Bảng 4. Đánh giá năng lực quản trị AI (Governance Capability) (n = 40)

Biến	Câu hỏi	Rất không đồng ý	Không đồng ý	Không ý kiến	Đồng ý	Rất đồng ý
GC1	Doanh nghiệp có chiến lược rõ ràng về việc ứng dụng trí tuệ nhân tạo	8 (20%)	14 (35%)	6 (15%)	8 (20%)	4 (10%)
GC2	Có quy định và quy trình cụ thể về việc sử dụng dữ liệu và AI trong doanh nghiệp	7 (17,5%)	12 (30%)	7 (17,5%)	9 (22,5%)	5 (12,5%)
GC3	Ban lãnh đạo theo dõi và đánh giá hiệu quả của các hệ thống AI	4 (10%)	7 (17,5%)	6 (15%)	15 (37,5%)	8 (20%)
GC4	Các rủi ro liên quan đến AI được nhận diện và quản lý	6 (15%)	11 (27,5%)	7 (17,5%)	11 (27,5%)	5 (12,5%)
GC5	Doanh nghiệp có cơ chế đảm bảo việc sử dụng AI tuân thủ các quy định pháp luật	3 (7,5%)	6 (15%)	8 (20%)	14 (35%)	9 (22,5%)
GC6	Các quyết định đầu tư vào AI được xem xét ở cấp chiến lược	5 (12,5%)	8 (20%)	7 (17,5%)	13 (32,5%)	7 (17,5%)

(Nguồn: Kết quả khảo sát.

sát, năng lực dữ liệu được đánh giá cao nhất, tiếp theo là năng lực con người, trong khi năng lực công nghệ và năng lực quản trị AI còn nhiều hạn chế. Kết quả này phản ánh đặc điểm phổ biến của các doanh nghiệp sản xuất quy mô nhỏ, khi quá trình số hóa dữ liệu thường được thực hiện trước, còn việc đầu tư vào công nghệ AI và xây dựng chiến lược quản trị cần nhiều thời gian và nguồn lực hơn.

Trên cơ sở các tiêu chí có mức đánh giá cao và thấp trong khảo sát, nghiên cứu đề xuất một số hàm ý quản trị đối với doanh nghiệp. Cụ thể như sau:

Thứ nhất, hoàn thiện cơ chế cập nhật và đầu tư công nghệ AI (liên quan TC6)

Kết quả khảo sát cho thấy, tiêu chí "các công nghệ AI được cập nhật và nâng cấp thường xuyên" có tỷ lệ không đồng ý cao, phản ánh việc doanh nghiệp chưa có kế hoạch và cơ chế theo dõi các xu hướng công nghệ mới. Do đó, công ty cần xây dựng lộ trình đầu tư công nghệ theo từng giai đoạn, đồng thời phân công bộ phận hoặc cá nhân chịu trách nhiệm theo dõi, đánh giá và đề xuất các giải pháp công nghệ phù hợp với hoạt động sản xuất kinh doanh.

Thứ hai, mở rộng phạm vi ứng dụng các công cụ có tích hợp AI trong hoạt động quản trị và sản xuất (liên quan TC1, TC4)

Mặc dù doanh nghiệp đã triển khai phần mềm kế toán trực tuyến và một số công cụ quản lý sản xuất, nhưng việc ứng dụng AI trong dự báo nhu cầu, phân tích xu hướng thị trường và hỗ trợ ra quyết định vẫn còn hạn chế. Do đó, doanh nghiệp có thể ưu tiên thử nghiệm các giải pháp AI trong những lĩnh vực đã có dữ liệu sẵn có như dự báo bán hàng, tối ưu tồn kho và kiểm soát chất lượng sản phẩm, từ đó đánh giá hiệu quả trước khi mở rộng triển khai.

Thứ ba, tiếp tục duy trì và phát huy nền tảng hạ tầng công nghệ thông tin hiện có (liên quan TC2 - tiêu chí có mức đánh giá cao)

Kết quả khảo sát cho thấy, hạ tầng công nghệ thông tin của doanh nghiệp được đánh giá tương đối tốt so với các tiêu chí công nghệ khác. Đây là tiền đề quan trọng cho việc triển khai các ứng dụng AI trong các giai đoạn tiếp theo. Do đó, doanh nghiệp cần tiếp tục duy trì, bảo trì và nâng cấp hệ thống phần mềm, máy chủ và hạ tầng mạng nhằm

đảm bảo tính ổn định và khả năng mở rộng của hệ thống thông tin.

Thứ tư, tăng cường tích hợp và chuẩn hóa dữ liệu giữa các phòng ban (liên quan DC4, DC5)

Mặc dù năng lực dữ liệu được đánh giá tích cực, kết quả khảo sát cho thấy, việc làm sạch, chuẩn hóa và tích hợp dữ liệu giữa các phòng ban vẫn còn hạn chế. Doanh nghiệp cần xây dựng cơ sở dữ liệu tập trung, chuẩn hóa quy trình thu thập và lưu trữ dữ liệu, đồng thời thiết lập các quy định về cập nhật và kiểm soát chất lượng dữ liệu nhằm nâng cao khả năng khai thác dữ liệu phục vụ phân tích và ra quyết định.

Thứ năm, nâng cao kỹ năng và năng lực khai thác công nghệ của nhân viên (liên quan HC1, HC4)

Kết quả khảo sát cho thấy, mặc dù lãnh đạo doanh nghiệp có nhận thức tích cực đối với việc ứng dụng AI, kỹ năng thực tế của nhân viên trong việc sử dụng các công cụ phân tích dữ liệu và AI vẫn còn hạn chế. Do đó, công ty cần tổ chức các chương trình đào tạo về kỹ năng số và phân tích dữ liệu cho nhân viên, đồng thời khuyến khích việc áp dụng các công cụ số trong hoạt động hàng ngày nhằm nâng cao hiệu quả công việc và khả năng thích ứng với công nghệ mới.

Thứ sáu, xây dựng chiến lược và cơ chế quản trị AI ở cấp doanh nghiệp (liên quan GC1, GC2)

Kết quả khảo sát cho thấy, doanh nghiệp chưa có chiến lược rõ ràng về việc ứng dụng trí tuệ nhân tạo và chưa thiết lập đầy đủ các quy trình quản lý liên quan đến việc sử dụng dữ liệu và AI. Do đó, ban lãnh đạo cần xây dựng chiến lược chuyển đổi số và ứng dụng AI gắn với mục tiêu phát triển dài hạn, đồng thời thiết lập các quy định nội bộ về quản lý dữ liệu, đánh giá hiệu quả hệ thống và kiểm soát rủi ro liên quan đến công nghệ.

Thứ bảy, tiếp tục phát huy vai trò của lãnh đạo trong việc thúc đẩy văn hóa sử dụng dữ liệu và công nghệ (liên quan HC3, HC6 - các tiêu chí có mức đánh giá cao)

Kết quả khảo sát cho thấy, lãnh đạo doanh nghiệp có thái độ tích cực đối với việc học hỏi và áp dụng công nghệ mới, đồng thời văn hóa tổ chức bước đầu khuyến khích việc sử dụng dữ liệu trong ra quyết định. Đây là yếu tố thuận lợi cần được duy trì thông qua việc lãnh đạo tiếp tục đóng vai trò định hướng, khuyến khích đổi mới sáng tạo và tạo điều kiện cho nhân viên thử nghiệm các giải pháp công nghệ mới trong công việc.

Tóm lại, nghiên cứu đã cung cấp cái nhìn tổng thể về mức độ sẵn sàng và năng lực ứng dụng trí tuệ nhân tạo tại Công ty TNHH Keo vữa Sông Hồng. Mặc dù việc ứng dụng AI trong doanh nghiệp hiện vẫn còn ở giai đoạn ban đầu, nhưng nền tảng dữ liệu, hạ tầng công nghệ và nhận thức của lãnh đạo đã tạo ra những điều kiện thuận lợi cho quá trình triển khai trong tương lai. Các hàm ý quản trị được đề xuất từ kết quả nghiên cứu có thể là cơ sở tham khảo giúp doanh nghiệp xây dựng lộ trình ứng dụng trí tuệ nhân tạo một cách phù hợp với quy mô, nguồn lực và mục tiêu phát triển dài hạn ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO :

Công ty TNHH Keo vữa Sông Hồng. (2025). Báo cáo tài chính năm 2025.

Công ty TNHH Keo vữa Sông Hồng. (2025). Báo cáo sản xuất năm 2025.

Công ty TNHH Keo vữa Sông Hồng. (2025). Báo cáo quản trị năm 2025.

Csaszar, F. A., Ketkar, S., & Kim, S. (2024). Artificial intelligence and strategic decision-making: Evidence from entrepreneurs and investors. Strategic Management Journal.

Abu-AlSondos, I. A. (2023). The impact of business intelligence system (BIS) on quality of strategic decision-making. Journal of Information Systems and Decision Sciences.

Aljohani, N. B., & Albliwi, S. (2022). Impacts of applying artificial intelligence on decision-making quality: A descriptive study in Saudi Arabian private sector organizations. International Journal of Business and Management.

Al-Mutlaq, N. S. (2017). The impact of artificial intelligence on the quality of strategic decisions: The mediating role of organizational data readiness. Journal of Enterprise Information Management.

Guthrie, C. H. (2025). The impact of artificial intelligence capabilities on decision-making performance: A longitudinal study. Journal of Business Analytics.

Islam, M. S., Rahman, M., & Karim, R. (2025). Empowering strategic decision-making through AI-driven business analytics. Journal of Data Science and Business Intelligence.

Ngày nhận bài: 31/03/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 12/4/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 25/4/2026

ARTIFICIAL INTELLIGENCE APPLICATION CAPABILITIES: EVIDENCE FROM SONG HONG MORTAR AND ADHESIVE COMPANY LIMITED

● **TRINH QUOC HUY**[1]
● **HA SON TUNG**[2]
[1]Fica Holding Company Limited
[2]Faculty of Business Administration, National Economics University

ABSTRACT:

This study assesses the current state of artificial intelligence application capabilities at Song Hong Mortar and Adhesive Company Limited. Based on a survey of 40 employees and an analysis of secondary data from company reports, the study identifies four key dimensions of the company's artificial intelligence application capabilities: data capability, technological capability, human resource capability, and management capability. The findings indicate that the company has made initial progress in applying digital technologies to production and business management; however, its maturity in data management and artificial intelligence application remains at an early stage. Accordingly, the study proposes measures to improve data infrastructure, enhance human resource training, and develop an artificial intelligence application strategy aligned with the specific characteristics of the construction materials industry.

Keywords: artificial intelligence, AI application capabilities, digital transformation, decision-making, building materials.

TRẢI NGHIỆM KHÁCH HÀNG TRÊN SÀN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VÀ Ý ĐỊNH MUA LẠI SẢN PHẨM THỜI TRANG CỦA GEN Z

● **NGUYỄN THU HÀ**
Đại học Mỏ - Địa chất

TÓM TẮT:

Bài báo nhằm chứng minh sự tác động của trải nghiệm mua sắm trực tuyến tới ý định mua lặp lại sản phẩm thời trang của Gen Z. Mô hình nghiên cứu được đề xuất với 5 thang đo: Trải nghiệm nền tảng trực tuyến, Trải nghiệm sản phẩm, Trải nghiệm dịch vụ khách hàng, Trải nghiệm cộng đồng ảo, Niềm tin. Nghiên cứu được thực hiện bằng phương pháp khảo sát và phân tích định lượng sử dụng phần mềm thống kê SPSS. Dữ liệu được xử lý từ 276 phiếu khảo sát hợp lệ thông qua các bước phân tích: kiểm định độ tin cậy, phân tích nhân tố khám phá và phân tích mô hình hồi quy tuyến tính bội với 5 thành phần giá trị thương hiệu. Kết quả nghiên cứu chỉ ra, Trải nghiệm sản phẩm, Dịch vụ cho khách hàng, Cộng đồng ảo nhân tố tác động mạnh nhất đến ý định mua lặp lại qua sàn thương mại điện tử. Các thang đo trải nghiệm nền tảng trực tuyến và niềm tin có ít tác động hơn các thang đo khác.

Từ khóa: Trải nghiệm khách hàng, thương mại điện tử, ý định mua lại, thời trang, Gen Z.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh thị trường thương mại điện tử (TMĐT) ngày càng phát triển mạnh mẽ, đặc biệt là sau đại dịch COVID-19, người tiêu dùng Việt Nam đang chuyển dần sang mua sắm trực tuyến. Các nền tảng TMĐT như Shopee, Lazada, TikTok Shop… đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp không gian mua sắm tiện lợi với các sản phẩm đa dạng và chương trình khuyến mãi hấp dẫn. Theo sách trắng TMĐT Việt Nam 2024, các mặt hàng được lựa chọn mua sắm online nhiều nhất chủ yếu vẫn là quần áo, giày dép và mỹ phẩm khi có tới 63% tỷ lệ người dùng trực tuyến tham gia mua sắm. Như vậy, thương mại điện tử đã trở thành mô hình kinh doanh không thể thiếu của các thương hiệu thời trang, không chỉ giúp các nhãn hàng tồn tại trong đại dịch Covid-19 mà còn giúp các doanh nghiệp thích nghi với sự thay đổi của người tiêu dùng, tạo lợi thế cạnh tranh để bứt phá trong tương lai. Báo cáo dự báo xu hướng tăng trưởng của thị trường thương mại điện tử Việt Nam giai đoạn 2025 - 2028 của Công ty Phân tích dữ liệu YouNet ECI cho thấy, khách hàng thuộc độ tuổi Gen Z, nhóm có tỷ lệ mua sắm trực tuyến hàng tuần cao nhất (chiếm 53,4%), đồng thời là nhóm dẫn đầu trong việc tạo ra và thích nghi với các xu hướng mới. Các sản phẩm họ thường mua trên thương mại điện tử chủ yếu thuộc danh mục thời trang, sắc đẹp và chăm sóc cá nhân. Gen Z không chỉ mua sắm để đáp ứng nhu cầu

vật chất mà còn để thể hiện bản thân và kết nối với cộng đồng, với xu hướng tìm kiếm những trải nghiệm mua sắm cá nhân hóa.

Trải nghiệm khách hàng đã được chứng minh là yếu tố quan trọng trong việc nâng cao sự hài lòng và thúc đẩy ý định mua lại. Các nghiên cứu trước đây đã chỉ ra trải nghiệm mua sắm trực tuyến có thể tạo ra sự trung thành và gia tăng giá trị lâu dài cho doanh nghiệp. Tuy nhiên, tại Việt Nam, đặc biệt là trong lĩnh vực sản phẩm thời trang may mặc, vẫn còn thiếu các nghiên cứu về tác động của trải nghiệm khách hàng đến hành vi mua lặp lại trên các sàn TMĐT. Vì vậy, nghiên cứu này nhằm tìm hiểu tác động của trải nghiệm khách hàng đến ý định mua lặp lại của giới trẻ đối với sản phẩm thời trang may mặc trên các nền tảng TMĐT, góp phần làm sáng tỏ những yếu tố quan trọng trong việc tối ưu hóa trải nghiệm mua sắm trực tuyến và thúc đẩy sự trung thành của khách hàng.

2. Tổng quan lý thuyết và giả thuyết nghiên cứu

2.1. Khái niệm

Trải nghiệm khách hàng: Khái niệm trải nghiệm khách hàng được Holbrook và Hirschman (1982) đề xuất, nhấn mạnh yếu tố trải nghiệm trong tiêu dùng. Pine và Gilmore (1998) mở rộng khái niệm này khi cho rằng, trải nghiệm khách hàng là sự kết hợp giữa cảm xúc, giác quan và kỳ vọng trong quá trình tương tác với doanh nghiệp, không chỉ dựa trên sản phẩm mà còn ở giá trị cá nhân khách hàng nhận được.

Trải nghiệm khách hàng trực tuyến: Trải nghiệm khách hàng trực tuyến là quá trình khách hàng tiếp nhận và tương tác với thông tin trên website như hình ảnh, video và nội dung sản phẩm (Rose và cộng sự, 2012). Theo Chou và cộng sự (2015), trải nghiệm này kéo dài từ khi khách hàng truy cập website đến khi nhận hàng. Trải nghiệm trực tuyến tích cực có thể thúc đẩy hành vi mua lặp lại và gia tăng niềm tin của khách hàng (Hoffman & Novak, 1996; Yarimoglu, 2014).

Ý định mua lặp lại: Ý định mua lặp lại phản ánh khả năng khách hàng tiếp tục mua sản phẩm trong tương lai và là chỉ báo quan trọng của lòng trung thành (Jones & Kim, 2010; Zhang và cộng sự, 2017). Trong nghiên cứu này, ý định mua lặp lại được hiểu là việc khách hàng có kế hoạch tiếp tục mua hàng trên cùng một sàn thương mại điện tử sau trải nghiệm trước đó (Hellier và cộng sự, 2003).

2.1. Tổng quan nghiên cứu và giả thuyết nghiên cứu

Nhiều nghiên cứu đã khẳng định vai trò của trải nghiệm khách hàng trực tuyến đối với lòng trung thành và hành vi mua lặp lại trong ngành thời trang. Theo Pandey và Chawla (2018), trải nghiệm trực tuyến ảnh hưởng trực tiếp hoặc gián tiếp đến lòng trung thành thông qua sự hài lòng. McLean và Wilson (2016) nhấn mạnh vai trò của niềm tin, cảm xúc và trải nghiệm tương tác với website trong việc hình thành hành vi khách hàng.

Bên cạnh đó, chất lượng dịch vụ trực tuyến cũng ảnh hưởng mạnh đến ý định mua lại. Rowley (2009) cho rằng sự tương tác và cá nhân hóa trên website giúp khách hàng cảm thấy gắn kết hơn với thương hiệu. Lee và Lim (2017) khẳng định, môi trường mua sắm trực tuyến thân thiện và thuận tiện sẽ thúc đẩy hành vi mua hàng. Zhiqiu Ye và Xinyi Chen (2020) đã xây dựng mô hình về tác động của trải nghiệm trực tuyến đến lòng trung thành với 3 khía cạnh chính gồm: cảm giác, dịch vụ và sự liên quan. Kết quả cho thấy, trải nghiệm thẩm mỹ, dịch vụ trực tuyến và cộng đồng trực tuyến đều có ảnh hưởng tích cực đến lòng trung thành khách hàng.

Kế thừa các nghiên cứu trước, nghiên cứu này tập trung vào trải nghiệm khách hàng trong mua sắm trực tuyến sản phẩm may mặc, gồm 5 thành phần chính: trải nghiệm nền tảng trực tuyến, trải nghiệm sản phẩm, trải nghiệm dịch vụ khách hàng, trải nghiệm cộng đồng ảo và niềm tin.

2.2.1. Trải nghiệm nền tảng trực tuyến

Trải nghiệm nền tảng trực tuyến phản ánh cảm nhận của khách hàng về thiết kế website, khả năng điều hướng, hiển thị sản phẩm, bảo mật, thanh toán, tính cá nhân hóa và mức độ hấp dẫn trực quan của nền tảng (Chang & Chen, 2008; Garrett, 2010; Parasuraman & Zinkhan, 2002). Trải nghiệm tích cực giúp gia tăng sự tin tưởng và thúc đẩy hành vi mua lại.

H1: Trải nghiệm nền tảng trực tuyến tác động thuận chiều đến ý định mua lặp lại sản phẩm may mặc trực tuyến của Gen Z.

2.2.2. Trải nghiệm sản phẩm

Trải nghiệm sản phẩm bao gồm trải nghiệm trực tuyến thông qua hình ảnh, video và thông tin sản phẩm trên website, cũng như trải nghiệm trực tiếp khi khách hàng đánh giá chất lượng, thiết kế và tính năng sản phẩm (Rose và cộng sự, 2012; Verhoef và cộng sự, 2009). Những trải nghiệm này ảnh hưởng đến nhận thức và quyết định mua lại của khách hàng.

H2: Trải nghiệm sản phẩm tác động thuận chiều đến ý định mua lặp lại sản phẩm may mặc trực tuyến của Gen Z.

2.2.3.Trải nghiệm dịch vụ khách hàng

Trải nghiệm dịch vụ khách hàng thể hiện qua khả năng hỗ trợ nhanh chóng, cung cấp thông tin chính xác, tư vấn phù hợp và đảm bảo an toàn thông tin cho khách hàng trong quá trình mua sắm trực tuyến (Pei và cộng sự, 2020; Choi và cộng sự, 2019). Chất lượng hỗ trợ tốt giúp nâng cao sự hài lòng và ý định tiếp tục mua hàng.

H3: Trải nghiệm dịch vụ khách hàng trực tuyến tác động thuận chiều đến ý định mua lặp lại sản phẩm may mặc trực tuyến của Gen Z.

2.2.4. Trải nghiệm cộng đồng ảo

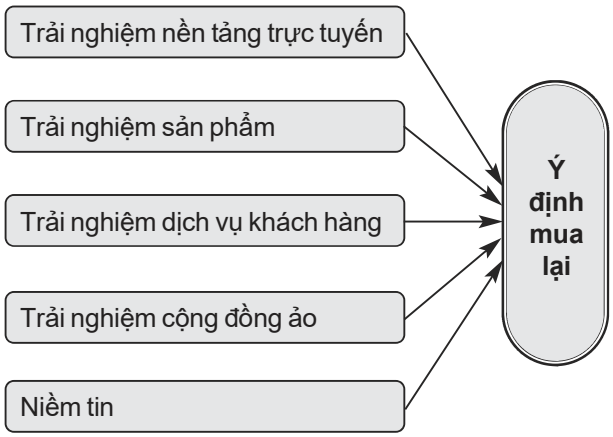
Trải nghiệm cộng đồng ảo phản ánh mức độ tương tác, chia sẻ thông tin và cảm giác gắn kết giữa các thành viên trong cộng đồng trực tuyến (Zhang và cộng sự, 2017). Cộng đồng trực tuyến tích cực giúp gia tăng sự hài lòng, truyền miệng điện tử và lòng trung thành của khách hàng.

H4: Trải nghiệm cộng đồng ảo tác động thuận chiều đến ý định mua lặp lại sản phẩm may mặc trực tuyến của Gen Z.

2.2.5. Niềm tin

Niềm tin được xem là kết quả của quá trình trải nghiệm và tiêu dùng trực tuyến. Trong môi trường thương mại điện tử, niềm tin thể hiện ở sự tin tưởng vào sản phẩm, thương hiệu, dịch vụ và thông tin từ cộng đồng trực tuyến (Suh & Han, 2003; Bock và cộng sự, 2012). Niềm tin tích cực sẽ thúc đẩy hành vi mua lặp lại.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: tác giả đề xuất

H5: Niềm tin tác động thuận chiều đến ý định mua lặp lại sản phẩm may mặc trực tuyến của Gen Z.

3. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp phân tích: Trong nghiên cứu này, nhóm tác giả sử dụng phương pháp định lượng để khám phá mức độ tác động của trải nghiệm khách hàng tới ý định mua lặp lại qua sàn thương mại điện tử của giới trẻ đối với sản phẩm thời trang may mặc. Bảng khảo sát được thiết kế dựa trên thang đo likert 5 mức độ với 24 biến quan sát tương ứng với 6 thang đo. Cụ thể: Trải nghiệm nền tảng trực tuyến (5 biến), Trải nghiệm sản phẩm (4 biến), Dịch vụ khách hàng (4 biến), Trải nghiệm cộng đồng ảo (4 biến), Niềm tin (4 biến), Ý định mua lặp lại (3 biến). Quá trình xử lý số liệu được thực hiện bằng phần mềm thống kê SPSS 26 với 3 bước: Kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha; Phân tích nhân tố khám phá EFA và Phân tích mô hình hồi quy tuyến tính bội.

Phương pháp thu thập số liệu: Về kích thước mẫu phù hợp, theo Hair và các cộng sự (2010), số mẫu tối thiểu cho các nghiên cứu sử dụng phân tích nhân là 50, tốt hơn là 100 và tỷ lệ số biến quan sát/biến đo lường là 5/1, nghĩa là cứ mỗi biến đo lường cần tối thiểu 5 quan sát. Mô hình nghiên cứu của đề tài gồm 27 biến độc lập và 1 biến phụ thuộc, với tổng là 27 biến quan sát thì số mẫu tối thiểu cần có là 27*5 =135 mẫu. Quá trình khảo sát được thực hiện bằng cả 2 hình thức là online và offline.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Thống kê mô tả mẫu nghiên cứu

Quá trình lấy mẫu được trình bày trong phần phương pháp thu thập số liệu. Kết quả thu được 290 mẫu, sau khi loại bỏ các mẫu không phù hợp, còn lại 276 quan sát hợp lệ. Các mẫu này đủ điều kiện để thực hiện phân tích độ tin cậy Cronbach's alpha, phân tích nhân tố EFA và hồi quy.

Về giới tính, phần lớn đối tượng khảo sát là nữ (64%), cho thấy nữ giới có xu hướng mua sắm thời trang online nhiều hơn. Về độ tuổi, nhóm 20-30 tuổi chiếm 55,1%, cho thấy giới trẻ tham gia mua sắm trực tuyến phổ biến hơn. Thời gian mua sắm gần nhất trong 0-1 tháng chiếm 65,9%, phản ánh cảm nhận thực tế của khách hàng. Về tần suất mua sắm, 62% khách hàng mua sắm trực tuyến hai lần hoặc nhiều hơn mỗi tháng, cho thấy xu hướng này ngày càng phổ biến.

Các đặc điểm của đối tượng khảo sát phù hợp với mục tiêu nghiên cứu, là cơ sở để đánh giá sự hài lòng và nhu cầu khách hàng nhằm đạt được sự thỏa mãn cao nhất.

4.2.Kiểm định độ tin cậy thang đo

Tiến hành chạy kiểm định Cronbach's Alpha đối với cả 5 thang đo độc lập và 1 thang đo phụ thuộc cho thấy, tất cả đều có hệ số Cronbach's Alpha lớn hơn 0,6 và đạt yêu cầu về mức độ tin cậy của thang đo. Khi xem xét đến hệ số tương quan biến - tổng, tất cả các biến đều lớn hơn 0,3 thể hiện các biến quan sát này tốt và có mối tương quan tốt với các biến quan sát còn lại. Do đó, các thang đo đều đảm bảo độ tin cậy để tiến hành bước nghiên cứu tiếp theo. (Bảng 1)

4.3. Phân tích nhân tố khám phá EFA

Kết quả phân tích nhân tố khám phá cho thấy, hệ số KMO là 0,832 (lớn hơn 0,5) và kiểm định Bartlett có sig = 0,000, do đó, phân tích EFA phù hợp với dữ liệu khảo sát. Đưa vào phân tích nhân tố 21 biến quan sát, kết quả có 5 nhân tố được trích ra, theo tiêu chuẩn Eigenvalue lớn hơn 1. Phương sai trích được là 67,548% thể hiện 5 nhân tố được trích ra giải thích 67,548% độ biến thiên của dữ liệu, tại hệ số Eigenvalue là 1.188. Đồng thời, các biến quan sát đưa vào phân tích đều có hệ số tải nhân tố > 0.5, do đó thang đo đạt giá trị độ hội tụ, các biến quan sát trong thang đo đều đóng góp vào khái niệm cần đo. Kết quả ma trận xoay cho thấy, 21 biến quan sát được đưa vào phân tích đều có độ hội tụ và được phân thành 5 nhóm phù hợp với mô hình nghiên cứu được đề xuất. Các biến đều có hệ số tải Factor Loading lớn hơn 0,5 và không có biến xấu, phù hợp với bước phân tích hồi quy tiếp theo

Bảng 1. Kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha

Nhân tố	Cronbach's Alpha	Nhân tố	Cronbach's Alpha
NT	0,828	CO	0,792
SP	0,835	NI	0,726
DV	0,862	ML	0,631

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát của tác giả bằng phần mềm SPSS 26.

4.4. Phân tích hồi quy tuyến tính

Kết quả hồi quy với tập dữ liệu của các đối tượng trong bảng Model Summary hệ số R^2 điều chỉnh = 0,603 đạt mức tốt điều này thể hiện 60,3% độ biến thiên của biến phụ thuộc ML được giải thích bởi các biến độc lập tác động lên nó. Ngoài ra, hệ số Durbin-watson =2,096 nằm trong khoảng từ 1,5 đến 2,5 nên kết quả không vi phạm giả định tự tương quan. (Bảng 2)

Theo kết quả, biến NI (Niềm tin) bị loại khỏi mô hình do có giá trị Sig. >0.05 được xem là không có sự tác động đến biến phụ thuộc. Các biến độc lập còn lại được xem là có sự tác động đến biến độc lập ML (Ý định mua lại) do có hệ số Sig. <0.05 và giá trị VIF của các biến độc lập đều có giá trị <2 nên không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến nghĩa là không có mối liên hệ tương quan giữa các biến độc lập.

Sự tác động của các yếu tố đến ý định mua lặp lại sản phẩm thời trang trên sàn thương mại điện tử của Gen Z được thể hiện qua phương trình hồi quy:

ML = 0,649*SP + 0,455*DK
+ 0,391*CO + 0,322*NT

Bảng 2. Kết quả phân tích hồi quy tuyến tính

Mô hình	Hồi quy chưa chuẩn hóa		Hồi quy chuẩn hóa	t	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến	
	B	Độ lệch chuẩn	Beta			Độ chấp nhận	VIF
Hằng số	-0,356	0,211		-1,686	0,093		
NT	0,027	0,083	0,322	0,331	0,041	0,348	1,875
SP	0,053	0,071	0,649	0,739	0,046	0,338	1,956
DK	-0,044	0,038	0,455	-1,164	0,025	0,671	1,490
CO	0,530	0,067	0,391	7,929	0,000	0,608	1,645
NI	0,410	0,093	0,337	4,395	0,070	0,251	3,985
F: 43,184					**,000[b]**		
R^2 hiệu chỉnh: 0,603							
Durbin-Watson: 2,096							

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của tác giả bằng phần mềm SPSS 26.

5. Kết luận

Như vậy, trải nghiệm sản phẩm có tác động mạnh nhất đến ý định mua lặp lại (β = 0,649). Các yếu tố như hình ảnh, mẫu mã, chất lượng và thương hiệu sản phẩm ảnh hưởng mạnh đến sự hài lòng và quyết định mua lại của khách hàng. Khi khách hàng tin tưởng vào chất lượng và uy tín sản phẩm, họ có xu hướng tiếp tục mua sắm và chia sẻ với người khác. Kết quả này phù hợp với nghiên cứu của Rose và cộng sự (2012) và Wang (2019), khẳng định vai trò của chất lượng sản phẩm trong việc thúc đẩy lòng trung thành khách hàng.

Trải nghiệm dịch vụ khách hàng là yếu tố có tác động mạnh thứ hai (β = 0,455). Dịch vụ hậu mãi, tư vấn chính xác, thái độ phục vụ chuyên nghiệp và chính sách đổi trả thuận tiện góp phần nâng cao lòng tin và sự hài lòng của khách hàng. Kết quả nghiên cứu phù hợp với các nghiên cứu của Zhang và Lou (2016) và Wang (2019), cho thấy chất lượng chăm sóc khách hàng là yếu tố quan trọng thúc đẩy khách hàng quay lại mua sắm.

Bên cạnh đó, trải nghiệm cộng đồng ảo cũng tác động tích cực đến ý định mua lặp lại (β = 0,391). Kết quả này tương đồng với nghiên cứu của Zang và cộng sự (2017) và Parker và Ward (2000), cho thấy cộng đồng trực tuyến góp phần hình thành lòng tin và sự hài lòng thông qua chia sẻ thông tin và tương tác giữa người dùng

Cuối cùng, trải nghiệm nền tảng trực tuyến có ảnh hưởng tích cực đến ý định mua lặp lại (β = 0,322). Các yếu tố như giao diện dễ sử dụng, tốc độ tải trang nhanh, quy trình thanh toán thuận tiện và khả năng cá nhân hóa giúp khách hàng cảm thấy thoải mái hơn khi mua sắm trực tuyến. Kết quả này phù hợp với nghiên cứu của Parker và Ward (2000), khẳng định vai trò của nền tảng trực tuyến trong việc nâng cao trải nghiệm và thúc đẩy khách hàng quay lại mua sắm.

Nhìn chung, kết quả nghiên cứu cho thấy trải nghiệm sản phẩm, dịch vụ khách hàng, cộng đồng ảo và nền tảng trực tuyến đều là những yếu tố quan trọng thúc đẩy ý định mua lặp lại của Gen Z trong mua sắm thời trang trực tuyến.

6. Hàm ý chính sách

Dựa trên kết quả nghiên cứu, nghiên cứu đưa ra một số hàm ý quản trị dành cho doanh nghiệp kinh doanh thời trang trên các nền tảng trực tuyến:

Nâng cao chất lượng sản phẩm và uy tín thương hiệu: Trải nghiệm sản phẩm ảnh hưởng mạnh đến ý định mua lại, vì vậy doanh nghiệp cần đảm bảo chất lượng sản phẩm, hình ảnh rõ ràng và mẫu mã đa

dạng, đồng thời xây dựng uy tín thương hiệu để khách hàng tin tưởng và quay lại.

Tạo cộng đồng ảo tích cực: Cộng đồng trực tuyến có thể thúc đẩy niềm tin và sự hài lòng của khách hàng. Doanh nghiệp cần duy trì các nhóm hoặc diễn đàn trực tuyến nơi khách hàng chia sẻ ý kiến và đánh giá về sản phẩm để tăng cường sự kết nối và lòng trung thành.

Cải thiện dịch vụ khách hàng: Dịch vụ hậu mãi và hỗ trợ trực tuyến, như chính sách đổi trả dễ dàng và tư vấn chính xác, có ảnh hưởng trực tiếp đến quyết định mua lại. Doanh nghiệp cần chú trọng vào chất lượng phục vụ để khách hàng cảm thấy hài lòng và quay lại mua sắm.

Tối ưu hóa nền tảng trực tuyến: Giao diện thân thiện, tốc độ tải trang nhanh và quy trình thanh toán đơn giản là yếu tố quan trọng trong trải nghiệm mua sắm. Các đề xuất sản phẩm cá nhân hóa dựa trên lịch sử mua sắm sẽ giúp nâng cao sự hài lòng và khả năng khách hàng quay lại mua sản phẩm ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Bilgihan, A., Kandampully, J., & Zhang, T. (2016). Towards a unified customer experience in online shopping environments: Antecedents and outcomes. International Journal of Quality and Service Sciences, 8(1), 102-119.

Bock, Gee-Woo; Lee, Jumin & Kuan, Huei-Huang (2012), "The progression of online trust in the multi channel retail context and the role of product uncertainty", Decision support systems, 53(1), 97-108.

Chang, H.H. & Chen, S.W., (2008), "The impact of customer interface quality, satisfaction and switching costs on e-loyalty: Internet experience as a moderator", Computers in Human Behavior, 24(6), 2927-2944.

Chou, C. Y., & Sawang, S. (2015). Virtual community, purchasing behaviour, and emotional well-being. Australasian Marketing Journal, 23(3), 207-217.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). Multivariate data analysis (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., & Rickard, J. A. (2003). Customer repurchase intention: A general structural equation model. European Journal of Marketing, 37(11/12), 1762-1800.

Hoffman, D. L., & Novak, T. P. (1996). Marketing in hypermedia computer-mediated environments: Conceptual foundations. Journal of Marketing, 60(3), 50-68.

Holbrook, M. B., & Hirschman, E. C. (1982). The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun. Journal of Consumer Research, 9(2), 132-140.

Jones, C., & Kim, S. (2010). Influences of retail brand trust, offline patronage, clothing involvement and website quality on online apparel shopping intention. International Journal of Consumer Studies, 34(6), 627-637.

Lee, S., & Lim, T.-S. (2017). Retailer's innovative differentiation method based on customer experience: Focusing mediating effect of omni channel shopper type. Quality Innovation Prosperity, 21(2), 37-51.

McLean, G., & Wilson, A. (2016). Evolving the online customer experience: Is there a role for online customer support? Computers in Human Behavior, 60, 602-610.

Pandey, S., & Chawla, D. (2018). Online customer experience (OCE) in clothing e-retail: exploring OCE dimensions and their impact on satisfaction and loyalty-does gender matter? International Journal of Retail & Distribution Management, 46(3), 323-346.

Parasuraman, A., & Zinkhan, G. M. (2002). Marketing to and serving customers through the Internet: An overview and research agenda. Journal of the Academy of Marketing Science, 30, 286-295.

Parker, C., & Ward, P. (2000). An analysis of role adoptions and scripts during customer-to-customer encounters. European Journal of Marketing, 34(3/4), 341-359.

Pei, X.-L., Guo, J.-N., Wu, T.-J., Zhou, W.-X., & Yeh, S. P. (2020). Does the effect of customer experience on customer satisfaction create a sustainable competitive advantage? A comparative study of different shopping situations. Sustainability, 12(18), 7436.

Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy (Vol. 76, No. 4, pp. 97-105). Cambridge, MA, USA: Harvard Business Review Press.

Rose, S., Clark, M., Samouel, P., & Hair, N. (2012). Online customer experience in e-retailing: an empirical model of antecedents and outcomes. Journal of Retailing, 88(2), 308-322.

Rowley, J. (2009). Online branding strategies of UK fashion retailers. Internet Research, 19(3), 348-369.

Suh, B., & Han, I. (2003). The impact of customer trust and perception of security control on the acceptance of electronic commerce. International Journal of Electronic Commerce, 7(3), 135-161.

Verhoef, P. C., Lemon, K. N., Parasuraman, A., Roggeveen, A., Tsiros, M., & Schlesinger, L. A. (2009). Customer experience creation: Determinants, dynamics and management strategies. Journal of Retailing, 85(1), 31-41.

Wang, Y. N. (2019). Research on the "O2O+LBS" model of fresh e-commerce in the new retail age: Take Hema Fresh as an example. Journal of JinZhong University, (5), 11.

Yarimoglu, Emel Kursunluoglu (2014). A review on dimensions of service quality models. Journal of Marketing Management, 2(2), 79-93.

Zhang, M., & Luo, N. (2016). Understanding relationship benefits from harmonious brand community on social media. Internet Research, 26(4), 809-826.

Zhang, Peng & He, Yong & Shi, Chunming (2017). Retailer's channel structure choice: online channel, offline channel, or dual channels? International Journal of Production Economics, 191, 37-50

Zhiqiu Ye & Xinyi Chen (2020). The effects of online and offline customer experience on customer loyalty in Chinese fresh e-commerce [Master's thesis, Uppsala University].

Ngày nhận bài: 5/3/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 20/3/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 12/4/2026

CUSTOMER EXPERIENCE ON E-COMMERCE PLATFORMS AND GEN Z'S INTENTION TO REPURCHASE FASHION PRODUCTS

● **NGUYEN THU HA**
Hanoi University of Mining and Geology

ABSTRACT:

This study examines the impact of online shopping experience on Generation Z consumers' intention to repurchase fashion products. The proposed research model comprises five dimensions: online platform experience, product experience, customer service experience, virtual community experience, and trust. The study employs survey-based quantitative analysis using SPSS software. Data collected from 276 valid responses were analyzed through reliability testing, exploratory factor analysis, and multiple linear regression. The findings indicate that product experience, customer service experience, and virtual community experience exert the strongest influence on repurchase intention through e-commerce platforms, while online platform experience and trust demonstrate relatively weaker effects compared with the other dimensions.

Keywords: customer experience, e-commerce, repurchase intention, fashion, Gen Z.

TRÍ TUỆ NHÂN TẠO TRONG SẢN XUẤT KINH DOANH: CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC CHO DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

● **NGUYỄN QUỐC VƯƠNG**
Trường Đại học Kiên Giang
Email: nqvuong@vnkgu.edu.vn

TÓM TẮT:

Bài viết phân tích ảnh hưởng của trí tuệ nhân tạo đối với tình hình sản xuất kinh doanh trong bối cảnh hiện nay trên phạm vi thế giới và tại Việt Nam. Trên thế giới, AI được ứng dụng ngày càng rộng rãi trong nhiều lĩnh vực như sản xuất công nghiệp, thương mại, tài chính, logistics và dịch vụ,. Tại Việt Nam, AI đang được thúc đẩy bởi chiến lược chuyển đổi số quốc gia, nhu cầu nâng cao năng suất và sự tham gia của nhiều doanh nghiệp công nghệ, sản xuất, bán lẻ. Tuy nhiên, quá trình ứng dụng AI vẫn gặp nhiều thách thức như hạn chế. Trên cơ sở tổng hợp các tài liệu và thông tin liên quan, bài viết đề xuất một số giải pháp nhằm thúc đẩy việc ứng dụng AI hiệu quả, an toàn và phù hợp với điều kiện sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp Việt Nam.

Từ khóa: trí tuệ nhân tạo, sản xuất - kinh doanh, chuyển đổi số, doanh nghiệp, năng suất lao động.

1. Đặt vấn đề

Trong những năm gần đây, trí tuệ nhân tạo, đặc biệt là trí tuệ nhân tạo tạo sinh, đã phát triển mạnh mẽ và trở thành một trong những động lực quan trọng của nền kinh tế số. AI không còn chỉ được sử dụng trong các phòng thí nghiệm hoặc các doanh nghiệp công nghệ lớn, mà đã dần thâm nhập vào nhiều lĩnh vực sản xuất kinh doanh như công nghiệp chế biến, thương mại điện tử, tài chính - ngân hàng, logistics, nông nghiệp, y tế, giáo dục, marketing và dịch vụ khách hàng.

Trên phạm vi toàn cầu, sự phát triển của AI diễn ra trong bối cảnh doanh nghiệp phải đối mặt với nhiều áp lực: cạnh tranh gay gắt, chi phí sản xuất tăng, thiếu hụt lao động có kỹ năng, gián đoạn chuỗi cung ứng, biến động thị trường và yêu cầu đổi mới liên tục. Theo Stanford AI Index (2025), năm 2024 có 78% tổ chức được khảo sát cho biết đã sử dụng AI, tăng mạnh so với mức 55% của năm trước; đầu tư tư nhân vào AI tạo sinh trên toàn cầu đạt 33,9 tỷ USD. Bên cạnh đó, UNCTAD (2025) dự báo quy mô thị trường AI toàn cầu có thể tăng từ 189 tỷ USD năm 2023 lên 4.800 tỷ USD vào năm 2033, cho thấy AI đang trở thành một công nghệ có ảnh hưởng sâu rộng đến nền kinh tế thế giới.

Tại Việt Nam, AI được xem là một trong những

công nghệ trọng tâm phục vụ chuyển đổi số quốc gia và nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Chiến lược quốc gia về nghiên cứu, phát triển và ứng dụng trí tuệ nhân tạo đến năm 2030 đặt mục tiêu đưa Việt Nam vào nhóm 4 quốc gia dẫn đầu ASEAN và nhóm 50 quốc gia hàng đầu thế giới về nghiên cứu, phát triển và ứng dụng AI. Vì vậy, việc nghiên cứu ảnh hưởng của AI đến tình hình sản xuất - kinh doanh hiện nay có ý nghĩa thiết thực cả về lý luận và thực tiễn.

2. Cơ sở lý luận và phương pháp nghiên cứu

Trí tuệ nhân tạo có thể được hiểu là tập hợp các công nghệ cho phép máy móc mô phỏng một số năng lực trí tuệ của con người như học hỏi, nhận dạng, suy luận, dự đoán, xử lý ngôn ngữ, ra quyết định và tạo nội dung. Trong sản xuất kinh doanh, AI thường được ứng dụng thông qua các công nghệ như học máy, học sâu, xử lý ngôn ngữ tự nhiên, thị giác máy tính, robot thông minh, phân tích dữ liệu lớn, chatbot, trợ lý ảo và hệ thống khuyến nghị.

Bài viết sử dụng phương pháp tổng quan tài liệu thứ cấp, tổng hợp các báo cáo quốc tế, nghiên cứu của các tổ chức như Stanford HAI, UNCTAD, IMF, OECD, ILO, McKinsey, Cisco, UNESCO cùng các thông tin cập nhật về tình hình ứng dụng AI tại Việt Nam. Trên cơ sở đó, bài viết phân tích tác động của AI đến sản xuất kinh doanh theo các nhóm nội dung chính: năng suất, chi phí, doanh thu, đổi mới sáng tạo, lao động, quản trị doanh nghiệp và rủi ro triển khai.

3. Tình hình ứng dụng AI trong sản xuất kinh doanh trên thế giới

AI đang được ứng dụng rộng rãi trong nhiều hoạt động của doanh nghiệp. Trong lĩnh vực sản xuất, AI hỗ trợ dự báo nhu cầu, tối ưu tồn kho, kiểm soát chất lượng, bảo trì dự đoán, tự động hóa dây chuyền và giảm lỗi sản phẩm. Trong lĩnh vực thương mại và dịch vụ, AI được sử dụng để cá nhân hóa trải nghiệm khách hàng, phân tích hành vi tiêu dùng, tự động hóa chăm sóc khách hàng, tối ưu giá bán và hỗ trợ bán hàng đa kênh. Trong lĩnh vực tài chính, AI giúp phát hiện gian lận, đánh giá rủi ro tín dụng, tự động hóa báo cáo và hỗ trợ ra quyết định đầu tư.

Theo Stanford AI Index (2025), tổng đầu tư doanh nghiệp vào AI đạt 252,3 tỷ USD năm 2024; riêng đầu tư tư nhân tăng 44,5% so với năm trước, phản ánh xu hướng AI trở thành một lĩnh vực cạnh tranh chiến lược giữa các doanh nghiệp và các nền kinh tế lớn. Báo cáo của McKinsey (2025) cũng cho thấy, 88% tổ chức được khảo sát cho biết có sử dụng AI thường xuyên trong ít nhất một chức năng kinh doanh; tuy nhiên, khoảng hai phần ba doanh nghiệp vẫn chưa mở rộng AI ở quy mô toàn tổ chức, cho thấy quá trình chuyển từ thử nghiệm sáng tạo giá trị thực tế vẫn còn nhiều khó khăn.

Một số lợi ích nổi bật của AI đối với sản xuất kinh doanh trên thế giới có thể kể đến là:

Nâng cao năng suất lao động: OECD nhận định việc áp dụng AI có thể giúp tăng năng suất trong doanh nghiệp, đặc biệt khi doanh nghiệp đồng thời đầu tư vào hạ tầng số, kỹ năng quản trị, kỹ năng công nghệ thông tin và năng lực đổi mới.

Giảm chi phí vận hành: McKinsey ghi nhận nhiều doanh nghiệp báo cáo lợi ích chi phí từ các trường hợp ứng dụng AI trong kỹ thuật phần mềm, sản xuất và công nghệ thông tin. Các hoạt động như viết mã, kiểm tra lỗi, bảo trì hệ thống, phân tích dữ liệu và hỗ trợ kỹ thuật có thể được tự động hóa một phần, qua đó tiết kiệm thời gian và nguồn lực.

Hỗ trợ tăng doanh thu và đổi mới mô hình kinh doanh: Các doanh nghiệp ứng dụng AI trong marketing, bán hàng, phát triển sản phẩm và tài chính doanh nghiệp thường ghi nhận khả năng cải thiện doanh thu thông qua cá nhân hóa dịch vụ, dự báo nhu cầu chính xác hơn và thiết kế sản phẩm phù hợp hơn với khách hàng.

Thay đổi cơ cấu lao động: IMF ước tính khoảng 40% việc làm trên toàn cầu có thể chịu tác động của AI; tại các nền kinh tế phát triển, tỷ lệ này có thể lên tới khoảng 60%. Một số công việc được AI hỗ trợ để tăng năng suất, trong khi một số công việc khác có nguy cơ bị thay thế một phần do tự động hóa. ILO cũng cho rằng tác động chủ yếu của AI tạo sinh có xu hướng là hỗ trợ và bổ sung cho công việc hơn là thay thế hoàn toàn, nhưng nhóm công việc hành chính - văn phòng có mức độ phơi nhiễm cao hơn.

4. Tình hình ứng dụng AI trong sản xuất kinh doanh tại Việt Nam

Tại Việt Nam, AI đang được thúc đẩy bởi 3 động lực chính: chiến lược chuyển đổi số quốc gia, nhu cầu

nâng cao năng suất của doanh nghiệp và sự tham gia ngày càng mạnh của các tập đoàn công nghệ trong nước và quốc tế. Chiến lược quốc gia về AI đến năm 2030 xác định AI là một lĩnh vực công nghệ quan trọng của Việt Nam trong Cách mạng công nghiệp lần thứ tư, đồng thời đặt mục tiêu phát triển thương hiệu AI, trung tâm dữ liệu lớn và năng lực tính toán hiệu năng cao.

Về mức độ ứng dụng trong doanh nghiệp, báo cáo Cisco AI Readiness Index (2024) tại Việt Nam cho thấy 100% tổ chức được khảo sát đã có chiến lược AI rõ ràng hoặc đang trong quá trình xây dựng chiến lược AI. Trong đó, 65% doanh nghiệp xem nâng cao hiệu quả hệ thống, quy trình và vận hành là một trong 3 lý do quan trọng nhất để ứng dụng AI. Cũng theo báo cáo này, xử lý ngôn ngữ tự nhiên, bao gồm chatbot, là nhóm công nghệ có tỷ lệ triển khai cao tại Việt Nam với 49%; AI tạo sinh là nhóm có tỷ lệ đang triển khai cao với 38%.

Một số dữ liệu gần đây cho thấy tốc độ ứng dụng AI trong doanh nghiệp Việt Nam có xu hướng tăng. Vietnam News (2025) cho biết gần 170.000 doanh nghiệp, tương đương khoảng 18% doanh nghiệp Việt Nam, đã ứng dụng AI, tăng so với mức 13% của năm trước; riêng năm 2024 có khoảng 47.000 doanh nghiệp áp dụng các giải pháp AI.

Về hạ tầng và đầu tư, Việt Nam đang thu hút sự quan tâm của nhiều tập đoàn công nghệ lớn. Nvidia và Chính phủ Việt Nam đã ký thỏa thuận thành lập trung tâm nghiên cứu - phát triển AI và trung tâm dữ liệu AI tại Việt Nam; FPT cũng công bố kế hoạch xây dựng nhà máy AI trị giá 200 triệu USD sử dụng chip và phần mềm của Nvidia. Trước đó, FPT và các công ty thành viên đã khởi công dự án AI trị giá khoảng 174 triệu USD tại Bình Định, bao gồm trung tâm AI, khu giáo dục và khu đô thị hỗ trợ, tập trung vào nghiên cứu, sản xuất phần mềm, hỗ trợ chuyển đổi số và an ninh mạng. Qualcomm cũng thành lập trung tâm nghiên cứu - phát triển AI tại Việt Nam, gắn với định hướng phát triển AI, bán dẫn và chuyển đổi số của Việt Nam.

Tuy nhiên, mức độ sẵn sàng của doanh nghiệp Việt Nam vẫn chưa đồng đều. Cisco cho biết chỉ 42% tổ chức tại Việt Nam tự đánh giá có mức sẵn sàng cao về dữ liệu để triển khai và khai thác AI; chỉ 41% tổ chức cho rằng ,năng lực nhân sự của họ ở trạng thái sẵn sàng cao để tận dụng AI. Điều này cho thấy, rào cản lớn nhất của doanh nghiệp Việt Nam không chỉ nằm ở công nghệ, mà còn ở dữ liệu, nhân lực, quản trị và khả năng tích hợp AI vào quy trình vận hành thực tế.

5. Ảnh hưởng của AI đến hoạt động sản xuất - kinh doanh

AI tạo ra tác động đa chiều đến hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp hiện nay.

Một là, AI giúp nâng cao năng suất và hiệu quả vận hành. Doanh nghiệp có thể sử dụng AI để tự động hóa các nhiệm vụ lặp lại như nhập liệu, phân loại chứng từ, trả lời khách hàng, lập báo cáo, kiểm tra lỗi sản phẩm và dự báo nhu cầu. Điều này giúp giảm thời gian xử lý, hạn chế sai sót và cho phép người lao động tập trung vào các nhiệm vụ có giá trị cao hơn.

Hai là, AI hỗ trợ ra quyết định dựa trên dữ liệu. Thay vì dựa chủ yếu vào kinh nghiệm, doanh nghiệp có thể sử dụng AI để phân tích dữ liệu bán hàng, hành vi khách hàng, dữ liệu sản xuất, dữ liệu tài chính và xu hướng thị trường. Từ đó, nhà quản trị có thể đưa ra quyết định nhanh hơn trong các hoạt động như lập kế hoạch sản xuất, lựa chọn nhà cung cấp, quản lý tồn kho và xây dựng chiến lược giá.

Ba là, AI góp phần cải thiện trải nghiệm khách hàng. Các chatbot, trợ lý ảo và hệ thống khuyến nghị giúp doanh nghiệp tương tác với khách hàng liên tục, cá nhân hóa nội dung tư vấn và nâng cao chất lượng dịch vụ sau bán hàng. Đối với các doanh nghiệp thương mại điện tử, ngân hàng, bảo hiểm, du lịch và giáo dục, AI có thể tạo ra lợi thế cạnh tranh thông qua khả năng phục vụ khách hàng nhanh và chính xác hơn.

Bốn là, AI thúc đẩy đổi mới sản phẩm và mô hình kinh doanh. AI giúp doanh nghiệp rút ngắn thời gian nghiên cứu thị trường, thiết kế sản phẩm, thử nghiệm ý tưởng và phân tích phản hồi của khách hàng. Một số doanh nghiệp có thể phát triển mô hình kinh doanh mới dựa trên dữ liệu, nền tảng số, dịch vụ cá nhân hóa hoặc tự động hóa thông minh.

Năm là, AI làm thay đổi yêu cầu về lao động và kỹ năng. Nhu cầu đối với các kỹ năng như phân tích dữ

liệu, quản trị hệ thống AI, an toàn thông tin, tư duy phản biện, sáng tạo, quản lý quy trình và phối hợp người - máy ngày càng tăng. Ngược lại, những công việc mang tính lặp lại, ít sáng tạo và dễ chuẩn hóa có nguy cơ bị tự động hóa một phần.

6. Những thách thức khi ứng dụng AI trong sản xuất kinh doanh

Mặc dù AI mang lại nhiều cơ hội, quá trình ứng dụng AI trong doanh nghiệp vẫn gặp nhiều thách thức.

Thứ nhất là thách thức về dữ liệu. AI chỉ phát huy hiệu quả khi doanh nghiệp có dữ liệu đầy đủ, chính xác, có cấu trúc và được quản trị tốt. Nhiều doanh nghiệp Việt Nam, đặc biệt là doanh nghiệp nhỏ và vừa, vẫn lưu trữ dữ liệu phân tán, thiếu chuẩn hóa, thiếu hệ thống quản trị dữ liệu và chưa có văn hóa ra quyết định dựa trên dữ liệu.

Thứ hai là thách thức về nhân lực. Doanh nghiệp cần đội ngũ có khả năng hiểu bài toán kinh doanh, vận hành công nghệ, đánh giá kết quả AI và kiểm soát rủi ro. Tuy nhiên, nguồn nhân lực có kỹ năng AI, dữ liệu và quản trị chuyển đổi số vẫn còn thiếu. Đây là một trong những nguyên nhân khiến nhiều doanh nghiệp dừng lại ở mức thử nghiệm mà chưa thể triển khai AI ở quy mô lớn.

Thứ ba là chi phí đầu tư và khả năng tích hợp. Ứng dụng AI không chỉ là mua một phần mềm mới, mà còn đòi hỏi thay đổi quy trình, đào tạo nhân sự, tích hợp hệ thống, đầu tư hạ tầng dữ liệu và bảo mật. Với doanh nghiệp nhỏ và vừa, chi phí này có thể trở thành rào cản lớn.

Thứ tư là rủi ro về bảo mật, quyền riêng tư và độ tin cậy. AI có thể tạo ra kết quả sai lệch nếu dữ liệu đầu vào không đầy đủ hoặc mô hình không được kiểm soát tốt. Ngoài ra, việc sử dụng dữ liệu khách hàng, dữ liệu nhân sự và dữ liệu kinh doanh nhạy cảm đặt ra yêu cầu cao về bảo mật và tuân thủ pháp luật.

Thứ năm là thách thức về pháp lý và đạo đức. Việc sử dụng AI trong tuyển dụng, chấm điểm tín dụng, định giá, giám sát lao động hoặc chăm sóc khách hàng có thể phát sinh các vấn đề về minh bạch, trách nhiệm giải trình, thiên lệch thuật toán và quyền lợi của người tiêu dùng. Vì vậy, doanh nghiệp cần xây dựng nguyên tắc quản trị AI có trách nhiệm.

7. Các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong sản xuất kinh doanh hiện nay

Tại Liên minh châu Âu, chính sách AI được xây dựng theo hướng kết hợp giữa quản trị rủi ro và thúc đẩy đổi mới. EU AI Act là khung pháp lý toàn diện đầu tiên trên thế giới về trí tuệ nhân tạo, áp dụng cách tiếp cận dựa trên mức độ rủi ro của hệ thống AI. Bên cạnh quy định pháp lý, EU cũng triển khai các công cụ hỗ trợ doanh nghiệp như AI Innovation Package, AI Factories, AI Office và AI Pact nhằm giúp doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp khởi nghiệp, doanh nghiệp nhỏ và vừa tiếp cận hạ tầng siêu máy tính, dữ liệu, chuyên gia và hướng dẫn tuân thủ. AI Factories của EU được thiết kế như các hệ sinh thái đổi mới, kết nối năng lực tính toán, dữ liệu, nhân tài, trường đại học, doanh nghiệp nhỏ và vừa, ngành công nghiệp và các chủ thể tài chính; tính đến thông tin cập nhật của Ủy ban châu Âu, EU có 19 AI Factories và 13 Antennas đang hoạt động, ưu tiên hỗ trợ các startup và SMEs tiếp cận năng lực tính toán AI. (Nguồn: https://digital-strategy.ec.europa.eu/en)

Tại Hoa Kỳ, chính sách AI hiện nay nhấn mạnh đến đổi mới, hạ tầng và năng lực cạnh tranh. "America's AI Action Plan" được công bố năm 2025 xác định hơn 90 hành động chính sách liên bang, tập trung vào 3 trụ cột: thúc đẩy đổi mới, xây dựng hạ tầng AI của Hoa Kỳ và dẫn dắt trong ngoại giao - an ninh quốc tế. Các chính sách nổi bật bao gồm thúc đẩy xây dựng trung tâm dữ liệu, hiện đại hóa quy trình cấp phép cho hạ tầng AI và giảm các rào cản liên bang được cho là cản trở phát triển, triển khai AI. Đối với doanh nghiệp nhỏ, Cơ quan Quản lý Doanh nghiệp nhỏ Hoa Kỳ cũng có hướng dẫn riêng về việc sử dụng AI trong kinh doanh, nhấn mạnh lợi ích của AI trong tiết kiệm chi phí, nâng cao hiệu quả, hỗ trợ ra quyết định, tự động hóa tác vụ lặp lại và cải thiện dịch vụ khách hàng. (U.S. Small Business Administration).

Tại Việt Nam, chính sách hỗ trợ ứng dụng AI đã có cơ sở từ Chiến lược quốc gia về nghiên cứu, phát triển và ứng dụng trí tuệ nhân tạo đến năm 2030, ban hành theo Quyết định số 127/QĐ-TTg ngày 26/01/2021. Chiến lược này xác định AI là một lĩnh vực công nghệ quan trọng trong Cách mạng công

nghiệp lần thứ tư và đặt mục tiêu phát triển nghiên cứu, ứng dụng AI trong nhiều ngành, lĩnh vực. Đến năm 2025, Quốc hội đã ban hành Luật Trí tuệ nhân tạo số 134/2025/QH15, có hiệu lực từ ngày 01/03/2026, tạo khung pháp lý chuyên ngành đầu tiên cho hoạt động nghiên cứu, phát triển, cung cấp, triển khai và sử dụng hệ thống AI tại Việt Nam.

Điểm đáng chú ý là Luật Trí tuệ nhân tạo 2025 đã đưa ra nhiều chính sách hỗ trợ doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo và doanh nghiệp nhỏ và vừa. Các nhóm doanh nghiệp này được hỗ trợ chi phí đánh giá sự phù hợp, được cung cấp miễn phí hồ sơ mẫu, công cụ tự đánh giá, đào tạo và tư vấn; đồng thời được ưu tiên hỗ trợ từ Quỹ Phát triển trí tuệ nhân tạo quốc gia. Ngoài ra, doanh nghiệp có dự án đổi mới sáng tạo khả thi có thể được hỗ trợ thông qua phiếu hỗ trợ để sử dụng hạ tầng tính toán, dữ liệu dùng chung, mô hình ngôn ngữ lớn tiếng Việt và tiếng dân tộc thiểu số, nền tảng huấn luyện, kiểm thử và dịch vụ tư vấn kỹ thuật phục vụ nghiên cứu, phát triển và triển khai ứng dụng AI.

Nghị định số 142/2026/NĐ-CP ngày 30/04/2026 quy định chi tiết một số điều và biện pháp thi hành Luật Trí tuệ nhân tạo, có hiệu lực từ ngày 01/05/2026. Nghị định này quy định các nội dung liên quan đến phát triển hệ sinh thái và thị trường AI, cơ chế thử nghiệm có kiểm soát, cụm liên kết AI, chính sách ưu đãi và cơ chế hỗ trợ doanh nghiệp trong lĩnh vực AI. Đặc biệt, Nghị định số 142/2026/NĐ-CP quy định cơ chế "Phiếu hỗ trợ phát triển trí tuệ nhân tạo", là chứng từ điện tử ghi nhận hạn mức kinh phí hỗ trợ từ Quỹ Phát triển trí tuệ nhân tạo quốc gia và các nguồn hợp pháp khác để thanh toán chi phí sử dụng hạ tầng tính toán, dữ liệu dùng chung, mô hình ngôn ngữ lớn tiếng Việt, nền tảng huấn luyện, kiểm thử và tư vấn kỹ thuật. Đối tượng được xem xét cấp phiếu bao gồm doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo, doanh nghiệp nhỏ và vừa, tổ chức khoa học - công nghệ, nhóm nghiên cứu có dự án đổi mới sáng tạo khả thi và tổ chức, cá nhân tham gia cơ chế thử nghiệm có kiểm soát.

Ngoài ra, Việt Nam cũng đang định vị AI là công nghệ chiến lược. Quyết định số 21/2026/QĐ-TTg ban hành Danh mục công nghệ chiến lược và sản phẩm công nghệ chiến lược, trong đó nhóm công nghệ số bao gồm AI, dữ liệu lớn, bản sao số, điện toán đám mây, điện toán biên, internet vạn vật và chuỗi khối. Danh mục sản phẩm công nghệ chiến lược cũng nêu các sản phẩm liên quan trực tiếp đến AI như mô hình ngôn ngữ lớn tiếng Việt, trợ lý ảo, AI chuyên ngành, AI camera xử lý tại biên, nền tảng bản sao số, robot công nghiệp và nền tảng, giải pháp phục vụ sản xuất thông minh.

Như vậy, có thể khẳng định Việt Nam đã có chính sách hỗ trợ doanh nghiệp ứng dụng AI trong sản xuất - kinh doanh, nhưng các chính sách này đang ở giai đoạn đầu triển khai. So với EU, Hoa Kỳ, Anh, Trung Quốc, Singapore hay Hàn Quốc, Việt Nam đã hình thành khung pháp lý và công cụ hỗ trợ tương đối cụ thể như sandbox, cụm liên kết AI, Quỹ Phát triển trí tuệ nhân tạo quốc gia và phiếu hỗ trợ AI. Tuy nhiên, hiệu quả thực tế sẽ phụ thuộc vào khả năng triển khai ở cấp bộ, ngành và địa phương; mức độ sẵn sàng của hạ tầng dữ liệu; năng lực tiếp cận của doanh nghiệp nhỏ và vừa; cũng như sự phối hợp giữa Nhà nước, doanh nghiệp, viện nghiên cứu, trường đại học và các nhà cung cấp công nghệ.

8. Một số giải pháp thúc đẩy ứng dụng AI hiệu quả tại Việt Nam

Để AI thực sự trở thành động lực nâng cao năng lực sản xuất - kinh doanh, cần thực hiện một số giải pháp sau:

Doanh nghiệp cần xác định rõ mục tiêu ứng dụng AI. Thay vì chạy theo xu hướng, doanh nghiệp nên bắt đầu từ các bài toán cụ thể như giảm chi phí chăm sóc khách hàng, tối ưu tồn kho, dự báo doanh số, kiểm soát chất lượng hoặc tự động hóa báo cáo.

Cần xây dựng nền tảng dữ liệu vững chắc. Doanh nghiệp phải chuẩn hóa quy trình thu thập, lưu trữ, làm sạch, bảo mật và khai thác dữ liệu. Đây là điều kiện tiên quyết để AI tạo ra kết quả đáng tin cậy.

Cần đào tạo và tái đào tạo nhân lực. Người lao động không nhất thiết phải trở thành chuyên gia AI, nhưng cần hiểu cách sử dụng công cụ AI, kiểm tra kết quả, bảo vệ dữ liệu và phối hợp hiệu quả với hệ thống thông minh. Đối với nhà quản lý, kỹ năng quan trọng là nhận diện bài toán phù hợp, đánh giá hiệu quả đầu tư và quản trị rủi ro AI.

Nhà nước cần tiếp tục hoàn thiện khung pháp lý

về AI. Các quy định cần hướng đến bảo vệ dữ liệu cá nhân, bảo đảm an toàn hệ thống, thúc đẩy đổi mới sáng tạo và tạo môi trường thử nghiệm có kiểm soát cho doanh nghiệp.

Cần tăng cường liên kết giữa Nhà nước, doanh nghiệp, trường đại học và viện nghiên cứu. Sự liên kết này giúp doanh nghiệp tiếp cận nhân lực, công nghệ, dữ liệu, chuyên gia và các mô hình ứng dụng phù hợp với từng ngành nghề.

9. Kết luận

Trí tuệ nhân tạo đang tạo ra những thay đổi sâu sắc đối với tình hình sản xuất - kinh doanh trên thế giới và tại Việt Nam. AI giúp doanh nghiệp nâng cao năng suất, giảm chi phí, cải thiện chất lượng dịch vụ, đổi mới sản phẩm và nâng cao năng lực cạnh tranh. Tuy nhiên, tác động của AI không tự động chuyển hóa thành lợi ích nếu doanh nghiệp thiếu dữ liệu, thiếu nhân lực, thiếu chiến lược triển khai và thiếu cơ chế quản trị rủi ro.

Đối với Việt Nam, AI là cơ hội quan trọng để nâng cao năng suất lao động và thúc đẩy chuyển đổi số trong doanh nghiệp. Tuy nhiên, để tận dụng hiệu quả cơ hội này, cần có sự phối hợp giữa chính sách nhà nước, đầu tư của doanh nghiệp, đào tạo nhân lực và phát triển hạ tầng dữ liệu. Trong thời gian tới, các doanh nghiệp Việt Nam cần tiếp cận AI theo hướng thực chất, bắt đầu từ các bài toán sản xuất - kinh doanh cụ thể, từng bước mở rộng quy mô ứng dụng và bảo đảm nguyên tắc an toàn, minh bạch, có trách nhiệm ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Bông Mai (2026). AI lấn sâu, "chạm" từng hộp sữa, viên thuốc. Truy cập tại https://tuoitre.vn/ai-lan-sau-cham-tung-hop-sua-vien-thuoc-20260510224954904.htm.

Chính phủ Nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2021). Quyết định số 127/QĐ-TTg ngày 26 tháng 1 năm 2021 về Chiến lược quốc gia về nghiên cứu, phát triển và ứng dụng trí tuệ nhân tạo đến năm 2030.

Chính phủ Nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2026). Nghị định số 142/2026/NĐ-CP ngày 30 tháng 4 năm 2026 quy định chi tiết một số điều và biện pháp thi hành Luật Trí tuệ nhân tạo.

Chính phủ Nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2026). Quyết định số 21/2026/QĐ-TTg ngày 30 tháng 4 năm 2026 ban hành Danh mục công nghệ chiến lược và Danh mục sản phẩm công nghệ chiến lược.

Minh Nguyễn (2025). Vinamilk tiết kiệm 3 triệu USD mỗi năm nhờ hệ thống điều phối đơn hàng tự phát triển. Truy cập tại https://baochinhphu.vn/vinamilk-tiet-kiem-3-trieu-usd-moi-nam-nho-he-thong-dieu-phoi-don-hang-tu-phat-trien-102250929135848759.htm.

Quốc hội Nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2025). Luật Trí tuệ nhân tạo số 134/2025/QH15 ngày 10 tháng 12 năm 2025

Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam (2023). Tác động của AI đến cách làm việc tại Việt Nam. Truy cập tại https://vjst.vn/tac-dong-cua-ai-den-cach-lam-viec-tai-viet-nam-57322.html

Thảo Hoàng (2024). FPT ký kết hợp tác toàn diện với NVIDIA phát triển hệ sinh thái giải pháp AI. Truy cập tại https://nhandan.vn/fpt-ky-ket-hop-tac-toan-dien-voi-nvidia-phat-trien-he-sinh-thai-giai-phap-ai-post806166.html.

Stanford HAI. (2025). The 2025 AI Index Report. Available at https://hai.stanford.edu/ai-index/2025-ai-index-report

McKinsey & Company. (2025). The State of AI in 2025: Agents, Innovation, and Transformation. Available at https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai#/

Cisco. (2024). Cisco AI Readiness Index - Vietnam.

UNCTAD (2025). Technology and Innovation Report 2025: Inclusive Artificial Intelligence for Development. Available at https://unctad.org/publication/technology-and-innovation-report-2025.

Brian (2025). The State of AI in 2025: Agents, Innovation, and Transformation. Available at https://www.brianheger.com/the-state-of-ai-in-2025-agents-innovation-and-transformation-quantumblack-ai-by-mckinsey/.

International Monetary Fund (2024). AI Will Transform the Global Economy. Let's Make Sure It Benefits Humanity. Available at https://www.imf.org/en/blogs/articles/2024/01/14/ai-will-transform-the-global-economy-lets-make-sure-it-benefits-humanity

International Labour Organization. (2023). Generative AI and Jobs: A Global Analysis of Potential Effects on Job Quantity and Quality. Available at https://www.ilo.org/publications/generative-ai-and-jobs-global-analysis-potential-effects-job-quantity-and.

Viet Nam News (2025). Viet Nam sees rapid AI growth. Available at https://vietnamnews.vn/economy/1725596/viet-nam-sees-rapid-ai-growth.html.

U.S. Small Business Administration. AI for small business. Available at https://www.sba.gov/business-guide/manage-your-business/ai-small-business.

Ngày nhận bài: 11/5/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 25/5/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 5/6/2026

ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN MANUFACTURING AND BUSINESS: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES FOR VIETNAMESE ENTERPRISES

● **NGUYEN QUOC VUONG**
Kien Giang University
Email: nqvuong@vnkgu.edu.vn

ABSTRACT:

This study examines the impact of artificial intelligence (AI) on contemporary business and production activities globally and in Vietnam. Worldwide, AI is increasingly being adopted across diverse sectors, including industrial manufacturing, commerce, finance, logistics, and services. In Vietnam, AI adoption is being accelerated by the national digital transformation strategy, the growing need to enhance productivity, and the active participation of technology, manufacturing, and retail enterprises. However, the implementation of AI continues to face various challenges and limitations. Based on a synthesis of relevant literature and information, this study proposes several solutions to promote the effective, safe, and context-appropriate application of AI in the business and production activities of Vietnamese enterprises.

Keywords: artificial intelligence, production and business activities, digital transformation, enterprises, labor productivity.

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TẠI CÁC CỬA HÀNG XĂNG DẦU CỦA CÔNG TY TNHH MTV PETROLIMEX HUẾ

● VÕ PHAN NHẬT PHƯƠNG1 - LÊ NGUYỄN NGÂN HÀ1
[1]Khoa Marketing và Thương mại, Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế

TÓM TẮT:

Bài viết nhằm xác định các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ tại các cửa hàng xăng dầu của Công ty TNHH MTV Petrolimex Huế. Bài viết dựa trên khảo sát 139 khách hàng được lựa chọn theo phương pháp chọn mẫu thuận tiện. Phương pháp phân tích độ tin cậy Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA và phân tích hồi quy được áp dụng để xử lý số liệu. Kết quả cho thấy, có 5 yếu tố tác động đến sự hài lòng của khách hàng bao gồm: (1) sự tin cậy, (2) phương tiện hữu hình, (3) sự đồng cảm, (4) năng lực phục vụ, (5) sự đáp ứng.

Từ khóa: chất lượng dịch vụ, cửa hàng xăng dầu, công ty Petrolimex Huế.

1. Đặt vấn đề

Xăng dầu là mặt hàng thiết yếu trong đời sống hằng ngày của người dân Việt Nam và có vai trò quan trọng đối với phát triển kinh tế - xã hội cũng như an ninh quốc gia. Tập đoàn Xăng dầu Việt Nam (Petrolimex) từ lâu được xem là doanh nghiệp giữ vị trí dẫn đầu cả nước trong lĩnh vực kinh doanh xăng dầu. Trong những năm gần đây, Petrolimex đang phải đối mặt với áp lực cạnh tranh ngày càng lớn từ các doanh nghiệp cùng ngành như: Tổng công ty Dầu Việt Nam (PVOIL), Công ty TNHH Xăng Dầu Tây Nam S.W.P... Trong khi đó, người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến cách thức phục vụ và tính minh bạch tại các điểm bán.

Thành phố Huế hiện là trung tâm kinh tế, văn hóa và du lịch khu vực miền Trung, do đó nhu cầu sử dụng phương tiện giao thông cá nhân và dịch vụ ngày càng gia tăng. Ngoài ra, thị trường bán lẻ xăng dầu trên địa bàn hiện cũng đang có sự cạnh tranh mạnh mẽ giữa Petrolimex và các doanh nghiệp kinh doanh xăng dầu khác.

Nếu như trước đây, nhiều nghiên cứu liên quan đến chất lượng dịch vụ chủ yếu tập trung vào lĩnh vực bán lẻ như siêu thị, ngân hàng…, trong khi các nghiên cứu chuyên sâu về sự hài lòng của khách hàng tại các hệ thống cửa hàng xăng dầu vẫn còn khá hạn chế, đặc biệt là trên địa bàn thành phố Huế. Do đó, nghiên cứu này góp phần tìm ra các yếu tố về chất lượng dịch vụ tại các cửa hàng xăng dầu ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng, cung cấp cơ sở thực tiễn giúp Petrolimex giữ vững vị thế chủ đạo trên thị trường thành phố Huế và đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu của khách hàng.

2. Tổng quan về cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1. Tổng quan về cơ sở lý thuyết

Theo Parasuraman et al. (1988), chất lượng dịch vụ là khoảng cách giữa sự mong đợi về dịch vụ và nhận thức của khách hàng khi sử dụng dịch vụ. Mô hình nghiên cứu về chất lượng dịch vụ được sử dụng phổ biến là mô hình Servqual, đây là mô hình 5 khoảng cách giữa kỳ vọng và cảm nhận thực tế của khách hàng về chất lượng dịch vụ của Parasuraman et al. (1988). Mô hình này bao gồm 5 thành phần:

(1). Sự tin cậy (reliability): thể hiện khả năng thực hiện dịch vụ phù hợp và đúng hạn ngay lần đầu.

(2). Sự đáp ứng (responsiveness): thể hiện sự sẵn lòng của nhân viên nhằm cung cấp dịch vụ kịp thời cho khách hàng.

(3). Năng lực phục vụ (assurance): thể hiện trình độ chuyên môn và cung cách phục vụ lịch sự, niềm nở với khách hàng.

(4). Phương tiện hữu hình (tangibles): cơ sở vật chất, cảnh quan, trang thiết bị,… để thực hiện dịch vụ.

(5). Sự đồng cảm (empathy): thể hiện sự quan tâm chăm sóc đến từng cá nhân khách hàng.

Mô hình Servperf là một sửa đổi của mô hình Servqual. Bộ thang đo của mô hình Servperf cũng sử dụng các phát biểu tương tự như phần hỏi về cảm nhận của khách hàng trong mô hình Servqual nhưng bỏ qua phần câu hỏi về kỳ vọng. Thang đo Servperf được đánh giá là ngắn gọn và dễ hiểu hơn cho người được khảo sát.

2.2. Mô hình nghiên cứu

Mô hình nghiên cứu đề xuất (Hình 1) dựa vào mô hình Servperf do mô hình này được đánh giá là phù hợp hơn so với Servqual ở 2 khía cạnh chính. *Thứ nhất,* nhờ lược bỏ phần khảo sát sự kỳ vọng, bảng câu hỏi của Servperf được rút gọn đáng kể, giúp giảm bớt sự mệt mỏi và duy trì sự tập trung của đối tượng khảo sát trong quá trình phỏng vấn. *Thứ hai,* việc sử dụng Servqual thường đối mặt với rủi ro về độ tin cậy của dữ liệu do khái niệm kỳ vọng khá trừu tượng đối với người tham gia khảo sát. Như vậy, mô hình nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ tại các cửa hàng xăng dầu gồm có 5 yếu tố:

- Sự tin cậy: Theo Parasuraman et al. (1988) và Cronin & Taylor (1992), sự tin cậy là một trong những thành phần quan trọng của chất lượng dịch vụ và có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của khách hàng khi trải nghiệm dịch vụ ấy. Nghiên cứu của Huy Phong & Ngoc Thuy (2027) và Anh Duy & Thanh Huyen (2022) cũng cho thấy, khách hàng có xu hướng hài lòng hơn khi doanh nghiệp thực hiện đúng cam kết và cung cấp dịch vụ chính xác, đáng tin cậy. Do đó, có giả thuyết:

Giả thuyết H1: Sự tin cậy (STC) có tác động cùng chiều đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ (SHL).

- Sự đáp ứng: thể hiện nhân viên tại cửa hàng sẵn lòng phục vụ khách hàng, sự nhanh nhẹn của nhân viên bán hàng, sự gọn gàng và kịp thời khi thực hiện thủ tục thanh toán, mức độ kịp thời khi xử lý các khiếu nại phát sinh của khách hàng. Theo Huy Phong & Ngoc Thuy (2007), sự đáp ứng có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của khách hàng. Khi doanh nghiệp cung cấp dịch vụ nhanh chóng, kịp thời và sẵn sàng hỗ trợ khách hàng, mức độ hài lòng có xu hướng gia tăng. Do đó, bài viết đề xuất:

Giả thuyết H2: Sự đáp ứng (SDU) có tác động cùng chiều đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ (SHL).

- Năng lực phục vụ: là việc nhân viên bán hàng có những kỹ năng và kiến thức cần thiết để thực hiện dịch vụ. Theo Parasuraman et al. (1988), năng lực phục vụ phản ánh trình độ chuyên môn, sự lịch sự và khả năng tạo niềm tin với khách hàng trong quá trình khách hàng trải nghiệm/sử dụng dịch vụ. Nhiều nghiên cứu cũng chỉ ra năng lực phục vụ càng cao thì khách hàng càng tin tưởng và hài lòng với chất lượng dịch vụ nhận được (Huy Phong & Ngoc Thuy, 2007; Anh Duy & Thanh Huyen, 2022). Do đó, có giả thuyết:

Giả thuyết H3: Năng lực phục vụ (NLPV) có tác động cùng chiều đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ (SHL).

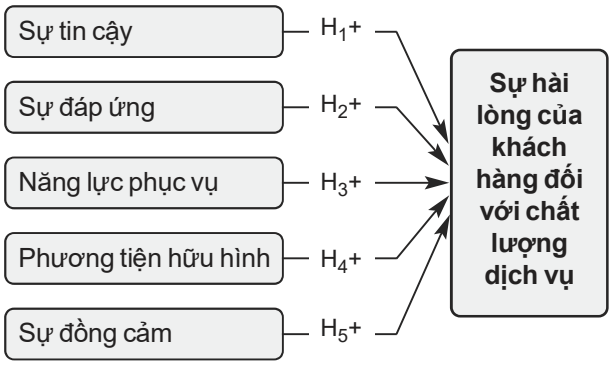
- Phương tiện hữu hình: là hình ảnh bên ngoài của cửa hàng, bao gồm: cơ sở vật chất, thiết bị, máy móc bán hàng, hình thức cung cấp thông tin đến khách hàng, mạng lưới giao dịch của công ty và cả nhân sự tại cửa hàng. Nghiên cứu của Parasuraman et al. (1988) cho rằng, phương tiện hữu hình là yếu tố giúp khách hàng hình thành những đánh giá ban đầu về chất lượng dịch vụ của doanh nghiệp. Điều này cũng tương đồng với nghiên cứu của Huy Phong & Ngoc Thuy (2007) và Anh Duy & Thanh Huyen (2022). Do đó, có giả thuyết:

Giả thuyết H4: Phương tiện hữu hình (PTHH) có tác động cùng chiều đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ (SHL).

- Sự đồng cảm: là việc nhân viên bán hàng thể hiện sự quan tâm, chăm sóc, tôn trọng khách hàng khi lắng nghe những mong muốn, nhu cầu của khách hàng. Sự đồng cảm phản ánh mức độ quan tâm cá nhân mà doanh nghiệp dành cho khách hàng (Parasuraman et al., 1988). Khi khách hàng cảm thấy được thấu hiểu, quan tâm và hỗ trợ từ nhân viên, họ sẽ có xu hướng đánh giá cao chất lượng dịch vụ và cảm thấy hài lòng hơn. Kết quả này tương đồng với nghiên cứu của Anh Duy & Thanh Huyen (2022). Do đó, có giả thuyết:

Giả thuyết H5: Sự đồng cảm (SDC) có tác động cùng chiều đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ (SHL).

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: Tác giả đề xuất

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện thông qua 2 giai đoạn

- *Giai đoạn 1:* dựa vào cơ sở lý thuyết để đưa ra mô hình và thang đo sơ bộ. Sau đó, tiến hành khảo sát với 20 khách hàng tại các cửa hàng xăng dầu của Công ty TNHH MTV Petrolimex Huế để đánh giá sự dễ hiểu của các phát biểu trong bảng hỏi sơ bộ và điều chỉnh trước khi chính thức khảo sát.

- *Giai đoạn 2:* nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích nhân tố khám phá (EFA) và hồi quy đa biến. Theo Hair et al. (2004), kích thước mẫu tối thiểu nên đạt từ 5 lần số biến quan sát. Nghiên cứu sử dụng 21 biến quan sát nên cần 21*5=105 quan sát. Thực tế, nghiên cứu thu thập được 139 phiếu khảo sát hợp lệ của khách hàng đang mua hàng tại hệ thống cửa hàng xăng dầu của Công ty TNHH MTV Petrolimex trên địa bàn thành phố Huế, do đó đảm bảo điều kiện thực hiện các phân tích thống kê trong nghiên cứu. Dữ liệu được thu thập từ tháng 12/2025 - 03/2026, theo phương pháp chọn mẫu thuận tiện.

Dữ liệu thu thập được xử lý bằng phần mềm SPSS 20.0 với các phương pháp phân tích sau: thống kê mô tả, phân tích độ tin cậy của thang đo Cronbach's Alpha và phân tích hồi quy tương quan.

4. Kết quả và thảo luận

4.1. Đặc điểm của nhóm khách hàng điều tra

Trong 139 phiếu khảo sát, khách hàng nam có 60 người, chiếm 43,17%, trong khi khách hàng nữ có 79 người, chiếm 56,83% trong tổng số mẫu khảo sát. Về độ tuổi, cơ cấu mẫu theo độ tuổi cho thấy sự phân bố khá đa dạng giữa các nhóm khách hàng. Cụ thể, nhóm từ 18-25 tuổi chiếm tỷ lệ cao nhất với 33,09% (46 người), tiếp theo là nhóm từ 26-35 tuổi chiếm 29,50% (41 người). Bên cạnh đó, nhóm từ 36-45 tuổi chiếm 17,99% (25 người), trong khi nhóm từ 46-55 tuổi chiếm 10,79% (15 người) và nhóm trên 55 tuổi chiếm tỷ lệ thấp nhất với 8,63% (12 người).

Về cơ cấu mẫu theo thu nhập hàng tháng, nhóm có thu nhập từ 5 đến dưới 10 triệu đồng chiếm tỷ lệ cao nhất với 38,85% (54 người). Tiếp theo là nhóm từ 10 đến dưới 20 triệu đồng chiếm 30,22% (42 người). Ngoài ra, nhóm có thu nhập từ 20 triệu đồng trở lên chiếm 20,14% (28 người), trong khi nhóm dưới 5 triệu đồng chiếm tỷ lệ thấp nhất với 10,79% (15 người). Kết quả này cho thấy, phần lớn khách hàng sử dụng dịch vụ tại các cửa hàng xăng dầu tập trung ở nhóm có thu nhập trung bình, là những người thường xuyên sử dụng phương tiện cá nhân phục vụ nhu cầu đi lại và công việc hằng ngày.

4.2. Đánh giá độ tin cậy của thang đo

Kiểm định hệ số Cronbach's Alpha cho kết quả các thang đo thành phần gồm: sự tin cậy, năng lực phục vụ, phương tiện hữu hình, sự đáp ứng, sự đồng cảm có hệ số Cronbach's Alpha lần lượt là 0,884; 0,715; 0,818; 0,809; 0,788. Ngoài ra, các biến quan sát thuộc các thang đo đều có hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0,3 nên không có biến nào bị loại bỏ khỏi thang đo.

Thang đo biến phụ thuộc là sự hài lòng về chất lượng dịch vụ của khách hàng có hệ số Cronbach's Alpha là 0,896. Hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát đều lớn hơn 0,3.

Như vậy thang đo sử dụng trong nghiên cứu là đủ độ tin cậy.

4.3 Phân tích nhân tố khám phá (Exploratory Factor Analysis - EFA)

4.3.1. Phân tích nhân tố khám phá EFA biến độc lập

Sau khi tiến hành phân tích nhân tố khám phá EFA, ta được kết quả như sau:

+ Hệ số KMO là 0,849 thỏa mãn điều kiện $0.5 \leq KMO \leq 1$.

+ Kiểm định Bartlett cho giá trị sig = 0,00 < 0,05 chứng tỏ các biến quan sát có tương quan với nhau trong nhân tố.

+ Tổng phương sai trích là 64,051% > 50% cho thấy mô hình EFA là phù hợp.

+ Các biến quan sát đều có hệ số tải lớn hơn 0,5.

Như vậy, phân tích nhân tố khám phá là phù hợp với dữ liệu nghiên cứu.

Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA tại Bảng 1 cho thấy, không có sự xáo trộn nào giữa các biến quan sát của các nhân tố với nhau. Điều này cho thấy, thang đo sử dụng để kiểm định là phù hợp.

Bảng 1. Kết quả phân tích EFA

Biến quan sát	Nhân tố				
	1	2	3	4	5
STC5	0,836				
STC1	0,814				
STC2	0,812				
STC4	0,784				
STC3	0,770				
PTHH3		0,796			
PTHH2		0,776			
PTHH4		0,762			
PTHH1		0,753			
SDU4			0,821		
SDU3			0,793		
SDU1			0,743		
SDU2			0,713		
SDC4				0,747	
SDC2				0,745	
SDC3				0,719	
SDC1				0,680	
NLPV1					0,761
NLPV4					0,742
NLPV2					0,660
NLPV3					0,649
	Total Variance Explained				
Eigenvalues	6,085	2,571	1,872	1,597	1,325
Phương sai rút trích (%)	28,977	12,244	8,915	7,605	6,310
	Tổng phương sai rút trích: 64,051				

Nguồn: Kết quả điều tra xử lý của tác giả năm 2026

4.3.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA biến phụ thuộc

Phân tích nhân tố khám phá biến phụ thuộc là sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ cho hệ số KMO là 0,751 > 0,5. Kiểm định Bartlett có giá trị sig = 0,00 < 0,05. Các biến quan sát có hệ số tải đều lớn hơn 0,5 và tạo thành 1 nhân tố duy nhất. Như vậy, phân tích nhân tố khám phá là phù hợp với dữ liệu, và biến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ là 1 thang đo đơn hướng.

Như vậy, nghiên cứu đã rút ra được 5 nhân tố có sự ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ, đó là: sự tin cậy, sự đáp ứng, năng lực phục vụ, phương tiện hữu hình, sự đồng cảm.

4.4. Kiểm định mối tương quan giữa biến độc lập và biến phụ thuộc

Phân tích tương quan Pearson giữa biến độc lập và các biến phụ thuộc cho kết quả các giá trị Sig.(2-tailed) đều bé hơn mức ý nghĩa α = 0,05, cho thấy tồn tại mối quan hệ tương quan có ý nghĩa thống kê giữa biến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ và các biến sự tin cậy, sự đáp ứng, năng lực phục vụ, phương tiện hữu hình, sự đồng cảm.

4.5. Phân tích hồi quy

Mô hình hồi quy được xây dựng gồm biến phụ thuộc là sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ và 5 biến độc lập: sự tin cậy, năng lực phục vụ, phương tiện hữu hình, sự đáp ứng, sự đồng cảm.

Kiểm định cho giá trị Sig. của các biến độc lập được đưa vào mô hình đều nhỏ hơn 0,05 chứng tỏ các biến độc lập này có ý nghĩa thống kê trong mô hình. Kết quả phân tích hồi quy như tại Bảng 2.

Phương trình hồi quy được xác định:

SHL = 0,364 STC + 0,170 NLPV + 0,309 PTHH + 0,162 SDU + 0,183 SDC

Dựa vào mô hình hồi quy, ta có thể thấy các yếu tố tác động trực tiếp, cùng chiều đến biến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ theo đúng như giả thuyết đặt ra lúc đầu. Mức độ quan trọng của các nhân tố lần lượt theo thứ tự giảm dần là sự tin cậy, phương tiện hữu hình, sự đồng cảm, năng lực phục vụ, sự đáp ứng.

Bảng 2. Kết quả phân tích hồi quy

Mô hình		Hệ số phi chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	t	Sig.	Đa cộng tuyến	
		B	Độ lệch chuẩn				Độ chấp nhận	VIF
1	Hằng số	-1,032	0,329		-3,134	0,002		
	STC	0,400	0,064	0,364	6,288	0,000	0,776	1,288
	NLPV	0,211	0,071	0,170	2,998	0,003	0,803	1,245
	PTHH	0,323	0,060	0,309	5,345	0,000	0,775	1,291
	SDU	0,186	0,064	0,162	2,895	0,004	0,825	1,212
	SDC	0,208	0,071	0,183	2,915	0,004	0,658	1,521

Nguồn: Kết quả điều tra xử lý của tác giả năm 2026

Bảng 3. Đánh giá độ phù hợp của mô hình

Mô hình	R	R^2	R^2 hiệu chỉnh	Sai số chuẩn của ước lượng	Durbin - Watson
1	0,809	0,655	0,642	0,67804	2,158

Nguồn: Kết quả điều tra xử lý của tác giả năm 2026

Đánh giá độ phù hợp của mô hình:

Dựa vào Bảng 3, mô hình có giá trị R^2 hiệu chỉnh là 64,2%; nghĩa là các biến độc lập trong mô hình giải thích được 64,2% độ biến thiên của biến phụ thuộc. Giá trị Durbin - Watson là 2,158 thuộc trong khoảng chấp nhận (1,5-2,5) nên mô hình không vi phạm giả định tự tương quan chuỗi bậc nhất. Ngoài ra, giá trị sig của kiểm định F là 0,00 < 0,05 cho thấy, mô hình hồi quy là phù hợp. Giá trị VIF của các biến độc lập < 2 nên nghiên cứu kết luận, mô hình hồi quy không vi phạm hiện tượng đa cộng tuyến.

4.6. Thảo luận kết quả

Kết quả nghiên cứu phía trên đã cho thấy, cả 5 nhân tố đều có tác động tích cực đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ tại hệ thống các cửa hàng xăng dầu Petrolimex Huế. Kết quả này tương đồng với các nghiên cứu trước đây của Parasuraman et al. (1988), Cronin & Taylor (1992), cũng như các nghiên cứu tại Việt Nam là Huy Phong & Ngoc Thuy (2007) và Anh Duy & Thanh Huyen (2022), khi khẳng định vai trò của chất lượng dịch vụ đối với sự hài lòng của khách hàng. Tuy nhiên, đối với ngành kinh doanh xăng dầu, sự tin cậy có vai trò đặc biệt quan trọng do khách hàng luôn quan tâm đến chất lượng nhiên liệu, độ chính xác trong đo lường và uy tín của thương hiệu bán. Ngoài ra, do đặc điểm thị trường tại TP. Huế, khách hàng chú trọng hơn đến thái độ phục vụ và trải nghiệm trong quá trình giao dịch. Kết quả nghiên cứu phù hợp với các nghiên cứu trước đây và phản ánh được những đặc thù của hoạt động kinh doanh xăng dầu trên địa bàn nghiên cứu.

5. Kết luận

Nghiên cứu đã xác định được các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ tại các cửa hàng xăng dầu của Công ty TNHH MTV Petrolimex Huế theo mức độ tác động từ mạnh nhất đến yếu nhất, đó là: sự tin cậy, phương tiện hữu hình, sự đồng cảm, năng lực phục vụ, sự đáp ứng.

Kết quả nghiên cứu trên cho thấy, để Công ty TNHH MTV Petrolimex Huế nâng cao được sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ cần tập trung vào 5 nhân tố ảnh hưởng trên, đặc biệt là nhân tố sự tin cậy. Khách hàng trên thị trường thành phố Huế rất quan tâm đến tính trung thực trong hoạt động bán hàng. Do đó, các cửa hàng phải kiểm soát chặt chẽ tính minh bạch, đảm bảo không xảy ra tình trạng gian lận hoặc sai lệch trong quá trình tính tiền. Doanh nghiệp cũng cần tập trung vào phát triển hình ảnh thương hiệu thông qua chuẩn hóa quy trình bán hàng. Quản lý các cửa hàng nên giám sát chặt chẽ để duy trì tác phong chuyên nghiệp của nhân viên, đảm bảo nhân viên luôn có thái độ phục vụ tốt với khách hàng. Bên cạnh đó, việc tăng cường hệ thống hỗ trợ và giải đáp thắc mắc của khách hàng cũng cần được chú trọng ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Đặng Văn Mỹ (2017). Đánh giá chất lượng dịch vụ - nền tảng lý thuyết. Tạp chí khoa học và công nghệ Đại học Đà Nẵng, 2(111), 43-50.

Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008). Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS tập 1 - 2. Nhà xuất bản Hồng Đức, Thành phố Hồ Chí Minh.

Phan Chí Anh, Nguyễn Thu Hà và Nguyễn Huệ Minh (2013). Nghiên cứu các mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ. Tạp chí Khoa học Đại học Quốc gia Hà Nội - Kinh tế và Kinh doanh, 29(1), 11-22.

Trần Minh Đạo (2009). Giáo trình Marketing căn bản. Nhà xuất bản Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.

Cronin Jr., J. J., & Taylor, S. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. The Journal of Marketing, 56, 55-68.
http://www.jstor.org/stable/1252296, https://doi.org/10.2307/1252296

Gronroos (1984). A Service Quality Model and its Marketing Implications. European Journal of Marketing, 18(4), 36-44.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). Multivariate Data Analysis (7th ed.). Pearson Education.

Hoang Anh Duy & Nguyen Thanh Huyen (2022). Service quality and customer satisfaction in the banking industry: an empirical study in Vietnam. Journal of the Academy of Business and Emerging Markets, 2(2), 15-26. https://www.abem.ca/x/JABEM-2022-V2N2-2.pdf

Nguyen Huy Phong & Pham Ngoc Thuy (2007). Servqual or servperf-a comparative study in Vietnamese supermarkets. (2007). VNUHCM Journal of Science and Technology Development, 10(8), 24-32. https://doi.org/10.32508/stdj.v10i8.2810

Parasuraman A., Zeithaml, V.A. and Berry L.l (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. Journal of Retailing, 64(1), 12.

Ngày nhận bài: 18/3/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 30/3/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 15/4/2026

FACTORS INFLUENCING CUSTOMER SATISFACTION WITH SERVICE QUALITY AT GAS STATIONS OF PETROLIMEX HUE CO., LTD

● **VO PHAN NHAT PHUONG**[1]
● **LE NGUYEN NGAN HA**[1]
[1]Faculty of Marketing and Commerce,
University of Economics, Hue University

ABSTRACT:

This study aims to identify the factors influencing customer satisfaction with service quality at gas stations operated by Petrolimex Hue Co., Ltd. The study is based on survey data collected from 139 customers selected through convenience sampling. Cronbach's alpha reliability analysis, exploratory factor analysis (EFA), and regression analysis were employed to process and analyze the data. The results indicate that customer satisfaction is affected by five key factors: reliability, tangible facilities, empathy, service competence, and responsiveness.

Keywords: the service quality, petrol stations, Petrolimex Hue Co., Ltd.

THE IMPACT OF PERCEIVED RISK ON GEN Z CONSUMERS' PURCHASE INTENTION ON TIKTOK SHOP IN HO CHI MINH CITY

● **NGUYEN XUAN THINH[1,*] - TON BICH TUONG[2]**
[1]La Trobe University
[2]Foreign Trade University - Ho Chi Minh City Campus
*Email: 22160460@students.ltu.edu.au

ABSTRACT:

This study examines the impact of perceived risk on purchase intention among Generation Z consumers using TikTok Shop in Ho Chi Minh City, Vietnam. Adopting a quantitative research approach, data were collected from 190 respondents through both online and offline questionnaires. The study focuses on Gen Z consumers with prior purchasing experience on TikTok Shop. The findings reveal that all dimensions of perceived risk, including product risk, security risk, privacy risk, time risk, and delivery risk, have a negative effect on consumers' purchase intention on the platform. These results provide practical implications for businesses and relevant stakeholders in enhancing consumer trust, refining marketing strategies, and encouraging online purchasing behavior.

Keywords: perceived risk, Gen Z, purchase intention, TikTok Shop.

1. Introduction

TikTok Shop has emerged as a powerful player in the global e-commerce landscape. In H1 2025, TikTok Shop reached a global GMV of US$26.2 billion, with Southeast Asia leading its growth. Vietnam, in particular, saw its GMV double from US$1.7 billion in H1 2024 to US$3.4 billion in H1 2025, placing it among the top-performing markets (Momentum Works, 2025b).

TikTok's user base is heavily concentrated among Gen Z, with the key age group of nearly 39% of global users aged between 18 and 24 (Global Statistics, 2025). In Vietnam, Gen Z is particularly active on TikTok, using the platform not only for entertainment but also for discovering and purchasing products. This demographic's digital fluency and openness to new shopping experiences make them a key segment in the growth of TikTok Shop.

Although there are potentials for business to expand on TikTok Shop platform, there are inherent risks that prevent their target consumers to make their final purchase decision, some of them are: receive goods that are not as advertised, being scammed, get wrong or delay delivery, lost or damaged goods during shipping, personal information leaked.

Therefore, investigating the effect of these risks can help businesses understand their customer psychology better and build perceived trust that maximize customer purchase decisions. However, there is a lack of research in the context of Vietnam in this field, so this study will investigate further, especially for the target customers of Generation Z in Ho Chi Minh City.

2. Theoretical framework and research hypotheses

Product risk arises when consumers doubt whether a product purchased online will meet expectations

regarding quality, performance, authenticity, or fit (Forsythe & Shi, 2003). Within TikTok Shop's short-video and livestream ecosystem, the experiential sampling of product information is often brief and heavily mediated by creators; this format can leave viewers uncertain about objective attributes, post-purchase performance, or potential discrepancies between on-stream demonstrations and real-life use (Zhao & Wagner, 2024).

Empirical evidence beyond TikTok shows product risk is often the strongest negative predictor of intention among perceived-risk facets, as consumers revert to risk minimization when cues about quality are ambiguous (Okoye et al., 2021). In TikTok settings, positive experiences and parasocial dynamics can increase commitment to the platform or to influencers, but do not nullify the effect of product-related uncertainty on intention (Jiang et al., 2024). The following hypothesis is proposed:

H1: Product risk negatively affects Purchase intention on TikTok Shop.

Security risk pertains to fears of payment insecurity, transaction fraud, and insufficient encryption or verification (Featherman & Pavlou, 2003). In social commerce, where payment gateways and seller identities vary widely, security assurance cues are crucial to building trust (Putri et al., 2023). In TikTok Shop, mixed-method findings indicate that platform-level and seller-level assurances influence purchase intention via cognitive/emotional trust (Putri et al., 2023). Accordingly, the hypothesis is proposed:

H2: Security risk negatively affects Purchase intention on TikTok Shop.

Privacy risk captures anxieties about misuse, unauthorized access, or secondary use of personal data. In TikTok's social ecosystem where account data, behavioral signals, and cross-platform sharing may be involved, privacy risks can undermine trust in both the platform and sellers (Putri et al., 2023). Beyond TikTok, recent work decomposes privacy concerns into multiple dimensions, including collection, errors, improper access, secondary use and finds that each dimension increases perceived risk, which then reduces purchase intention, with privacy policy cues moderating the pathway for some dimensions (Wang, 2025). Accordingly, the hypothesis is proposed:

H3: Privacy risk negatively affects Purchase intention on TikTok Shop.

Time risk refers to the potential waste of time due to inefficient browsing, lengthy checkout, post-purchase issues, or slow customer service (Forsythe & Shi, 2003). In TikTok Shop, consumers often navigate live events and algorithmically surfacing content; while this can be convenient, it can also demand sustained attention, introduce interruptions, or cause decision delays. In short-video retail, platform credibility and perceived convenience are consistently reported as positives, but when time costs rise, intention falters. Accordingly, the hypothesis is proposed:

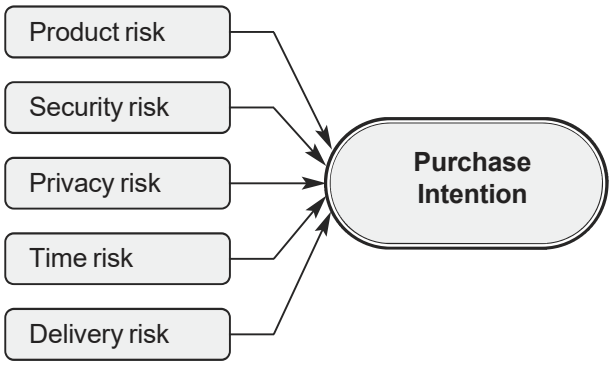
H4: Time risk negatively affects Purchase intention on TikTok Shop.

Delivery risk encompasses fear of late delivery, damaged parcels, wrong items, or non-delivery. In social commerce where seller reliability varies and fulfillment chains are heterogeneous, delivery risk becomes highly salient. Cross-context e-commerce findings further show delivery risk as a significant negative driver of intention, alongside product and privacy risks (Okoye et al., 2021). Accordingly, the hypothesis is proposed:

H5: Delivery risk negatively affects Purchase intention on TikTok Shop.

Based on theoretical frameworks and research hypotheses, the study proposes the following research model as Figure 1.

Figure 1: Proposed Research Model



Source: Proposed by the authors

3. Research method

The study uses quantitative research method to test the proposed hypotheses and research model using statistical analysis. A structured questionnaire was distributed to Gen Z consumers in Ho Chi Minh City who have purchased products via TikTok Shop. Data was collected through both online (Google Forms) and

offline (printed copies) methods. The collected responses were analyzed using SPSS software. Reliability was assessed using Cronbach's alpha, while Exploratory Factor Analysis (EFA) was employed to validate the factor structure. Multiple linear regression analysis was then applied to determine the influence of each perceived risk dimension on purchase intention.

4. Research results

4.1. Cronbach's Alpha testing

The Cronbach's Alpha results from Table 1 show that all observed items have Corrected Item - Total Correlations greater than 0.3, therefore variables having Cronbach's Alpha if deleted above 0.7 do not need removal. After confirming the reliability of the scales, the author retained all items for Product Risk, Time Risk, Delivery Risk, Privacy Risk and Security Risk.

Table 1: Scale reliability of variables

Variable	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item - Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Product Risk (PDR) Cronbach's Alpha = 0.859				
Time Risk (TR) Cronbach's Alpha = 0.753				
Delivery Risk (DR) Cronbach's Alpha = 0.815				
Privacy Risk (PRV) Cronbach's Alpha = 0.722				
Security Risk (SR) Cronbach's Alpha = 0.756				
Purchase Intention (AI) Cronbach's Alpha = 0.802				

Source: Authors' Compilation

Following this verification, all measurement items across the five perceived risk scales satisfy the reliability requirements and are eligible for subsequent analyses.

4.2. Exploratory Factor Analysis (EFA)

Cronbach's Alpha's research results indicate that all observed variables of the measurement scales in the proposed model meet the required statistical criteria. The author conducted an Exploratory Factor Analysis (EFA) with Principal Component Analysis and Varimax Rotation.

Kaiser (1974) suggested that the KMO value must reach 0.5 or higher ($0.5 \leq KMO \leq 1$) for factor analysis to be appropriate. If KMO is below 0.5, researchers should consider collecting more data or consider eliminating less meaningful observed variables.

EFA for independent variables

According to the EFA for independent variables results from Table 2, the KMO value is $0.797 > 0.5$, and the significance level of Bartlett's Test is $0.000 < 0.05$, confirming that EFA is appropriate for the proposed measurement scales.

Table 2: KMO and Barlett's Test for independent variables

KMO Measure of Sampling Adequacy		**0.797**
Barlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	875.905
	Df	78
	Sig.	0.000

Source: Authors' Compilation

EFA for dependent variable

According to the EFA for dependent variable results from Table 3, the KMO value is $0.711 > 0.5$, and the significance level of Bartlett's Test is $0.000 < 0.05$, confirming that EFA is appropriate for the proposed measurement scales.

Table 3: KMO and Barlett's Test for dependent variable

KMO Measure of Sampling Adequacy		**0.711**
Barlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	158.794
	Df	3
	Sig.	0.000

Source: Authors' Compilation

4.3. Pearson correlation testing

The Pearson correlation result is shown, regarding the correlation between independent and dependent variables, the sig. between 5 independent variables (PDR, TR, DR, PVR, SR) and the dependent variables A and are below 0.05. Therefore, there is a linear relationship between the independent variables and the dependent variable.

Regarding the correlation between independent variables, the correlation coefficients among the independent variables are all less than 0.7, indicating that there is no multicollinearity issue among the independent variables.

Table 4: ANOVA test's result

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
0.827	0.684	0.675	0.44429	1.083
Predictors: SR, DR, TR, PVR, PDR				
Dependent Variabke: A				

Source: Author's Compilation

4.4. Regression analysis

The result from the ANOVA test (Table 4) shows the Sig. = 0.000 < 0.05, indicating that the regression model is appropriate.

In the model summary, R square = 0.675, which means the model explains 67.5% of the variance in purchase intention. The author finds that in consumer behavior research, this level of explanatory power is considered acceptable, as purchase decisions are influenced by many factors beyond the model.

Durbin-Watson = 1.983 indicates no autocorrelation, since 1.983 is within 1.5 and 2.5, the independence of errors assumption is reasonably satisfied.

The variable TR has sig. = 0.421 > 0.05, therefore there are no significant impacts on dependent variable A.

The variables PDR, DR, PVR and SR have sig < 0.05 (significant) and Beta < 0, which can be concluded that these 4 variables have negative impact on the dependent variable A.

The VIF of all independent variables are below 10, therefore there is no violation of multicollinearity.

5. Conclusion and managerial implications

5.1. Conclusion

This study examined the impact of perceived risk on the purchase intention of Generation Z consumers on TikTok Shop in Ho Chi Minh City. Using the Stimulus-Organism-Response (S-O-R) framework and quantitative analysis methods, the study analyzed five dimensions of perceived risk, including product risk, security risk, privacy risk, time risk, and delivery risk.

The findings confirmed that perceived risk negatively affects purchase intention. In particular, delivery risk and security risk were found to have the strongest influence on consumers' purchase intention, while product risk had the weakest effect. In contrast, time risk did not show a significant impact on purchase decisions. These results highlight the increasing importance of delivery reliability and transaction security in shaping Gen Z consumers' online shopping behavior on TikTok Shop.

The study contributes to the existing literature on consumer behavior in social commerce and provides practical implications for businesses to improve consumer trust, enhance delivery services, and strengthen platform security in order to increase purchase intention.

5.2. Managerial implications

For the TikTok Shop Platform

To enhance consumer trust and reduce perceived risk, the TikTok Shop platform should prioritize building a comprehensive trust-based ecosystem.

Regarding delivery risk, the platform should improve logistics reliability by ensuring timely delivery and maintaining product condition during packaging and transportation. Real-time order tracking and automatic compensation mechanisms, such as refunds for delayed deliveries, should be implemented. In addition, TikTok Shop should collaborate with reputable logistics providers and prioritize those with regional fulfillment centers to shorten delivery time and reduce uncertainty. Incentives for sellers with efficient order processing times can also improve overall delivery performance.

To address product risk, the platform should strengthen seller verification through a tiered badge system based on performance indicators such as fulfillment rate, return rate, and business legitimacy. Sellers should be required to provide authentic product images and videos with verification features such as time stamps or "no post-edit" labels. Displaying detailed product specifications linked directly to content and highlighting customer reviews can further enhance transparency.

To mitigate privacy risk, TikTok Shop should adopt transparent data collection policies that clearly explain how user information is used. Compliance with data protection regulations, such as the General Data Protection Regulation (GDPR), is essential to

enhance trust. Limiting data collection to essential information and allowing users to control privacy settings can further reduce perceived risk and improve user confidence.

For security risk, the platform should strengthen payment security by integrating trusted payment gateways with advanced encryption technologies. Multi-factor authentication and real-time fraud detection systems should be implemented to protect users' financial information. In addition, buyer protection policies should be reinforced to ensure transaction safety. These measures collectively help reduce perceived security risk, thereby increasing consumer trust and purchase intention.

For businesses

To minimize the delivery risk regarding time and packing quality, businesses should ship orders promptly to reduce waiting time and then notify customers about shipping status and any delays immediately. Implementing track-and-trace systems, tamper-evident packaging, and expedited return merchandise authorization procedures can prevent secondary dissatisfaction and reinforce positive post-purchase experiences.

Building social proof through high-quality reviews is another critical strategy. Verified purchase reviews enriched with photos or videos, coupled with narratives detailing issue resolution, can strengthen trust. Hosting interactive sessions such as Q&A live events enables merchants to address consumer objections in real time, fostering transparency and engagement.

In addition, data handling practices must also be clearly communicated to alleviate privacy concerns. Merchants should publish concise data policies outlining collection, usage, retention and third-party sharing protocols, while explicitly declaring the use of secure payment gateways.

For Policymakers

Policy makers can encourage the development of nationwide logistics infrastructure and promote partnerships between e-commerce platforms and certified delivery providers.

Policy makers should enforce strict guidelines on product authenticity and quality assurance for online marketplaces. Regulations can require sellers to provide accurate product descriptions, verified images, and clear specifications to prevent misleading information. Furthermore, policy makers can mandate return and refund policies that protect consumers against defective or mismatched products. Introducing certification programs for sellers and conducting regular audits can also enhance compliance and accountability.

At the regulatory level, establishing standardized trust marks for social commerce platforms in Vietnam is imperative. These certifications should focus on seller identity verification, product authenticity validation, and compliance with data protection regulations to create a secure and transparent marketplace.

Consumer protection can be further strengthened through unified redress mechanisms and educational initiatives. Developing centralized complaint portals and conducting public awareness campaigns on safe social commerce practices ■

REFERENCES:

Ariffin, S.K., Mohan, T. and Goh, Y.-N. (2018). Influence of consumers' perceived risk on consumers' online purchase intention. Journal of Research in Interactive Marketing, 12(3), 309–327.

David Hutcheson, D., & Nikos Sofroniou, N. (1999). The multivariate social scientist: Introductory statistics using generalized linear models. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

Featherman, M.S. and Pavlou, P.A. (2003). Predicting E-services Adoption: a Perceived Risk Facets Perspective. International Journal of Human-Computer Studies, 59(4), 451–474. Available at https://doi.org/10.1016/S1071-5819(03)00111-3.

Forsythe, S.M. and Shi, B. (2003). Consumer Patronage and Risk Perceptions in Internet Shopping. Journal of Business Research, 56(11), 867–875. Available at https://doi.org/10.1016/s0148-2963(01)00273-9.

Henry F. Kaiser (1974). An index of factorial simplicity. Psychometrika, 39(1), 31–36. Available at https://doi.org/10.1007/BF02291575

Jiang, H., Cai, J., Lin, Y. and Wang, Q. (2024). Understanding the effect of TikTok marketing on user purchase behavior: a mixed-methods approach. Electronic Commerce Research. Available at https://doi.org/10.1007/s10660-024-09882-x.

Momentum Works (2025b). TikTok Shop in the U.S. H1 2025. Momentum Works. Available at https://momentum.asia/insights/detail/tiktok-shop-in-the-us-h1-2025.

Okoye, K., Ugochukwu, Ojiaku, O., Christian and Ezenyilmba, E. (2021). Perceived risk and online purchase intention for shopping goods: Evidence from an emerging country context. Quest Journals Journal of Research in Business and Management, 9(9), 2347–3002. Available at https://www.questjournals.org/jrbm/papers/vol9-issue9/Ser-1/A09090110.pdf.

Putri, N., Prasetya, Y., Handayani, P.W. and Fitriani, H. (2023). TikTok Shop: How Trust and Privacy Influence Generation Z's Purchasing Behaviors. Cogent Social Sciences, 10(1). Available at https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2292759.

The Global Statistics. (2025). TikTok Global Users Statistics 2025 | TikTok Demographics. Available at https://www.theglobalstatistics.com/tiktok-global-users-statistics/.

Wang, Z. (2025). A study on the influence of privacy concerns on users' purchase intention in e-commerce environment. Available at https://e-research.siam.edu/wp-content/uploads/2025/09/MBA-2025-IS-Wang-Zhen-6417195009-A-Study-on-the-Influence.pdf.

Received date: April 5, 2026
Reviewed date: April 11, 2026
Accepted date: April 27, 2026

TÁC ĐỘNG CỦA RỦI RO CẢM NHẬN ĐẾN Ý ĐỊNH MUA HÀNG TRÊN TIKTOK SHOP CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG THẾ HỆ GEN Z TẠI TP. HỒ CHÍ MINH

● **NGUYỄN XUÂN THỊNH[1,*]**
● **TÔN BÍCH TƯỜNG[2]**
[1]Đại học La Trobe
[2]Trường Đại học Ngoại thương - Cơ sở II tại TP. Hồ Chí Minh
*Email: 22160460@students.ltu.edu.au

TÓM TẮT:

Nghiên cứu này xem xét tác động của rủi ro cảm nhận đến ý định mua hàng của người tiêu dùng thế hệ Z trên TikTok Shop tại TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam. Phương pháp nghiên cứu định lượng được sử dụng với dữ liệu được thu thập từ 190 người tham gia thông qua bảng hỏi trực tuyến và trực tiếp. Đối tượng nghiên cứu là những người tiêu dùng Gen Z đã từng mua sắm trên TikTok Shop. Kết quả nghiên cứu cho thấy, tất cả các khía cạnh của rủi ro cảm nhận, bao gồm rủi ro sản phẩm, rủi ro bảo mật, rủi ro quyền riêng tư, rủi ro thời gian và rủi ro giao hàng, đều tác động tiêu cực đến ý định mua hàng của người tiêu dùng trên nền tảng này. Dựa trên kết quả nghiên cứu, nghiên cứu đề xuất một số hàm ý thực tiễn đối với doanh nghiệp và các bên liên quan nhằm nâng cao niềm tin của người tiêu dùng, cải thiện chiến lược marketing và thúc đẩy ý định mua sắm trực tuyến.

Từ khóa: rủi ro cảm nhận, thế hệ Gen Z, ý định mua hàng, TikTok Shop.

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TÍN DỤNG KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG TMCP VIỆT NAM THỊNH VƯỢNG - CHI NHÁNH TP. HỒ CHÍ MINH

● **NGUYỄN THỊ NHẬT LỆ**
Trường Đại học Nguyễn Tất Thành

TÓM TẮT:

Nghiên cứu nhằm xác định các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng cá nhân (KHCN) đối với chất lượng dịch vụ tín dụng tại Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng - Chi nhánh TP. Hồ Chí Minh (VPBank TP. Hồ Chí Minh). Kết quả cho thấy các yếu tố như chăm sóc khách hàng, tương tác, bảo mật, danh mục dịch vụ, thông tin tài khoản, sự tín nhiệm, hình ảnh ngân hàng và sự thuận tiện đều có ảnh hưởng đến sự hài lòng. Từ đó, nghiên cứu đề xuất các hàm ý nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ tín dụng tại ngân hàng.

Từ khóa: sự hài lòng, tín dụng cá nhân, chất lượng dịch vụ, ngân hàng, VPBank.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gia tăng trong lĩnh vực ngân hàng, chất lượng dịch vụ trở thành yếu tố then chốt quyết định khả năng thu hút và giữ chân khách hàng. Đặc biệt, phân khúc KHCN trong hoạt động tín dụng đang đóng góp tỷ trọng lớn vào lợi nhuận của các ngân hàng thương mại. Tuy nhiên, khách hàng ngày càng có yêu cầu cao hơn không chỉ về chi phí mà còn về trải nghiệm dịch vụ.

Do đó, việc nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ tín dụng là cần thiết, giúp ngân hàng nâng cao năng lực cạnh tranh.

Nghiên cứu này được thực hiện nhằm phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của KHCN tại VPBank TP. Hồ Chí Minh và đề xuất các giải pháp phù hợp.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết

Nghiên cứu kế thừa các mô hình đo lường chất lượng dịch vụ trước đây, đặc biệt là thang đo SERVQUAL của Parasuraman (1988), đồng thời điều chỉnh phù hợp với bối cảnh ngân hàng tại Việt Nam. Theo mô hình SERVQUAL, chất lượng dịch vụ được đánh giá thông qua các thành phần như độ tin cậy, khả năng đáp ứng, năng lực phục vụ, sự đồng cảm và phương tiện hữu hình.

Bên cạnh đó, mô hình 5 khoảng cách của

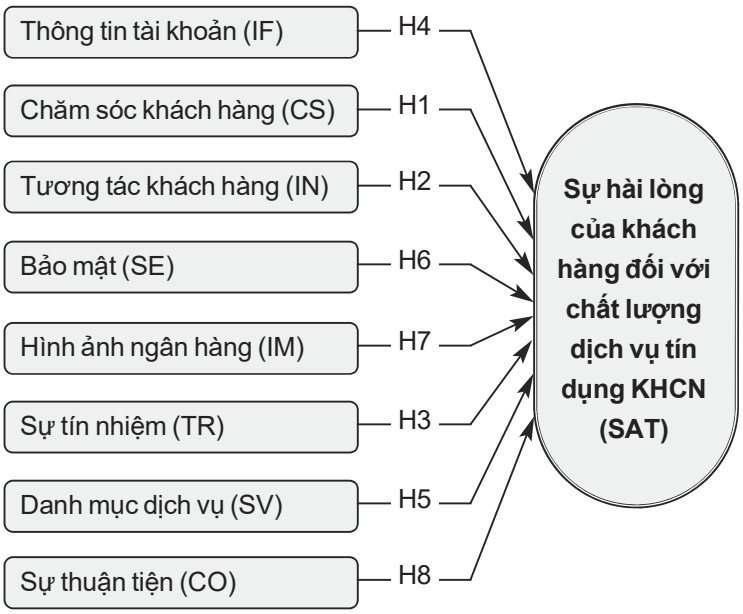
Parasuraman cho rằng sự hài lòng của khách hàng phụ thuộc vào mức chênh lệch giữa kỳ vọng và cảm nhận thực tế về dịch vụ.

Trong lĩnh vực ngân hàng, đặc biệt đối với dịch vụ tín dụng KHCN, sự hài lòng chịu tác động mạnh bởi các yếu tố như tính minh bạch, tốc độ xử lý hồ sơ, năng lực nhân viên, cơ sở vật chất và mức độ an toàn thông tin. Trên cơ sở kế thừa các nghiên cứu trước, đề tài tập trung xem xét các nhân tố gồm: (1) sản phẩm - dịch vụ, (2) giá cả dịch vụ, (3) nhân viên, (4) cơ sở vật chất và (5) dịch vụ hỗ trợ - xúc tiến nhằm đánh giá sự hài lòng của khách hàng tại VPBank.

2.2. Mô hình nghiên cứu

Dựa trên tổng quan nghiên cứu và đặc thù ngành ngân hàng, mô hình nghiên cứu đề xuất gồm 8 nhân tố: (Hình 1)

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Mô hình nghiên cứu gồm biến phụ thuộc là sự hài lòng và các biến độc lập gồm: chăm sóc khách hàng tương tác, bảo mật, danh mục dịch vụ, thông tin tài khoản, sự tín nhiệm, hình ảnh ngân hàng, sự thuận tiện.

Giả thuyết nghiên cứu đề xuất:

H1: Chăm sóc khách hàng tác động tích cực đến sự hài lòng của khách hàng đến hoạt động tín dụng KHCN tại VPBank TP. Hồ Chí Minh.

H2: Tương tác khách hàng tác động tích cực đến sự hài lòng của khách hàng đến hoạt động tín dụng KHCN tại VPBank TP. Hồ Chí Minh.

H3: Bảo mật tác động tích cực đến sự hài lòng của khách hàng đến hoạt động tín dụng KHCN tại VPBank TP. Hồ Chí Minh.

H4: Danh mục dịch vụ tác động tích cực đến sự hài lòng của khách hàng đến hoạt động tín dụng KHCN tại VPBank TP. Hồ Chí Minh.

H5: Thông tin tài khoản tác động tích cực đến sự hài lòng lòng của khách hàng đến hoạt động tín dụng KHCN tại VPBank TP. Hồ Chí Minh.

H6: Sự tín nhiệm tác động tích cực đến sự hài lòng của khách hàng đến hoạt động tín dụng KHCN tại VPBank TP. Hồ Chí Minh.

H7: Hình ảnh Ngân hàng tác động tích cực đến sự hài lòng của khách hàng đến hoạt động tín dụng KHCN tại VPBank TP. Hồ Chí Minh.

H8: Sự thuận tiện tác động tích cực đến sự hài lòng của khách hàng đến hoạt động tín dụng KHCN tại VPBank TP. Hồ Chí Minh.

Các giả thuyết đặt ra là các nhân tố này có tác động cùng chiều đến sự hài lòng của khách hàng.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Dữ liệu nghiên cứu sử dụng

Dữ liệu sơ cấp: thu thập từ khảo sát KHCN tại VPBank TP. Hồ Chí Minh (khảo sát bằng bảng hỏi Likert 5 mức).

Dữ liệu thứ cấp: báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh giai đoạn 2017- 2021.

3.2. Phương pháp phân tích

Các phương pháp được sử dụng gồm: Kiểm định độ tin cậy thang đo bằng Cronbach's Alpha, Phân tích nhân tố khám phá (EFA), Phân tích hồi quy tuyến tính đa biến.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Thống kê mẫu nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện thông qua hai giai đoạn gồm nghiên cứu sơ bộ và nghiên cứu chính thức. Sau khi phát hơn 400 phiếu khảo sát tại VPBank

TP. Hồ Chí Minh, tác giả thu về 324 phiếu phản hồi, trong đó có 306 phiếu hợp lệ được sử dụng cho phân tích dữ liệu.

Kết quả thống kê mô tả cho thấy, mẫu khảo sát có tỷ lệ nam và nữ tương đối cân bằng, lần lượt là 49% và 51%. Phần lớn khách hàng thuộc nhóm độc thân (72,5%) và độ tuổi từ 25-34 tuổi (94,1%). Về thu nhập, nhóm khách hàng có mức thu nhập từ 15 đến dưới 30 triệu đồng chiếm tỷ lệ cao nhất với 70,6%. Trình độ học vấn chủ yếu là đại học (68,6%). Ngoài ra, 51% khách hàng đang sử dụng dịch vụ tín dụng cá nhân tại ngân hàng, trong đó thẻ tín dụng là sản phẩm được sử dụng nhiều nhất với tỷ lệ 64,7%. Khách hàng biết đến sản phẩm chủ yếu thông qua bạn bè, người thân (56,9%) và nhân viên ngân hàng (33,3%).

4.2. Đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng

Kết quả thống kê mô tả cho thấy, khách hàng nhìn chung có mức độ hài lòng khá cao đối với chất lượng dịch vụ tín dụng cá nhân. Giá trị trung bình các biến quan sát dao động từ 4,137 đến 4,275 trên thang đo 5 mức.

Trong đó, hai tiêu chí có mức đánh giá cao nhất là sự tiện dụng của dịch vụ tín dụng cá nhân (HL01) và khả năng chăm sóc khách hàng (HL03), đều đạt giá trị trung bình 4,275. Điều này cho thấy khách hàng đánh giá cao sự thuận tiện cũng như chất lượng hỗ trợ của ngân hàng trong quá trình sử dụng dịch vụ. Ngược lại, biến "Tin tưởng vào dịch vụ của ngân hàng" (HL05) có mức trung bình thấp nhất là 4,137, phản ánh ngân hàng cần tiếp tục nâng cao tính minh bạch và uy tín nhằm gia tăng niềm tin của khách hàng.

Đối với các nhân tố thành phần, kết quả cho thấy: Nhân tố "Sự thuận tiện" được đánh giá cao ở khả năng giải quyết khiếu nại của nhân viên ngân hàng. Nhân tố "Thông tin tài khoản" cho thấy, khách hàng hài lòng với tốc độ cập nhật thông tin giao dịch và khuyến mãi. Nhân tố "Tương tác khách hàng" và "Chăm sóc khách hàng" được đánh giá tích cực nhờ sự hỗ trợ nhanh chóng và thái độ phục vụ của nhân viên. Nhân tố "Danh mục dịch vụ" được đánh giá tốt ở tính tiện lợi khi thanh toán khoản vay qua ứng dụng ngân hàng số. Nhân tố "Sự tín nhiệm" và "Bảo mật" cũng đạt mức hài lòng cao, thể hiện khách hàng đánh giá tốt khả năng đảm bảo an toàn thông tin và uy tín của ngân hàng.

4.3. Phân tích nhân tố khám phá EFA

Kết quả kiểm định EFA cho biến độc lập cho thấy hệ số KMO đạt 0,912 (>0,5) và kiểm định Bartlett có Sig. = 0,000 (<0,05), chứng tỏ dữ liệu phù hợp để phân tích nhân tố khám phá. Tổng phương sai trích đạt 62,959%, cho thấy 10 nhân tố được rút trích giải thích được 62,959% sự biến thiên của dữ liệu.

Sau 3 lần chạy EFA, 2 biến quan sát TK03 và CSKH02 bị loại do hệ số tải nhân tố nhỏ hơn 0,5. Các biến còn lại đều có hệ số tải nhân tố lớn hơn 0,5 và được giữ lại trong mô hình nghiên cứu.

Đối với biến phụ thuộc "Sự hài lòng", kết quả EFA cho thấy hệ số KMO đạt 0,908 và tổng phương sai trích đạt 87,388%, chứng tỏ thang đo có tính hội tụ rất tốt và phù hợp cho các bước phân tích tiếp theo.

4.4. Kiểm định độ tin cậy thang đo Cronbach's Alpha

Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha cho thấy tất cả các thang đo đều đạt yêu cầu với hệ số Cronbach's Alpha dao động từ 0,756 đến 0,931. Các biến quan sát đều có hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0,3, ngoại trừ các biến TT02, TK03, KH05 và CSKH02 bị loại khỏi mô hình do không đảm bảo độ tin cậy.

Trong đó, thang đo "Sự tín nhiệm" có độ tin cậy cao với Cronbach's Alpha = 0,847, còn thang đo "Hài lòng chất lượng dịch vụ" đạt mức rất cao với Cronbach's Alpha = 0,931. Điều này chứng tỏ các thang đo sử dụng trong nghiên cứu có tính nhất quán và độ tin cậy cao.

4.6. Phân tích tương quan và hồi quy

Kết quả ma trận tương quan cho thấy, tất cả các biến độc lập đều có mối tương quan thuận chiều với biến phụ thuộc "Sự hài lòng", với hệ số tương quan dao động từ 0,301 đến 0,754 và đều có ý nghĩa thống kê ở mức 1% hoặc 5%.

Phân tích hồi quy tuyến tính đa biến bằng phương pháp Stepwise cho thấy mô hình có độ phù hợp cao với hệ số R^2 hiệu chỉnh = 0,843. Điều này cho thấy, 84,3% sự biến thiên của mức độ hài lòng khách hàng được giải thích bởi các biến độc lập trong mô hình.

Hệ số Durbin-Watson = 1,947 chứng tỏ mô hình không xảy ra hiện tượng tự tương quan.

Kết quả hồi quy cho thấy, tất cả các nhân tố đều tác động cùng chiều đến sự hài lòng của khách hàng. Trong đó: biến "Chăm sóc khách hàng" có tác động mạnh nhất (β = 0,258); tiếp theo là biến "Tương tác khách hàng" (β = 0,224); biến "Bảo mật" (β = 0,175); biến "Thông tin tài khoản" (β = 0,170); biến "Sự tín nhiệm" (β = 0,159); biến "Hình ảnh ngân hàng" (β = 0,130); biến "Sự thuận tiện" (β = 0,116); và biến "Danh mục dịch vụ" có tác động thấp nhất (β = 0,057).

Kết quả này cho thấy chất lượng chăm sóc và tương tác với khách hàng đóng vai trò quan trọng nhất trong việc nâng cao sự hài lòng đối với dịch vụ tín dụng cá nhân tại VPBank.

4.7. Phân tích sự khác biệt theo đặc điểm nhân khẩu học

Kết quả kiểm định Independent Sample T-test và ANOVA cho thấy, có sự khác biệt về mức độ hài lòng giữa nam và nữ, trong đó nữ giới có mức độ hài lòng cao hơn nam giới; không có sự khác biệt về mức độ hài lòng theo tình trạng hôn nhân; sự khác biệt theo độ tuổi chưa đủ cơ sở kết luận do số lượng quan sát ở nhóm tuổi lớn còn hạn chế. Có sự khác biệt về mức độ hài lòng theo thu nhập, trong đó nhóm khách hàng thu nhập trên 50 triệu đồng có mức độ hài lòng thấp hơn các nhóm còn lại; Nhóm khách hàng có trình độ THPT có mức hài lòng cao hơn nhóm đại học. Khách hàng đã và đang sử dụng dịch vụ có mức độ hài lòng cao hơn nhóm chưa sử dụng dịch vụ. Không có sự khác biệt đáng kể giữa các nhóm khách hàng sử dụng các loại hình tín dụng khác nhau. Khách hàng biết đến sản phẩm thông qua nhân viên ngân hàng có mức độ hài lòng cao hơn nhóm biết đến qua bạn bè, người thân.

5. Hàm ý quản trị

5.1. Đối với nhân tố Chăm sóc khách hàng

Kết quả nghiên cứu cho thấy, biến CSKH03 "Ngân hàng luôn tổ chức tiệc cảm ơn khách hàng vào cuối mỗi năm để ghi nhận sự đóng góp của họ đối với ngân hàng" có giá trị trung bình thấp nhất (Mean = 3,90). Điều này phản ánh khách hàng chưa thực sự hài lòng đối với các hoạt động tri ân và chăm sóc khách hàng của ngân hàng, đặc biệt trong các dịp cuối năm hoặc các sự kiện đặc biệt.

Do đó, VPBank TP. Hồ Chí Minh cần xây dựng và triển khai các chính sách chăm sóc khách hàng phù hợp với từng phân khúc khách hàng nhằm nâng cao mức độ hài lòng và gia tăng sự gắn kết với ngân hàng. Cụ thể, ngân hàng cần đẩy mạnh các chương trình tri ân khách hàng vào các dịp lễ, Tết, sinh nhật hoặc các sự kiện quan trọng nhằm thể hiện sự quan tâm và ghi nhận những đóng góp của khách hàng đối với ngân hàng.

Bên cạnh đó, VPBank cần chú trọng đào tạo kỹ năng giao tiếp, chăm sóc khách hàng và tâm lý khách hàng cho đội ngũ nhân viên nhằm nâng cao chất lượng phục vụ và tạo dựng hình ảnh thân thiện, chuyên nghiệp trong mắt khách hàng. Việc duy trì sự quan tâm thường xuyên thông qua các hình thức như: gửi tin nhắn chúc mừng, hỗ trợ tư vấn hoặc chăm sóc sau bán hàng sẽ góp phần giúp ngân hàng hiểu rõ hơn nhu cầu và kỳ vọng của khách hàng, từ đó nâng cao hiệu quả cung cấp dịch vụ và khả năng bán chéo sản phẩm.

Ngoài ra, hoạt động chăm sóc khách hàng không nên chỉ tập trung vào nhóm khách hàng VIP mà cần được triển khai đối với cả khách hàng phổ thông. Tuy nhiên, ngân hàng cần xây dựng chính sách chăm sóc phù hợp với giá trị và tiềm năng của từng nhóm khách hàng nhằm tối ưu chi phí và nâng cao hiệu quả quản trị quan hệ khách hàng. Việc gia tăng mức độ hài lòng của khách hàng sẽ góp phần củng cố lòng trung thành, duy trì mối quan hệ lâu dài và nâng cao năng lực cạnh tranh của ngân hàng trên thị trường.

5.2. Đối với nhân tố Tương tác khách hàng

Kết quả nghiên cứu cho thấy, biến quan sát KH03 "Ngân hàng luôn lắng nghe ý kiến đóng góp của khách hàng" có giá trị trung bình thấp nhất (Mean = 3,99). Điều này phản ánh mức độ hài lòng của khách hàng đối với hoạt động tiếp nhận và phản hồi ý kiến vẫn chưa cao. Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt của ngành ngân hàng, việc tăng cường tương tác và duy trì kết nối với khách hàng đóng vai trò quan trọng trong nâng cao chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng.

Do đó, VPBank TP. Hồ Chí Minh cần xây dựng cơ chế tiếp nhận phản hồi khách hàng một cách thường xuyên và hiệu quả thông qua các khảo sát trực tuyến, chăm sóc khách hàng qua điện thoại hoặc tư vấn trực tiếp. Quy trình khảo sát cần được thiết kế ngắn gọn, thuận tiện nhằm khuyến khích khách hàng chia sẻ ý kiến một cách cởi mở hơn. Đồng thời, ngân hàng cần đẩy mạnh cá nhân hóa trải nghiệm khách hàng thông qua các chương trình tri ân, ưu đãi hoặc gửi thông điệp chăm sóc vào các dịp đặc biệt nhằm gia tăng mức độ gắn kết.

Bên cạnh đó, chi nhánh cần phát triển hệ thống tương tác đa kênh trên các nền tảng số nhằm hỗ trợ khách hàng nhanh chóng và thuận tiện hơn. Nhân viên ngân hàng cũng cần nâng cao kỹ năng giao tiếp, lắng nghe và tư vấn linh hoạt thay vì áp dụng các kịch bản chăm sóc khách hàng mang tính cứng nhắc. Điều này góp phần tạo dựng sự tin tưởng và nâng cao trải nghiệm khách hàng đối với dịch vụ của ngân hàng.

5.3. Đối với nhân tố Bảo mật

Kết quả nghiên cứu cho thấy, biến BM04 "Tổng đài viên gọi xác nhận lệnh chuyển tiền online trên 500 triệu đồng" có giá trị trung bình thấp nhất (Mean = 4,10). Điều này cho thấy khách hàng chưa thực sự hài lòng về quy trình xác nhận giao dịch trực tuyến của ngân hàng. Trong bối cảnh thanh toán điện tử và giao dịch trực tuyến phát triển mạnh mẽ, vấn đề bảo mật thông tin và an toàn giao dịch trở thành yếu tố then chốt ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng.

Vì vậy, VPBank cần tăng cường đầu tư vào hệ thống công nghệ bảo mật và nâng cao năng lực giám sát giao dịch trực tuyến. Ngân hàng cần bổ sung nguồn nhân lực tổng đài nhằm hỗ trợ xác nhận giao dịch nhanh chóng, hạn chế rủi ro phát sinh trong quá trình giao dịch trực tuyến. Đồng thời, cần ứng dụng các công nghệ hiện đại như xác thực đa lớp, nhận diện khuôn mặt và sinh trắc học nhằm nâng cao tính an toàn cho khách hàng khi sử dụng dịch vụ ngân hàng số.

Ngoài ra, ngân hàng cần triển khai các hệ thống giám sát giao dịch bất thường và phối hợp chặt chẽ với các cơ quan chức năng trong việc xác minh thông tin khách hàng. Công tác truyền thông về các hình thức lừa đảo trực tuyến cũng cần được thực hiện thường xuyên thông qua tin nhắn, email và ứng dụng ngân hàng nhằm nâng cao nhận thức và khả năng phòng tránh rủi ro của khách hàng.

5.4. Đối với nhân tố Danh mục dịch vụ

Kết quả nghiên cứu cho thấy, biến DV05 "Ngân hàng có các danh mục tư vấn đầu tư đa dạng dành cho khách hàng ưu tiên" có giá trị trung bình thấp nhất (Mean = 4,09). Điều này cho thấy, khách hàng ưu tiên chưa thực sự hài lòng với các sản phẩm đầu tư và dịch vụ tài chính hiện có của ngân hàng.

Do đó, VPBank TP. Hồ Chí Minh cần đa dạng hóa danh mục sản phẩm dịch vụ nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng phong phú của khách hàng. Bên cạnh các sản phẩm tín dụng truyền thống như cho vay mua ô tô và bất động sản, ngân hàng cần mở rộng các sản phẩm cho vay tiêu dùng, cho vay trả góp và các giải pháp tài chính cá nhân linh hoạt.

Ngoài ra, chi nhánh có thể tăng cường hợp tác với các trung tâm thương mại, công ty bán lẻ và doanh nghiệp đối tác để triển khai các chương trình cho vay tiêu dùng tại điểm bán. Đối với nhóm khách hàng ưu tiên, ngân hàng cần phát triển thêm các sản phẩm đầu tư liên kết như bảo hiểm đầu tư, quỹ mở, trái phiếu doanh nghiệp hoặc dịch vụ tư vấn quản lý tài sản nhằm nâng cao trải nghiệm và gia tăng giá trị dành cho khách hàng.

5.5. Đối với nhân tố Thông tin tài khoản

Kết quả nghiên cứu cho thấy, biến TK05 "Mở thêm nhiều tài khoản online tiện lợi và dễ dàng" có giá trị trung bình thấp nhất (Mean = 4,15). Điều này phản ánh khách hàng vẫn chưa thực sự hài lòng về quy trình mở tài khoản trực tuyến của ngân hàng.

Để nâng cao trải nghiệm khách hàng, VPBank cần đơn giản hóa quy trình mở tài khoản trực tuyến và tối ưu hóa các thủ tục đăng ký dịch vụ trên nền tảng số. Việc ứng dụng công nghệ eKYC và tích hợp các thao tác mở tài khoản trực tuyến sẽ giúp khách hàng tiết kiệm thời gian, đồng thời giảm áp lực giao dịch tại quầy.

Bên cạnh đó, ngân hàng cần mở rộng thêm các

lựa chọn tài khoản số đẹp với mức chi phí hợp lý nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng. Việc khuyến khích khách hàng sử dụng nhiều tài khoản phục vụ các mục đích tài chính khác nhau cũng góp phần nâng cao khả năng quản lý tài chính cá nhân và hạn chế rủi ro trong giao dịch trực tuyến.

5.6. Đối với nhân tố Sự tín nhiệm

Kết quả nghiên cứu cho thấy, biến TN02 "Ngân hàng cung cấp dịch vụ tại thời điểm đã cam kết" có giá trị trung bình thấp nhất (Mean = 4,04). Điều này cho thấy khách hàng chưa thực sự hài lòng về mức độ đúng hẹn và khả năng thực hiện cam kết của ngân hàng.

Do đó, VPBank TP. Hồ Chí Minh cần nâng cao tính chuyên nghiệp trong quá trình cung cấp dịch vụ và đảm bảo thực hiện đúng các cam kết với khách hàng. Đồng thời, ngân hàng cần chú trọng đào tạo đội ngũ nhân viên về chuyên môn nghiệp vụ, đạo đức nghề nghiệp và kỹ năng chăm sóc khách hàng nhằm nâng cao sự tin cậy đối với khách hàng.

Ngoài ra, việc lắng nghe nhu cầu khách hàng và hỗ trợ giải quyết các vấn đề phát sinh một cách nhanh chóng, minh bạch cũng góp phần củng cố niềm tin và gia tăng mức độ gắn bó của khách hàng đối với ngân hàng.

5.7. Đối với nhân tố Hình ảnh ngân hàng

Kết quả nghiên cứu cho thấy, biến HA02 "Ngân hàng luôn xem quyền lợi của khách hàng là trên hết" có giá trị trung bình thấp nhất (Mean = 3,94). Điều này phản ánh hình ảnh thương hiệu của ngân hàng trong mắt khách hàng vẫn chưa thực sự nổi bật và tạo được sự tin tưởng tuyệt đối.

Do đó, VPBank cần chú trọng nâng cao hình ảnh thương hiệu thông qua việc cải thiện chất lượng dịch vụ và gia tăng giá trị dành cho khách hàng. Ngân hàng cần tăng cường các hoạt động quảng bá thương hiệu, mở rộng liên kết thanh toán với các đối tác lớn và phát triển đội ngũ marketing chuyên nghiệp nhằm nâng cao khả năng nhận diện thương hiệu trên thị trường.

Bên cạnh đó, việc tối ưu hóa chi phí dịch vụ, giảm các khoản phí giao dịch không cần thiết và nâng cao quyền lợi khách hàng sẽ góp phần cải thiện hình ảnh ngân hàng theo hướng thân thiện và lấy khách hàng làm trung tâm.

5.8. Đối với nhân tố Sự thuận tiện

Kết quả nghiên cứu cho thấy, biến TT05 "Nhân viên ngân hàng trả lời điện thoại nhanh chóng" có giá trị trung bình thấp nhất (Mean = 4,09). Điều này cho thấy khách hàng chưa thực sự hài lòng về tốc độ hỗ trợ và khả năng phản hồi của ngân hàng trong quá trình giao dịch.

Để nâng cao sự thuận tiện cho khách hàng, VPBank cần đẩy mạnh phát triển các dịch vụ ngân hàng số và giảm thiểu các thủ tục giao dịch trực tiếp tại quầy. Đồng thời, ngân hàng cần nâng cấp hệ thống chăm sóc khách hàng trực tuyến nhằm hỗ trợ khách hàng nhanh chóng và hiệu quả hơn.

Ngoài ra, đối với nhóm khách hàng ưu tiên, ngân hàng có thể triển khai các dịch vụ chăm sóc tận nơi và các chính sách xử lý hồ sơ ưu tiên nhằm nâng cao trải nghiệm khách hàng. Việc mở rộng hệ thống ATM/CDM cũng góp phần gia tăng tính tiện lợi, tiết kiệm thời gian và giảm tải cho các điểm giao dịch truyền thống.

6. Kết luận

Nghiên cứu đã xác định được các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng cá nhân đối với dịch vụ tín dụng tại VPBank TP. Hồ Chí Minh. Kết quả cho thấy các yếu tố liên quan đến trải nghiệm dịch vụ đóng vai trò quan trọng nhất. Những phát hiện này góp phần cung cấp cơ sở khoa học cho việc hoạch định chính sách nâng cao chất lượng dịch vụ tại ngân hàng ■

Lời cảm ơn:

Tác giả xin chân thành cảm ơn giảng viên hướng dẫn, nhà trường và Ngân hàng VPBank - Chi nhánh TP. Hồ Chí Minh đã hỗ trợ trong quá trình thực hiện nghiên cứu.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Bùi Văn Trịnh và Trần Ngọc Nhân (2013). Nghiên cứu sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ cho vay của NHTM cổ phần Công thương khu vực Vĩnh Long và Cần Thơ. Tạp chí Phát triển và Hội nhập, 13(23), 59-64.

Nguyễn Ngọc Chánh (2019). Sự hài lòng của khách hàng cá nhân đối với chất lượng dịch vụ tại Agribank - Chi nhánh Gia Lai. Tạp chí Tài chính, truy cập tạihttp://tapchitaichinh.vn/tai-chinh-kinh-doanh/su-hai-long-cua-khach-hang-ca-nhan-doi-voi-chat-luong-dich-vu-tai-agribank-chi-nhanh-gia-lai-302829.html

Nguyễn Như Ý và các tác giả (2013). Đại từ điển tiếng Việt. NXB Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh.

Nguyễn Thị Nhật Lệ (2023). Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng về chất lượng dịch vụ tín dụng khách hàng cá nhân tại ngân hàng VPBank - Chi nhánh Hồ Chí Minh. Luận văn thạc sỹ, Trường Đại học Nguyễn Tất Thành.

Nguyễn Viết Thông và các tác giả (2014). Giáo trình Những nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa Mác - Lênin. NXB Chính trị quốc gia - sự thật.

Quỳnh Vũ (2018). Đẩy mạnh cho vay cá nhân. Thời báo Ngân hàng, truy cập tại http://thoibaonganhang.vn/day-manh-cho-vay-ca-nhan-75370.html

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. Journal of Retailing, 64, 12-40.

Ngày nhận bài: 18/3/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 30/3/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 18/4/2026

FACTORS INFLUENCING CUSTOMER SATISFACTION WITH PERSONAL CREDIT SERVICE QUALITY AT VPBANK - HO CHI MINH CITY BRANCH

● **NGUYEN THI NHAT LE**
Nguyen Tat Thanh University

ABSTRACT:

This study identifies the factors influencing individual customers' satisfaction with credit service quality at Vietnam Prosperity Joint Stock Commercial Bank (VPBank) - Ho Chi Minh City Branch. The findings indicate that customer care, interaction, security, service portfolio, account information, trustworthiness, bank image, and convenience all significantly affect customer satisfaction. Based on these results, the study offers managerial implications for improving credit service quality and enhancing customer satisfaction at the branch.

Keywords: customer satisfaction, personal credit, service quality, banking, VPBank

PHÂN TÍCH XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN SMART ESG TRONG KỶ NGUYÊN SỐ

● **NGUYỄN THỊ THÁI HƯNG**
Khoa Ngân hàng, Học viện Ngân hàng

TÓM TẮT:

Bài viết phân tích xu hướng phát triển của Smart ESG trong bối cảnh chuyển đổi số và yêu cầu phát triển bền vững ngày càng gia tăng. Nội dung nghiên cứu làm rõ khái niệm ESG và Smart ESG, đồng thời phân tích vai trò của các công nghệ cốt lõi như trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (Big Data), blockchain, IoT và điện toán đám mây trong nâng cao hiệu quả quản trị ESG. Bài viết cũng đánh giá các xu hướng Smart ESG trên thế giới và tại Việt Nam, đặc biệt trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng và doanh nghiệp sản xuất. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đề xuất các giải pháp thúc đẩy Smart ESG tại Việt Nam.

Từ khóa: ESG, Smart ESG, trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn.

1. Đặt vấn đề

Quá trình chuyển đổi số đang diễn ra mạnh mẽ đã làm thay đổi mô hình quản trị và vận hành doanh nghiệp (DN). Các công nghệ số như trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (Big Data), blockchain và điện toán đám mây đang được ứng dụng ngày càng rộng rãi trong hoạt động quản trị DN, đặc biệt trong lĩnh vực ESG.

Mô hình ESG truyền thống còn nhiều hạn chế như dữ liệu phân tán, báo cáo thủ công, thiếu khả năng cập nhật theo thời gian thực và khó đo lường hiệu quả ESG một cách chính xác. Điều này làm giảm tính minh bạch, khả năng giám sát và hiệu quả quản trị bền vững của DN. Khái niệm "Smart ESG" đã xuất hiện như một xu hướng ESG thế hệ mới, không chỉ giúp DN nâng cao hiệu quả quản trị mà còn tạo ra lợi thế cạnh tranh và thúc đẩy phát triển bền vững trong kỷ nguyên số.

Do đó, bài viết nghiên cứu "Smart ESG trong kỷ nguyên số" nhằm đánh giá các xu hướng Smart ESG trên thế giới và tại Việt Nam, đặc biệt trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng, DN sản xuất và đề xuất các giải pháp thúc đẩy Smart ESG trong thời gian tới.

2. Cơ sở lý luận về ESG thông minh (Smart ESG)

2.1. Khái niệm ESG

ESG (Environmental - Social - Governance) đề cập đến 3 trụ cột chính bao gồm: môi trường, xã hội và quản trị DN. Yếu tố môi trường (E) là mức độ tác động của DN đến môi trường tự nhiên như phát thải khí nhà kính, sử dụng tài nguyên, xử lý chất thải và ứng phó với biến đổi khí hậu. Yếu tố xã hội (S) liên quan đến trách nhiệm của DN đối với các bên như người lao động, khách hàng và cộng đồng, về các vấn đề như quyền lao động, bình đẳng, an toàn và phúc lợi xã hội. Yếu tố quản trị (G) tập trung vào cấu trúc và cơ chế quản trị DN, bao gồm tính minh bạch, trách nhiệm giải trình, đạo đức kinh doanh và quyền lợi của cổ đông (Gillan et al., 2021). Theo Friede et al. (2015), ESG không chỉ là một công cụ đánh giá rủi ro mà còn là một phương tiện giúp DN nâng cao giá trị dài hạn thông qua việc tích hợp các yếu tố bền vững vào chiến lược kinh doanh. Eccles et al. (2014) cho rằng, các DN có mức độ thực hiện ESG cao thường đạt được hiệu quả hoạt động vượt trội nhờ khả năng quản trị tốt hơn và giảm thiểu rủi ro phi tài chính.

Như vậy, ESG có thể được hiểu là một khuôn khổ toàn diện nhằm đo lường và quản lý các tác động của DN đối với môi trường, xã hội và hệ thống quản trị, qua đó góp phần nâng cao tính bền vững và trách nhiệm trong hoạt động kinh doanh.

2.2. Khái niệm Smart ESG

Khi các DN thực hiện chuyển đổi số, ESG dần chuyển sang mô hình quản trị thông minh dựa trên dữ liệu và công nghệ số. Sự phát triển của AI, Big Data, blockchain, Internet vạn vật (IoT) và điện toán đám mây đã tạo nền tảng cho sự hình thành của "Smart ESG" - một mô hình ESG thế hệ mới tích hợp công nghệ số nhằm nâng cao hiệu quả quản trị bền vững của DN (PwC, 2025; Deloitte, 2024). Khác với ESG truyền thống, phụ thuộc nhiều vào quy trình báo cáo thủ công, dữ liệu phân tán và đánh giá định kỳ, Smart ESG hướng tới việc số hóa toàn diện hệ thống quản trị ESG thông qua khả năng thu thập, xử lý và phân tích dữ liệu theo thời gian thực. Theo đó, Smart ESG có thể được hiểu là mô hình ESG ứng dụng các công nghệ số hiện đại nhằm tự động hóa hoạt động quản trị ESG, nâng cao tính minh bạch, hỗ trợ đo lường ESG theo thời gian thực, và tăng cường khả năng phân tích dự báo các rủi ro cũng như cơ hội liên quan đến ESG (KPMG, 2023).

Smart ESG là quá trình chuyển đổi từ cách tiếp cận ESG thiên về tuân thủ sang ESG dựa trên dữ liệu và trí tuệ phân tích. Trong mô hình này, công nghệ số không chỉ đóng vai trò hỗ trợ kỹ thuật mà còn trở thành yếu tố cốt lõi giúp DN xây dựng hệ sinh thái quản trị bền vững thông minh và linh hoạt hơn.

2.3. Các công nghệ cốt lõi của Smart ESG

2.3.1. Trí tuệ nhân tạo (Artificial Intelligence - AI)

AI là công nghệ cốt lõi của Smart ESG. AI cho phép tự động hóa quy trình phân tích dữ liệu ESG, nhận diện xu hướng phát thải, đánh giá rủi ro khí hậu, phát hiện hành vi gian lận ESG, hỗ trợ xây dựng các mô hình dự báo phát triển bền vững. Trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng, AI được sử dụng để xây dựng hệ thống chấm điểm ESG, đánh giá tín dụng xanh và phân tích khả năng chống chịu rủi ro khí hậu của DN. Nhờ AI, DN có thể chuyển từ quản trị phản ứng sang quản trị dự báo, qua đó nâng cao năng lực ra quyết định chiến lược (Deloitte, 2024; OECD, 2023).

AI giúp xây dựng hệ thống chấm điểm ESG DN. Thông qua việc phân tích dữ liệu tài chính và phi tài chính, AI đánh giá mức độ tuân thủ ESG, xếp hạng mức độ bền vững của DN và hỗ trợ nhà đầu tư trong quá trình ra quyết định đầu tư xanh. Trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng, nhiều tổ chức đã sử dụng AI để tích hợp ESG vào hệ thống xếp hạng tín dụng và quản trị rủi ro.

AI đóng vai trò quan trọng trong dự báo rủi ro khí hậu. Dựa trên dữ liệu thời tiết, phát thải carbon, chuỗi cung ứng và dữ liệu kinh tế, AI có thể hỗ trợ DN mô phỏng các kịch bản biến đổi khí hậu, đánh giá tác động của thiên tai hoặc rủi ro chuyển đổi carbon đến hoạt động kinh doanh. Điều này giúp DN nâng cao khả năng chống chịu và xây dựng chiến lược thích ứng dài hạn.

AI giúp phát hiện các hành vi gian lận ESG hoặc hiện tượng "greenwashing" là việc DN công bố thông tin ESG sai lệch hoặc phóng đại. Thông qua phân tích dữ liệu lớn và hành vi bất thường, AI phát hiện các dấu hiệu vi phạm ESG trong chuỗi cung ứng hoặc trong hoạt động công bố thông tin bền vững.

AI hỗ trợ phân tích phát thải carbon theo thời gian thực. Công nghệ này giúp DN theo dõi lượng phát thải khí nhà kính, tối ưu hóa sử dụng năng lượng và xây dựng lộ trình giảm phát thải phù hợp với mục tiêu Net Zero.

2.3.2. Dữ liệu lớn (Big Data)

Big Data hỗ trợ phân tích ESG mang tính dự báo, DN có thể chuyển từ quản trị ESG bị động sang quản trị ESG chủ động dựa trên dữ liệu. Các thuật toán dữ liệu lớn có thể giúp DN dự báo xu hướng phát thải, đánh giá rủi ro ESG, phân tích hành vi thị trường, và xây dựng các mô hình dự báo phát triển bền vững. Việc khai thác dữ liệu lớn giúp DN đánh giá hiệu quả ESG theo thời gian thực thay vì chỉ dựa trên các báo cáo định kỳ truyền thống.

2.3.3. Blockchain

Blockchain là công nghệ góp phần gia tăng tính minh bạch và khả năng truy xuất nguồn gốc trong Smart ESG. Một trong những thách thức lớn của ESG hiện nay là nguy cơ thiếu minh bạch hoặc thao túng thông tin trong công bố dữ liệu bền vững. Với đặc tính phi tập trung và khó chỉnh sửa dữ liệu, blockchain giúp DN xác thực các thông tin liên quan đến phát thải carbon, nguồn gốc nguyên liệu, chuỗi cung ứng xanh hoặc hoạt động tài chính bền vững. Công nghệ này đặc biệt quan trọng trong bối cảnh các thị trường quốc tế ngày càng yêu cầu khắt khe về truy xuất nguồn gốc và tính minh bạch ESG trong chuỗi giá trị toàn cầu (Tapscott & Tapscott, 2018).

2.3.4. Internet vạn vật (Internet of Things - IoT)

IoT sẽ giám sát tiêu thụ năng lượng. Các cảm biến IoT có thể theo dõi lượng điện, nước và nhiên liệu tiêu thụ theo thời gian thực, từ đó giúp DN tối ưu hóa hiệu quả sử dụng tài nguyên và giảm chi phí vận hành. IoT hỗ trợ theo dõi phát thải khí nhà kính và các chỉ số môi trường khác. Điều này giúp DN nhanh chóng phát hiện các bất thường trong hoạt động sản xuất và điều chỉnh kịp thời nhằm giảm tác động môi trường.

2.3.5. Điện toán đám mây (Cloud Computing)

Điện toán đám mây là hạ tầng công nghệ quan trọng giúp DN triển khai Smart ESG trên quy mô lớn. Điện toán đám mây cho phép DN xây dựng nền tảng ESG số hóa tích hợp dữ liệu và quy trình quản trị ESG, tức tập trung hóa dữ liệu ESG từ nhiều bộ phận và hệ thống khác nhau, có khả năng chia sẻ thông tin nhanh chóng giữa các bộ phận cũng như với các bên liên quan. Điều này giúp DN nâng cao khả năng quản trị dữ liệu, tăng tính đồng bộ, hỗ trợ báo cáo ESG và cải thiện khả năng ra quyết định chiến lược.

Điện toán đám mây còn giúp DN giảm chi phí đầu tư công nghệ, tăng khả năng mở rộng hệ thống và nâng cao khả năng kết nối dữ liệu ESG với các đối tác, nhà đầu tư và cơ quan quản lý. Việc ứng dụng nền tảng đám mây cũng góp phần nâng cao hiệu quả báo cáo ESG, tăng khả năng tích hợp với các chuẩn quốc tế như GRI, ISSB, TCFD hay CSRD (PwC, 2025).

3. Xu hướng Smart ESG trên thế giới và tại Việt Nam

3.1. Xu hướng Smart ESG trên thế giới

(1) Xu hướng nổi bật nhất hiện nay là "AI-driven ESG" - ESG. Theo Deloitte (2024), AI đang làm thay đổi phương thức DN đo lường và quản trị ESG thông qua khả năng xử lý dữ liệu lớn, học máy và phân tích dự báo. Trong lĩnh vực tài chính, nhiều ngân hàng và quỹ đầu tư quốc tế đã ứng dụng AI để xây dựng hệ thống chấm điểm ESG, đánh giá tín dụng xanh và phân tích khả năng chống chịu rủi ro khí hậu của DN. Công nghệ Generative AI và Agentic AI đang được sử dụng để hỗ trợ xây dựng chiến lược ESG, tự động hóa kiểm toán ESG và dự báo xu hướng phát triển bền vững của thị trường.

(2) Xu hướng "ESG analytics". Thông qua ESG analytics, DN có thể theo dõi ESG theo thời gian thực, đánh giá tác động ESG đến hiệu quả tài chính, mô phỏng các kịch bản biến đổi khí hậu và xây dựng chiến lược Net Zero.

(3) Xu hướng "carbon intelligence". Trong bối cảnh các quốc gia cam kết Net Zero và áp dụng các cơ chế định giá carbon, DN buộc phải nâng cao khả năng đo lường và quản trị phát thải khí nhà kính. "Carbon intelligence" là việc ứng dụng AI, IoT và Big Data để đo lường phát thải carbon, phân tích vòng đời carbon, theo dõi dấu chân carbon trong chuỗi cung ứng và tối ưu hóa chiến lược giảm phát thải.

(4) Xu hướng "ESG fintech". Đây là sự kết hợp giữa công nghệ tài chính và ESG nhằm thúc đẩy tài chính xanh, tài chính bền vững và đầu tư có trách nhiệm. Các công nghệ Smart ESG đang được sử dụng để phát triển nền tảng giao dịch tín chỉ carbon, xác minh trái phiếu xanh, xây dựng hệ thống chấm điểm ESG và hỗ trợ tài chính bền vững. Theo IMF (2024), "ESG fintech" sẽ đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy quá trình chuyển đổi xanh toàn cầu nhờ khả năng mở rộng tài chính xanh và nâng cao tính minh bạch của thị trường tài chính bền vững.

(5) Xu hướng "smart green finance" trong hệ thống tài chính quốc tế. Đây là mô hình tài chính xanh ứng dụng công nghệ số nhằm nâng cao hiệu quả phân bổ vốn và quản trị rủi ro ESG. Theo BIS (2024), AI và Big Data đang hỗ trợ các tổ chức tài chính đánh giá rủi ro khí hậu, stress testing ESG, định giá tài sản xanh, và xây dựng danh mục đầu tư bền vững. Các ngân hàng trung ương và tổ chức tài chính quốc tế hiện cũng đang nghiên cứu ứng dụng công nghệ số trong giám sát rủi ro ESG của hệ thống tài chính nhằm tăng cường ổn định tài chính trong bối cảnh biến đổi khí hậu.

3.2. Smart ESG tại Việt Nam

Smart ESG đang trở thành xu hướng nổi bật trong bối cảnh Chính phủ Việt Nam thúc đẩy chuyển đổi số quốc gia và cam kết đạt phát thải ròng bằng "0" vào năm 2050. Những năm gần đây, nhiều DN, đặc biệt trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng và sản xuất công nghiệp, đã bắt đầu tích hợp công nghệ số vào hoạt động ESG nhằm nâng cao hiệu quả quản trị và đáp ứng các yêu cầu quốc tế về phát triển bền vững.

Trong lĩnh vực ngân hàng, ESG đang chuyển từ giai đoạn "nhận thức" sang "triển khai số hóa". Nhiều ngân hàng Việt Nam đã xây dựng chiến lược ESG gắn với chuyển đổi số và quản trị rủi ro bền vững. Theo PwC (2025), ESG tại Việt Nam hiện mang tính "governance-first", tức là DN ưu tiên xây dựng nền tảng quản trị ESG trước khi mở rộng sang các hoạt

động ESG chuyên sâu hơn. Các ngân hàng như BIDV, VPBank, MB Bank và TPBank hiện đã bước đầu triển khai mô hình Smart ESG.

BIDV đã xây dựng hệ thống quản trị rủi ro ESG tích hợp với chuyển đổi số, đồng thời triển khai ESMS (Environmental and Social Management System) trong hoạt động tài trợ thương mại với sự hỗ trợ của ADB. BIDV cũng ứng dụng công nghệ số trong quản trị tín dụng xanh và quản lý dữ liệu ESG nhằm nâng cao khả năng kiểm soát rủi ro môi trường - xã hội trong hoạt động cấp tín dụng.

VPBank đã phát triển khung quản trị rủi ro ESG trên toàn hệ thống và ứng dụng AI trong đánh giá rủi ro tín dụng và phân tích ESG. VPBank đồng thời triển khai climate risk stress testing và công bố thông tin khí hậu theo chuẩn TCFD nhằm nâng cao khả năng minh bạch ESG và quản trị rủi ro biến đổi khí hậu.

MB Bank là một trong những ngân hàng thúc đẩy mạnh chuyển đổi số xanh. Với tỷ lệ số hóa hoạt động ngân hàng đạt trên 90%, MB đã tích hợp ESG vào chiến lược chuyển đổi số và phát triển ngân hàng số bền vững. MB cũng hợp tác với KPMG để xây dựng khung quản trị rủi ro ESG và khung tài chính bền vững, đồng thời đẩy mạnh quản trị dữ liệu ESG trên nền tảng số.

TPBank cũng nổi bật trong việc triển khai Smart ESG thông qua việc xây dựng hệ thống ESG dashboard và tích hợp ESG vào mô hình quản trị rủi ro Basel III. Ngân hàng này đã ứng dụng dữ liệu lớn và nền tảng số để giám sát ESG, quản lý tín dụng xanh, và nâng cao khả năng báo cáo ESG theo chuẩn quốc tế.

Ngoài lĩnh vực ngân hàng, Smart ESG cũng đang được triển khai mạnh trong các DN sản xuất và công nghiệp lớn tại Việt Nam. Vinamilk là một trong những DN tiên phong ứng dụng công nghệ số vào quản trị ESG. Công ty đã triển khai hệ thống quản lý năng lượng thông minh, tự động hóa theo dõi phát thải carbon và ứng dụng IoT trong quản trị trang trại bò sữa công nghệ cao. Vinamilk cũng phát triển hệ thống ESG dashboard nhằm giám sát hiệu quả sử dụng tài nguyên và quản trị môi trường theo thời gian thực. Trong khi đó, VinFast đại diện cho xu hướng kết hợp giữa chuyển đổi xanh và chuyển đổi số trong ngành công nghiệp ô tô điện. Công ty này ứng dụng AI, IoT và Big Data trong quản lý chuỗi cung ứng, giám sát sản xuất và quản trị phát thải carbon. Việc phát triển xe điện và hệ sinh thái năng lượng xanh cho thấy, VinFast đang tiếp cận Smart ESG không chỉ ở góc độ báo cáo ESG mà còn ở cấp độ tái cấu trúc mô hình kinh doanh theo hướng bền vững và công nghệ cao.

Mặc dù Smart ESG tại Việt Nam đang phát triển tích cực, nhưng vẫn còn nhiều thách thức như thiếu dữ liệu ESG chuẩn hóa, hạn chế về nhân lực ESG số, chi phí đầu tư công nghệ cao và thiếu khung pháp lý ESG số đồng bộ. Tuy nhiên, với xu hướng hội nhập quốc tế và áp lực từ các quy định toàn cầu như CSRD, ISSB và CBAM, Smart ESG được dự báo sẽ trở thành xu hướng tất yếu của DN Việt Nam trong giai đoạn tới. Việc kết hợp giữa ESG và công nghệ số không chỉ giúp DN nâng cao hiệu quả quản trị mà còn góp phần tăng khả năng cạnh tranh, thu hút đầu tư quốc tế và thúc đẩy phát triển bền vững trong nền kinh tế số toàn cầu.

4. Giải pháp thúc đẩy Smart ESG tại Việt Nam

4.1. Hoàn thiện khung pháp lý ESG số

Việt Nam cần xây dựng bộ "Tiêu chuẩn ESG số" quốc gia nhằm chuẩn hóa hoạt động thu thập, quản lý và báo cáo dữ liệu ESG. Bộ tiêu chuẩn này cần được xây dựng trên cơ sở tham chiếu các chuẩn quốc tế như: ISSB, GRI, TCFD, SASB, và CSRD của Liên minh châu Âu. Việc chuẩn hóa dữ liệu ESG sẽ giúp DN nâng cao khả năng tích hợp công nghệ số và tăng tính so sánh dữ liệu giữa các DN, ngành nghề và thị trường.

Việt Nam cần xây dựng khung "quản trị dữ liệu ESG". Trong mô hình Smart ESG, dữ liệu đóng vai trò trung tâm, trong chiến lược chuyển đổi số quốc gia. Nhà nước cần ban hành các quy định liên quan đến tiêu chuẩn dữ liệu ESG, quyền sở hữu dữ liệu, bảo mật dữ liệu ESG, truy xuất nguồn gốc dữ liệu và chia sẻ dữ liệu ESG giữa các tổ chức. Khung quản trị dữ liệu ESG cũng cần tích hợp các quy định liên quan đến an ninh mạng và đạo đức AI nhằm hạn chế rủi ro rò rỉ dữ liệu và nguy cơ thao túng dữ liệu ESG.

Việt Nam cần xây dựng "ESG assurance framework" - khung xác minh và kiểm toán ESG nhằm nâng cao tính minh bạch và độ tin cậy của thông tin ESG. Trong bối cảnh các thị trường quốc tế ngày càng siết chặt yêu cầu về công bố thông tin bền vững, việc kiểm toán ESG sẽ trở thành xu hướng tất yếu. Việt Nam cần phát triển hệ thống kiểm toán ESG độc lập kết hợp với ứng dụng công nghệ số như

blockchain và AI để tăng khả năng xác minh dữ liệu ESG và hạn chế hiện tượng greenwashing. Theo PwC (2025), các DN có hệ thống "ESG assurance" tốt thường có mức độ tin cậy cao hơn từ phía nhà đầu tư và tổ chức tài chính quốc tế.

4.2. Phát triển hạ tầng dữ liệu ESG

Xây dựng cơ sở dữ liệu ESG quốc gia đóng vai trò là trung tâm tích hợp dữ liệu ESG của DN, tổ chức tài chính, cơ quan quản lý và các tổ chức đánh giá ESG. Cơ sở dữ liệu ESG quốc gia cần bao gồm: dữ liệu phát thải carbon, dữ liệu môi trường, dữ liệu lao động, dữ liệu quản trị DN và dữ liệu tài chính xanh. Việc xây dựng hệ thống dữ liệu ESG giúp nâng cao tính minh bạch, hỗ trợ cơ quan quản lý trong việc giám sát rủi ro ESG và hoạch định chính sách phát triển bền vững. Ngoài ra, cần phát triển nền tảng ESG số hóa cho DN và tổ chức tài chính nhằm hỗ trợ: tự động hóa báo cáo ESG, quản trị dữ liệu ESG, ESG analytics, và ESG dashboard.

4.3. Đào tạo nguồn nhân lực Smart ESG

Đây là giải pháp chiến lược nhằm thúc đẩy phát triển bền vững và chuyển đổi số quốc gia. Trước hết, cần phát triển các chương trình đào tạo về "ESG analytics" nhằm hỗ trợ DN đánh giá hiệu quả ESG, dự báo rủi ro khí hậu, phân tích phát thải carbon, xây dựng chiến lược ESG dựa trên dữ liệu. Các trường đại học, viện nghiên cứu và tổ chức đào tạo cần tích hợp ESG analytics vào các chương trình: tài chính, quản trị DN, khoa học dữ liệu, và công nghệ thông tin. Ngoài ra, cần đào tạo quản trị AI trong ESG nhằm giải quyết các vấn đề liên quan đến đạo đức AI, minh bạch thuật toán, thiên vị dữ liệu, và bảo mật thông tin đang trở thành thách thức lớn. Do đó, Việt Nam cần xây dựng đội ngũ chuyên gia có khả năng quản trị AI và kiểm soát rủi ro công nghệ trong hệ sinh thái Smart ESG.

4.4. Thúc đẩy AI và Big data trong ESG

AI và Big data là 2 công nghệ cốt lõi của Smart ESG. Do đó, Việt Nam cần thúc đẩy ứng dụng AI và Big Data trong hoạt động ESG nhằm nâng cao hiệu quả quản trị và năng lực cạnh tranh DN. Thông qua AI, DN có thể tự động hóa quá trình: thu thập dữ liệu ESG, chuẩn hóa dữ liệu, phân tích ESG, và lập báo cáo ESG theo thời gian thực. Điều này không chỉ giúp giảm chi phí vận hành mà còn nâng cao độ chính xác và tính minh bạch của báo cáo ESG. Việt Nam cần thúc đẩy kế toán carbon thông minh. Công nghệ AI, blockchain và IoT có thể hỗ trợ DN đo lường phát thải carbon, theo dõi dấu chân carbon và quản trị tín chỉ carbon theo thời gian thực.

4.5. Phát triển tài chính xanh số hóa

Tài chính xanh số hóa sẽ là động lực quan trọng thúc đẩy Smart ESG tại Việt Nam, việc kết hợp giữa ESG và fintech đang tạo ra các mô hình tài chính mới phục vụ phát triển bền vững. Sự phát triển fintech xanh có thể hỗ trợ giao dịch tín chỉ carbon, quản lý đầu tư ESG, huy động vốn xanh, và xây dựng nền tảng tài chính bền vững. Fintech xanh sẽ giúp mở rộng khả năng tiếp cận tài chính xanh cho DN và người dân, đồng thời tăng tính minh bạch của thị trường tài chính xanh. Đồng thời, cần thúc đẩy ngân hàng xanh số hóa, các ngân hàng thương mại cần tích hợp ESG vào chiến lược chuyển đổi số thông qua tín dụng xanh số hóa, phân tích rủi ro ESG, climate stress testing, và ESG dashboard.

Ngoài ra, Việt Nam cần phát triển "tài chính số gắn với ESG". Đây là mô hình kết hợp giữa: AI, blockchain, dữ liệu ESG, và tài chính bền vững nhằm xây dựng hệ sinh thái tài chính số phục vụ mục tiêu phát triển bền vững quốc gia. Theo BIS (2024), ESG-linked finance sẽ trở thành xu hướng chủ đạo của hệ thống tài chính toàn cầu trong giai đoạn tới.

5. Kết luận

Smart ESG không chỉ là xu hướng công nghệ nhất thời mà đã trở thành yêu cầu tất yếu trong quá trình chuyển đổi mô hình quản trị DN hiện đại. Trong bối cảnh các tiêu chuẩn quốc tế về phát triển bền vững ngày càng được siết chặt, các DN không còn có thể tiếp cận ESG đơn thuần dưới góc độ "tuân thủ" mà ESG chuyển dịch mạnh mẽ sang mô hình "ESG được tích hợp vào chiến lược kinh doanh" nhằm tạo ra giá trị bền vững, nâng cao khả năng cạnh tranh và gia tăng lợi thế dài hạn cho DN.

Đối với Việt Nam, Smart ESG mở ra nhiều cơ hội quan trọng trong tiến trình hội nhập quốc tế và phát triển bền vững. Việc ứng dụng Smart ESG giúp DN: nâng cao hiệu quả quản trị, tối ưu hóa chi phí vận hành, tăng khả năng tiếp cận tài chính xanh, thu hút đầu tư quốc tế, và nâng cao uy tín thương hiệu trên thị trường toàn cầu. Đặc biệt, trong bối cảnh Việt Nam cam kết đạt phát thải ròng bằng "0" vào năm 2050, Smart ESG sẽ trở thành công cụ quan trọng hỗ trợ DN thực hiện chuyển đổi xanh và thích ứng với các yêu cầu mới của thị trường quốc tế ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Bank for International Settlements - BIS (2024). Climate-related financial risks and digital finance transformation. [Online] Availbale at https://www.bis.org/bcbs/publ/d502.pdf

Deloitte. (2024). AI-powered ESG and sustainable business transformation. Deloitte Insights.

Eccles, R. G., & Klimenko, S. (2019). The investor revolution. Harvard Business Review, 97(3), 106-116. https://hbr.org/2019/05/the-investor-revolution

Friede, G., Busch, T., & Bassen, A. (2015). ESG and financial performance: Aggregated evidence from more than 2000 empirical studies. Journal of Sustainable Finance & Investment, 5(4), 210-233. https://doi.org/10.1080/20430795.2015.1118917

Gillan, S. L., Koch, A., & Starks, L. T. (2021). Firms and Social Responsibility: A Review of ESG and CSR Research in Corporate. Journal of Corporate Finance. https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2021.101889

International Monetary Fund - IMF (2024). Digital finance and sustainable development. IMF Publishing.

KPMG. (2023). ESG data, technology and digital transformation. KPMG International. https://kpmg.com/pt/en/services/esg/data-and-technology.html

Organisation for Economic Co-operation and Development - OECD (2023). Artificial intelligence, ESG and sustainable finance. OECD Publishing.

PwC. (2025). ESG Progress Tracker Report 2025: Beyond compliance - The ESG reinvention for business in Vietnam. PwC Vietnam.

Tapscott, D., & Tapscott, A. (2018). Blockchain Revolution: How the Technology behind Bitcoin and Other Cryptocurrencies Is Changing the World. First Portfolio.

Ngày nhận bài: 18/3/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 30/3/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 18/4/2026

ANALYZING THE DEVELOPMENT TRENDS OF SMART ESG IN THE DIGITAL AGE

● **NGUYEN THI THAI HUNG**
Faculty of Banking, Banking Academy of Vietnam

ABSTRACT:

This study examines the development trends of Smart ESG in the context of digital transformation and growing demands for sustainable development. The study clarifies the concepts of ESG and Smart ESG and analyzes the role of core technologies, including artificial intelligence (AI), big data, blockchain, the Internet of Things (IoT), and cloud computing, in enhancing the effectiveness of ESG governance. It also assesses Smart ESG trends globally and in Vietnam, with particular emphasis on the finance and banking sector and manufacturing enterprises. Based on this analysis, the study proposes solutions to promote Smart ESG adoption in Vietnam.

Keywords: ESG, Smart ESG, artificial intelligence, Big Data.

TÁC ĐỘNG CỦA VỐN TRÍ TUỆ ĐẾN HIỆU QUẢ TÀI CHÍNH TẠI CÁC DOANH NGHIỆP PHI TÀI CHÍNH VIỆT NAM

● **TRẦN MINH QUÂN[1,*] - NGUYỄN THỊ PHƯƠNG QUYÊN[1] - NGUYỄN BẢO PHƯƠNG NGHI[1] - NGUYỄN THỊ QUẾ HƯỜNG[1] - LÂM THỊ KIM NGÂN[1]**

[1]Trường Đại học Công nghiệp TP. Hồ Chí Minh

*Tác giả liên hệ: 23633301.quan@student.iuh.edu.vn

TÓM TẮT:

Nghiên cứu này phân tích tác động vốn trí tuệ đến hiệu quả tài chính của 180 doanh nghiệp phi tài chính niêm yết trên HOSE giai đoạn 2010 - 2024. Sử dụng mô hình hệ số giá trị gia tăng trí tuệ hiệu chỉnh (MVAIC) và phương pháp hồi quy System GMM, kết quả cho thấy vốn cấu trúc (SCE), vốn tài chính (CEE) và vốn quan hệ (RCE) có ảnh hưởng tích cực đáng kể đến ROA và ROE. Trong khi đó, vốn nhân lực (HCE) thúc đẩy giá trị thị trường (Tobin's Q) nhưng vốn cấu trúc (SCE) lại có tác động nghịch chiều đến chỉ số này. Nghiên cứu nhấn mạnh, doanh nghiệp Việt Nam vẫn dựa nhiều vào tài sản hữu hình và hiệu quả sử dụng vốn hơn là nguồn nhân lực, từ đó đề xuất các giải pháp tối ưu hóa quản trị và đầu tư vào tài sản vô hình.

Từ khóa: vốn trí tuệ hiệu chỉnh, hiệu quả tài chính, doanh nghiệp niêm yết, GMM.

1. Đặt vấn đề

Trong nền kinh tế tri thức, vốn trí tuệ (IC) đã trở thành nguồn lực then chốt quyết định lợi thế cạnh tranh bền vững của tổ chức. IC bao gồm tri thức, thông tin, tài sản trí tuệ và kinh nghiệm có khả năng tạo ra giá trị. Tuy nhiên, nhiều doanh nghiệp thường bỏ qua tài sản vô hình để ưu tiên tài sản hữu hình, dẫn đến sự sụt giảm giá trị công ty. Để định lượng nguồn lực này, mô hình VAIC của Pulic (2000) đã ra đời và trở nên phổ biến nhờ tính khách quan và khả năng ứng dụng cao.

Tại Việt Nam, mặc dù đã có một số nghiên cứu về vai trò của IC, nhưng phần lớn vẫn tập trung vào các ngành hẹp hoặc giai đoạn ngắn. Nghiên cứu này nhằm lấp đầy khoảng trống bằng cách phân tích dữ liệu của các doanh nghiệp phi tài chính trong chu kỳ 15 năm (2010-2024), bao gồm cả giai đoạn phục hồi sau Covid-19, đồng thời áp dụng mô hình MVAIC để đo lường thêm hiệu quả vốn quan hệ (RCE).

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

2.1. Cơ sở lý thuyết

Vốn trí tuệ được định nghĩa là tài sản tri thức vô hình giúp tổ chức duy trì lợi thế cạnh tranh. Theo lý thuyết dựa trên nguồn lực, IC là tài sản chiến lược vì nó có giá trị, hiếm, khó bắt chước và không thể thay thế. Cấu trúc IC thường gồm 3 thành phần chính: vốn nhân lực (HCE) (kỹ năng, kinh nghiệm nhân viên), vốn cấu trúc (SCE) (quy trình, hệ thống thông tin) và vốn quan hệ (RCE) (mối quan hệ với khách hàng, đối tác).

2.2. Tổng quan các nghiên cứu trước

Nhiều nghiên cứu quốc tế tại Đài Loan, Singapore và châu Âu khẳng định IC có tác động tích cực đến giá trị thị trường và khả năng sinh lời. Chẳng hạn, Chen và cộng sự (2005) cho thấy nhà đầu tư đánh giá cao các công ty có vốn trí tuệ lớn. Tại Việt Nam, Hoang và cộng sự (2020) cũng ghi nhận mối quan hệ cùng chiều giữa vốn tri thức và hiệu quả tài chính.

Tuy nhiên, kết quả thực nghiệm không hoàn toàn thống nhất. Một số nghiên cứu tại Nam Phi hoặc Hồng Kông không tìm thấy bằng chứng rõ ràng về mối liên hệ này, cho thấy tác động của IC có thể thay đổi tùy theo đặc thù thị trường và nhận thức của nhà đầu tư.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Mô hình và dữ liệu

Nghiên cứu sử dụng mô hình MVAIC cải tiến từ Pulic (2000):

$$X_{it} = \beta_0 + \beta_1 HCE_{it} + \beta_2 SCE_{it} + \beta_3 CEE_{it} + \beta_4 RCE_{it} + \beta_5 AGE_{it} + \beta_6 SIZE_{it} + \beta_7 LEV_{it} + \beta_8 SG_{it} + \beta_9 i.IND_{it} + \in$$

Trong đó:

+ Biến phụ thuộc: ROA, ROE và Tobin's Q (TBQ).

+ Biến độc lập: HCE(Vốn nhân lực), SCE(Vốn cấu trúc), CEE (vốn tài chính) và RCE (Vốn quan hệ).

+ Biến kiểm soát: Quy mô (SIZE), Đòn bẩy (LEV), Tuổi doanh nghiệp (AGE), Tăng trưởng (SG) và Ngành (IND).

Mẫu nghiên cứu gồm 180 công ty phi tài chính trên sàn HOSE giai đoạn 2010-2024, sau khi đã loại bỏ các doanh nghiệp tài chính và bất động sản để đảm bảo tính đồng nhất.

3.2. Phương pháp hồi quy

Nghiên cứu sử dụng các phương pháp hồi quy dữ liệu bảng, thông qua ước lượng Pooled OLS, FEM, REM để lựa chọn mô hình tối ưu. Do phát hiện vi phạm về phương sai thay đổi, tự tương quan và hiện tượng nội sinh, phương pháp System GMM được áp dụng để đảm bảo tính nhất quán.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Thống kê mô tả và ma trận tương quan

Kết quả cho thấy, ROA trung bình đạt 7,97%, ROE đạt 14.02% và Tobin's Q là 1.13 (Bảng 1). Ma trận tương quan cho thấy các hệ số giữa các biến độc lập đều dưới 0,8, khẳng định hiện tượng đa cộng tuyến không đáng kể (Bảng 2). Kiểm định VIF (Mean VIF = 2.46) ở Bảng 3 củng cố kết quả này.

4.2. Kiểm định chẩn đoán

Kết quả tại Bảng 4 xác nhận cả 3 mô hình (ROA, ROE, TBQ) đều vi phạm giả thiết phương sai đồng nhất và không tự tương quan (P-value < 0.05). Hiện tượng nội sinh cũng tồn tại ở các biến như CEE, SIZE, LEV. Điều này bắt buộc phải sử dụng hồi quy GMM.

4.2. Kết quả hồi quy theo phương pháp GMM

Đối với ROA và ROE: Vốn cấu trúc (SCE), vốn tài chính (CEE) và vốn quan hệ (RCE) đều có tác động tích cực và có ý nghĩa thống kê. Vốn nhân lực (HCE) chỉ có tác động tích cực đến ROA ở mức ý nghĩa thấp (10%) và chưa rõ rệt đối với ROE.

Đối với Tobin's Q: Vốn nhân lực (HCE) có tác động cùng chiều, cho thấy thị trường đánh giá cao trình độ nhân sự. Ngược lại, vốn cấu trúc (SCE) có tác động nghịch chiều, hàm ý rằng bộ máy quản trị quá cồng kềnh có thể bị nhà đầu tư nhìn nhận tiêu cực.

Bảng 1. Thống kê mô tả các biến

Tên biến	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất
ROA	0.0797	0.0897	-0.4919	0.7426
ROE	0.1402	0.1437	-0.9993	0.9309
TBQ	1.1319	0.5585	0.0882	5.6937
HCE	1.1768	0.8438	-2.4066	9.1541
SCE	0.6407	0.4651	-10.0959	11.9579
CEE	0.2447	0.2924	-6.6330	5.3923
RCE	0.3100	0.6307	-5.3624	17.0106
AGE	3.1913	0.5443	0.6931	4.7707
SIZE	28.0294	1.4181	23.7117	33.0449
LEV	0.4583	0.2271	0.0004	3.6540
SG	0.1777	0.8745	-1	23.0672
IND	3.9933	2.2350	1	9

Nguồn: Nhóm tác giả trích từ Stata 17

Bảng 2: Ma trận hệ số tương quan giữa các biến

	ROA	ROE	TBQ	HCE	SCE	CEE	RCE	AGE	SIZE	LEV	SG	IND
ROA	1.000											
ROE	0.8601	1.000										
TBQ	0.4171	0.3805	1.000									
HCE	0.2026	0.2133	0.0588	1.000								
SCE	0.2155	0.2477	0.0560	0.6121	1.000							
CEE	0.4525	0.3906	0.2410	-0.0571	-0.0001	1.000						
RCE	-0.1355	-0.1260	-0.0151	-0.1844	-0.3992	-0.1011	1.000					
AGE	0.0126	-0.0247	0.1954	-0.1785	-0.0772	0.0499	0.0554	1.000				
SIZE	-0.0981	0.0221	0.1306	0.2360	0.1218	-0.1739	0.0697	0.1392	1.000			
LEV	-0.3916	-0.1302	-0.0722	0.0043	-0.0372	-0.0909	0.1492	-0.0860	0.2801	1.000		
SG	0.0908	0.1293	0.0262	0.0878	0.0481	-0.0136	-0.0030	-0.0844	0.0302	0.0661	1.000	
IND	0.0527	0.0677	0.1080	0.0493	0.0427	0.0255	0.1333	-0.0850	0.0906	0.0283	-0.0042	1.000

Nguồn: Nhóm tác giả trích từ Stata 17

Bảng 3: Kiểm định Vif

Biến	Vif
HCE	1.83
SCE	1.89
CEE	1.08
RCE	1.37
AGE	1.20
SIZE	1.31
LEV	1.18
SG	1.02
IND	
Nguyên vật liệu	6.46
Công nghiệp	5.50
Tiêu dùng không thiết yếu	3.69
Tiêu dùng thiết yếu	4.45
Chăm sóc sức khỏe	2.71
Công nghệ thông tin	1.68
Dịch vụ truyền thông	1.24
Tiện ích	2.69
MEAN VIF	2.46

Nguồn: Nhóm tác giả trích từ Stata 17

Bảng 4: Kết quả kiểm định chẩn đoán

Kiểm định	Đối tượng	KẾT QUẢ Prob > chi2		
		ROA	ROE	TBQ
Tính nội sinh	HCE		0.0005	
	SCE			
	CEE	0.0000	0.0000	0.0000
	RCE			
	AGE	0.0487	0.0002	
	SIZE	0.0000	0.0000	0.0024
	LEV	0.0126	0.0022	0.0000
	SG	0.0329	0.0019	
Phương sai thay đổi		0.0000	0.0000	0.0000
Tự tương quan		0.0000	0.0000	0.0000

Nguồn: Nhóm tác giả trích từ Stata 17

Biến kiểm soát: Đòn bẩy tài chính (LEV) gây áp lực làm giảm ROA nhưng lại được thị trường kỳ vọng tích cực thông qua Tobin's Q.

4.3. Thảo luận

Kết quả thực nghiệm cho thấy, vốn nhân lực (HCE) tác động tích cực đến ROA và giá trị thị trường (Tobin's Q), tương đồng với nghiên cứu của Lê Hà Như Thảo (2016) và Nguyen & Doan (2020). Điều này khẳng định việc tối ưu hóa trình độ nhân viên giúp vận hành tài sản hiệu quả và tạo niềm tin cho nhà đầu tư về

Bảng 5. Hồi quy GMM tác động thành phần trong vốn trí tuệ

	ROA	ROE	TBQ
Biến trễ bậc 1 (L1)	0.23828	0.28032*	0.67226**
HCE	0.01710*	0.01326	0.06802*
SCE	0.02027**	0.25924***	-0.07178***
CEE	0.25500**	0.40318**	-1.01643
RCE	0.01615*	0.09580***	-0.08456
AGE	-0.00698	0.00574	0.10841**
SIZE	0.00267	0.00200	-0.04863
LEV	-0.24430**	-0.01895	0.50488*
SG	0.03418	0.03378	0.00779
IND			
Nguyên vật liệu	0.01952	0.03661	-0.13430
Công nghiệp	0.04295	0.04562	-0.09124
Tiêu dùng không thiết yếu	0.01605	0.02272	0.00914
Tiêu dùng thiết yếu	0.02910	0.03143	-0.03828
Chăm sóc sức khỏe	0.01629	0.00500	0.10387
Công nghệ thông tin	0.02245	0.03703	0.02748
Dịch vụ truyền thông	0.06502	0.10882*	-0.21769
Tiện ích	0.02072	-0.00564	0.02310

Nguồn: Nhóm tác giả trích từ Stata 17

(*), (**), (***) tương ứng với ý nghĩa thống kê là 10%, 5% và 1%.

tiềm năng tăng trưởng. Tuy nhiên, HCE chưa ảnh hưởng rõ rệt đến ROE, phù hợp với quan điểm của Chowdhury và cộng sự (2018).

Vốn cấu trúc (SCE) và vốn tài chính (CEE) thúc đẩy tỷ suất sinh lời nội tại (ROA, ROE), củng cố luận điểm của Chen và cộng sự (2005) và Lê Hà Như Thảo (2016). Quản trị tốt tài sản hữu hình và hệ thống quy trình giúp tối ưu hóa vận hành và lợi nhuận. Tuy nhiên, SCE tác động nghịch chiều đến Tobin's Q, tương đồng với Buallay (2017), hàm ý bộ máy quản trị quá cứng nhắc làm giảm tính linh hoạt, khiến thị trường định giá thấp doanh nghiệp.

Cuối cùng, vốn quan hệ (RCE) cải thiện lợi nhuận nhờ tối ưu hóa chuỗi cung ứng, phù hợp với Chowdhury và cộng sự (2018), dù lợi ích này chưa phản ánh ngay vào giá trị thị trường như nhận định của Aybars & Öner (2022).

5. Kết luận và hàm ý quản trị

Nghiên cứu kết luận vốn cấu trúc, vốn tài chính và vốn quan hệ là những nhân tố cốt lõi thúc đẩy hiệu quả tài chính nội tại của doanh nghiệp Việt Nam. Trong khi đó, vốn nhân lực đóng vai trò quan trọng trong việc gia tăng giá trị thị trường và niềm tin của nhà đầu tư.

Dựa trên kết quả nghiên cứu, nhà quản trị cần: Đẩy mạnh số hóa và chuẩn hóa quy trình nội bộ để phát huy tối đa vốn cấu trúc mà không làm bộ máy trở nên cồng kềnh; Hiện đại hóa tài sản và tối ưu hóa vòng quay vốn để nâng cao hiệu quả trực tiếp từ nguồn vốn tài chính; Xây dựng lộ trình đào tạo nhân sự gắn liền với hiệu suất và duy trì các mối quan hệ bền vững với đối tác để giảm chi phí và nâng cao vị thế thị trường ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Aybars, A., & Oner, M. (2022). The impact of intellectual capital on firm performance and value: An application of MVAIC on firms listed in Borsa Istanbul. Gazi Journal of Economics and Business, 8(1). https://doi.org/10.30855/gjeb.2022.8.1.004

Buallay, A. M. (2017). The relationship between intellectual capital and firm performance. Corporate Governance and Organizational Behavior Review, 1(1), 32–41. https://doi.org/10.22495/cgobr_v1_i1_p4

Chen, M., Cheng, S., & Hwang, Y. (2005). An empirical investigation of the relationship between intellectual capital and firms' market value and financial performance. Journal of Intellectual Capital, 6(2), 159–176. https://doi.org/10.1108/14691930510592771

Chowdhury, L. A. M., Rana, T., Akter, M., & Hoque, M. (2018). Impact of intellectual capital on financial performance: Evidence from the Bangladeshi textile sector. Journal of Accounting & Organizational Change, 14(4), 429–454. https://doi.org/10.1108/JAOC-11-2017-0109

Lê Hà Như Thảo. (2016). Phân tích tác động hiệu quả sử dụng vốn trí tuệ đến kết quả hoạt động của các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Hội thảo khoa học quốc gia CITA.

Nguyen, A. H., & Doan, D. T. (2020). The Impact of Intellectual Capital on Firm Value: Empirical Evidence From Vietnam. International Journal of Financial Research, 11(4), 74. https://doi.org/10.5430/ijfr.v11n4p74

Pulic, A. (2000). VAICTM an accounting tool for IC management. International Journal of Technology Management, 20(5–8), 702–714. https://doi.org/10.1504/IJTM.2000.002891

Ngày nhận bài: 18/3/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 30/3/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 18/4/2026

THE IMPACT OF INTELLECTUAL CAPITAL ON THE FINANCIAL PERFORMANCE OF VIETNAMESE NON-FINANCIAL ENTERPRISES

● **TRAN MINH QUAN[1]***
● **NGUYEN THI PHUONG QUYEN[1]**
● **NGUYEN BAO PHUONG NGHI[1]**
● **NGUYEN THI QUE HUONG[1]**
● **LAM THI KIM NGAN[1]**
[1]Ho Chi Minh City University of Industry
*Corresponding author: 23633301.quan@student.iuh.edu.vn

ABSTRACT:

This study investigates the impact of intellectual capital on the financial performance of 180 non-financial firms listed on the Ho Chi Minh Stock Exchange (HOSE) over the period 2010–2024. Employing the Modified Value Added Intellectual Coefficient (MVAIC) model and the system generalized method of moments (System GMM), the findings reveal that structural capital efficiency (SCE), capital employed efficiency (CEE), and relational capital efficiency (RCE) have significant positive effects on return on assets (ROA) and return on equity (ROE). Meanwhile, human capital efficiency (HCE) enhances market value, as measured by Tobin's Q, whereas SCE exerts a negative effect on this indicator. The results suggest that Vietnamese listed firms continue to rely heavily on tangible assets and capital efficiency rather than fully leveraging human capital and other intangible resources, underscoring the importance of strengthening governance and strategic investment in intellectual capital.

Keywords: adjusted intellectual capital, financial performance, listed companies, GMM.

SOLUTIONS FOR IMPROVING THE MARKETING OF CARD SERVICES AT VIET CAPITAL COMMERCIAL JOINT STOCK BANK - CAN THO BRANCH

● NGUYEN THI MY DUNG[1,*]
● NGUYEN HUYNH PHUOC THIEN[2]
[1]Economic, Infrastructure and Urban Affairs Division of Cai Rang Ward, Can Tho City
[2]Can Tho University of Technology
*Email: ntmydung@cantho.gov.vn

ABSTRACT:

This study examines the current state of card service marketing activities at Viet Capital Commercial Joint Stock Bank (BVBank) - Can Tho Branch using the 7Ps service marketing framework. Primary data were collected through direct surveys of 120 customers utilizing the branch's card services. A convenience sampling method and descriptive statistical analysis were employed to evaluate customer perceptions of the bank's marketing performance. The findings indicate that customers express high levels of satisfaction with the bank's personnel and card products. However, several limitations remain in relation to pricing, promotional activities, ATM network coverage, complaint resolution procedures, and physical evidence. These results provide a comprehensive assessment of the branch's card service marketing practices and offer practical insights for enhancing customer satisfaction and strengthening the bank's competitive position in the retail banking market.

Keywords: service marketing, card services, customer.

1. Introduction

In the context of increasingly intense competition among commercial banks, card services are not only a modern payment instrument but also a strategic product that helps banks expand their market share, increase revenue, and improve customer service quality. Along with the trend of digital transformation and the development of cashless payments in Vietnam, the demand for bank card usage has been rising steadily. Therefore, banks need not only to diversify their card products but also to pay greater attention to improving their service marketing activities.

In recent years, the Can Tho Branch of Viet Capital Commercial Joint Stock Bank (BVBank Can Tho) has promoted the development of card services through product diversification, expanded distribution channels, and increased application of digital technology. However, its card service marketing activities still face several limitations,

including insufficient value-added features, a limited ATM and POS network, ineffective promotional activities, and slow handling of customer requests and complaints, which directly affect customer satisfaction. Therefore, this article analyzes the current situation of card service marketing activities at BVBank Can Tho based on the 7Ps model of service marketing and proposes solutions to improve these activities in the coming time.

2. Theoretical basis and research methods

Service marketing is the process of creating, delivering, and communicating value in order to satisfy customer needs (Kotler & Keller, 2016). Unlike goods marketing, service marketing is influenced by characteristics such as intangibility, heterogeneity, inseparability between production and consumption, and perishability (Lovelock & Wirtz, 2011). Therefore, in addition to the four traditional elements of the 4Ps model proposed by McCarthy (1960), namely product, price, place, and promotion; Booms & Bitner (1981) added three more elements: people, process, and physical evidence, thereby forming the 7Ps model of service marketing. According to Parasuraman et al. (1985), service quality is determined by the gap between customers' expectations and their actual perceptions. When a company provides services that meet or exceed customer expectations, customers will feel satisfied (Cronin & Taylor, 1992). Oliver (1980) argued that satisfaction is the customer's response after comparing the actual outcome with initial expectations. Thus, service marketing and customer satisfaction are closely related. The elements of the 7Ps model directly influence customers' perceptions during the service consumption process and, consequently, determine their level of satisfaction (Booms & Bitner, 1981).

The study uses primary data collected from direct surveys of 120 customers currently using card services at BVBank Can Tho through a structured questionnaire. The sample was selected using the convenience sampling method among customers who came to conduct transactions at the bank during the survey period. The survey content was based on the 7Ps model of service marketing, with the criteria measured on a five-point Likert scale, ranging from 1 = "Strongly Dissatisfied" to 5 = "Strongly Satisfied." The collected data were analyzed using descriptive statistics, particularly mean values, to evaluate the current situation of card service marketing activities at BVBank Can Tho.

3. Research results

3.1 Current situation of card service marketing activities at BVBank Can Tho

The results of customers' evaluation of the current situation of card service marketing activities at BVBank Can Tho for each element of the 7Ps model of service marketing are as follows:

In terms of card products, customers expressed a relatively high level of satisfaction, with mean scores ranging from 3,80 to 4,10. Transaction safety and security received the highest score (4,10), followed by the card's ability to meet customers' needs for payment, cash withdrawal, and shopping (4,02). Customers also positively evaluated the diversity of card products, their integration with e-wallets and digital banking, and appropriate transaction limits. However, value-added features such as cashback, reward points, and installment payment received the lowest score (3,80), indicating that BVBank Can Tho should further enhance these features to improve the attractiveness and competitiveness of its card services.

With regard to price, customers expressed a moderate level of satisfaction, with mean scores ranging from approximately 3,10 to 3,40. Customers gave the most positive evaluations to the transparency of the fee schedule and the clarity of service charge information. However, the relatively low scores indicate that many customers still consider annual fees, cash withdrawal fees, and other card-related charges less competitive than those of other banks in the area. Therefore, BVBank Can Tho should adjust its pricing policy more flexibly and strengthen communication so that customers can better understand the benefits and fee structure of its card products.

As for place, customers generally expressed satisfaction, with the mean scores ranging from 3,20 to 3,90. The criteria receiving the highest evaluations

included the convenient location of branches and transaction offices (3,75), suitable working hours (3,70), and especially the convenience of the Digimi digital banking channel and Internet Banking in managing and using card services (3,90). However, the number and location of ATMs at BVBank Can Tho received only 3,20, the lowest score in this group, indicating that the ATM network remains limited and has not fully met customers' needs. This is one of the issues that should be prioritized for improvement in order to enhance customers' access to and use of card services.

Concerning promotion, the level of customer satisfaction remains relatively low compared to the other elements in the 7Ps model. Customers believe that promotional programs, incentives, and communication activities related to card products are not sufficiently diverse, attractive, or regularly updated. The criterion with the highest score in this group was "BVBank's brand image creates a positive impression on customers," which received 3,55. However, this score is only at a fairly satisfactory level, indicating that although BVBank has established a certain presence in the market, its promotional activities have not effectively leveraged this advantage.

Turning to people, this factor received the highest evaluation among all survey groups, with mean scores ranging from 3,90 to 4,20. "Employees are polite and friendly" received the highest score (4,20), followed by "Employees have good professional knowledge of card services" (4,10). Customers also positively evaluated the staff's clear product explanations, prompt service, and support in handling card-related problems. These results indicate that the staff at BVBank Can Tho are an important competitive advantage, helping to build customer trust and enhance the experience of using card services.

For the process factor of card service delivery, customers expressed satisfaction, with mean scores ranging from 3,45 to 3,85. The card registration procedure received the highest score (3,85), indicating that the process is relatively simple and easy to follow. Card usage procedures such as payment, cash withdrawal, and information inquiry were also positively evaluated (3,80). However, procedures for card blocking/unblocking, card replacement, and limit adjustment received a lower score (3,50), while the process of handling card-related complaints received the lowest score in this group (3,45). These findings suggest that BVBank Can Tho should further shorten processing time, simplify procedures, and improve customer support when problems arise.

In relation to physical evidence, customers expressed satisfaction, with mean scores ranging from 3,55 to 3,90. The transaction space received the highest score (3,90), indicating that BVBank Can Tho provides a spacious, clean, and comfortable environment. Brand identity elements such as the logo, signage, and colors were also positively evaluated (3,85), contributing to the bank's professional image. The waiting area, transaction area, and service equipment were rated fairly positively, with scores ranging from 3,70 to 3,80. However, the stability of the ATM system received the lowest score in this group (3,55), indicating that the bank should continue to invest in, maintain, and upgrade its ATM system to enhance the customer experience.

3.2 Solutions for improving the marketing of card services at BVBank Can Tho

Based on the results of the current situation analysis, the article proposes several solutions to improve card service marketing activities at BVBank Can Tho, as follows:

Regarding card products, BVBank Can Tho should continue to diversify its card lines for different customer segments and provide more value-added benefits, such as cashback, reward points, installment payment, online payment incentives, and integration with e-wallets. The bank should also expand cooperation with supermarkets, convenience stores, restaurants, schools, and businesses to increase the attractiveness and competitiveness of its card products.

In terms of price, BVBank Can Tho should make its fee schedule more competitive, especially for annual fees, cash withdrawal fees, foreign currency

conversion fees, and card replacement fees. The bank may offer first-year fee waivers, reduced fees for new cardholders, and preferential fee packages for customers using multiple banking products. In addition, the fee schedule should be clearly disclosed to improve transparency and customer acceptance.

As for place, BVBank Can Tho should expand its ATM and POS network in residential areas, schools, industrial zones, hospitals, supermarkets, and shopping centers, while also strengthening cooperation with merchants that accept card payments. For digital channels, the bank should continue to upgrade the Digimi application and Internet Banking in a more user-friendly and stable manner, while integrating additional card management functions. The simultaneous development of both direct distribution channels and digital channels will contribute to improving customers' access to the bank's services.

With regard to promotion, BVBank Can Tho should strengthen communication about its card products through digital platforms such as Facebook, Zalo, TikTok, email, and SMS. The bank should also regularly launch promotional programs during holidays, the Lunar New Year, back-to-school periods, tourism seasons, and customers' birthdays. In addition, product introduction and card registration activities should be organized at schools, businesses, supermarkets, and shopping centers, while cooperation with KOLs and social media community pages should be expanded to enhance the bank's image and brand awareness.

Turning to people, although the current staff are highly appreciated by customers, BVBank Can Tho should continue to provide regular training on product knowledge, communication skills, consulting skills, and the handling of card-related situations. In addition, the bank should develop a standardized consulting process to ensure that customers always receive complete, accurate, and consistent information. Furthermore, BVBank Can Tho should establish an evaluation and reward mechanism based on customer satisfaction in order to encourage employees to improve service quality.

For the service delivery process, BVBank Can Tho should simplify procedures for card issuance, replacement, limit adjustment, card blocking/unblocking, and complaint handling. The bank should also increase the use of electronic signatures, online authentication, and application-based registration to reduce customers' need to visit the bank. Clear processing times, regular updates, and a dedicated support unit for card-related complaints are also needed to improve customer satisfaction.

In relation to physical evidence, BVBank Can Tho should continue to upgrade its transaction areas and waiting spaces in a more modern, clean, and customer-friendly manner. At the same time, the bank should regularly maintain its ATM system and transaction equipment in order to minimize technical problems. In addition, consistent investment in signage, logos, brand colors, employee uniforms, and the interface of digital applications will contribute to building a more professional and modern image for the bank.

4. Conclusion

The research results show that among the elements of the 7Ps model, people and card products received the highest evaluations from customers, while the factors of place, process, and physical evidence were also positively assessed. However, the study identified several limitations, such as insufficiently attractive value-added features of card products, uncompetitive fees, a limited ATM and POS network, ineffective promotional activities, slow complaint-handling procedures, and an ATM system that is not yet sufficiently stable. Accordingly, corresponding solutions for each element of the 7Ps model are proposed, including improving card products, adjusting pricing policies, expanding the distribution network, strengthening communication activities, enhancing staff quality, improving the service delivery process, and investing in physical facilities. The synchronous implementation of these solutions will contribute to increasing customer satisfaction with the card service marketing activities of BVBank Can Tho in the future ■

REFERENCES:

Booms, B. H. & Bitner, M. J., (1981). Marketing strategies and organization structures for service firms. American Marketing Association.

Cronin, J. J., Jr., & Taylor, S. A., (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. Journal of Marketing, 56(3), 55-68.

Kotler, P., & Keller, K. L., (2016). Marketing Management. Pearson Education.

Lovelock, C., & Wirtz, J., (2011). Services Marketing: People, Technology, Strategy. Pearson Education.

McCarthy, E. J., (1960). Basic Marketing: A Managerial Approach. Richard D. Irwin.

Oliver, R. L., (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. Journal of Marketing Research, 17(4), 460-469.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L., (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. Journal of Marketing, 49(4), 41-50.

Received date: March 25, 2026
Reviewed date: April 5, 2026
Accepted date: April 20, 2026

GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG MARKETING DỊCH VỤ THẺ TẠI NGÂN HÀNG TMCP BẢN VIỆT - CHI NHÁNH CẦN THƠ

● **NGUYỄN THỊ MỸ DUNG[1,*]**
● **NGUYỄN HUỲNH PHƯỚC THIỆN[2]**
[1]Phòng Kinh tế, Hạ tầng và Đô thị phường Cái Răng, thành phố Cần Thơ
[2]Trường Đại học Kỹ thuật - Công nghệ Cần Thơ
*Email: ntmydung@cantho.gov.vn

TÓM TẮT:

Bài viết phân tích thực trạng hoạt động marketing dịch vụ thẻ tại Chi nhánh Cần Thơ - Ngân hàng TMCP Bản Việt (BVBank Cần Thơ) theo mô hình 7Ps của marketing dịch vụ. Dữ liệu sơ cấp được thu thập thông qua khảo sát trực tiếp 120 khách hàng đang sử dụng dịch vụ thẻ tại ngân hàng. Nghiên cứu áp dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện và phân tích thống kê mô tả để phân tích dữ liệu. Kết quả nghiên cứu cho thấy khách hàng đánh giá cao yếu tố nhân sự và sản phẩm thẻ, trong khi các yếu tố về giá, chiêu thị, mạng lưới ATM, quy trình xử lý khiếu nại và điều kiện vật chất còn một số hạn chế. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện hoạt động marketing dịch vụ thẻ tại BVBank Cần Thơ, góp phần nâng cao sự hài lòng của khách hàng và năng lực cạnh tranh của chi nhánh ngân hàng này trong thời gian tới.

Từ khóa: marketing dịch vụ, dịch vụ thẻ, khách hàng

TÁC ĐỘNG CỦA KIỆT QUỆ TÀI CHÍNH ĐẾN TỶ SUẤT SINH LỢI CỔ PHIẾU CỦA CÁC DOANH NGHIỆP NIÊM YẾT TẠI VIỆT NAM

● VŨ TRỌNG HIỀN[1] - ĐẶNG PHƯƠNG BÌNH[1] - NGUYỄN NGỌC HÂN[1]
- NGUYỄN HOÀNG LONG[1] - NGUYỄN THỊ KIM NGÂN[1] - LỤC THỊ THANH NHÀN[1]
[1]Trường Đại học Công nghiệp TP. Hồ Chí Minh

TÓM TẮT:

Bài nghiên cứu xem xét tác động của kiệt quệ tài chính đến tỷ suất sinh lợi cổ phiếu, với mẫu quan sát bao gồm 139 doanh nghiệp niêm yết tại Việt Nam trong giai đoạn 2009 - 2024 thông qua mô hình hỗn hợp hữu hạn. Kết quả nghiên cứu cho thấy kiệt quệ tài chính có tác động ngược chiều đến tỷ suất sinh lợi đối với nhóm doanh nghiệp đang bị định giá cao, và kiệt quệ tài chính có tác động cùng chiều đến tỷ suất sinh lợi đối với nhóm doanh nghiệp đang bị định giá thấp. Nghiên cứu cung cấp các hàm ý quan trọng cho các nhà đầu tư và nhà quản trị trong việc đánh giá giá trị cổ phiếu, từ đó góp phần cải thiện tỷ suất sinh lợi cổ phiếu của các doanh nghiệp niêm yết tại Việt Nam.

Từ khóa: kiệt quệ tài chính, tỷ suất sinh lợi cổ phiếu, mô hình hỗn hợp hữu hạn.

1. Đặt vấn đề

Những năm gần đây, đặc biệt là từ sau đại dịch Covid-19, nền kinh tế trong nước nói riêng và trên thế giới nói chung có nhiều biến động thể hiện qua sự sụt giảm doanh thu, đứt gãy chuỗi cung ứng, chi phí gia tăng, áp lực dòng tiền và nghĩa vụ thanh toán nợ đã khiến nhiều doanh nghiệp đứng trước nguy cơ giảm hiệu quả hoạt động và có khả năng rơi vào tình trạng kiệt quệ tài chính. Thực tế này không chỉ ảnh hưởng đến khả năng sinh lợi của doanh nghiệp mà còn tác động tiêu cực đến sự ổn định thị trường và niềm tin của nhà đầu tư khi mà nhiều cổ phiếu giảm sâu và bị đánh giá thấp, trong khi một số cổ phiếu khác tăng mạnh và được đánh giá quá cao so với giá trị thực tế.

Điều này khiến tỷ suất sinh lợi cổ phiếu trở nên khó dự đoán và phản ánh rõ sự phân hóa giữa các doanh nghiệp tăng trưởng và các doanh nghiệp đang kiệt quệ tài chính. Tại Việt Nam, mặc dù có nhiều nghiên cứu về kiệt quệ tài chính tác động đến các yếu tố khác nhưng vẫn còn khá ít nghiên cứu về tác động của kiệt quệ tài chính đến tỷ suất sinh lợi cổ phiếu. Do đó, nhóm tác giả thực hiện nghiên cứu này kỳ vọng sẽ cung cấp thêm được các bằng chứng thực nghiệm và góc nhìn mới hơn cho doanh nghiệp, hỗ trợ các nhà quản trị và nhà đầu tư trong việc đánh giá rủi ro và tối ưu hóa chiến lược đầu tư trong bối cảnh thị trường nhiều biến động.

2. Tổng quan các nghiên cứu trước

Các nghiên cứu trước đây tại Việt Nam hầu như tập trung vào ảnh hưởng của kiệt quệ tài chính đến quản trị lợi nhuận và rủi ro tài chính cũng như hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Nghiên cứu của Khúc Thế Anh và cộng sự (2024) cho thấy,tình trạng kiệt quệ tài chính thúc đẩy doanh nghiệp Việt Nam

gia tăng các hoạt động tái cấu trúc tài sản, hoạt động kinh doanh và cơ cấu nguồn vốn trong từng giai đoạn phát triển. Trong giai đoạn bão hòa và suy thoái, doanh nghiệp ưu tiên các biện pháp như giảm giá vốn, gia tăng vay nợ và phát hành cổ phiếu thay vì bán tài sản hay giảm chi trả cổ tức. ..

Trần Quốc Đạt và cộng sự (2025) nghiên cứu về ảnh hưởng của kiệt quệ tài chính đến quản trị lợi nhuận của các doanh nghiệp niêm yết tại Việt Nam đã chỉ ra mối tương quan cùng chiều giữa tình trạng khó khăn tài chính và quản trị lợi nhuận, cho thấy các công ty gặp khó khăn có khả năng tham gia vào việc thao túng lợi nhuận để cải thiện báo cáo tài chính của họ và bảo vệ niềm tin của cổ đông. Theo nghiên cứu của Nguyễn Duy Sửu (2025) cho thấy, kiệt quệ tài chính tác động cùng chiều đến hiệu quả hoạt động, trong khi đó rủi ro tài chính tác động ngược chiều đến hiệu quả hoạt động.

Đặc biệt, vẫn chưa có nhiều nghiên cứu ở Việt Nam về tác động của kiệt quệ tài chính đến tỷ suất sinh lợi cổ phiếu và đây là một chủ đề mới mà nhóm tác giả tiếp cận. Cheng & Fang (2025) đề xuất cách tiếp cận dựa trên yếu tố "định giá sai". Sử dụng mô hình hỗn hợp hữu hạn (FMNR), nghiên cứu này phát hiện ra mối quan hệ phi tuyến tính: kiệt quệ tài chính tác động ngược chiều đến lợi nhuận ở nhóm cổ phiếu bị định giá quá cao, nhưng lại tác động cùng chiều ở nhóm cổ phiếu bị định giá thấp. Điều này cho thấy, lợi nhuận thấp chủ yếu được thúc đẩy bởi sự hiện diện của các công ty bị định giá quá cao trong mẫu nghiên cứu, do thông tin kém và bất ổn.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nhóm tác giả xây dựng nên mô hình nghiên cứu từ khung lý thuyết và tổng quan các nghiên cứu trước, trong đó chủ yếu là nghiên cứu của Cheng & Fang (2025) để xây dựng nên mô hình nghiên cứu như sau:

$$R_{i,t+1} = \beta_0 + \beta_1 FD_{i,t} + \beta_2 BETA_{i,t} + \beta_3 SIZE_{i,t} + \beta_4 BM_{i,t} + \beta_5 MOMENTUM_{i,t} + \varepsilon$$

Trong đó:

R: Tỷ suất sinh lợi cổ phiếu

FD: Kiệt quệ tài chính

BETA: Hệ số beta cổ phiếu đại diện cho rủi ro hệ thống

SIZE: Quy mô công ty

BM: Tỷ lệ giá trị sổ sách trên giá trị thị trường của vốn cổ phần

MOMENTUM: Quán tính giá

Nhóm tác giả sử dụng dữ liệu bao gồm 139 doanh nghiệp niêm yết ở Sở giao dịch chứng khoán TP. Hồ Chí Minh trong suốt giai đoạn nghiên cứu từ năm 2009 đến năm 2024. Nhóm tác giả sử dụng mô hình hỗn hợp hữu hạn (FMM). Mô hình này giúp phát hiện ra mối quan hệ phi tuyến tính, chỉ ra được mức độ định giá sai của các công ty có rủi ro tài chính cao.

4. Kết quả nghiên cứu

Kết quả thống kê mô tả tại Bảng 2 cho thấy, tỷ suất sinh lợi có giá trị trung bình 0,09635 phản ánh mức sinh lợi dương của thị trường trong giai đoạn này. Biến kiệt quệ tài chính và tỷ số giá trị sổ sách trên giá trị thị trường có sự khác biệt lớn giữa các doanh nghiệp trong mẫu quan sát. Giá trị trung bình của hệ số beta là 0,66165, nhỏ hơn 1, cho thấy mức độ rủi ro hệ thống của các cổ phiếu trong mẫu nhìn chung thấp hơn thị trường. Quán tính giá, thể hiện tỷ suất sinh lợi tích lũy 11 tháng trước đó, có giá trị trung bình là 8,269% trong suốt giai đoạn quan sát.

Kết quả tại Bảng 3 cho thấy, hệ số tương quan giữa các biến độc lập trong mô hình đều nhỏ hơn 0,8, vì vậy không tiềm ẩn xảy ra vấn đề đa cộng tuyến nghiêm trọng làm ảnh hưởng đến kết quả hồi quy. Kiệt quệ tài chính (FD) có mối tương quan ngược chiều khá mạnh với tỷ suất sinh lợi (R) và có ý nghĩa thống kê tại mức 1%. Đáng chú ý, quán tính giá (MOMENTUM) có tương quan thuận chiều rất mạnh với tỷ suất sinh lợi ở mức ý nghĩa 1%, cho thấy quán tính giá đóng vai trò quan trọng trong việc giải thích biến động của tỷ suất sinh lợi. Hệ số beta (BETA), quy mô công ty (SIZE) và tỷ lệ giá trị sổ sách trên giá trị thị trường (BM) đều có mối tương quan ngược chiều với tỷ suất sinh lợi.

Đối với nhóm doanh nghiệp bị định giá thấp, kiệt quệ tài chính tác động cùng chiều đến tỷ suất sinh lợi cổ phiếu. Khi một doanh nghiệp gặp kiệt quệ nhưng bị thị trường định giá thấp, việc hiệu chỉnh sai lệch giá sẽ tạo ra một "phần bù rủi ro". Nhà đầu tư kỳ vọng lợi nhuận cao hơn để bù đắp cho rủi ro kiệt quệ mà họ

Bảng 1. Biến nghiên cứu

Ký hiệu biến	Tên biến	Đo lường
R	Tỷ suất sinh lợi cổ phiếu	Tỷ suất sinh lợi lũy kế qua các tháng trong năm
FD	Kiệt quệ tài chính	FD = -20,26*NIMTA + 1,42*TLMTA - 7,13*EXRET + 1,41*SIGMA - 0,045*RSIZE - 2,13*CASHMTA + 0,075*MTB - 0,058*PRICE - 9,16 NIMTA = $\frac{\text{Lợi nhuận ròng}}{\text{Nợ phải trả +(Giá cổ phiếu × Số lượng cổ phiếu đang lưu hành)}}$ TLMTA = $\frac{\text{Nợ phải trả}}{\text{(Giá cổ phiếu × Số lượng cổ phiếu đang lưu hành)+ Nợ phải trả}}$ EXRET = log(1 + Tỷ suất sinh lợi cổ phiếu) - log(1 + Tỷ suất sinh lợi thị trường) SIGMA = Độ lệch chuẩn của tỷ suất sinh lợi trong 3 năm trước đó RSIZE = log$\frac{\text{(Giá cổ phiếu × Số lượng cổ phiếu đang lưu hành)}}{\text{Vốn hóa thị trường}}$ CASHMTA = $\frac{\text{Tiền và tương đương tiền}}{\text{(Giá cổ phiếu × Số lượng cổ phiếu đang lưu hành)+ Nợ phải trả)}}$ MTB = $\frac{\text{Giá cổ phiếu × Số lượng cổ phiếu đang lưu hành)}}{\text{Vốn chủ sở hữu}}$ PRICE = log*(Giá cổ phiếu)*
BETA	Beta cổ phiếu	Được ước tính thông qua hồi quy tỷ suất sinh lợi cổ phiếu theo tỷ suất sinh lợi thị trường
SIZE	Quy mô công ty	Ln(Giá cổ phiếu x Số lượng cổ phiếu đang lưu hành)
BM	Giá trị sổ sách trên giá trị thị trường vốn cổ phần	Ln((Vốn chủ sở hữu)/(Giá cổ phiếu × Số lượng cổ phiếu đang lưu hành))
MOMENTUM	Quán tính giá	Tỷ suất sinh lợi lũy kế trong 11 tháng trước từ tháng t-12 đến tháng t-2

(Biến nghiên cứu và cách thức đo lường dựa trên khung lý thuyết và lược khảo các nghiên cứu trước, chủ yếu là nghiên cứu của Cheng & Fang (2025))

Bảng 2. Thống kê mô tả

Biến	Giá trị trung bình	Trung vị	Độ lệch chuẩn	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất
R	0,09635	0,00000	0,52903	-1,00000	4,32725
FD	-9,52811	-9,32181	3,05373	-33,46341	7,40428
BETA	0,66165	0,60826	0,84820	-3,90570	4,99851
SIZE	26,92389	26,72344	1,81203	21,59420	33,56755
BM	0,64676	0,59816	1,27462	-4,10420	14,48363
MOMENTUM	0,08269	-0,00909	0,51432	-1,00000	4,37791

(Số liệu được thống kê qua phần mềm Stata 17 với dữ liệu 139 doanh nghiệp niêm yết ở Sở giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh trong suốt giai đoạn 2009-2024)

Bảng 3. Ma trận hệ số tương quan

	R	FD	BETA	SIZE	BM	MOMENTUM
R	1,0000					
FD	-0,38020 ***	1,00000				
BETA	-0,00500	0,10090 ***	1,00000			
SIZE	-0,01850	0,05700 **	0,12680 ***	1,00000		
BM	-0,01260	-0,1102 ***	0,05020 **	-0,53260 ***	1,00000	
MOMENTUM	0,79720 ***	-0,30950 ***	0,01010	-0,01340	-0,0183	1,00000

Ghi chú: (*), (**), (***), lần lượt tương ứng với các mức ý nghĩa 10%, 5% và 1%.

(Số liệu được xử lý qua phần mềm Stata 17 với dữ liệu 139 doanh nghiệp niêm yết ở Sở giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh trong suốt giai đoạn 2009-2024)

đang gánh chịu. Ngược lại, đối với nhóm doanh nghiệp bị định giá cao thì kiệt quệ tài chính tác động ngược chiều đến tỷ suất sinh lợi cổ phiếu. Kiệt quệ tài chính tăng sẽ kéo tỷ suất sinh lợi sụt giảm nghiêm trọng. Kết quả nghiên cứu này tương tự Cheng & Fang (2025) khi nghiên cứu trên thị trường chứng khoán tại Hoa Kỳ.

Kết quả này cũng phản ánh khá sát thực tế tại Việt Nam, thành phần hiệu chỉnh sai giá đóng vai trò then chốt trong việc giải thích lợi nhuận. Nghiên cứu khẳng định tác động của kiệt quệ tài chính đến tỷ suất sinh lợi không đồng nhất mà phân hóa theo trạng thái định giá của cổ phiếu. Kết quả này cung cấp bằng chứng khoa học quan trọng cho việc xây dựng chiến lược đầu tư và quản trị rủi ro tại Việt Nam, đặc biệt là việc nhận diện rủi ro từ các nhóm cổ phiếu bị định giá sai.

Bảng 4. Kết quả hồi quy hỗn hợp hữu hạn về tác động của kiệt quệ tài chính đến tỷ suất sinh lợi

	R	
	1 (Undervalued)	2 (Overvalued)
FD	0,02950** (2,05)	-0,01280***(-4,21)
BETA	0,05382 (0,90)	0,02143* (1,95)
SIZE	0,01943 (0,54)	-0,00430 (-0,63)
BM	0,31066*** (4,49)	0,06512*** (4,57)
MOMENTUM	-0,00980 (-0,11)	-0,16376*** (-8,33)
_cons	0,14499 (0,15)	-0,04010 (-0,21)

Ghi chú: (*), (**), (***), lần lượt tương ứng với các mức ý nghĩa 10%, 5% và 1%.

(Số liệu được xử lý qua phần mềm Stata 17 với dữ liệu 139 doanh nghiệp niêm yết ở Sở giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh trong suốt giai đoạn 2009-2024)

5. Hàm ý nghiên cứu

Nghiên cứu khẳng định, tác động của kiệt quệ tài chính đến lợi nhuận không tồn tại dưới dạng một mối quan hệ tuyến tính đơn nhất. Kết quả chỉ ra, tỷ suất sinh lợi thường chứa thành phần nhiễu từ việc sai lệch giá, do đó cần xem xét cẩn trọng khi sử dụng. Nhà đầu tư tại Việt Nam có thể khai thác tỷ suất sinh lợi từ các doanh nghiệp kiệt quệ tài chính nếu chúng đang ở trạng thái bị định giá thấp, vì đây là nhóm tuân thủ quy luật bù đắp rủi ro. Cần thiết lập cơ chế cảnh báo sớm đối với các mã chứng khoán có đặc điểm kiệt quệ tài chính cao nhưng định giá sai lệch. Việc nhận diện và loại bỏ các cổ phiếu này giúp nhà đầu tư chủ động phòng ngừa sự sụt giảm lợi nhuận đột ngột khi thị trường thực hiện quá trình hiệu chỉnh sai lệch giá ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Nguyễn Duy Sữu (2025). Tác động của kiệt quệ tài chính và rủi ro tài chính đến hiệu quả hoạt động: Bằng chứng tại Việt Nam. Tạp chí Nghiên cứu Tài chính - Marketing, 16(5), 33-45.

Anh, K. T., Khôi, T. B. N., Anh, L. T. P., Anh, N. H., & Minh, N. T. (2024). Kiệt quệ tài chính và quyết định tái cấu trúc doanh nghiệp Việt Nam trong từng chu kỳ sống. Tạp chí Kinh tế và Phát triển, (326), 32-41.

Đạt, T. Q., Xuân, N., Cương, P. T. K., Nghĩa, Đ. T., Nhân, N. T., & Anh, N. T. M. (2025). Ảnh hưởng của kiệt quệ tài chính đến quản trị lợi nhuận của các doanh nghiệp niêm yết tại Việt Nam. FTU Working Paper Series, 1(3), 1-13.

Cheng, Z., & Fang, J. (2025). Financial distress and return: A finite mixture approach. Journal of Corporate Finance, 92, 102779

Ngày nhận bài: 16/3/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 31/3/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 18/4/2026

THE IMPACT OF FINANCIAL DISTRESS ON RETURN ON EQUITY AMONG LISTED COMPANIES IN VIETNAM

● **VU TRONG HIEN**[1]
● **DANG PHUONG BINH**[1]
● **NGUYEN NGOC HAN**[1]
● **NGUYEN HOANG LONG**[1]
● **NGUYEN THI KIM NGAN**[1]
● **LUC THI THANH NHAN**[1]
[1]Ho Chi Minh City University of Industry

ABSTRACT:

This study examines the impact of financial distress on stock returns using a sample of 139 listed companies in Vietnam over the period 2009–2024 and applying a finite mixture model. The results indicate that financial distress has a negative effect on stock returns among overvalued firms, while exerting a positive effect among undervalued firms. These findings provide important implications for investors and managers in assessing stock valuation and contribute to improving stock return performance among listed companies in Vietnam.

Keywords: financial distress, stock returns, finite mix model.

MA TRẬN QUẢN TRỊ TÀI CHÍNH 16 MẶT: CÔNG CỤ NHẬN DIỆN SỨC MẠNH VÀ VỊ THẾ DOANH NGHIỆP TRONG CHUỖI GIÁ TRỊ CUNG ỨNG

● **LÊ HỒNG LẮM**
Trường Cao đẳng Công nghệ và Quản trị SONADEZI

TÓM TẮT:

Bài viết đề xuất một ma trận quản trị tài chính 16 mặt như một hệ tọa độ phân tích đa chiều để nhận diện Vị thế và Sức mạnh của doanh nghiệp. Thông qua việc bóc tách sự tương tác giữa 4 biến số chiến lược, gồm: Dòng tiền thuần hoạt động (OCF), Năng lực thương lượng (ΔWC), Chỉ số trẻ hóa tài sản (FA/CD) và Ngưỡng an toàn cấu trúc vốn (LA/LC), nghiên cứu cung cấp một cơ chế soi chiếu trực diện vào bản chất tài chính thực hữu. Dựa trên kết quả thực chứng tại 3 tập đoàn tiêu biểu: Công ty Cổ phần Tập đoàn Hoàng Anh Gia Lai (HAGL), Tập đoàn Vingroup (Vingroup) và Công ty Cổ phần Tập đoàn MaSan (Masan). Kết quả nghiên cứu chỉ ra, Vị thế doanh nghiệp được xác lập bởi Quyền lực thương lượng trong chuỗi giá trị cung ứng và Mức độ trẻ hóa của tài sản cố định; trong khi Sức mạnh của doanh nghiệp được bảo chứng bởi Năng lực tạo tiền nội sinh và Tính ổn định của cấu trúc vốn dài hạn.

Từ khóa: năng lực tài chính (OCF), năng lực thương lượng (ΔWC), năng lực cam kết (FA/CD), năng lực bền vững (LA/LC), ma trận 16 mặt, kịch bản quản trị, chuỗi giá trị cung ứng.

1. Đặt vấn đề

Phân tích tài chính truyền thống với các hệ thống chỉ số thanh khoản, hiệu quả hoạt động và khả năng sinh lời đã đóng vai trò nền tảng trong quản trị tài chính doanh nghiệp suốt nhiều thập kỷ qua. Tuy nhiên, trong môi trường kinh doanh bất định hiện nay, các phương pháp này bộc lộ những hạn chế nhất định khi tiếp cận thực tại doanh nghiệp:

● *Tính lịch sử và cơ sở dồn tích:* Các chỉ số tài chính truyền thống mang tính "hậu kiểm", phản ánh kết quả của những hoạt động đã diễn ra trong quá khứ; thường tập trung liên kết xung quanh chỉ tiêu lợi nhuận sổ sách; trong khi, chỉ số này vốn được hình thành từ nhiều xét đoán chủ quan, dễ bị bóp méo hơn là dòng tiền thực thu, thực chi.

● *Tư duy hướng nội:* Các báo cáo truyền thống chú tâm nhiều vào việc đối soát nội tại doanh nghiệp (doanh thu, chi phí, lợi nhuận kế toán). Điều này vô tình tạo ra một "điểm mù" về vị thế của doanh nghiệp đứng trong bối cảnh chung của thị trường, nơi quyền lực đàm phán với đối tác và khả năng liên tục đổi mới tài sản và công nghệ là yếu tố quyết định sự sinh tồn.

Để hoàn thiện bức tranh còn khuyết, nghiên cứu này đề xuất một công cụ bổ sung: Ma trận quản trị tài chính 16 mặt. Dưới góc tiếp cận tổng thể động, dòng tiền thực và hướng về tương lai; ma trận 16 mặt được xác lập dựa trên cơ sở 4 biến năng lực cốt lõi: Năng lực nội sinh là dòng tiền từ hoạt động kinh doanh (OCF), Quyền lực thương lượng là hiệu số giữa khoản phải thu khách hàng và nợ phải trả nhà cung

cấp (ΔWC), Năng lực cam kết là hệ số trẻ hóa của tài sản cố định(FA/CD), cùng một Nền tảng ổn định của cấu trúc vốn dài hạn (LA/LC).

Sự bổ sung này nhằm chuyển dịch trọng tâm từ việc quan sát những gì đã xảy ra trong quá khứ sang định vị Vị thế và Sức mạnh thực tại của doanh nghiệp. Đây là bước hoàn thiện cần thiết để nhà đầu tư và nhà quản trị thoát khỏi sự lệ thuộc vào các giá trị sổ sách dồn tích, hướng tới một cái nhìn toàn diện về năng lực sinh tồn và phát triển của doanh nghiệp trong tương lai.

2. Cơ sở lý thuyết

Mô hình "Ma trận quản trị tài chính 16 mặt" được xây dựng dựa trên sự kế thừa và kết hợp các học thuyết quản trị hiện đại, giúp định vị thực tại qua 4 trục biến số:

● Quản trị dòng tiền (Alfred Rappaport) - Giải mã OCF: * Giá trị thực của doanh nghiệp nằm ở dòng tiền thực (Cash flow), không phải lợi nhuận làm đẹp trên sổ sách.

➢ Chỉ số OCF (Dòng tiền vận hành) là "dòng máu" nuôi dưỡng doanh nghiệp, xác định khả năng tự chủ tài chính.

● Năm áp lực cạnh tranh (Michael Porter) - Giải mã ΔWC: * Vị thế của doanh nghiệp được đo bằng năng lực thương lượng trong chuỗi giá trị.

➢ Doanh nghiệp ở "kèo trên" là đơn vị có khả năng chiếm dụng vốn từ đối tác (ΔWC < 0), thay vì bị chôn vốn vào nợ phải thu.

● Năng lực cốt lõi (C.K. Prahalad & Gary Hamel) - Giải mã FA/CD: * Để duy trì lợi thế cạnh tranh dài hạn, doanh nghiệp phải liên tục tái đầu tư vào công nghệ và tài sản mới.

➢ Tỷ lệ FA/CD > 1 là biểu hiện của sự "Trẻ hóa" và cam kết duy trì năng lực cốt lõi; ngược lại, FA/CD < 1 cảnh báo sự "Lão hóa" và ăn mòn tương lai.

● Lý thuyết danh mục rủi ro (Harry Markowitz) - Giải mã LA/LC: * Đảm bảo cấu trúc vốn an toàn thông qua việc cân bằng giữa thời hạn của tài sản và nguồn vốn.

➢ Trạng thái "Khớp" (LA/LC < 1) giúp doanh nghiệp tránh được rủi ro đứt gãy thanh khoản do dùng vốn ngắn hạn cho mục đích dài hạn.

Bên cạnh đó, mô hình còn kế thừa tư duy phân loại của Ma trận BCG và Ma trận Ansoff để phác thảo các kịch bản tương lai dựa trên năng lực hiện tại, từ đó giúp nhà quản trị biết khi nào nên đầu tư mạnh tay hoặc khi nào cần tháo chạy để bảo toàn nguồn lực.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Định nghĩa 4 biến *(Bảng 1)*

Bảng 1: Định nghĩa các biến số ma trận 16 mặt

1) OCF - Năng lực tài chính: Dòng máu tuần hoàn trong doanh nghiệp. Đo bằng: Hiệu số giữa tiền thực vào/ra từ túi doanh nghiệp	
- OCF>0	"Tự chủ tài chính" (Self-Sustaining)
- OCF<0	"Thâm hụt vận hành" (Cash Burning)
2) ΔWC - Năng lực thương lượng: Vị thế của doanh nghiệp trong chuỗi giá trị cung ứng. Đo bằng: Hiệu số giữa Phải thu khách hàng và Phải trả nhà cung cấp	
- ΔWC <0	Quyền lực thương lượng cao. Chiếm dụng vốn
- ΔWC >0	Quyền lực thương lượng thấp. Bị chiếm dụng vốn
3) FA/CD - Năng lực cam kết: Vị trí của doanh nghiệp trong vòng đời "sinh-lão-bệnh-tử". Đo bằng: Giá trị còn lại của TSCĐ/ Giá trị hao mòn lũy kế	
- FA/CD >1	Trẻ hóa. Lợi thế cạnh tranh dài hạn: tài sản mới và công nghệ hiện đại, là biểu hiện của năng lực cốt lõi giúp doanh nghiệp duy trì vị thế.
- FA/CD <1	Lão hóa: Suy thoái chiến lược. "Trì trệ công nghệ", dấu hiệu doanh nghiệp đang ăn mòn tương lai bằng cách khai thác các tài sản đã cũ kỹ, lỗi thời.

Tuỳ biến đặc thù ngành	Ngành thâm dụng vốn (Sản xuất, Hạ tầng): Do chu kỳ đầu tư tài sản dài và giá trị lớn, ngưỡng này thường cần duy trì cao và ổn định để đảm bảo lợi thế cạnh tranh về quy mô và công nghệ.
	Ngành nhẹ vốn (Dịch vụ, Công nghệ phần mềm): Tài sản cố định hữu hình chiếm tỷ trọng thấp, năng lực cam kết nằm nhiều ở tài sản vô hình. Khi đó, chỉ số này cần được xem xét linh hoạt hơn để không làm sai lệch bức tranh thực tại của doanh nghiệp.
4) LA/LC - Năng lực bền vững: Độ phù hợp của cấu trúc vốn. Đo bằng: Tài sản dài hạn/Vốn dài hạn (Nợ dài hạn + Vốn chủ sở hữu).	
- LA/LC < 1	Cân bằng. Đạt trạng thái "Khớp", đảm bảo an toàn tài chính.
- LA/LC > 1	Trục trặc. Trạng thái "Lệch", tức là dùng nguồn vốn ngắn hạn cho các mục đích dài hạn, tạo ra rủi ro thanh khoản tiềm tàng.

3.2. Ma trận 16 kịch bản: 16 bức tranh thực tại của doanh nghiệp *(Bảng 2)*

- Dự báo sự chuyển mình: Khi ΔWC chuyển từ (+) sang (-), đó là tín hiệu đầu tiên của một Startup bắt đầu chiếm lĩnh thị trường, dù OCF vẫn đang âm.

- Cảnh báo nguy hiểm: Một công ty đại gia, có lãi nghìn tỷ nhưng FA/CD < 1 và LA/LC > 1 là một cái bẫy chết chóc.

- Định hướng hành động: Giúp nhà đầu tư biết khi nào nên "Tất tay" (Trạng thái 09) và khi nào nên "Tháo chạy" (Trạng thái 04, 08).

Bảng 2: Ma trận 16 mặt - 16 kịch bản tình hình thực tại của doanh nghiệp

STT	Tài chính (OCF)	Thương lượng (ΔWC)	Cam kết (FA/CD)	Bền vững (LA/LC)	Trạng thái Quản trị & Chiến lược
1	(+) Thừa	(-) Tốt	>1 Mới	<1 An toàn	**Cỗ máy in tiền (Cash Cow Plus):** Vị thế thống trị, công nghệ dẫn đầu, tài chính vững mạnh, chiếm dụng vốn tốt.
2	(+) Thừa	(-) Tốt	>1 Mới	>1 Rủi ro	**Tăng trưởng nóng:** Hoạt động cực tốt nhưng đang dùng vốn ngắn hạn tài trợ tài sản dài hạn. Cần tái cấu trúc nguồn vốn.
3	(+) Thừa	(-) Tốt	<1 Cũ	<1 An toàn	**Khai thác cạn kiệt:** Tận dụng uy thế thương lượng và tài sản cũ để thu tiền. Thiếu đầu tư tái tạo năng lực cốt lõi.
4	(+) Thừa	(-) Tốt	<1 Cũ	>1 Rủi ro	**Vắt chanh:** Thu tiền từ thị trường nhưng đang đối mặt với sự lỗi thời và cấu trúc tài chính mất cân đối.
5	(+) Thừa	(+) Kém	>1 Mới	<1 An toàn	**Đầu tư bài bản:** Có dòng tiền tốt, tài sản hiện đại nhưng đang bị đối tác chiếm dụng vốn hoặc tồn kho cao.
6	(+) Thừa	(+) Kém	>1 Mới	>1 Rủi ro	**Mạo hiểm:** Công nghệ mới nhưng quản trị vận hành kém (ΔWC > 0) và rủi ro thanh khoản cao.

STT	Tài chính (OCF)	Thương lượng (ΔWC)	Cam kết (FA/CD)	Bền vững (LA/LC)	Trạng thái Quản trị & Chiến lược
7	(+) Thừa	(+) Kém	<1 Cũ	<1 An toàn	**Trì trệ ổn định:** Có tiền nhưng bộ máy già nua, năng lực cạnh tranh thấp, vốn bị chôn trong vòng quay vận hành.
8	(+) Thừa	(+) Kém	<1 Cũ	>1 Rủi ro	**Suy thoái dần:** Tài sản lỗi thời, bị chiếm dụng vốn, cấu trúc tài chính lỏng lẻo. Nguy cơ mất thanh khoản tiềm tàng.
9	(-) Thiếu	(-) Tốt	>1 Mới	<1 An toàn	**Ngôi sao mới nổi:** Đang trong giai đoạn đầu tư/mở rộng (thâm hụt OCF) nhưng có lợi thế thương lượng và tài sản tốt.
10	(-) Thiếu	(-) Tốt	>1 Mới	>1 Rủi ro	**Đánh đổi:** Chiếm dụng vốn tốt để đầu tư công nghệ nhưng dòng tiền âm và cấu trúc vốn mất an toàn.
11	(-) Thiếu	(-) Tốt	<1 Cũ	<1 An toàn	**Tối ưu hóa ảo:** Thâm hụt tiền nhưng cố thu hồi công nợ để bù đắp cho hệ thống tài sản đang già hóa.
12	(-) Thiếu	(-) Tốt	<1 Cũ	>1 Rủi ro	**Nguy cấp:** Tài sản cũ, dòng tiền âm, chỉ còn dựa vào việc chiếm dụng vốn để duy trì sự tồn tại.
13	(-) Thiếu	(+) Kém	>1 Mới	<1 An toàn	**Đốt tiền (Burn Rate):** Đầu tư mạnh vào công nghệ nhưng chưa tạo ra dòng tiền và chưa có tiếng nói với thị trường.
14	(-) Thiếu	(+) Kém	>1 Mới	>1 Rủi ro	**Khủng hoảng đầu tư:** Công nghệ hiện đại nhưng vận hành kém và mất cân đối tài chính. Dễ dẫn đến đổ vỡ.
15	(-) Thiếu	(+) Kém	<1 Cũ	<1 An toàn	**Bẫy lỗi thời:** Hệ thống cũ kỹ, không có tiền, bị đối tác ép vế. Cần cải tổ toàn diện hoặc giải thể.
16	(-) Thiếu	(+) Kém	<1 Cũ	>1 Rủi ro	**Bờ vực phá sản (Z-Score thấp):** Kiệt quệ tài chính, công nghệ lỗi thời, rủi ro thanh khoản cực cao.

❖ Ghi chú: Một số kịch bản "hấp dẫn" điển hình:

3.3. Sử dụng Trí tuệ nhân tạo (AI) trong quy trình nghiên cứu

Trong nghiên cứu này, tác giả ứng dụng hệ thống trợ lý ảo Sĩ Nhiếp Số (Viet-AI) như một công cụ hỗ trợ phương pháp luận. AI được sử dụng để:

1. Hệ thống hóa logic: Kiểm chứng tính tương quan giữa 4 biến số cốt lõi và 16 kịch bản quản trị nhằm đảm bảo sự nhất quán trong hệ tọa độ phân tích.

2. Xử lý dữ liệu thực chứng: Hỗ trợ cấu trúc hóa và so sánh các chỉ số tài chính từ BCTC 2025 của các

tập đoàn mẫu, giúp tăng tốc độ định vị các trạng thái quản trị.

3. Phản biện mô hình: AI hỗ trợ gợi mở các góc nhìn phản biện về "độ trễ sinh công" và "bẫy chiếm dụng vốn", giúp hoàn thiện các nhận định chiến lược trong phần Thảo luận.

Tác giả khẳng định AI chỉ đóng vai trò công cụ hỗ trợ thực thi; toàn bộ tư duy sáng tạo, xác lập mô hình và kết luận cuối cùng thuộc về trách nhiệm duy nhất của tác giả.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Công ty Cổ phần Hoàng Anh Gia Lai

4.1.1. Bảng Thông số Thực chứng BCTC 2025 (Bảng 3)

4.1.2. Tổng luận "Định vị kịch bản số 6"

Hoàng Anh Gia Lai phản ánh hình ảnh một thực thể đang hồi sinh thực chất với dòng tiền thuần OCF dương 910 tỷ đồng, xác nhận năng lực tự chủ tài chính từ lõi sản xuất nông nghiệp. Điểm tựa chiến lược của doanh nghiệp nằm ở năng lực cam kết từ khối tài sản đang trẻ hóa với hệ số FA/CD đạt 6.6 lần, hứa hẹn dư địa khai thác lớn trong tương lai. Tuy nhiên, sự bền vững của HAGL vẫn ở trạng thái mong manh khi hệ số LA/LC tiệm cận 1,1, cho thấy biên độ an toàn thanh khoản rất thấp. Việc thiếu hụt năng lực thương lượng thể hiện qua ΔWC dương 414 tỷ đồng khiến dòng tiền từ vận hành bị tắc nghẽn ở khâu thu hồi nợ, buộc doanh nghiệp phải quản trị cực kỳ sát sao để bảo vệ lằn ranh sinh tồn.

Cần lưu ý một nghịch lý tài chính: Hệ số trẻ hóa FA/CD cực cao (6.6 lần) thường đi kèm với một 'độ trễ sinh công' tất yếu. Tài sản mới ở giai đoạn đầu vận hành cần thời gian chạy đà để tối ưu hóa công suất trước khi chuyển hóa hoàn toàn thành dòng tiền OCF tương xứng. Điều này giải thích tại sao nội lực HAGL đang rất mạnh về tiềm năng nhưng dòng tiền vận hành vẫn đang trong giai đoạn tích lũy.

4.2. Tập đoàn VinGroup

4.2.1. Bảng Thông số Thực chứng BCTC 2025 (Bảng 4)

4.2.2. Tổng luận "Định vị kịch bản số 5"

Năng lực quản trị của VinGroup hiện diện qua dòng tiền nội sinh khổng lồ với OCF dương 67.245 tỷ đồng, tạo động cơ tài chính vững chắc cho hệ sinh thái vận hành. Sự kết hợp giữa năng lực tạo tiền này và cấu trúc vốn bền vững tại hệ số LA/LC 0.9 khẳng định một chiến lược phòng thủ chiều sâu, nơi nguồn vốn dài hạn dư thừa đang bảo trợ hiệu quả cho các hoạt động ngắn hạn. Dù sở hữu nền tảng tài sản đang trong giai đoạn trẻ hóa mạnh mẽ với FA/CD 3.2 lần,

Bảng 3: Số liêu Thực chứng BCTC của Công ty CP Hoàng Anh Gia Lai năm 2025

Chỉ số	Thông số	Trạng thái Quản trị
OCF	+910 tỷ	Chỉ số này xác nhận doanh nghiệp đã thiết lập được nền tảng tài chính nội sinh vững chắc, đảm bảo khả năng tự tài trợ cho các hoạt động vận hành thường xuyên mà không phụ thuộc vào dòng tiền từ hoạt động tài chính, và đã có dư tiền để chi trả cho nghĩa vụ nợ.
ΔWC	+414 tỷ	Với chỉ số dương 414 tỷ, HAGL đang ở "kèo dưới" trong chuỗi giá trị; doanh nghiệp đang bị các đối tác chiếm dụng vốn, dẫn đến tình trạng tiền bị kẹt ở khâu lưu thông thay vì nằm trong túi mình
FA/CD	6.6 lần	Chỉ số 6.6 lần khẳng định doanh nghiệp đang trong giai đoạn trẻ hóa về mặt hạ tầng sản xuất, khi phần lớn tài sản mới đi vào vận hành và chưa bị khấu hao đáng kể, tạo ra lợi thế cạnh tranh và năng lực cam kết dài hạn cho các dự án mở rộng.
LA/LC	1,1 lần	Hệ số tiệm cận ngưỡng 1,1 cho thấy cấu trúc vốn đang ở trạng thái cân bằng mong manh. Khi tài sản dài hạn gần như tương đương vốn dài hạn, doanh nghiệp đối mặt với rủi ro thanh khoản thường trực vì không có nguồn vốn dài hạn dư thừa để bảo đảm cho các biến động ngắn hạn.

Nguồn: https://hagl.com.vn/quan-he-co-dong/bao-cao-tai-chinh

Bảng 4: Số liêu Thực chứng BCTC của Tập đoàn VinGroup năm 2025

Chỉ số	Thông số	Trạng thái Quản trị
OCF	+ 67.245 tỷ	Chỉ số này xác nhận VinGroup đang sở hữu một "cỗ máy in tiền" cực lớn từ hệ sinh thái vận hành, tạo ra nền tảng tài chính nội sinh khổng lồ để duy trì và tái đầu tư.
ΔWC	+ 33,285 tỷ	Với con số dương hơn 33 nghìn tỷ, tập đoàn đang ở vị thế "kèo dưới" trong chuỗi giá trị khi để một lượng vốn lưu động cực lớn bị đối tác chiếm dụng, gây áp lực ngược lên tính thanh khoản tức thời.
FA/CD	3.2 lần	Chỉ số 3.2 lần cho thấy doanh nghiệp đang ở trạng thái trẻ hóa về mặt hạ tầng và công nghệ. Tài sản mới đưa vào khai thác chiếm tỷ trọng lớn, tạo ra năng lực cam kết dài hạn và dư địa tăng trưởng cao cho các mảng sản xuất công nghiệp.
LA/LC	0.9 lần	Đây là cấu trúc vốn cực kỳ an toàn và bền vững. Doanh nghiệp không những không dùng vốn ngắn hạn tài trợ cho tài sản dài hạn, mà ngược lại, đang dùng nguồn vốn ổn định, dài hạn để bảo đảm cho cả các hoạt động ngắn hạn.

Nguồn: https://vingroup.net/quan-he-co-dong/bao-cao-tai-chinh

VinGroup vẫn đối mặt với áp lực cải thiện năng lực thương lượng khi chỉ số ΔWC dương 33.285 tỷ đồng phản ánh tình trạng vốn lưu động bị đối tác chiếm dụng đáng kể. Trạng thái quản trị hiện tại là sự đánh đổi giữa việc duy trì một bảng cân đối kế toán an toàn tuyệt đối để tài trợ cho tốc độ bành trướng quy mô và sự thâm dụng vốn của các tài sản mới.

4.3. Tập đoàn Masan

4.3.1. Bảng Thông số Thực chứng BCTC 2025 (Bảng 5)

4.3.2. Tổng luận "Định vị tiệm cận kịch bản số 4"

Masan Group thể hiện bản sắc của một nhà quản trị lão luyện với năng lực thương lượng áp đảo, minh chứng qua chỉ số ΔWC âm 7.348 tỷ đồng, cho

Bảng 5: Số liêu Thực chứng BCTC của Tập đoàn Masan năm 2025

Chỉ số	Thông số	Trạng thái Quản trị
OCF	+1.370 tỷ	Điều này cho thấy Masan vẫn đảm bảo được năng lực tài chính nội sinh để duy trì bộ máy vận hành trong năm 2025.
ΔWC	-7.348 tỷ	Với chỉ số âm hơn 7 nghìn tỷ đồng, Masan đang ở vị thế "kèo trên" cực mạnh trong chuỗi giá trị. Tập đoàn đang chiếm dụng vốn hiệu quả từ nhà cung cấp và tối ưu hóa thu hồi nợ, giúp giải phóng một lượng lớn tiền mặt để phục vụ các mục đích chiến lược khác.
FA/CD	1.50 lần	Tỷ lệ giữa Giá trị còn lại trên Hao mòn lũy kế của TSCĐ đạt 1.50 lần. Chỉ số này phản ánh doanh nghiệp đang ở trạng thái lão hóa về mặt tài sản cố định trong vòng đời. Hệ thống hạ tầng, nhà máy đã đi vào khai thác từ lâu và bị khấu hao lớn, đòi hỏi doanh nghiệp phải có kế hoạch tái đầu tư hoặc nâng cấp để duy trì năng lực cam kết dài hạn.
LA/LC	1.05 lần	Tỷ lệ giữa Tài sản dài hạn và Vốn dài hạn nằm sát ngưỡng cân bằng (1.0). Tương tự như các tập đoàn lớn khác, Masan đang đối mặt với rủi ro thanh khoản khi biên độ an toàn vốn dài hạn rất thấp, khiến cấu trúc tài chính dễ bị tổn thương trước các biến động tiêu cực từ thị trường vốn.

Nguồn: https://masangroup.com/vi/investor-center/financial-reports.html

phép tập đoàn chiếm dụng vốn hiệu quả từ chuỗi cung ứng để tối ưu hóa thanh khoản. Kết hợp với dòng tiền OCF dương 1.370 tỷ đồng, Masan duy trì được sự ổn định vận hành và bảo đảm năng lực bền vững ở mức LA/LC 1.05. Dù vậy, thách thức trọng yếu nằm ở sự lão hóa của nền tảng tài sản khi hệ số FA/CD chỉ còn 1.50 lần, đặt doanh nghiệp trước yêu cầu cấp bách về việc tái đầu tư để thay máu hạ tầng. Tổng hòa cho thấy Masan đang dùng quyền lực thị trường để bù đắp cho sự già nua của tài sản, nhằm duy trì thế cân bằng trong một cấu trúc tài chính đầy áp lực.

Tuy nhiên, quyền lực thương lượng áp đảo (ΔWC âm sâu) cần được nhìn nhận một cách thận trọng khi đặt cạnh sự lão hóa tài sản (FA/CD thấp). Nếu doanh nghiệp duy trì vị thế 'kèo trên' quá mức để bù đắp cho sự thiếu hụt đầu tư hạ tầng, đây có thể trở thành 'bẫy chiếm dụng vốn', gây áp lực cực đoan lên chuỗi cung ứng và tiềm ẩn rủi ro đứt gãy mối quan hệ đối tác trong dài hạn.

5. Kết luận và kiến nghị

5.1. Kết luận

Hệ thống chỉ số tài chính truyền thống, với bề dày lịch sử trong việc phản ánh kết quả kinh doanh qua lăng kính kế toán dồn tích, luôn là nền tảng không thể thay thế trong quản trị doanh nghiệp. Tuy nhiên, trước sự biến động và phức tạp của bối cảnh kinh tế hiện đại, việc kế thừa những giá trị cốt lõi đó để phát triển lên Ma trận quản trị tài chính 16 mặt là một bước đi tất yếu nhằm soi chiếu thực tại doanh nghiệp một cách đa chiều hơn.

Qua việc thực chứng tại các tập đoàn tiêu biểu, nghiên cứu ghi nhận việc bổ sung các biến số thực tại như OCF, ΔWC, FA/CD và LA/LC không nhằm phủ nhận các giá trị cũ, mà để làm rõ hơn "phần chìm" của tảng băng tài chính:

- VinGroup minh chứng cho việc dùng cấu trúc vốn bền vững làm bệ phóng cho các tài sản trẻ.

- Hoàng Anh Gia Lai cho thấy sự nỗ lực hồi sinh nội sinh đang tìm cách vượt qua những giới hạn về thanh khoản ngắn hạn.

- Masan Group thể hiện sự kết hợp nhịp nhàng giữa kinh nghiệm thương lượng dày dạn và nhu cầu làm mới nền tảng tài sản.

Sự kết hợp giữa tư duy kế toán truyền thống và Ma trận 16 mặt tạo ra một hệ quy chiếu hoàn chỉnh, giúp nhà quản trị không chỉ nhìn về quá khứ mà còn trực chỉ vào thực tại và định vị tương lai.

5.2. Kiến nghị

Từ kết quả nghiên cứu, tác giả đưa ra các kiến nghị trọng yếu nhằm nâng cao sức khỏe tài chính doanh nghiệp:

- Ưu tiên quản trị "Kế toán tiền": Doanh nghiệp cần đặt chỉ số OCF làm trọng tâm điều hành thay vì lợi nhuận sổ sách. Mọi kế hoạch kinh doanh phải được thẩm định qua khả năng tạo tiền thực tế để đảm bảo năng lực tự chủ tài chính.

- Tái định vị vị thế trong chuỗi giá trị: Cần kiểm soát chặt chẽ biến số ΔWC. Việc chuyển dịch từ vị thế bị chiếm dụng vốn ("kèo dưới") sang vị thế chiếm dụng vốn đối tác ("kèo trên") là con đường ngắn nhất để giải phóng nguồn lực tài chính mà không làm tăng chi phí nợ vay.

- Cân bằng giữa "Trẻ hóa" và "Thanh khoản": Các doanh nghiệp đang trong giai đoạn đầu tư mạnh (FA/CD cao) cần đặc biệt lưu ý hệ số LA/LC. Việc duy trì nguồn vốn dài hạn dư thừa để bảo trợ cho tài sản ngắn hạn là điều kiện tiên quyết để sống sót qua các giai đoạn thắt chặt tín dụng.

- Số hóa hệ thống ma trận: Khuyến nghị các doanh nghiệp ứng dụng các công cụ phân tích dữ liệu thời gian thực để theo dõi ma trận 16 mặt, giúp nhà quản trị ra quyết định trực chỉ vào bản chất thay vì căn cứ vào những báo cáo có độ trễ lớn.

5.3. Kết luận chung

Nghiên cứu nhấn mạnh, Ma trận 16 mặt không chỉ là các con số tĩnh, mà là sự phản ánh động về chiến lược: Trẻ hóa tài sản phải chấp nhận độ trễ dòng tiền, và quyền lực thương lượng phải đi đôi với trách nhiệm tái đầu tư để tránh rơi vào kịch bản 'vắt chanh' – khai thác cạn kiệt tương lai để phục vụ thanh khoản hiện tại ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Công ty Cổ phần Tập đoàn Hoàng Anh Gia Lai (2025). Công bố thông tin. Truy cập tại https://hagl.com.vn/co-dong

Nguyễn Minh Hà, Vũ Quang Kết (2017). Mối quan hệ giữa dòng tiền và khả năng sinh lời của các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Tạp chí Khoa học Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh, 12(1), 142-155.

Tập đoàn Masan (2025). Báo cáo tài chính hợp nhất kiểm toán năm 2025. Truy cập tại https://masangroup.com/vi/investor-center/financial-reports.html.

Tập đoàn Vingroup (2025). Báo cáo tài chính & tóm tắt kết quả kinh doanh. Truy cập tại https://vingroup.net/quan-he-co-dong/bao-cao-tai-chinh.

Trần Ngọc Thơ (Chủ biên) (2020). Tài chính doanh nghiệp hiện đại. NXB Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.

Henderson B. D. (1970). The Product Portfolio. Perspectives, 66, Boston Consulting Group.

Porter M. E. (2008). The Five Competitive Forces That Shape Strategy. Harvard Business Review, 86(1), 78-93.

Rappaport A. (2021). Expectations Investing: Reading Stock Prices for Better Returns (Revised Edition). Columbia Business School Publishing.

Ngày nhận bài: 05/05/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 22/05/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 09/06/2026

THE 16-FACET FINANCIAL MANAGEMENT MATRIX: A TOOL FOR IDENTIFYING A FIRM'S STRENGTH AND POSITION IN THE SUPPLY CHAIN

● **LE HONG LAM**
Sonadezi College of Technology and Management

ABSTRACT:

This study proposes a 16-sided financial management matrix as a multidimensional analytical framework for identifying a firm's strategic position and financial strength. By examining the interactions among four strategic variables: operating cash flow (OCF), bargaining power reflected in changes in working capital (ΔWC), the asset rejuvenation ratio (FA/CD), and the capital structure safety threshold (LA/LC), the study offers a direct mechanism for assessing the underlying nature of financial performance. Based on empirical evidence from three representative corporations, namely Hoang Anh Gia Lai Group Joint Stock Company (HAGL), Vingroup Joint Stock Company (Vingroup), and Masan Group Joint Stock Company (Masan), the findings indicate that a firm's strategic position is shaped by its bargaining power within the supply chain and the degree of fixed asset rejuvenation, while its financial strength is determined by endogenous cash-generating capacity and the stability of its long-term capital structure.

Keywords: financial capacity, bargaining power, commitment capacity, sustainability capacity, 16-facet matrix, management scenarios, supply chain value chain.

TÁC ĐỘNG CỦA CHI PHÍ THUẾ ĐẾN GIÁ TRỊ DOANH NGHIỆP: NGHIÊN CỨU THỰC NGHIỆM TẠI VIỆT NAM

● **LÊ THỊ PHƯƠNG HÀ[1] - LÊ NGỌC THANH[2] - DƯƠNG THỊ THÙY AN[3]***
[1]VietinBank Chi nhánh 2 Thành phố Hồ Chí Minh
[2]Agribank Chi nhánh Đông Gia Lai
[3]Trường Đại học Ngân hàng Thành phố Hồ Chí Minh
*Email: andtt@hub.edu.vn

TÓM TẮT:

Nghiên cứu phân tích tác động của chi phí thuế đến giá trị doanh nghiệp tại Việt Nam trên mẫu 814 doanh nghiệp phi tài chính niêm yết trong giai đoạn 2016-2024, tương ứng 6.512 quan sát. Bằng cách sử dụng mô hình hiệu ứng ngẫu nhiên tương quan kết hợp với sai số chuẩn Driscoll-Kraay, kết quả cho thấy chi phí thuế có tác động dương và có ý nghĩa thống kê đến giá trị doanh nghiệp. Bên cạnh đó, phân tích theo ngành cho thấy tác động này không đồng nhất. Cụ thể, ngành Dược phẩm, Y tế và Viễn thông ghi nhận tác động âm có ý nghĩa, trong khi ngành Dịch vụ tiêu dùng cho thấy, tác động dương rõ rệt; các ngành còn lại không khác biệt đáng kể so với ngành cơ sở. Kết quả hàm ý, tác động của chi phí thuế đến giá trị doanh nghiệp phụ thuộc vào đặc điểm ngành và cách thị trường diễn giải thông tin thuế.

Từ khóa: chi phí thuế, thuế suất hiệu dụng, giá trị doanh nghiệp, tài chính doanh nghiệp.

1. Đặt vấn đề

Thuế thu nhập doanh nghiệp là một yếu tố có ảnh hưởng trực tiếp đến dòng tiền sau thuế, năng lực tái đầu tư và giá trị doanh nghiệp (GTDN). Trên thực tế, các vấn đề liên quan đến thuế được cân nhắc trong phần lớn các quyết định tài chính của giám đốc tài chính (Alvarez & Marsal, 2012). Tuy nhiên, các nghiên cứu trước đây vẫn chưa đạt được sự đồng thuận về tác động của thuế đến GTDN. Một hướng nghiên cứu cho rằng, mức thuế hiệu dụng thấp giúp gia tăng dòng tiền sau thuế, từ đó cải thiện GTDN. Ngược lại, hướng tiếp cận khác nhấn mạnh, các chiến lược thuế quá mức có thể làm gia tăng chi phí đại diện, suy giảm tính minh bạch và khiến thị trường chiết khấu GTDN (Desai & Dharmapala, 2009; Hanlon & Heitzman, 2010).

Trong bối cảnh Việt Nam, nghiên cứu này sử dụng thuế suất hiệu dụng kế toán làm thước đo đại diện cho chi phí thuế (CPT), phù hợp với đặc điểm dữ liệu kế toán và báo cáo tài chính của các doanh

nghiệp (DN) niêm yết. Trên cơ sở đó, nghiên cứu xem xét tác động của CPT đến GTDN, đồng thời đánh giá liệu đặc thù ngành có làm thay đổi cách thị trường diễn giải và định giá thông tin thuế hay không.

2. Tổng quan lý thuyết và nghiên cứu liên quan

2.1. Cơ sở lý thuyết

Để phân tích mối quan hệ giữa CPT và GTDN, nghiên cứu này dựa trên 3 nền tảng lý thuyết: lý thuyết đại diện, lý thuyết tín hiệu và lý thuyết chi phí chính trị. Theo lý thuyết đại diện, sự tách biệt giữa quyền sở hữu và quyền quản lý trong điều kiện thông tin bất cân xứng có thể làm phát sinh xung đột lợi ích giữa cổ đông và nhà quản lý (Jensen & Meckling, 1976). Trong lĩnh vực thuế, việc giảm CPT có thể cải thiện dòng tiền sau thuế, nhưng cũng có thể tạo điều kiện cho hành vi trục lợi, làm gia tăng chi phí đại diện và ảnh hưởng bất lợi đến GTDN (Desai & Dharmapala, 2009).

Lý thuyết tín hiệu nhấn mạnh vai trò của các thông tin có thể quan sát được trong việc giảm bất cân xứng thông tin trên thị trường (Spence, 1973). Trong bối cảnh này, thuế suất hiệu dụng kế toán có thể phản ánh mức độ tuân thủ thuế, chất lượng quản trị và tính minh bạch của doanh nghiệp (DN). Một mức thuế suất hiệu dụng kế toán ổn định và hợp lý có thể củng cố niềm tin của nhà đầu tư, trong khi thuế suất hiệu dụng kế toán biến động mạnh hoặc bất thường có thể làm gia tăng nghi ngờ về chất lượng báo cáo tài chính và độ tin cậy của thông tin kế toán (Hanlon & Heitzman, 2010).

Lý thuyết chi phí chính trị cho rằng, các quyết định tài chính của DN chịu ảnh hưởng bởi mức độ giám sát từ cơ quan quản lý và môi trường thể chế (Watts & Zimmerman, 1978). Các DN quy mô lớn thường đối mặt với áp lực giám sát cao hơn, nên có xu hướng lựa chọn chính sách tài chính và thuế thận trọng hơn. Trong trường hợp này, CPT không chỉ phản ánh gánh nặng thuế mà còn thể hiện mức độ chuyển giao nguồn lực từ DN sang Nhà nước, qua đó gắn với chi phí chính trị mà DN phải đối mặt (Hanlon & Heitzman, 2010).

Nhìn chung, 3 cách tiếp cận trên cho thấy CPT có thể tác động đến GTDN qua nhiều cơ chế. CPT thấp có thể phản ánh lợi ích tiết kiệm thuế và cải thiện dòng tiền sau thuế, trong khi CPT hợp lý và ổn định có thể được thị trường diễn giải như tín hiệu tích cực về tuân thủ, minh bạch và chất lượng quản trị. Vì vậy, tác động của CPT đến GTDN phụ thuộc vào sự đánh đổi giữa lợi ích tiết kiệm thuế và các chi phí phi thuế liên quan đến rủi ro thông tin và chi phí đại diện (Desai & Dharmapala, 2009; Hanlon & Heitzman, 2010).

2.2. Nghiên cứu liên quan

Các nghiên cứu thực nghiệm về mối quan hệ giữa thuế và GTDN vẫn chưa đi đến kết luận thống nhất và có thể chia thành 2 hướng chính. Hướng thứ nhất dựa trên quan điểm tài chính truyền thống, xem thuế là một khoản chi phí làm giảm dòng tiền sau thuế; do đó, các chiến lược thuế hợp pháp có thể giúp DN cải thiện dòng tiền và gia tăng giá trị (Hanlon & Heitzman, 2010). Nhiều bằng chứng thực nghiệm ghi nhận mối quan hệ ngược chiều giữa thuế suất hiệu dụng và GTDN, thể hiện qua ROA hoặc Tobin's Q (Assidi & ctg., 2016; Bryant-Kutcher & ctg., 2012). Trong bối cảnh Việt Nam, Vu và Le (2021) cũng cho thấy DN có CPT thấp hơn thường được thị trường định giá cao hơn.

Hướng tiếp cận thứ hai nhấn mạnh lợi ích từ việc giảm CPT có thể bị bù trừ bởi các chi phí phi thuế phát sinh từ các chiến lược quản lý thuế quá mức. Theo đó, CPT thấp có thể đi kèm với chi phí đại diện, rủi ro thông tin và chi phí giám sát cao hơn (Desai & Dharmapala, 2009). Một số nghiên cứu thực nghiệm cho thấy, DN có CPT thấp bất thường thường đối mặt với rủi ro thông tin lớn hơn và có thể bị thị trường chiết khấu giá trị, đặc biệt khi hệ thống quản trị còn yếu (Abdul Wahab & Holland, 2012; Chen & ctg., 2014).

Nhìn chung, các bằng chứng trước cho thấy, tác động của CPT đến GTDN là không đồng nhất. Phần lớn nghiên cứu mới dừng ở tác động trung bình, trong khi sự khác biệt theo ngành vẫn chưa được xem xét đầy đủ. Vì vậy, nghiên cứu này tiếp cận theo hướng phân tích dị biệt ngành nhằm làm rõ cách thị trường diễn giải thông tin thuế trong các bối cảnh khác nhau.

3. Mô hình và phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng mô hình dữ liệu bảng với hiệu ứng cố định để kiểm định tác động của CPT đến GTDN, các biến giải thích được lấy trễ nhằm hạn chế vấn đề nội sinh.

$$GTDN_{it} = \beta_0 + \beta_1 CPT_{it-1} + X_{it-1}\gamma' + \mu_i + \tau_t + \varepsilon_{it}$$

Trong đó, $GTDN_{it}$ là giá trị DN i ở năm t; CPT là thuế suất hiệu dụng; X_{it-1} là véc tơ các biến kiểm soát; μ_i là hiệu ứng cố định theo DN, và τ_t là hiệu ứng năm; ε_{it} là sai số ngẫu nhiên.

Biến phụ thuộc giá trị DN (GTDN) được đo bằng Tobin's Q. Biến độc lập CPT được đo bằng thuế suất hiệu dụng kế toán. Các nghiên cứu cho thấy, thuế suất hiệu dụng kế toán thấp có thể giúp gia tăng GTDN thông qua cải thiện dòng tiền sau thuế (Hanlon & Heitzman, 2010; Vu & Le, 2021). Tuy nhiên, thuế suất hiệu dụng kế toán cũng mang hàm ý thông tin và có thể phản ánh mức độ minh bạch của DN (Spence, 1973; Hanlon & Heitzman, 2010). Về biến kiểm soát, khả năng sinh lời (PRO) được xem là yếu tố cốt lõi trong định giá DN, với nhiều nghiên cứu ghi nhận tác động dương đến giá trị thị trường (Ohlson, 1995; Fama & French, 1998; Vu & Le, 2021). Tính hữu hình (TANG) được kỳ vọng có tác động dương do tạo ra lá chắn thuế thông qua khấu hao và đóng vai trò tài sản đảm bảo (Hanlon & Heitzman, 2010). Tính thanh khoản (CASH) phản ánh khả năng đáp ứng nghĩa vụ tài chính và được chứng minh có mối quan hệ tích cực với GTDN trong các nghiên cứu về dòng tiền (Foley & ctg., 2007). Đòn bẩy tài chính (DEBT) thường có tác động tiêu cực do làm gia tăng rủi ro tài chính và chi phí đại diện, đặc biệt trong điều kiện sử dụng nợ ở mức cao (Fama & French, 1998; Vu & Le, 2021). Đầu tư tài sản hữu hình (INV) được kỳ vọng tác động dương do phản ánh cơ hội tăng trưởng và mở rộng hoạt động (Tobin, 1969; Assidi & ctg., 2016). Cuối cùng, quy mô DN (SIZE) thường có mối quan hệ cùng chiều với GTDN nhờ lợi thế quy mô và khả năng tiếp cận nguồn lực (Zimmerman, 1983; Bryant-Kutcher & ctg., 2012). Các biến thuộc bảng cân đối kế toán được lấy bình quân đầu kỳ và cuối kỳ.

Nghiên cứu sử dụng mô hình hiệu ứng ngẫu nhiên tương quan (Correlated random effect-CRE) để kiểm soát khả năng tương quan giữa hiệu ứng cá thể và các biến giải thích. Đồng thời, sai số chuẩn Driscoll-Kraay được áp dụng nhằm xử lý hiện tượng phương sai thay đổi, tự tương quan và phụ thuộc chéo.

Mẫu nghiên cứu bao gồm 814 DN phi tài chính niêm yết trong giai đoạn 2016-2024. Dữ liệu được lấy từ nguồn Finpro. Các DN tài chính bị loại trừ do khác biệt về cấu trúc tài chính và quy định pháp lý. Các biến được cắt ngọn cực trị ở ngưỡng 1% và 99% nhằm loại bỏ ảnh hưởng của giá trị ngoại lai.

4. Kết quả nghiên cứu

Bảng 1 trình bày tóm tắt các biến và thống kê mô tả. Giá trị trung bình TQ đạt 118.298%, cho thấy các DN niêm yết tại Việt Nam nhìn chung được thị trường định giá cao hơn giá trị sổ sách. CPT trung bình đạt 30.345%, cao hơn thuế suất thuế thu nhập DN danh nghĩa tại Việt Nam, cho thấy sự khác biệt giữa CPT kế toán và nghĩa vụ thuế thực tế.

Đối với các biến kiểm soát, DEBT trung bình 51,35% phản ánh mức độ sử dụng nợ tương đối cao, trong khi PRO đạt 7,448% cho thấy hiệu quả hoạt động ở mức trung bình. Các biến TANG, CASH và INV có giá trị trung bình lần lượt là 25,165%, 10,466% và 6,026%, phản ánh cấu trúc tài sản và mức độ đầu tư tương đối ổn định. SIZE có giá trị trung bình 6.585, cho thấy mẫu nghiên cứu bao gồm các DN có quy mô tương đối lớn. Nghiên cứu tiến hành tính toán hệ số tương quan giữa các biến và kiểm định đa cộng tuyến nhưng không phát hiện vấn đề đáng lo ngại.

Bảng 2 trình bày ma trận tương quan giữa các biến. Kết quả cho thấy, các hệ số tương quan ở mức thấp đến trung bình, không xuất hiện tương quan cao giữa các biến. Do đó, khả năng xảy ra đa cộng tuyến là không đáng kể.

Kết quả Bảng 3 cho thấy, CPT có tác động dương và có ý nghĩa thống kê đến GTDN trong cả 2 phương pháp ước lượng hệ số khá ổn định và có ý nghĩa mạnh hơn khi dùng sai số chuẩn Driscoll-Kraay. Kết quả này hàm ý, CPT không chỉ phản ánh gánh nặng tài chính mà còn mang nội hàm thông tin về mức độ tuân thủ và tính minh bạch, qua đó được thị trường đánh giá tích cực (Desai & Dharmapala, 2009; Hanlon &

Bảng 1. Thống kê mô tả các biến

Biến	Đo lường	Số quan sát	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Nhỏ nhất	Lớn nhất
Giá trị DN	(Giá trị thị trường vốn cổ phần+Giá trị sổ sách các khoản nợ)/ Giá trị sổ sách của tài sản, phần trăm	6.512	118,298	64,356	30,337	432,207
Chi phí thuế	Chi phí thuế thu nhập DN/ Lợi nhuận kế toán trước thuế, phần trăm	6.512	30,345	29,825	0,000	100,000
Khả năng sinh lời	EBIT / Tổng tài sản, phần trăm	6.512	7,448	8,450	-19,358	35,997
Tính hữu hình	TSCĐ hữu hình / Tổng tài sản, phần trăm	6.512	25,165	22,677	0,060	88,555
Thanh khoản	Tiền và các khoản tương đương tiền / Tổng tài sản, phần trăm	6.512	8,393	8,368	0,106	43,341
Đòn bẩy tài chính	Nợ / Tổng tài sản, phần trăm	6.512	51,350	30,184	3,726	200,889
Đầu tư tài sản hữu hình	(Tài sản hữu hìnht - Tài sản hữu hìnht-1)/ Tổng tài sản, phần trăm	6.512	-0,383	6,415	-17,042	32,512
Quy mô	ln(Tổng tài sản)	6.512	6,585	1,573	3,482	10,970

Nguồn: tính toán của nhóm tác giả

Bảng 2. Ma trận tương quan

	GTDN	CPT	PRO	TANG	CASH	DEBT	INV	SIZE
GTDN	1,000							
CPT	0,021	1,000						
PRO	0,257	-0,581	1,000					
TANG	0,072	-0,039	0,064	1,000				
CASH	0,042	-0,159	0,263	-0,156	1,000			
DEBT	0,166	0,291	-0,315	-0,011	-0,236	1,000		
INV	-0,043	-0,105	0,117	-0,126	0,023	-0,046	1,000	
SIZE	0,074	-0,122	0,129	0,029	-0,111	0,088	0,103	1,000

Nguồn: tính toán của nhóm tác giả

Heitzman, 2010). Phát hiện này khác với bằng chứng trước tại Việt Nam của Vu và Le (2021) và Le & ctg. (2020), vốn cho thấy CPT tác động tiêu cực đến GTDN, và có thể phản ánh sự khác biệt về bối cảnh thị trường và giai đoạn nghiên cứu.

Đối với các biến kiểm soát, DEBT có tác động dương và có ý nghĩa thống kê, có thể liên quan đến lợi ích lá chắn thuế từ nợ vay và tín hiệu về năng lực tài chính. Ngược lại, TANG và SIZE có tác động âm và có ý nghĩa thống kê. Hệ số âm của TANG cho thấy, tỷ

Bảng 3. Kết quả hồi qui

	CRE	Driscoll-Kraay
L.CPT	0,064**	0,064***
	(0,027)	(0,011)
L.PRO	0,204	0,204
	(0,159)	(0,153)
L.TANG	-0,099	-0,099*
	(0,104)	(0,049)
L.CASH	0,089	0,089*
	(0,149)	(0,045)
L.DEBT	0,561***	0,561***
	(0,081)	(0,048)
L.INV	0,056	0,056
	(0,072)	(0,071)
L.SIZE	-19,427***	-19,427***
	(2,992)	(1,776)
Hằng số	-10,631	0,000
	(11,714)	(0,000)
Tác động cố định theo năm	Có	Có
Số quan sát	5.698	5.698
Within R-squared	0,084	0,084
Kiểm định Mundlak	189,93***	

**** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1*

Bảng 4. Kiểm định tác động của CPT lên GTDN theo ngành

	Driscoll-Kraay
L.CPT	0,067***
	(0,012)
Công nghệ Thông tin × L.CPT	0,011
	(0,245)
Dược phẩm và Y tế × L.CPT	-0,206*
	(0,104)
Dầu khí × L.CPT	0,013
	(0,083)
Dịch vụ tiêu dùng × L.CPT	0,146***
	(0,032)
Hàng tiêu dùng × L.CPT	0,054
	(0,035)
Nguyên vật liệu × L.CPT	-0,079
	(0,041)
Tiện ích cộng đồng × L.CPT	-0,039
	(0,059)
Viễn thông × L.CPT	-2,163*
	(1,036)
Số quan sát	5.698
Homogeneity test F	7,450***

**** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1*

trọng tài sản hữu hình cao chưa chắc đi kèm hiệu quả khai thác tương ứng, trong khi hệ số âm của SIZE hàm ý thị trường có thể định giá cao hơn các DN nhỏ có tiềm năng tăng trưởng lớn hơn.

Kết quả Bảng 4 cho thấy, tác động của CPT không đồng nhất giữa các ngành, với kiểm định Homogeneity bị bác bỏ (F = 7.45*), phản ánh sự khác biệt trong cách thị trường diễn giải thông tin thuế.

Cụ thể, hệ số cơ sở của L.CPT dương và có ý nghĩa thống kê, phản ánh tác động tích cực của CPT đối với GTDN trong ngành Công nghiệp (nhóm cơ sở). So với ngành này, ngành Dịch vụ tiêu dùng ghi nhận tác động dương bổ sung và có ý nghĩa thống kê, trong khi Dược phẩm và Y tế, Viễn thông thể hiện hệ số tương tác âm có ý nghĩa, cho thấy tác động của CPT trong các ngành này bị suy giảm đáng kể dẫn đến tác động ngược chiều so với ngành cơ sở. Kết quả này có thể phản ánh gián tiếp đặc thù của các ngành thường gắn với các chính sách ưu đãi thuế thu nhập DN với tần suất và mức độ cao hơn. Chẳng hạn, lĩnh vực y tế xã hội hóa được áp dụng thuế suất ưu đãi 10% trong suốt thời gian hoạt động nếu đáp ứng các điều kiện theo quy định, trong khi các ngành công nghệ cao và viễn thông (bao gồm

sản xuất thiết bị viễn thông và phần mềm) đáp ứng các tiêu chí về dự án đầu tư hoặc chứng nhận công nghệ cao, được hưởng thuế suất 10% trong 15 năm, kèm theo cơ chế miễn thuế tối đa 4 năm và giảm 50% số thuế phải nộp trong 9 năm tiếp theo. Trong bối cảnh này, CPT có thể không phản ánh đầy đủ gánh nặng thuế thực tế, chịu tác động của các cơ chế ưu đãi thuế kéo dài, qua đó làm suy giảm vai trò tín hiệu của biến này trong định giá DN.

Các ngành còn lại không cho thấy sự khác biệt có ý nghĩa thống kê so với ngành cơ sở, hàm ý tác động của CPT trong các ngành này không khác đáng kể so với tác động chung được phản ánh bởi hệ số L.CPT.

Nhìn chung, kết quả này ủng hộ lập luận về tính không đồng nhất trong cơ chế truyền dẫn của CPT đến GTDN, phụ thuộc vào đặc điểm ngành, đặc biệt là cấu trúc tài sản và mức độ minh bạch thông tin.

5. Kết luận

Nghiên cứu phân tích tác động của CPT đến GTDN của 814 công ty phi tài chính niêm yết tại Việt Nam giai đoạn 2016-2024. Kết quả từ mô hình CRE-Mundlak kết hợp sai số chuẩn Driscoll-Kraay cho thấy, ETR có tác động dương và có ý nghĩa thống kê đến Tobin's Q. Tác động này khác nhau giữa các ngành, cho thấy vai trò của thông tin thuế trong định giá DN phụ thuộc vào đặc điểm ngành và phản ứng của thị trường.

Từ các kết quả trên, nghiên cứu hàm ý chiến lược thuế của DN cần được thiết kế phù hợp với đặc điểm ngành, thay vì theo đuổi mục tiêu tối thiểu hóa CPT một cách đồng nhất. Đồng thời, việc đánh giá CPT cần được đặt trong bối cảnh ngành, do vai trò của chỉ tiêu này trong định giá DN phụ thuộc vào cách thị trường phản ứng thông tin thuế trong từng lĩnh vực cụ thể ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Abdul Wahab N. S., Holland K. (2012). Tax planning, corporate governance and equity value. British Accounting Review, 44(2), 111-124.

Alvarez & Marsal (2012). Global CFO survey: Tax as a key business issue. Alvarez & Marsal Holdings, LLC.

Assidi S., Aliani K., & Omri M. A. (2016). Tax optimization and the firm value: Evidence from the Tunisian context. Borsa Istanbul Review, 16(3), 177-184.

Bryant-Kutcher L., Guenther D. A., & Jackson M. P. (2012). How do cross-country differences in corporate tax rates affect firm value?. Journal of Accounting Research, 50(3), 709-745.

Chen S., Chen X., Cheng Q., & Shevlin T. (2014). Are family firms more tax aggressive than non-family firms? Journal of Financial Economics, 114(1), 41-61.

Desai M. A., & Dharmapala D. (2009). Corporate tax avoidance and firm value. Review of Economics and Statistics, 91(3), 537-546.

Fama E. F., & French, K. R. (1998). Taxes, financing decisions, and firm value. Journal of Finance, 53(3), 819-843.

Foley C. F., Hartzell J. C., Titman S., & Twite G. (2007). Why do firms hold so much cash? A tax-based explanation. Journal of Financial Economics, 86(3), 579-607.

Hanlon M., & Heitzman S. (2010). A review of tax research. Journal of Accounting and Economics, 50(2-3), 127-178.

Jensen M. C., & Meckling W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. Journal of Financial Economics, 3(4), 305-360.

Le V. H., Anh T., Vu T., & Nguyen M. H. (2022). Tax planning and firm value: The case of companies with different state ownership in Vietnam. Journal of Eastern European and Central Asian Research, 9(2). https://doi.org/10.15549/jeecar.9i2.700

Ohlson J. A. (1995). Earnings, book values, and dividends in equity valuation. Contemporary Accounting Research, 11(2), 661-687.

Spence M. (1973). Job market signaling. Quarterly Journal of Economics, 87(3), 355-374.

Tobin J. (1969). A general equilibrium approach to monetary theory. Journal of Money, Credit and Banking, 1(1), 15-29.

Vu T. H., & Le T. P. H. (2021). Tax avoidance and firm value: Evidence from Vietnam. Journal of Asian Finance, Economics and Business, 8(3), 123-131.

Watts R. L., & Zimmerman J. L. (1978). Towards a positive theory of the determination of accounting standards. The Accounting Review, 53(1), 112-134.

Zimmerman J. L. (1983). Taxes and firm size. Journal of Accounting and Economics, 5(2), 119-149. https://doi.org/10.1016/0165-4101(83)90008-3.

Ngày nhận bài: 14/3/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 28/3/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 16/4/2026

THE IMPACT OF TAX COSTS ON FIRM VALUE: EMPIRICAL EVIDENCE FROM VIETNAM

● **LE THI PHUONG HA**[1]
● **LE NGOC THANH**[2]
● **DUONG THI THUY AN**[3*]
[1]VietinBank - Branch 2 Ho Chi Minh City
[2]Agribank - Dong Gia Lai Branch
[3] Ho Chi Minh University of Banking
*Email: andtt@hub.edu.vn

ABSTRACT:

This study examines the impact of tax costs on firm value in Vietnam using a sample of 814 listed non-financial companies over the 2016–2024 period, comprising 6,512 firm-year observations. Employing a correlated random effects model combined with Driscoll-Kraay standard errors, the results reveal that tax costs have a positive and statistically significant effect on firm value. Further industry-specific analysis indicates that this effect is heterogeneous across sectors. In particular, the pharmaceutical, healthcare, and telecommunications sectors exhibit a significantly negative effect, whereas the consumer services sector shows a distinctly positive effect; the remaining sectors do not differ significantly from the baseline. These findings suggest that the relationship between tax costs and firm value depends on industry characteristics and the way in which the market interprets tax-related information.

Keywords: tax costs, effective tax rate, enterprise value, corporate finance.

TÁC ĐỘNG CỦA PHÁT TRIỂN FINTECH ĐẾN QUYẾT ĐỊNH TÀI TRỢ VÀ QUYẾT ĐỊNH ĐẦU TƯ CỦA CÁC DOANH NGHIỆP NIÊM YẾT TẠI VIỆT NAM

● **VŨ TRỌNG HIỀN[1] - LÊ THỊ MAI HƯƠNG[1] - NGUYỄN THỊ NGỌC HÂN[1] - NGUYỄN THỊ DIỄM QUỲNH[1] - HUỲNH THANH NGÂN[1] - PHAN THỊ BÍCH HOA[1]**

[1]Trường Đại học Công nghiệp TP. Hồ Chí Minh

TÓM TẮT:

Bài nghiên cứu xem xét tác động của phát triển Fintech đến quyết định tài trợ và quyết định đầu tư của các doanh nghiệp (DN) niêm yết tại Việt Nam, với mẫu quan sát bao gồm 143 DN niêm yết tại Việt Nam trong giai đoạn 2010 - 2024 thông qua hồi quy GLS. Kết quả nghiên cứu cho thấy phát triển Fintech tác động ngược chiều đến quyết định tài trợ và quyết định đầu tư của DN. Bên cạnh đó, nghiên cứu còn chỉ ra yếu tố khả năng sinh lời, đòn bẩy tài chính, cơ hội tăng trưởng và tài sản cố định hữu hình đều có tác động đến quyết định tài trợ và đầu tư của DN. Ngoài ra, yếu tố quy mô DN và tốc độ tăng trưởng doanh thu cũng tác động đến quyết định tài trợ của DN. Từ đó, nhóm tác giả đưa ra các hàm ý cho các nhà quản trị DN trong việc ra quyết định đầu tư và quyết định tài trợ.

Từ khóa: phát triển Fintech, quyết định đầu tư, quyết định tài trợ, bất cân xứng thông tin.

1. Đặt vấn đề

Sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ tài chính (Fintech) đang tạo ra những thay đổi sâu sắc đối với thị trường tài chính tại Việt Nam. Các ứng dụng như thanh toán số, ngân hàng số, dữ liệu lớn hay trí tuệ nhân tạo không chỉ làm thay đổi hành vi của người dùng mà còn tác động đáng kể đến hoạt động tài chính của DN. Trong bối cảnh đó, các DN niêm yết có thêm cơ hội tiếp cận nguồn vốn, tối ưu chi phí tài chính và nâng cao hiệu quả đầu tư.

Tuy nhiên, sự phát triển của Fintech cũng đặt ra nhiều thách thức về quản trị rủi ro, năng lực thích ứng công nghệ và cạnh tranh trên thị trường tài chính. Dù Fintech đang phát triển nhanh tại Việt Nam, các nghiên cứu về tác động của Fintech đến quyết định tài trợ và quyết định đầu tư của DN niêm yết vẫn còn hạn chế. Vì vậy, nghiên cứu vấn đề này có ý nghĩa quan trọng cả về lý luận và thực tiễn.Nghiên cứu của nhóm tác giả tập trung vào ảnh hưởng của phát triển công nghệ tài chính đến quyết định tài trợ và quyết định đầu tư của các DN niêm yết tại Việt Nam.

2. Tổng quan các nghiên cứu trước

Các nghiên cứu trước đây tại Việt Nam hầu như tập trung vào tác động của Fintech đến hiệu quả hoạt động và ổn định tài chính của các ngân hàng thương mại và các DN. Chẳng hạn như, Lê Thị Bích Ngân (2024) nghiên cứu về tác động của Fintech đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của các công ty chứng khoán tại Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cho thấy, việc các công ty chứng khoán sử dụng Fintech có tác động cùng chiều đến hiệu quả hoạt động của họ. Trần Thị Kim Nhung và công sự (2024) cũng nghiên cứu

về tác động của Fintech đến sức mạnh thị trường và hiệu quả tài chính của các ngân hàng thương mại Việt Nam. Kết quả lại cho thấy phát triển Fintech có tác động ngược chiều đến sức mạnh thị trường và hiệu quả tài chính của các ngân hàng. Nguyễn Hồng Yến và Nguyễn Văn Hải (2024) nghiên cứu về tác động của các DN Fintech tới sự ổn định của hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam đã nhận thấy, sự gia tăng số lượng DN Fintech có tác động cùng chiều đến sự ổn định của hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam. Đào Mỹ Hằng và Lê Thị Diệu Linh (2024) cũng đã có nghiên cứu tương tự nhưng kết quả lại cho thấy, Fintech tác động ngược chiều với sự ổn định tài chính tại các ngân hàng thương mại Việt Nam. Nhìn chung các nghiên cứu trước đây về ảnh hưởng của Fintech chỉ tập trung vào hiệu quả hoạt động và ổn định tài chính của các ngân hàng thương mại, không tập trung nghiên cứu vào quyết định tài trợ và quyết định đầu tư của các DN.

Tang và cộng sự (2025) đã phân tích tác động của phát triển Fintech đến các chính sách tài chính của DN niêm yết tại Trung Quốc. Kết quả thực nghiệm chỉ ra, sự phát triển của Fintech không chỉ giúp DN gia tăng khả năng huy động vốn từ bên ngoài, mở rộng quy mô đầu tư mà còn làm giảm chi phí nợ và cải thiện hiệu quả đầu tư.

Theo lý thuyết cấu trúc vốn, mức độ sử dụng nợ của DN phụ thuộc vào chi phí vay và mức độ minh bạch thông tin. Sự phát triển của Fintech góp phần giảm bất đối xứng thông tin và chi phí giao dịch thông qua dữ liệu lớn và công nghệ số từ đó làm giảm chi phí vay và cải thiện khả năng tiếp cận vốn. Khi điều kiện vay thuận lợi hơn, DN có xu hướng gia tăng sử dụng nợ cho hoạt động kinh doanh. Do đó, nhóm tác giả kỳ vọng sự phát triển của Fintech có tác động cùng chiều đến mức độ sử dụng nợ của DN.

Hoạt động đầu tư chịu ảnh hưởng trực tiếp từ khả năng huy động và hiệu quả sử dụng vốn. Sự phát triển của Fintech giúp nâng cao tính minh bạch thông tin, cải thiện quản trị DN và giảm chi phí vốn, nâng cao hiệu quả phân bổ nguồn lực. Khi việc tiếp cận vốn thuận lợi và hiệu quả đầu tư cải thiện, DN có động lực mở rộng đầu tư vào các dự án sinh lợi. Vì vậy, nhóm tác giả kỳ vọng sự phát triển của Fintech có tác động cùng chiều đến chi tiêu vốn của DN.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nhóm tác giả dựa theo khung lý thuyết nghiên cứu và tổng quan các nghiên cứu trước, trong đó chủ yếu là nghiên cứu của Tang và cộng sự (2025) để xây dựng nên mô hình nghiên cứu như sau:

$$FINANCING = \alpha + \beta1*Fintech + \beta2*ROA + \beta3*LEV + \beta4*MB + \beta5*SIZE + \beta6*CASH + \beta7*GROW + \beta8*PPE + \varepsilon$$

$$INVESTMENT = \alpha + \beta1*Fintech + \beta2*ROA + \beta3*LEV + \beta4*MB + \beta5*SIZE + \beta6*CASH + \beta7*GROW + \beta8*PPE + \varepsilon$$

Nhóm tác giả cũng đưa ra cách thức đo lường các biến nghiên cứu và dấu kỳ vọng. (Bảng 1)

Nghiên cứu sử dụng dữ liệu bảng gồm 143 DN niêm yết tại Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh (HOSE) trong giai đoạn 2010 đến năm 2024. Dữ liệu được phân tích bằng phần mềm Stata. Nhóm tác giả đã sử dụng phương pháp ước lượng hồi quy GLS.

4. Kết quả nghiên cứu

Kết quả tại Bảng 3 cho thấy, các DN trong mẫu quan sát nhìn chung mỗi năm tăng 7,42% phát hành nợ và phát hành cổ phần so với giá trị tổng tài sản. Bên cạnh đó, mỗi năm các DN này gia tăng chi tiêu vốn 4,51% so với giá trị tổng tài sản. Nhìn chung, tỷ suất sinh lời trên tài sản của các DN đạt 6,59%, nợ phải trả chiếm 44,48% tổng tài sản, tiền và các khoản tương đương tiền chiếm 9,89% tổng tài sản, tài sản cố định chiếm 22,98% tổng tài sản, và tốc độ tăng trưởng doanh thu thuần của các DN là 18,08%.

Nhóm tác giả nhận thấy hệ số tương quan giữa các biến độc lập trong mô hình có giá trị nhỏ hơn 0.8, vì vậy không xảy ra vấn đề đa cộng tuyến nghiêm trọng làm ảnh hưởng đến kết quả hồi quy; đồng thời có sự tương quan ngược chiều và có ý nghĩa thống kê giữa phát triển Fintech (FINTECH) với phát hành nợ và vốn cổ phần (FINANCING) cũng như với chi tiêu vốn (INVESTMENT). Bên cạnh đó, cũng có mối tương quan có ý nghĩa thống kê giữa tỷ suất sinh lời trên tổng tài sản (ROA), đòn bẩy tài chính (LEV), tỷ số giá trị thị trường trên giá trị sổ sách (MB), quy mô DN (SIZE), tốc độ tăng trưởng doanh thu (GROW) và tài sản cố định hữu hình (PPE) với phát hành nợ và vốn cổ phần cũng như chi tiêu vốn của DN.

Kết quả hồi quy tại Bảng 4 cho thấy, phát triển Fintech tác động ngược chiều và có ý nghĩa thống kê ở mức 1% đến phát hành nợ, vốn cổ phần (FINANCING) và chi tiêu vốn (INVESTMENT).

Bảng 1. Biến nghiên cứu

Tên biến	Đo lường	Dấu kỳ vọng
FINANCING	(Phát hành vốn cổ phần + phát hành nợ) / Tổng tài sản	
INVESTMENT	Chi tiêu vốn/ Tổng tài sản	
FINTECH	Logarit tự nhiên của số lượng công ty Fintech đang hiện diện trong năm.	+
ROA	Lợi nhuận sau thuế / Tổng tài sản	+
LEV	Tổng nợ phải trả/ Tổng tài sản	-
MB	Giá trị thị trường của vốn chủ sở hữu / Giá trị sổ sách của vốn chủ sở hữu	+
SIZE	Logarit tự nhiên của tổng tài sản	+
CASH	Tiền và các khoản tương đương tiền / Tổng tài sản	+
GROW	Tốc độ tăng trưởng doanh thu thuần hằng năm	+
PPE	Tài sản cố định hữu hình ròng / Tổng tài sản	+

(Biến nghiên cứu, cách thức đo lường và dấu kỳ vọng dựa trên khung lý thuyết và lược khảo các nghiên cứu trước, chủ yếu là nghiên cứu của Tang và cộng sự (2025)

Bảng 2. Thống kê mô tả các biến nghiên cứu

Biến	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Trung vị	Nhỏ nhất	Lớn nhất
FINANCING	0.0742	0.3227	0.0563	-2.7343	3.5853
INVESTMENT	0.0451	0.0625	0.0235	0.0000	0.7643
FINTECH	4.3502	0.8846	4.5433	2.3026	5.5607
ROA	0.0659	0.0735	0.0556	-0.6455	0.3548
LEV	0.4448	0.2043	0.4446	0.0002	0.9939
MB	0.9553	0.5595	0.8618	0.0000	9.1018
SIZE	28.2302	1.4085	28.1219	25.4557	34.3604
CASH	0.0989	0.1036	0.0647	0.0001	0.8954
GROW	0.1808	1.3126	0.0727	-0.9996	34.7998
PPE	0.2298	0.1884	0.1882	0.0000	0.9121

(Số liệu được thống kê qua phần mềm Stata 17 với dữ liệu 143 doanh nghiệp niêm yết ở Sở giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh trong suốt giai đoạn 2010-2024)

Điều này cho thấy, sự phát triển của Fintech làm giảm đi mức độ sử dụng tài trợ bên ngoài và chi tiêu vốn của DN. Kết quả nghiên cứu phản ánh thực trạng các công ty Fintech tại Việt Nam phát triển khá nhanh trong những năm gần đây nhưng chủ yếu chạy theo xu hướng của thế giới mà việc triển khai và khai thác Fintech vẫn chưa thực sự hiệu quả, cũng như chưa góp phần làm giảm đi chi phí giao dịch và giảm đi vấn đề bất cân xứng thông tin.

Bên cạnh đó, những DN có tỷ suất sinh lợi trên tổng tài sản lớn, có đòn bẩy tài chính lớn và tỷ số giá trị thị trường trên giá trị sổ sách lớn tác động cùng chiều đến phát hành nợ và vốn cổ phần cũng như chi tiêu vốn của DN, tức là thúc đẩy gia tăng việc tiếp cận nguồn tài trợ bên ngoài cũng như tăng đầu tư của DN. Điều này là do những DN này đang được thị trường và các bên liên quan đánh giá cao, dễ dàng tiếp cận các nguồn tài trợ. Hơn thế nữa, những DN có quy mô lớn và có tốc độ tăng trưởng doanh thu lớn cũng dễ dàng tiếp cận nguồn tài trợ bên ngoài hơn.

Bảng 3. Ma trận hệ số tương quan

Biến	FINANCING	INVESTMENT	FINTECH	ROA	LEV	MB	SIZE	CASH	GROW	PPE
FINANCING	1.000									
INVESTMENT	0.164***	1.000								
FINTECH	-0.003	-0.127***	1.000							
ROA	0.258***	0.119***	-0.126***	1.000						
LEV	0.051**	0.039*	-0.043**	-0.405***	1.000					
MB	0.357***	0.026	0.237***	0.260***	-0.015	1.000				
SIZE	0.154***	0.054**	0.208***	-0.045**	0.299***	0.276***	1.000			
CASH	0.027	-0.008	-0.093***	0.240***	-0.147***	-0.028	-0.161***	1.000		
GROW	0.039*	-0.021	-0.023	0.028	0.031	-0.016	0.044**	-0.037*	1.000	
PPE	-0.029	0.329***	-0.122***	0.069***	-0.124***	0.012	0.021	-0.057***	-0.048**	1.000

Ghi chú: (*), (**), (***), lần lượt tương ứng với các mức ý nghĩa 10%, 5% và 1%.

(Số liệu được xử lý qua phần mềm Stata 17 với dữ liệu 143 doanh nghiệp niêm yết ở Sở giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh trong suốt giai đoạn 2010-2024).

Bảng 4. Kết quả hồi quy GLS về tác động của phát triển Fintech (FINTECH) đến phát hành nợ, vốn cổ phần (FINANCING) và chi tiêu vốn (INVESTMENT)

Biến	FINANCING	INVESTMENT
FINTECH	-0.0260***	-0.0031***
ROA	0.9159***	0.0425***
LEV	0.1439***	0.0219***
MB	0.2027***	0.0042**
SIZE	0.0162***	0.0009
CASH	-0.0208	-0.0001
GROW	0.0065*	-0.0001
PPE	-0.0744***	0.1036***
_cons	-0.5550***	-0.0194

Ghi chú: (*), (**), (***), lần lượt tương ứng với các mức ý nghĩa 10%, 5% và 1%.

(Số liệu được xử lý qua phần mềm Stata 17 với dữ liệu 143 doanh nghiệp niêm yết ở Sở giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh trong suốt giai đoạn 2010-2024)

5. Hàm ý nghiên cứu

Sự phát triển của Fintech có thể sẽ thúc đẩy gia tăng phát hành nợ và vốn cổ phần cũng như chi tiêu vốn của các DN tại Việt Nam khi Việt Nam có sự phát triển tốt cả về số lượng lẫn chất lượng các DN Fintech cũng như có cơ sở hạ tầng và khung pháp lý hoàn thiện. Tuy nhiên, hiện nay sự phát triển Fintech lại dẫn đến sự sụt giảm trong phát hành nợ và vốn cổ phần cũng như giảm chi tiêu vốn của các DN. Vì vậy, các DN Việt Nam nên chủ động thích ứng và tận dụng các giải pháp tài chính số tương thích ở các giai đoạn phát triển Fintech khác nhau để đạt hiệu quả tối ưu trong các quyết định tài trợ và quyết định đầu tư.

Ngoài ra, khả năng sinh lời, đòn bẩy tài chính và các cơ hội tăng trưởng thúc đẩy gia tăng phát hành nợ và vốn cổ phần cũng như chi tiêu vốn. Bên cạnh đó, quy mô DN và tốc độ tăng trưởng doanh thu cũng góp phần gia tăng việc tiếp cận nguồn tài trợ bên ngoài của các DN ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Đào Mỹ Hằng & Lê Thị Diệu Linh (2024). Tác động của sự phát triển Fintech đến ổn định tài chính của các ngân hàng thương mại Việt Nam. Tạp chí Ngân hàng, 19, 15-23

Lê Thị Bích Ngân (2024). Tác động của Fintech đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của các công ty chứng khoán tại Việt Nam. Tạp chí Kinh tế - Luật & Ngân hàng, 266, 154-165.

Nguyễn Hồng Yến & Nguyễn Văn Hải (2024). Tác động của doanh nghiệp Fintech tới sự ổn định của hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam. Tạp chí Kinh tế & Phát triển, 326(2), 96-104.

Tang, M., Hu, Y., Hou, Y., Oxley, L., Goodell, J.W. (2025). Fintech development and corporate financial policy: Evidence from corporate financing and investment. Journal of International Money and Finance, 157, 103386.

Trần Thị Kim Nhung, Nguyễn Thị Nguyệt Ánh, Ngô Thị Hạ Vi, Dương Hồng Ngọc, Phạm Linh Ngân, Tăng Thị Thảo Nhung, Phạm Thị Hạnh (2024). Tác động của Fintech đến sức mạnh thị trường và hiệu quả tài chính của các ngân hàng tại Việt Nam. Tạp chí Kinh tế & Phát triển, 329(2), 66-75.

Ngày nhận bài: 16/3/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 31/3/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 18/4/2026

THE IMPACT OF FINTECH DEVELOPMENT ON THE FINANCING AND INVESTMENT DECISIONS OF LISTED COMPANIES IN VIETNAM

● **VU TRONG HIEN**[1]
● **LE THI MAI HUONG**[1]
● **NGUYEN THI NGOC HAN**[1]
● **NGUYEN THI DIEM QUYNH**[1]
● **HUYNH THANH NGAN**[1]
● **PHAN THI BICH HOA**[1]
[1]Ho Chi Minh City University of Industry

ABSTRACT:

This study examines the impact of Fintech development on the financing and investment decisions of listed companies in Vietnam, using a sample of 143 listed firms over the period 2010-2024 and applying generalized least squares (GLS) regression. The findings reveal that Fintech development has a negative effect on both financing and investment decisions. In addition, profitability, financial leverage, growth opportunities, and tangible fixed assets are found to significantly influence these decisions. Firm size and revenue growth also affect financing decisions. Based on these findings, the study offers managerial implications for improving corporate financing and investment decision-making in the context of Fintech development.

Keywords: Fintech development, investment decision, financing decision, informaion asymmetry.

FACTORS INFLUENCING SAVINGS DEPOSIT INTENTION AT SACOMBANK - TRA VINH BRANCH: EVIDENCE FROM INDIVIDUAL CUSTOMERS

● **PHAM THI THU HIEN[1] - NGUYEN THI BUP[1] - SON THI THUY OANH[2]**
[1]Lecturer, College of Economics and Law, Tra Vinh University
[2]Student, College of Economics and Law, Tra Vinh University

ABSTRACT:
This study aims to identify the factors influencing individual customers' intention to make savings deposits at Saigon Treasure Commercial Joint Stock Bank (Sacombank) - Tra Vinh Branch. Based on a survey of 200 individual customers who have not yet deposited, or intend to deposit, savings at the branch, the results of the quantitative research model reveal seven key determinants of savings deposit intention: deposit safety, trust, brand image, promotional activities, social influence, interest rates, and service capability. On this basis, the study proposes solutions to enhance the bank's effectiveness in mobilizing capital.

Keywords: individual customers, saving deposit intention.

1. Introduction

In the context of an increasingly competitive financial market, capital mobilization activities, especially savings deposits from individual customers, play a key role in the stability and development of commercial banks. Many studies have shown that bank savings deposits remain a popular choice due to their safety and stable profitability, while also serving as an important source of capital that helps banks maintain liquidity and expand business operations (Diamond & Dybvig, 1983; Berger & Udell, 1998).

Sacombank - Tra Vinh Branch has continuously innovated its customer service in the most attentive manner in order to compete with other banks in the area. Typically, the volume of individual customers' deposits at Sacombank - Tra Vinh Branch has shown a stable growth trend over the past three years. Specifically, in 2022, the total amount of deposits reached VND 2,334,545 million; in 2023, it increased to VND 2,681,466 million, showing an increase of VND 346,921 million, equivalent to a growth rate of 14.86% compared to 2022; and by 2024, this figure reached VND 3,003,242 million, increasing by VND 321,776 million, equivalent to a growth rate of 12.00% compared to 2023 (Sacombank - Tra Vinh Branch, Internal report on customer deposit activities in 2022, 2023, 2024).

However, attracting customers to deposit savings still faces many difficulties and challenges, such as the increasingly intense competitive environment as the number of banks and transaction offices in the area continues to rise, causing deposit sources to be fragmented and the competition in promotions and interest rates to become increasingly fierce.

The presence of many commercial banks has increased the level of competition, requiring banks, including Sacombank - Tra Vinh Branch, to continuously improve service quality and better understand the factors affecting the saving deposit intention of individual customers. Therefore, this study was conducted to analyze the factors affecting the saving deposit intention of individual customers at Sacombank - Tra Vinh Branch, thereby proposing solutions to improve the bank's capital mobilization efficiency.

2. Literature review and research model

Lan Ngoc Thi Uong (2025), Heri Sudarsono et al. (2024), Mochamad Edman Syarief et al. (2023), and Dang Thi Thu Hang et al. (2023) conducted studies on factors affecting saving intention in different contexts. The findings consistently showed that factors such as subjective norms, perceived behavioral control, trust, religiosity, customer satisfaction, financial benefits, deposit safety, and brand image positively influenced saving intention. In addition, some studies emphasized the moderating role of mental accounting and the importance of personal financial management in enhancing saving behavior and intention.

3. Research model

To examine the relationship between the dependent variable and the independent variables, the author uses the following multiple regression model:

$$SDI = \beta 1DS + \beta 2T + \beta 3BI + \beta 4PA + \beta 5SI + \beta 6IR + \beta 7SC + \varepsilon$$

Where: SDI is saving deposit intention, DS is deposit safety, T is trust, BI is brand image, PA is promotional activities, SI is social influence, IR is interest rate, SC is service capability, ε is error coefficient, β0 is constant, β2, β3, β4, β5, β6, β7 are parameters of the model.

4. Research methodology

4.1. Sampling method and sample size

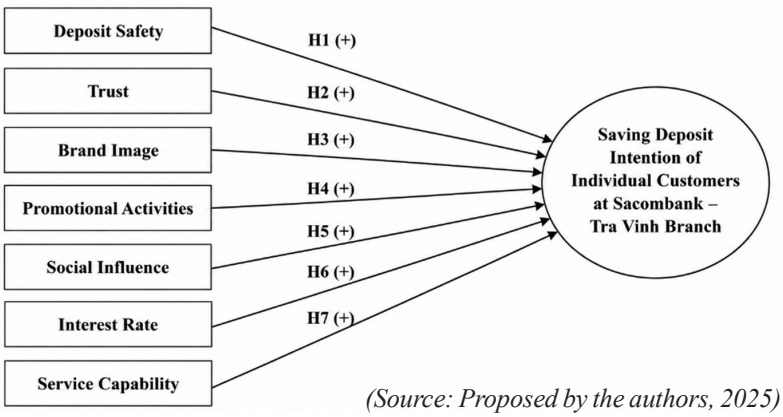
The survey subjects were individual customers who do not yet have or have the intention to deposit savings at Sacombank - Tra Vinh Branch. The study used the convenience sampling method, and data were collected through online surveys for customers belonging to the research subject group.

The sample size in the study was determined based on the number of observed variables in factor analysis. According to Hoang Trong & Mong Ngoc (2008) and Hair et al. (1998), the minimum sample size should be from 4–5 times the number of observed variables. With 38 observed variables, the minimum sample size was 190 observations; in order to ensure reliability and representativeness, the study selected a sample size of 200 observations.

4.2. Data collection method

The research data include primary data and secondary data. Primary data were collected through questionnaire surveys for individual customers who do not yet have or have the intention to deposit savings at Sacombank - Tra Vinh Branch, using the convenience sampling method. The questionnaire was designed according to a 5-point Likert scale, including questions about factors affecting saving deposit intention and respondents' personal

Figure 1. Proposed research model



(Source: Proposed by the authors, 2025)

information. Secondary data were collected from internal reports of Sacombank - Tra Vinh Branch, documents, books, newspapers, and related studies. The primary data collection period was from November 15, 2025 to December 15, 2025 and the secondary data collection period was from October 13, 2025 to December 21, 2025.

5. Results and discussion

5.1. Cronbach's Alpha reliability test

Through the process of evaluating the Cronbach's Alpha coefficient, all observations in the scale met the conditions: 0.7 < Cronbach's Alpha coefficient < 0.95. Specifically, the independent variables: Deposit Safety reached 0.937; Trust reached 0.855; Brand Image reached 0.850; Promotional Activities reached 0.870; Social Influence reached 0.918; Interest Rate reached 0.915; Service Capability reached 0.945 and the dependent variable Saving Deposit Intention reached 0.941.

5.2. EFA analysis

The results showed that the KMO coefficient = 0.811 > 0.5, proving that EFA factor analysis was suitable for the research data. Bartlett coefficient = 5322.120 with significance level Sig = 0.000 < 0.05 showed that factor analysis was suitable for the data, indicating that the observations had significant overall correlations. All observations had Factor loading coefficients > 0.5 and the observed variables ensured convergence and discrimination validity.

5.3. Multiple linear regression analysis

From the table of multiple linear regression analysis results. it can be seen that:

The factors: DS; T; BI; PA; SI; IR; SC had Sig coefficients smaller than 0.01 (Sig < 0.01). showing that all 7 variables had linear significance at the 99% level. Therefore. there are 7 factors affecting the saving deposit intention at Sacombank - Tra Vinh Branch (the case of individual customers). namely: Deposit Safety; Trust; Brand Image; Promotional Activities; Social Influence; Interest Rate; and Service Capability.

The multicollinearity coefficients (VIF) of the factors were all smaller than 2 (VIF < 2). therefore the factors did not experience multicollinearity.

SDI = 0.341SDI + 0122T + 0.143BI
- 0.197PA + 0.130SI+ 0.319IR+ 0.333SC + ε

Assuming other factors remain unchanged: Deposit Safety (DS) is the factor with the strongest influence on customers' saving deposit intention; when it increases by 1%. saving deposit intention increases by 0.341%. Service Capability (SC) also has a significant effect. with a 1% increase causing saving deposit intention to increase by 0.333%.

Table 1. Results of multiple linear regression analysis

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std.Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.712	0.482		-3.555	0.000		
	DS	0.345	0.047	0.341	7.344	0.000	0.873	1.146
	T	0.171	0.063	0.122	2.698	0.008	0.923	1.084
	BI	0.299	0.095	0.143	3.148	0.002	0.910	1.099
	PA	-0.275	0.064	-0.197	-4.297	0.000	0.893	1.120
	SI	0.144	0.058	0.130	2.844	0.005	0.907	1.103
	IR	0.372	0.058	0.319	6.400	0.000	0.757	1.321
	SC	0.341	0.051	0.333	6.643	0.000	0.751	1.331

(Source: Survey results and data processing by the authors, 2025)

Interest Rate (IR). when increasing by 1%. causes the saving deposit intention of individual customers to increase by 0.319%. Promotional Activities (PA) have a negative effect; when increasing by 1%. the saving deposit intention of individual customers decreases by 0.197%. Brand Image (BI) increasing by 1% causes saving deposit intention to increase by 0.143%. Social Influence (SI) increasing by 1% causes saving deposit intention to increase by 0.130%. and Trust (T) is the factor with the lowest influence. with a 1% increase causing saving deposit intention to increase by 0.122%.

6. Conclusion

The research results identified 7 factors affecting the saving deposit intention of individual customers at Sacombank – Tra Vinh Branch. Among them. there are 4 factors with the strongest impact: Deposit Safety. Promotional Activities. Interest Rate. and Service Capability.

Deposit Safety: Banks need to strengthen transaction security. detect abnormal transactions early. and promptly notify customers. At the same time. transparency regarding deposit insurance and risk handling procedures should be enhanced. In addition. banks should promote communication and financial safety consultation. especially for customer groups with limited access to technology.

Trust: Banks need to build a transparent transaction environment and provide clear and consistent information about savings deposit products. At the same time. banks need to enhance trust through customer care. maintaining respectful attitudes. listening. and supporting the right needs. Keeping commitments. acting fairly. and placing customer experience first are essential.

Brand Image: Banks need to maintain a positive brand image through ensuring service quality. improving employee professionalism. investing in technology. and securing data. At the same time. improving customer experience and implementing promotional programs will contribute to strengthening reputation and promoting saving deposit intention.

Promotional Activities: Banks need to adjust promotional strategies in a clear. transparent direction and in accordance with the needs of each customer group. At the same time. improving promotional quality and communication effectiveness to limit negative impacts on saving deposit intention is necessary.

Social Influence: Banks need to strengthen social media communication. encourage customers to share real experiences. and build a friendly image through interaction and quick responses to increase trust and spread impacts on saving deposit intention.

Interest Rate: Banks need to apply competitive interest rates according to terms. combined with promotional programs to encourage customers to make long-term savings deposits. At the same time. transparency in interest rate information and improving consultation quality are necessary to increase customer trust.

Service Capability: Banks need to improve service capability through professional employee training. clear consultation. and quick transaction processing to increase customer trust. At the same time. promoting the application of technology to support services and improve experience will encourage customers to maintain long-term relationships ■

REFERENCES:

Berger, A. N., & Udell, G. F. (1998). The economics of small business finance: The roles of private equity and debt markets in the financial growth cycle. Journal of Banking & Finance, 22, 613–673.

Dang, T. T. H., Ali, M., Nguyen, V. M., Nguyen, P. L., & Ngo, H. H. (2023). Predicting the saving intention of individual investors in the context of the pandemic. Journal of Hunan University Natural Sciences, 50(7), 122–133.

Diamond, D. W., & Dybvig, P. H. (1983). Bank runs, deposit insurance, and liquidity. Journal of Political Economy, 91, 401–419.

Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). Multivariate data analysis (5th ed.). Prentice Hall.

Hoang, T., & Chu, N. M. N. (2008). Analyzing research data with SPSS (Vols. 1–2). Hong Duc Publishing House.

Sacombank - Tra Vinh Branch. (2024). Internal report on customer deposit activities in 2022, 2023, 2024. Tra Vinh, Vietnam.

Sari, I. K., Syarief, M. E., & Suhartanto, D. (2023). Intention to saving of Z generation at Islamic bank in Bandung Raya. Indonesian Journal of Economics and Management, 3(2), 404–417.

Sudarsono, H., Alghana, A. D., Ash Shidiqie, J. S., & El Hasanah, L. N. (2024). Analysis of customer intention to save at BMT Fastabiq Jepara. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 10(2), 1725–1733.

Uong, L. N. T. (2025). Online savings intention of individual customers: The moderate role of mental accounting. Journal of Posthumanism, 5(7), 367–384.

Received date: March 5, 2026
Reviewed date: March 19, 2026
Accepted date: April 7, 2026

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH GỬI TIỀN TIẾT KIỆM CỦA KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG SACOMBANK - CHI NHÁNH TRÀ VINH

● **PHẠM THỊ THU HIỀN**[1]
● **NGUYỄN THỊ BÙI**[1]
● **SƠN THỊ THÙY OANH**[2]
[1]Giảng viên, Trường Kinh tế và Luật, Đại học Trà Vinh
[2]Sinh viên, Trường Kinh tế và Luật, Đại học Trà Vinh

TÓM TẮT:

Nghiên cứu này nhằm xác định các yếu tố ảnh hưởng đến ý định gửi tiền tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Sacombank - Chi nhánh Trà Vinh. Dựa trên khảo sát 200 khách hàng cá nhân chưa gửi tiền hoặc có ý định gửi tiền tiết kiệm tại chi nhánh ngân hàng này, kết quả từ mô hình nghiên cứu định lượng cho thấy có 07 yếu tố chính tác động đến ý định gửi tiền tiết kiệm, bao gồm: an toàn tiền gửi, niềm tin, hình ảnh thương hiệu, hoạt động khuyến mãi, ảnh hưởng xã hội, lãi suất và năng lực phục vụ. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả huy động vốn của Ngân hàng Sacombank.

Từ khóa: khách hàng cá nhân, ý định gửi tiết kiệm.

TĂNG TRƯỞNG TÍN DỤNG VÀ TỶ SUẤT SINH LỢI CỔ PHIẾU NGÂN HÀNG: VAI TRÒ ĐIỀU TIẾT CỦA KHÔNG MINH BẠCH THÔNG TIN TRONG BÁO CÁO TÀI CHÍNH TẠI CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM

● **VŨ TRỌNG HIỀN[1] - NGUYỄN THANH THƯƠNG[1] - TRẦN THỊ NGỌC KHUÊ[1] - VÕ PHÚ ĐIỀN[1] - NGUYỄN THỊ NGỌC LAN[1] - BÙI LÊ THẢO MY[1]**

[1]Trường Đại học Công nghiệp TP. Hồ Chí Minh

TÓM TẮT:

Bài nghiên cứu này xem xét vai trò điều tiết của không minh bạch thông tin trong báo cáo tài chính lên tác động của tăng trưởng tín dụng đến tỷ suất sinh lợi cổ phiếu tại các ngân hàng thương mại Việt Nam. Bài nghiên cứu sử dụng hồi quy GLS với dữ liệu 19 ngân hàng thương mại Việt Nam trong giai đoạn quan sát 2006-2024. Kết quả nghiên cứu cho thấy, tăng trưởng tín dụng tác động cùng chiều đến tỷ suất sinh lợi cổ phiếu, và mức độ không minh bạch trong báo cáo tài chính là yếu tố làm suy yếu đi tác động này. Nghiên cứu đưa ra các hàm ý chính sách trong việc nâng cao tính minh bạch thông tin báo cáo tài chính, từ đó góp phần cải thiện tỷ suất sinh lợi cổ phiếu của các ngân hàng thương mại Việt Nam.

Từ khóa: tăng trưởng tín dụng, tỷ suất sinh lợi cổ phiếu, tính không minh bạch thông tin, ngân hàng thương mại.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh các nền kinh tế toàn cầu đang đối mặt với nhiều biến động khó lường, từ những thay đổi trong chính sách tài chính, tiền tệ đến những rủi ro địa chính trị, các ngân hàng thương mại Việt Nam chịu ảnh hưởng nhiều từ những biến động này, dẫn đến tỷ suất sinh lợi cổ phiếu của các ngân hàng cũng có những biến động. Việc nhận diện thúc đẩy các yếu tố làm gia tăng tỷ suất sinh lợi cổ phiếu nhận được nhiều quan tâm đến từ các nhà nghiên cứu cũng như các nhà đầu tư chứng khoán. Nhóm tác giả tập trung nghiên cứu vào ảnh hưởng của không minh bạch thông tin trong báo cáo tài chính đến mối quan hệ giữa tăng trưởng tín dụng và tỷ suất sinh lợi cổ phiếu của các ngân hàng, khi mà chủ đề này vẫn còn khá mới và vẫn chưa nhận được sự quan tâm đúng mức tại thị trường Việt Nam.

2. Tổng quan các nghiên cứu trước

Nguyễn Thị Thiều Quang và Hà Xuân Thùy (2021) xem xét tác động của các yếu tố đặc điểm ngân hàng đến tỷ suất sinh lợi cổ phiếu ngân hàng. Kết quả nghiên cứu cho thấy, tác động ngược chiều của hệ số thanh khoản, chất lượng tín dụng và dư nợ cho vay đến tỷ suất sinh lợi cổ phiếu. Trương Phương Huyền (2025) cũng nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến tỷ suất sinh lợi của các ngân hàng thương mại Việt Nam, kết quả chỉ ra quy mô ngân hàng, thanh khoản, tỷ lệ vốn tự có và tăng trưởng nền kinh

tế tác động cùng chiều đến tỷ suất sinh lợi cổ phiếu. Tác động của tăng trưởng tín dụng đến tỷ suất sinh lợi cổ phiếu vẫn chưa nhận được sự quan tâm đúng mức trong khi tốc độ tăng trưởng tín dụng vẫn được nhiều nhà nghiên cứu và các nhà làm chính sách thảo luận trong những năm gần đây. Đặc biệt, các ảnh hưởng của không minh bạch thông tin trong báo cáo tài chính đến mối quan hệ này chưa được khai thác cụ thể và là một chủ đề mới mà nhóm tác giả tiếp cận.

Parija và Chhatwani (2024) xem xét về vai trò của không minh bạch thông tin trong báo cáo tài chính đến mối quan hệ giữa tăng trưởng tín dụng và tỷ suất sinh lợi cổ phiếu và nhận thấy, những ngân hàng có mức độ không minh bạch thông tin trong báo cáo tài chính cao làm giảm đi tác động của tăng trưởng tín dụng đến tỷ suất sinh lợi cổ phiếu, tức là làm cho tỷ suất sinh lợi cổ phiếu sụt giảm.

Lý thuyết kỳ vọng hợp lý cho rằng, các ngân hàng sẽ đưa ra quyết định cho vay dựa trên các thông tin sẵn có và kỳ vọng về khả năng sinh lời trong tương lai. Khi tăng trưởng tín dụng diễn ra, các ngân hàng có thể kỳ vọng việc mở rộng cho vay sẽ dẫn đến tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận. Tuy nhiên, điều này cũng phụ thuộc vào việc đánh giá chính xác rủi ro tín dụng và khả năng trả nợ của khách hàng. Sự gia tăng tín dụng thường dẫn đến việc các nhà đầu tư điều chỉnh kỳ vọng của mình theo hướng lạc quan hơn. Khi tín dụng được mở rộng, các ngân hàng có khả năng tăng cường hoạt động cho vay và đầu tư, từ đó không chỉ thúc đẩy doanh thu mà còn cải thiện đáng kể tỷ suất sinh lợi cổ phiếu. Vì vậy, nhóm tác giả kỳ vọng tăng trưởng tín dụng tác động cùng chiều đến tỷ suất sinh lợi cổ phiếu.

Theo lý thuyết lạc quan quá mức, tâm lý lạc quan quá mức của nhà đầu tư dẫn đến việc họ bỏ qua các rủi ro tín dụng tiềm ẩn, đặc biệt trong bối cảnh thông tin tài chính thiếu minh bạch. Sự thiếu minh bạch trong thông tin tài chính đã tạo ra những khó khăn lớn trong việc đánh giá chính xác các rủi ro từ các khoản vay. Khi nhà đầu tư chỉ tập trung vào những tín hiệu tích cực ngắn hạn mà không xem xét kỹ lưỡng các yếu tố rủi ro, họ dễ dàng rơi vào tình trạng chủ quan, dẫn đến những quyết định đầu tư không hợp lý. Việc này không chỉ ảnh hưởng đến lợi nhuận của các ngân hàng mà còn có thể gây ra những hệ lụy nghiêm trọng cho toàn bộ hệ thống tài chính nếu các rủi ro này không được nhận diện và quản lý kịp thời. Vì vậy, nhóm tác giả kỳ vọng tính không minh bạch thông tin trong báo cáo tài chính sẽ tác động ngược chiều đến mối quan hệ giữa tăng trưởng tín dụng và tỷ suất sinh lợi cổ phiếu.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nhóm tác giả xây dựng nên mô hình nghiên cứu từ khung lý thuyết và tổng quan các nghiên cứu trước, trong đó chủ yếu là nghiên cứu của Parija và Chhatwani (2024), như sau:

$$SR = \beta_0 + \beta_1 CREDIT + \beta_2 OPACITY*\Delta CREDIT + \beta_3 OPACITY + \beta_4 BETA + \beta_5 BM + \beta_6 LSR + \beta_7 SIZE + \varepsilon$$

Nhóm tác giả cũng đưa ra cách thức đo lường các biến nghiên cứu và dấu kỳ vọng. (Bảng 1)

Nhóm tác giả sử dụng mẫu dữ liệu từ 19 ngân hàng thương mại Việt Nam niêm yết ở Sở giao dịch chứng khoán TP.Hồ Chí Minh và Hà Nội từ giai đoạn 2006-2024. Nhóm tác giả sử dụng phương pháp hồi quy GLS.

4. Kết quả nghiên cứu

Kết quả tại Bảng 1 cho thấy, các ngân hàng trong mẫu quan sát có tỷ suất sinh lợi cổ phiếu trung bình trong suốt giai đoạn quan sát 7,42%. Tuy nhiên, khá nhiều ngân hàng đạt được tỷ suất sinh lợi thấp do nhiều biến động thị trường và nhiều cú sốc trong nền kinh tế diễn ra ở giai đoạn 2006-2024. Tốc độ tăng trưởng tín dụng trung bình đạt được 22,85% trong suốt giai đoạn đó. Tỷ lệ tài sản ngoài bảng cân đối kế toán có mức trung bình khá cao 33,27% so với tổng tài sản, tiềm ẩn rủi ro trong hệ thống ngân hàng với các khoản mục chưa được công bố chi tiết, cụ thể. Tỷ số giá trị sổ sách trên giá trị thị trường trung bình đạt 0,7657, thể hiện các cổ phiếu ngân hàng được thị trường đánh giá cao hơn so với giá trị sổ sách. Hơn thế nữa, các cổ phiếu ngân hàng có mức độ biến động thấp hơn so với mức độ biến động của thị trường, thể hiện qua hệ số beta của các ngân hàng thương mại.

Nhóm tác giả nhận thấy hệ số tương quan giữa các biến độc lập trong mô hình đều nhỏ hơn 0,8, nên không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến nghiêm trọng làm ảnh hưởng đến kết quả nghiên cứu. Nhóm tác giả cũng nhận thấy, tỷ suất sinh lợi cổ phiếu có tương quan ngược chiều với tăng trưởng tín dụng, rủi ro hệ thống beta và giá trị sổ sách trên giá trị thị trường. Trong khi đó, tỷ suất sinh lợi cổ phiếu có tương quan cùng chiều với không minh bạch thông tin trong báo cáo tài chính và quy mô ngân hàng.

Bảng 1. Biến nghiên cứu

Biến nghiên cứu	Đo lường	Dấu kỳ vọng
SR	Tỷ lệ phần trăm thay đổi giá cổ phiếu qua các năm	
CREDIT	Tỷ lệ phần trăm thay đổi dư nợ cho vay qua các năm	+
OPACITY	Tỷ lệ tài sản ngoài bảng cân đối kế toán trên tổng tài sản	-
BETA	Hệ số beta đo lường mức độ biến động của cổ phiếu so với biến động của thị trường	+
SIZE	Log của tổng tài sản	+
BM	Tỷ lệ giá trị sổ sách trên giá trị thị trường	+
LSR	Biến trễ của SR (Tỷ lệ phần trăm thay đổi giá cổ phiếu qua các năm)	+

(Biến nghiên cứu, cách thức đo lường và dấu kỳ vọng dựa trên khung lý thuyết và lược khảo các nghiên cứu trước, chủ yếu là nghiên cứu của Parija và Chhatwani (2024))

Bảng 2: Thống kê mô tả

Biến nghiên cứu	Trung bình	Trung vị	Độ lệch chuẩn
SR	0,0742	-0,0117	0,5505
CREDIT	0,2285	0,1872	0,2111
OPACITY	0,3327	0,1831	0,4053
BETA	0,5779	0,5104	0,5553
BM	0,7657	0,7541	0,3148
SIZE	14,290	14,256	0,4837

(Số liệu được thống kê qua phần mềm Stata 17 với dữ liệu 19 ngân hàng niêm yết ở Sở giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh và Hà Nội trong suốt giai đoạn 2006-2024)

Bảng 3. Ma trận hệ số tương quan

	SR	CREDIT	OPACITY	BETA	BM	SIZE
SR	1,0000					
CREDIT	-0,2113	1,0000				
OPACITY	0,0180	0,1427	1,0000			
BETA	-0,0623	0,1127	0,1572	1,0000		
BM	-0,3664	0,0294	0,2626	0,0126	1,0000	
SIZE	0,1097	0,0482	0,0293	0,0921	-0,1729	1,0000

(Số liệu được xử lý qua phần mềm Stata 17 với dữ liệu 19 ngân hàng niêm yết ở Sở giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh và Hà Nội trong suốt giai đoạn 2006-2024)

Nguồn: Số liệu được tác giả tính toán từ phần mềm Stata 17

Kết quả hồi quy tại Bảng 4 cho thấy, tăng trưởng tín dụng thúc đẩy gia tăng tỷ suất sinh lợi cổ phiếu trong 1 năm và 2 năm sau đó và kết quả hồi quy này có ý nghĩa thống kê ở mức 5%. Điều này phù hợp với các nghiên cứu trước đây khi khẳng định vai trò của tín dụng trong việc thúc đẩy thu nhập lãi và mở rộng thị phần ngân hàng. Thực tiễn tại Việt Nam cũng cho thấy, tín dụng vẫn là kênh dẫn vốn chủ đạo trong nền kinh tế, đặc biệt khi thị trường vốn chưa phát triển đầy đủ. Đối với biến không minh bạch thông tin trong báo cáo tài chính tác động cùng chiều đến tỷ suất sinh lợi cổ phiếu với mức ý nghĩa thống kê 1%, tức là làm gia tăng tỷ suất sinh lợi cổ phiếu.

Các nhà đầu tư chưa có thông tin đầy đủ và chính xác về cổ phiếu, và có thể dẫn đến đánh giá quá cao cổ phiếu đó. Hệ số hồi quy của biến tương tác giữa tăng trưởng tín dụng và không minh bạch thông tin trong báo cáo tài chính có giá trị âm, thể hiện không minh bạch thông tin trong báo cáo tài chính làm giảm đi tác động tích cực của tăng trưởng tín dụng đến tỷ suất sinh lợi cổ phiếu. Kết quả phản ánh rủi ro gia tăng khi tín dụng tăng trưởng quá mức mà thiếu đi sự minh bạch trong công bố thông tin, và chính điều này làm giảm đi tỷ suất sinh lợi cổ phiếu kỳ vọng trong tương lai. Điều này phù hợp với nghiên cứu của Parija và Chhatwani (2024) khi cho rằng sự thiếu minh bạch công bố thông tin trong ngân hàng khiến nhà đầu tư dễ đánh giá sai về tăng trưởng tín dụng, dẫn đến lợi suất cổ phiếu thấp hơn kỳ vọng.

Tỷ số giá trị sổ sách trên giá thị trường có tác động cùng chiều đến tỷ suất sinh lợi cổ phiếu và có ý nghĩa thống kê ở mức 1%, thể hiện các ngân hàng càng có tỷ số giá trị sổ sách trên giá trị thị trường càng cao, thì rủi ro xảy ra kiệt quệ tài chính càng lớn khi mà giá trị sổ sách lớn hơn nhiều so với thị trường định giá, dẫn đến các nhà đầu tư đòi hỏi tỷ suất sinh lợi cao hơn cho các cổ phiếu đó. Ngoài ra, quy mô ngân hàng tác động cùng chiều đến tỷ suất sinh lợi cổ phiếu và có ý nghĩa thống kê ở mức 1%. Điều này thể hiện các ngân hàng có quy mô lớn thì có nhiều lợi thế kinh tế theo quy mô, dẫn đến đạt được thành quả tài chính tốt hơn và từ đó dẫn đến tỷ suất sinh lợi cao hơn khi các nhà đầu tư trên thị trường đánh giá tốt về thành quả của ngân hàng.

Bảng 4. Kết quả hồi quy GLS

Biến nghiên cứu	SR 1 năm sau	SR 2 năm sau
CREDIT	0,777** (2,16)	0,710** (1,99)
OPACITY	0,0791 (0,54)	0,411*** (2,65)
CREDIT*OPACITY	-1,182* (-1,66)	-2,327*** (-3,23)
BETA	0,00661 (0,14)	0,0176 (0,38)
BM	0,674*** (5,85)	0,331*** (2,75)
SIZE	0,227*** (3,14)	0,202*** (2,99)
LSR	-0,00104 (-0,01)	-0,0689 (-0,77)

(Số liệu được xử lý qua phần mềm Stata 17 với dữ liệu 19 ngân hàng niêm yết ở Sở giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh và Hà Nội trong suốt giai đoạn 2006-2024)

Nguồn: Dữ liệu được nhóm tác giả tính toán từ phần mềm Stata 17

5. Hàm ý nghiên cứu

Trong bối cảnh tăng trưởng tín dụng có ảnh hưởng tích cực đến tỷ suất sinh lợi cổ phiếu nhưng lại bị suy yếu khi mức độ không minh bạch thông tin gia tăng, các ngân hàng thương mại Việt Nam cần chú trọng tăng trưởng tín dụng đi đôi với kiểm soát chất lượng tín dụng và công bố thông tin minh bạch. Cụ thể, các ngân hàng nên áp dụng chuẩn mực kế toán quốc tế, nâng cao chất lượng báo cáo tài chính và tăng cường kiểm toán độc lập. Bên cạnh đó, cần định hướng tín dụng vào các lĩnh vực sản xuất có hiệu quả, giảm phụ thuộc vào tín dụng bất động sản hay tiêu dùng dễ rủi ro. Những nỗ lực này sẽ góp phần nâng cao niềm tin của nhà đầu tư, từ đó cải thiện tỷ suất sinh lợi cổ phiếu trong dài hạn ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Nguyễn Thị Thiều Quang và Hà Xuân Thùy (2021). Vai trò của các yếu tố đặc điểm ngân hàng đến tỷ suất sinh lợi cổ phiếu trong giai đoạn COVID-19. Tạp chí Nghiên cứu kinh tế và kinh doanh Châu Á, 32(5), 18-40.

Trương Phương Huyền (2025). Các yếu tố ảnh hưởng đến tỷ suất sinh lợi của các ngân hàng thương mại cổ phần tại Việt Nam. Tạp chí Kinh tế và Dự báo.

Parija, A.K. & Chhatwani, M. (2024). How does bank opacity affect credit growth and return predictability. Journal of Empirical Finance, 79.

Ngày nhận bài: 16/3/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 31/3/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 18/4/2026

CREDIT GROWTH AND BANK STOCK RETURNS: THE MODERATING ROLE OF FINANCIAL REPORTING OPACITY IN VIETNAMESE COMMERCIAL BANKS

● **VU TRONG HIEN**[1]
● **NGUYEN THANH THUONG**[1]
● **TRAN THI NGOC KHUE**[1]
● **VO PHU DIEN**[1]
● **NGUYEN THI NGOC LAN**[1]
● **BUI LE THAO MY**[1]
[1]Ho Chi Minh City University of Industry

ABSTRACT:

This study examines the moderating role of financial reporting opacity in the relationship between credit growth and stock returns among Vietnamese commercial banks. Using data from 19 Vietnamese commercial banks over the period 2006-2024 and applying the generalized least squares (GLS) regression method, the findings indicate that credit growth has a positive effect on stock returns, while higher levels of financial reporting opacity weaken this positive relationship. The results provide important policy implications, highlighting the need to enhance financial transparency to improve stock performance in the Vietnamese commercial banking sector.

Keywords: credit growth, stock returns, lack of transparency, commercial banks.

FACTORS AFFECTING THE ON-TIME LOAN REPAYMENT ABILITY OF INDIVIDUAL CUSTOMERS AT SACOMBANK - TRA VINH BRANCH

● **NGUYEN THI BUP[1] - PHAM THI THU HIEN[1]**
[1]Lecturer, College of Economics and Law,
Tra Vinh University

ABSTRACT:

This study examines the factors affecting the on-time loan repayment capacity of individual customers at Saigon Treasure Commercial Joint Stock Bank (Sacombank) - Tra Vinh Branch. Data were collected from 120 individual borrowers through direct surveys and analyzed using descriptive statistics and a binary logistic regression model. The findings indicate that income, education level, and collateral have positive effects on customers' ability to repay loans on time, whereas loan size has a negative effect. Based on these findings, the study proposes solutions to support Sacombank Tra Vinh in improving credit appraisal, credit management, and risk control, thereby enhancing the efficiency of individual lending operations.

Keywords: loan repayment ability, individual customers, Sacombank.

1. Introduction

In the context of Vietnam's economy integrating more deeply, the demand for bank loans from individual customers is rapidly increasing. Individual credit not only meets the needs for consumption and small-scale production and business but also plays an important role in promoting local economic growth. However, along with the development of individual credit, the problem of overdue debt is increasingly becoming a challenge for commercial banks. Sacombank - Tra Vinh Branch is one of the units with a fairly rapid credit growth rate, but it still faces the risk of increasing overdue debt. This requires empirical research to identify the factors affecting the on-time repayment ability of individual customers. Finding these factors helps the bank improve its credit appraisal process and manage loans more effectively. Globally, many studies have used the Logistic regression model to assess repayment ability, but in Vietnam, the number of studies at the local branch level is still limited. This study aims to fill that gap, contributing to providing a scientific basis for credit management.

Furthermore, analyzing the repayment behavior of individual customers in Tra Vinh also has practical

significance, supporting the bank in designing suitable credit products. The problem statement in the study also emphasizes the importance of improving the quality of individual credit, especially in the context of fierce competition among banks. If the bank does not control overdue debt well, the risk of capital loss and reputation decline is very large. Therefore, the study is not only academic but also makes a clear practical contribution to credit management activities at Sacombank - Tra Vinh Branch. The research results are expected to support bank managers in making sound decisions, contributing to improving the efficiency of individual credit operations.

2. Research methodology

Study description: The study uses primary data collected through a survey of 120 individual customers borrowing from Sacombank - Tra Vinh Branch. A convenience sampling method was applied due to time and resource constraints. Data processing tools include descriptive statistics and Binary Logistic regression models to analyze the relationship between independent variables and on-time repayment ability.

Proposed research models: The dependent variable is on-time repayment ability (1 = on-time repayment, 0 = not on-time). Independent variables include: income, education level, collateral, and loan size. A Logistic regression model is proposed to test the impact of independent variables on the dependent variable.

Propsed research models: Ba sed on foundational theories and a review of previous studies, along with the specific characteristics of individual lending activities at Sacombank - Tra Vinh Branch, it is evident that several factors influence the timely repayment ability of individual customers. The proposed research model identifies six factors affecting this ability at Sacombank - Tra Vinh Branch, including: gender, education level, income, loan amount, collateral, and loan purpose.

Based on foundational theories and a review of previous studies, along with the characteristics of individual customer lending activities at Sacombank - Tra Vinh Branch, it can be seen that many factors influence the on-time repayment ability of individual customers. The proposed research model includes 06 factors affecting the on-time repayment ability of individual customers at Sacombank - Tra Vinh Branch: gender, education level, income, loan size, collateral, and loan purpose.

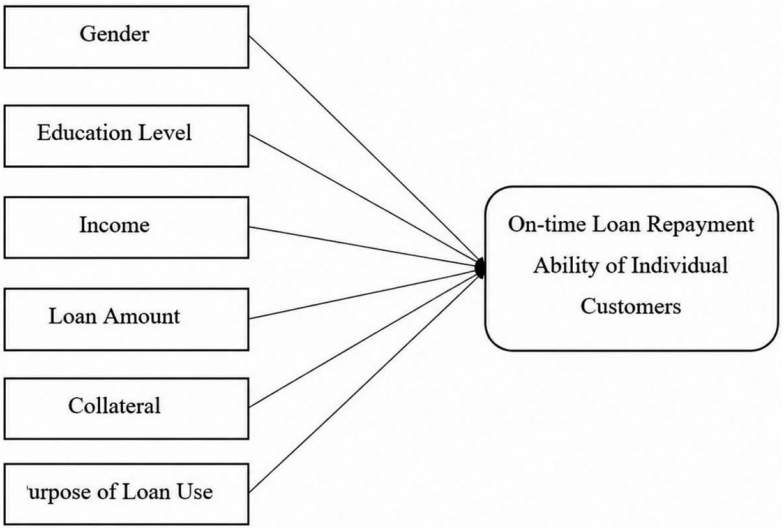
3. Discussion and results

3.1. Regression analysis

The study uses SPSS software to perform Binary Logistic model analysis, aiming to identify the factors affecting the on-time loan repayment ability of individual customers at Sacombank - Tra Vinh Branch. The use of SPSS supports data processing and provides accurate analysis results, helping to clarify the main factors affecting customers' debt repayment ability. The dependent variable of this model is whether customers have the ability to repay loans on time or not. The explanatory variables are gender, education level, income, loan size, collateral, and loan purpose.

Any regression model needs to be evaluated for overall fit, as well as testing the significance of

Figure 1. Proposed research model



regression coefficients and the overall fit. For the Binary Logistic regression model, to measure the overall fit of the model, the -2LL index (-2 log likelihood) can be used. Independent variables are determined based on previous research reviews. With the null hypothesis H0: regression coefficients are equal to 0.

According to the results of the overall fit test of the model, the Sig value < 0.05 indicates that the null hypothesis H0 is rejected, meaning that a regression model exists and can be used to predict the on-time repayment ability of individual customers.

The -2 Log likelihood value = 67.912 is smaller than the initial -2LL value, indicating a correlation between the independent variables and the dependent variable, on-time repayment ability of individual customers.

The Nagelkerke R2 value = 0.714 indicates that 71.4% of the change in the dependent variable is explained by the 6 independent variables in the model, while the remaining 28.6% is due to other factors not included in the research model.

The table shows the classification results for subjects with on-time repayment ability and those without. Out of 29 observed cases predicted to have no on-time repayment ability, 16 customers were correctly predicted to have no on-time repayment ability, with a correct prediction rate of 55.2%. Out of 91 observed cases predicted to have on-time repayment ability, 87 customers were correctly predicted to have on-time repayment ability, with a correct prediction rate of 95.6%. The overall correct prediction rate of the entire model is 85.8%, which suggests that the model used in this study is reasonable.

According to the regression model results, out of the 6 independent variables included in the model, 4 variables affect the on-time repayment ability of individual customers at Sacombank - Tra Vinh Branch. Specifically: Income has a Sig value = 0.002

Table 1. Test of the overall fit of the model

		Chi-square	Degrees of Freedom	Significance Level
Step 1	Step	98,233	6	0,000
	Block	98,233	6	0,000
	Model	98,233	6	0,000

(Source: Author's own calculations)

Table 2. Test of the explanatory power of the model (Model Summary)

Step	-2 Log likelihood	Coefficient Cox & Snell R^2	Coefficient Nagelkerke R^2
1	67.912[a]	0.528	0.714

(Source: Author's own calculations)

Table 3. Model prediction

Observed			Predicted		
			Repayment ability		Percentage Correct
			0	1	
Step 1	Repayment ability	0	16	13	55,2
		1	4	87	95,6
	Overall percentage			85,8	

(Source: Author's own calculations)

Table 4. Regression Results

Step 1a	Coefficient B	Standard Error	Wald Coefficient	Degrees of Freedom	Significance Level	Exp(B)
Gender	0.078	0.604	0.016	1	0.898	1.081
ducation	-0.003	0.696	0.000	1	0.996	0.997
Income	0.224	0.071	10.017	1	0.002	1.251
Loan size	-0.021	0.005	20.599	1	0.000	0.980
Collateral	2.653	0.886	8.959	1	0.003	14.197
Loan_Purpose	-0.684	0.402	2.892	1	0.089	0.505
Constant	3.613	1.318	7.509	1	0.006	37.066

(Source: Author's own calculations)

< 1%; Loan Size has a Sig value = 0.000 < 1%; Collateral has a Sig value = 0.003 < 1%; Loan Purpose has a Sig value = 0.089 < 10%.

The variables gender and education level are not significant.

The regression equation is as follows:

$$Y = 3.613 + 0.224INCOME - 0.021LOAN\_SIZE + 2.653COLLATERAL - 0.684LOAN\_PURPOSE$$

The regression results, aiming to identify factors affecting the on-time repayment ability of individual customers at Sacombank - Tra Vinh Branch in the study sample, indicate that 4 independent variables are statistically significant. Specifically:

Income: The INCOME variable in the Logistic regression model is statistically significant at the 1% significance level with a Sig. value = 0.002 and an Exp(B) coefficient = 1.251. This shows that income has a positive and significant influence on on-time repayment ability. Specifically, when income increases by one unit, on-time repayment ability increases by 1.251 times, assuming other factors remain constant. Stable income plays a crucial role in ensuring repayment ability at commercial banks. Compared to other factors in the model, such as gender or education level, income has a greater impact and higher stability, which is an essential factor for banks to carefully consider during the loan appraisal process.

Loan Size: The LOAN_SIZE variable is statistically significant at the 1% significance level with a Sig. value = 0.000 and an Exp(B) coefficient = 0.980, and has an inverse relationship with the on-time repayment ability of individual customers, consistent with the authors' initial expectation. This indicates that the larger the loan size, the lower the customer's on-time repayment ability. Each time the loan size increases by one unit, the on-time repayment ability of individual customers decreases by 0.98 times. High loan amounts are particularly risky when customers do not have stable income or sufficient collateral. Therefore, banks need to carefully consider the loan amount granted to customers to ensure it is appropriate for their financial capacity and actual needs.

Collateral: The COLLATERAL variable has the strongest impact in the model, statistically significant at the 1% significance level with a Sig. value = 0.003 and Exp(B) = 14.197. This shows that when customers have collateral, their on-time repayment ability increases significantly, by more than 14 times. The higher the collateral ratio compared to the loan amount, the greater the on-time repayment ability. This is an important factor in the loan consideration process and also a

condition for the bank to approve loan amounts appropriate to the customer's collateral value. The role of collateral not only helps reduce risk for the bank but also protects customer interests when they face financial difficulties. Therefore, banks need to prioritize a thorough evaluation of collateral before disbursing loans, especially for large loans.

Loan Purpose: The LOAN_PURPOSE variable is statistically significant at the 10% significance level with a Sig. value = 0.089 and an Exp(B) coefficient = 0.505, indicating that unreasonable loan purposes reduce on-time repayment ability. Specifically, when the loan purpose is unclear or does not generate economic value, the likelihood of achieving the desired outcome decreases by 0.505 times. The loan purpose needs to be reasonable and feasible to ensure loan effectiveness. This can be explained by the fact that using capital for its intended purpose often goes hand in hand with clear financial planning, thereby helping customers achieve higher economic efficiency and repay the loan on time. Furthermore, using capital for its committed purpose also reflects the customer's sense of responsibility, an important factor that banks often consider during the credit approval process. Therefore, banks need to strictly evaluate customers' loan purposes to ensure feasibility, contributing to minimizing credit risk.

4. Conclusion

The study identified four key factors affecting the on-time loan repayment ability of individual customers at Sacombank - Tra Vinh Branch. Among these, income, education level, and collateral have a positive influence, while loan size has a negative impact. This implies that banks need to strengthen customer appraisal based on an analysis of income, education, and collateral, while reasonably controlling loan size. Some proposed solutions include: (i) Enhancing credit appraisal; (ii) Closely monitoring the use of capital after lending; (iii) Strengthening training for credit officers; (iv) Diversifying credit products suitable for customer needs and capacities. Additionally, banks need to focus on communication and financial consulting for customers to raise awareness of repayment obligations. The research results contribute to providing important practical bases for credit management at the branch. The study can also serve as a useful reference for other local commercial banks. However, the study still has some limitations, such as a small sample size, narrow survey scope, and not analyzing psychological-social factors. Therefore, subsequent studies can expand the scope and add more independent variables to obtain more comprehensive results. In summary, the study makes practical contributions in both theory and practice, supporting Sacombank - Tra Vinh Branch in improving the quality of individual credit. Thereby, contributing to ensuring the safe and sustainable development of the bank in an increasingly fierce competitive environment ■

REFERENCES:

Kohansal, M., & Mansoori, S. (2009). Factors affecting repayment ability of individual borrowers: Evidence from Iran. Journal of Financial Studies, 45(2), 130–145.

Mensah, G. Y. (2012). Determination of some factors that influences loan default payment: Case study: Customers from Akatakyiman Rural Bank Ltd Komenda [Doctoral dissertation].

National Assembly. (2024). Law No. 32/2024/QH15: Law on credit institutions on 18 January 2024.

Nguyen, D. T. (2013). Scientific research methods in business. Finance Publishing House.

Nguyen, T. D. (2023). Factors affecting the loan repayment ability of individual customers at Vietnam Bank for Agriculture and Rural Development – Tra Vinh Branch [Master's thesis in Finance–Banking, Tra Vinh University].

Nguyen, T. C. (2020). Factors affecting the on-time repayment ability of individual customers at Vietnam Bank for Agriculture and Rural Development (Agribank) - Vung Liem Branch [Master's thesis in Finance–Banking, Tra Vinh University].

State Bank of Vietnam. (2013). Circular No. 02/2013/TT-NHNN: Regulating liability classification, risk provision methods, and the use of provisions to handle risks in the operations of credit institutions and foreign bank branches. Hanoi.

State Bank of Vietnam. (2021). Circular No. 11/2021/TT-NHNN: Regulating asset classification, provision rates, risk provision methods, and the use of provisions to handle risks in the operations of credit institutions and foreign bank branches. Hanoi.

State Bank of Vietnam. (2023). Circular No. 14/2023/TT-NHNN: Regulating the internal control system of non-bank credit institutions. Hanoi.

Tat, D. T., & Phan, N. B. A. (2023). Factors affecting the on-time repayment ability of individual mortgaged customers at Kien Long Commercial Joint Stock Bank Can Tho Branch. Journal of Science, Tra Vinh University, 13(1).

Wongnaa, C. A., & Awunyo-Vitor, D. (2013). Factors affecting loan repayment performance among yam farmers in the Sene District, Brong Ahafo Region of Ghana. Journal of Agricultural Extension and Rural Development, 5(3), 64–71.

Received date: March 11, 2026
Reviewed date: March 25, 2026
Accepted date: April 10, 2026

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN KHẢ NĂNG TRẢ NỢ ĐÚNG HẠN CỦA KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG SACOMBANK - CHI NHÁNH TRÀ VINH

● **NGUYỄN THỊ BỤP**[1]
● **PHẠM THỊ THU HIỀN**[1]
[1]Giảng viên, Trường Kinh tế - Luật, Đại học Trà Vinh

TÓM TẮT:

Nghiên cứu này xem xét các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng trả nợ vay đúng hạn của khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Sài Gòn Tài Lộc (Sacombank) - Chi nhánh Trà Vinh. Dữ liệu nghiên cứu được thu thập từ 120 khách hàng vay cá nhân thông qua phương pháp khảo sát trực tiếp và được phân tích bằng thống kê mô tả cùng mô hình hồi quy Binary Logistic. Kết quả nghiên cứu cho thấy thu nhập, trình độ học vấn và tài sản bảo đảm có tác động tích cực đến khả năng trả nợ đúng hạn của khách hàng, trong khi quy mô khoản vay có tác động tiêu cực. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đề xuất các giải pháp nhằm hỗ trợ Ngân hàng Sacombank - Chi nhánh Trà Vinh nâng cao chất lượng thẩm định tín dụng, quản lý tín dụng và kiểm soát rủi ro, qua đó góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động tín dụng cá nhân.

Từ khóa: khả năng trả nợ vay, khách hàng cá nhân, Sacombank.

PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ THANH TOÁN THẺ TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM - CHI NHÁNH MÓNG CÁI

● **DƯƠNG THỊ NHÀN [1] - ĐỖ NGỌC QUẢNG [2]**
[1]Đại học Mỏ - Địa chất
[2]Vietcombank Móng Cái

TÓM TẮT:

Bài viết phân tích thực trạng phát triển dịch vụ thanh toán thẻ tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam ((Vietcombank - VCB) - Chi nhánh Móng Cái giai đoạn 2023-2025: Quy mô phát hành và sử dụng dịch vụ thẻ, doanh số thu được từ hoạt động cung ứng dịch vụ thanh toán thẻ, mạng lượng thanh toán thẻ, chất lượng dịch vụ thanh toán thẻ, công tác quản trị rủi ro trong hoạt động thanh toán thẻ,… Từ đó đưa ra một số giải pháp nhằm phát triển dịch vụ thanh toán thẻ tại VCB chi nhánh Móng Cái trong giai đoạn tới.

Từ khóa: dịch vụ thanh toán thẻ, phát triển dịch vụ thanh toán thẻ, Vietcombank - Chi nhánh Móng Cái.

1. Đặt vấn đề

Dịch vụ thanh toán thẻ là việc ngân hàng cung ứng phương tiện thanh toán thông qua thẻ thanh toán, thực hiện các giao dịch thanh toán trong nước và quốc tế, thực hiện thu hộ, chi hộ và các dịch vụ khác cho khách hàng.

Hiện nay, thanh toán không dùng tiền mặt được xem là phương thức thanh toán hiện đại, an toàn và hiệu quả, mang lại nhiều lợi ích cho nền kinh tế như nâng cao hiệu quả điều hành chính sách tiền tệ, tăng cường tính minh bạch, hỗ trợ công tác quản lý nhà nước, góp phần phòng chống tham nhũng, lãng phí, đồng thời thúc đẩy hội nhập kinh tế quốc tế và thu hút đầu tư nước ngoài.

Trong hệ thống ngân hàng Việt Nam, Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam (Vietcombank) là đơn vị tiên phong trong lĩnh vực thẻ, đồng thời là ngân hàng duy nhất tại Việt Nam chấp nhận thanh toán đầy đủ bảy loại thẻ quốc tế phổ biến gồm Visa, Mastercard, JCB, American Express, Diners Club, China UnionPay và DiscoverCard. Tuy nhiên, thực tiễn cho thấy hoạt động phát triển dịch vụ thanh toán thẻ tại chi nhánh vẫn còn tồn tại những hạn chế nhất định. Mặc dù số lượng thẻ phát hành tăng trưởng ổn định, nhưng mức độ khai thác và sử dụng dịch vụ của khách hàng chưa tương xứng với tiềm năng của địa bàn, đặc biệt trong bối cảnh Móng Cái là khu vực có hoạt động thương mại - du lịch phát triển, nhu cầu

thanh toán không tiền mặt ngày càng tăng. Vì vậy, việc nghiên cứu đề tài "Phát triển dịch vụ thanh toán thẻ tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Móng Cái" là cần thiết, có ý nghĩa cả về mặt lý luận và thực tiễn.

2. Thực trạng phát triển dịch vụ thanh toán thẻ tại VCB - Chi nhánh Móng Cái

2.1. Quy mô phát hành và mức độ sử dụng dịch vụ thanh toán thẻ

2.1.1. Quy mô phát hành thẻ thanh toán

Tình hình phát hành thẻ tại Vietcombank Móng Cái trong giai đoạn 2023 - 2025 có sự tăng trưởng rõ rệt, tổng số lượng thẻ phát hành qua các năm đều gia tăng đáng kể. Cụ thể, năm 2023 tổng số lượng thẻ phát hành đạt 8.765 thẻ, đến năm 2024 đạt 9.262 thẻ, tăng 497 thẻ so với năm 2023, tương ứng tỷ lệ tăng 5,7%. Sang năm 2025, tổng số lượng thẻ phát hành đạt 10.937 thẻ, tăng 1.675 thẻ so với năm 2024, tương đương mức tăng 18%. (Hình 1)

2.1.2. Mức độ sử dụng dịch vụ thanh toán thẻ

Tỷ lệ sử dụng thẻ phát hành của Vietcombank Móng Cái giai đoạn 2023 - 2025 đạt trên 85% và được cải thiện dần qua từng năm. Xét trong bối cảnh chung các NHTM khác trên cùng địa bàn cũng phát hành thẻ chạy theo doanh số thì tỷ lệ này là khá cao so với mặt bằng chung. Tuy nhiên, chi nhánh vẫn cần có những biện pháp để khuyến khích khách hàng mở thẻ và sử dụng thẻ, tránh tình trạng mở thẻ không sử dụng gây lãng phí cho ngân hàng. (Hình 2)

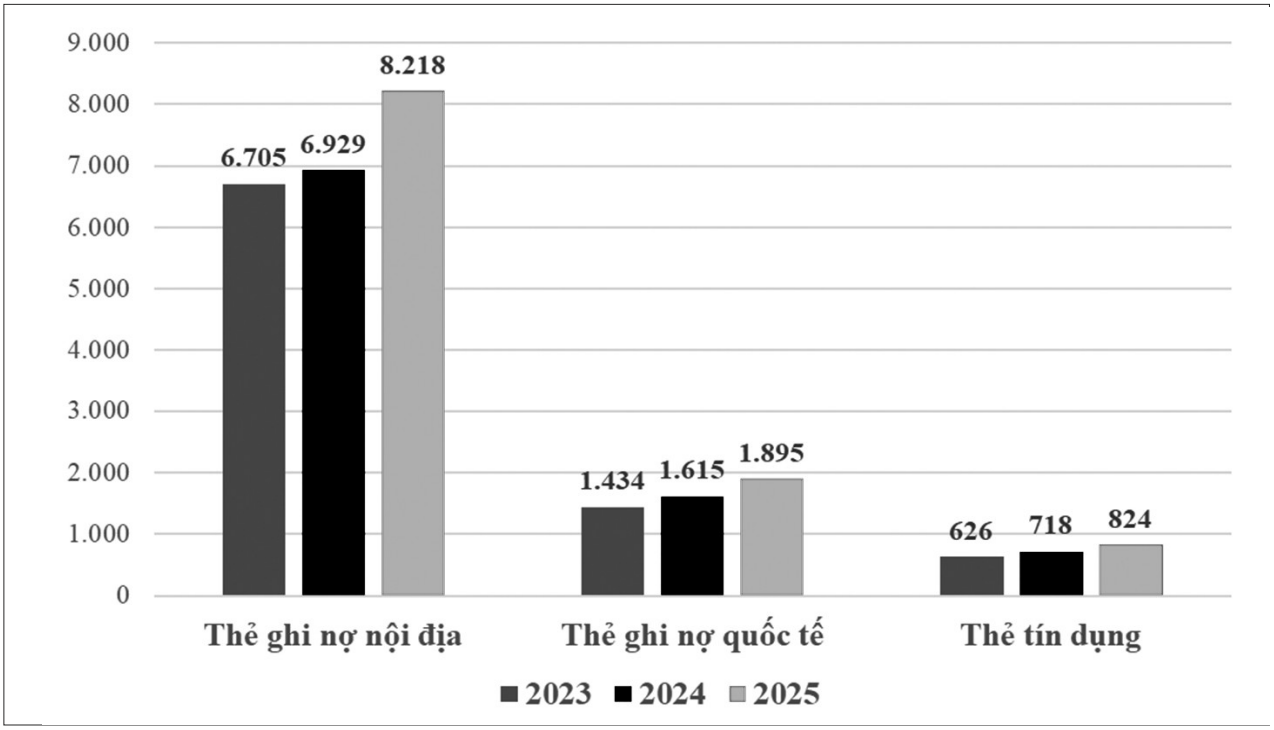
2.2. Doanh số dịch vụ thanh toán thẻ

Doanh số dịch vụ thanh toán thẻ tại chi nhánh tăng lên qua các năm trong giai đoạn 2023-2025, cụ thể: năm 2023 doanh số thanh toán thẻ đạt 85.899 triệu đồng, năm 2024 đạt 99.665 triệu đồng và đến năm 2025 đã đạt được 122.224 triệu đồng. Trong đó, doanh số thẻ nội địa tuy có xu hướng giảm dần qua các năm nhưng vẫn chiếm tỷ trọng chủ yếu, cụ thể năm 2023 là 76%, năm 2024 là 71,8% và năm 2025 là 70,6% trong tổng doanh số thanh toán thẻ của chi nhánh. (Bảng 1)

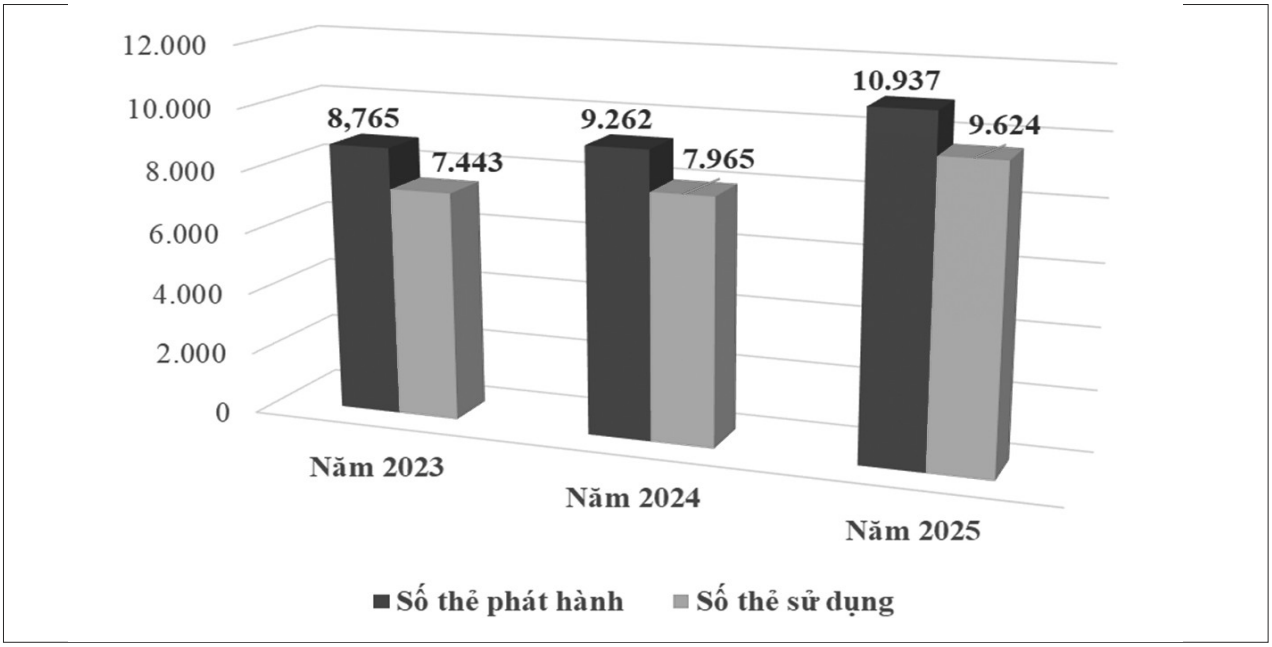
2.3. Mạng lưới, kênh phân phối và chất lượng dịch vụ thanh toán thẻ

Cùng với sự tăng lên số lượng thẻ phát hành thì số lượng máy ATM cũng tăng đáng kể, đáp ứng đầy đủ nhu cầu của khách hàng sử dụng thẻ tín dụng. (Bảng 2)

Hình 1: Số lượng thẻ phát hành tại Vietcombank Móng Cái



Hình 2: Số lượng thẻ phát hành được sử dụng tại Vietcombank Móng Cái



Bảng 1. Doanh số thanh toán thẻ tại Vietcombank Móng Cái

Đơn vị tính: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2023	Năm 2024	Năm 2025	So sánh 2024/2023		So sánh 2025/2024	
				Chênh lệch	Tỷ lệ %	Chênh lệch	Tỷ lệ %
Thẻ ghi nợ nội địa	65.246	71.594	86.336	6.348	9,73	14.742	20,59
Thẻ ghi nợ quốc tế	13.231	17.921	23.453	4.690	35,45	5.532	30,87
Thẻ tín dụng	7.422	10.150	12.435	2.728	36,76	2.285	22,51
Tổng	**85.899**	**99.665**	**122.224**	**13.766**	**16,03**	**22.559**	**22,63**

Bảng 2. Số lượng máy ATM, POS tại Vietcombank Móng Cái

Đơn vị tính: Cái

Chỉ tiêu	Năm 2023	Năm 2024	Năm 2025	So sánh 2024/2023		So sánh 2025/2024	
				Chênh lệch	Tỷ lệ %	Chênh lệch	Tỷ lệ %
Máy ATM	21	23	23	2	9,5	0	07
Máy POS	246	263	287	17	6,9	24	9,1

Mặc dù Vietcombank Móng Cái được trang bị nhiều máy ATM và các máy đọc thẻ tại các đơn vị chấp nhận thẻ nhưng phân bố chưa đồng đều và chất lượng các máy không đồng bộ. Ngay từ khi được thành lập, chi nhánh đã đẩy mạnh đầu tư hạ tầng công nghệ thông tin, đầu tư hệ thống máy ATM và máy POS nhưng so với số lượng thẻ đã phát hành và số lượng giao dịch phát sinh hàng ngày là chưa tương xứng. Hiện tượng quá tải, lỗi máy, lỗi đường truyền, hết tiền… thường xuyên diễn ra nhất là những đợt cao

điểm như ngày lễ ngày tết, gây ảnh hưởng lớn đến việc sử dụng thẻ của khách hàng, khiến khách hàng không hài lòng và mất niềm tin khi sử dụng dịch vụ thanh toán thẻ.

Theo ghi nhận tại báo cáo hoạt động thanh toán thẻ của chi nhánh, số sự cố được thống kê theo Bảng 3.

Bảng 3. Sự cố trong thanh toán thẻ tại Vietcombank Móng Cái

Sự cố	Tỷ lệ khách hàng gặp sự cố (%)		
	Năm 2023	Năm 2024	Năm 2025
1. Thẻ bị giữ	10,38	13,87	14,96
2. Máy hết tiền	15,07	14,78	17,04
3. Máy ngưng hoạt động	9,45	8,98	9,21
4. Sự cố khác	7,46	8,70	7,14

(Nguồn: Phòng Dịch vụ khách hàng Vietcombank Móng Cái, năm 2025)

Đối với các sự cố phát sinh trong quá trình sử dụng thẻ, tình trạng thẻ bị giữ tại ATM chủ yếu xuất phát từ phía khách hàng, như thao tác giao dịch còn chậm, nhập sai mật khẩu nhiều lần hoặc sử dụng thẻ đã bị khóa. Bên cạnh đó, một số sự cố khác liên quan đến lỗi kỹ thuật hoặc công tác vận hành ATM chưa được theo dõi sát sao cũng góp phần làm giảm chất lượng dịch vụ.

2.4. Kiểm soát phát triển dịch vụ thanh toán thẻ tại Vietcombank Móng Cái

Công tác kiểm tra giám sát hoạt động kinh doanh dịch vụ thẻ của chi nhánh được tiến hành theo định kỳ 2 lần/năm. Các báo cáo đánh giá kiểm tra đều được gửi cho Ban Giám đốc chi nhánh. Tuy nhiên, do tần suất kiểm tra chưa thường xuyên và đội ngũ cán bộ còn hạn chế kinh nghiệm, kết quả đánh giá chưa phản ánh chính xác mức độ thực hiện so với mục tiêu đề ra. Số lượng cán bộ kiểm tra còn thiếu nên chỉ phát hiện được các sai sót đơn giản. Bên cạnh đó, chi nhánh chưa thực hiện đầy đủ việc đánh giá hiệu quả triển khai phát triển dịch vụ thẻ, các sai sót phát hiện chưa được xử lý triệt để và chưa có giải pháp khắc phục cụ thể, ảnh hưởng đến chất lượng quản lý và định hướng phát triển trong các kỳ tiếp theo.

3. Giải pháp phát triển dịch vụ thanh toán thẻ tại VCB - Chi nhánh Móng Cái

3.1. Nâng cao chất lượng lập kế hoạch phát triển dịch vụ thanh toán thẻ

Giai đoạn 2023 - 2025, số lượng thẻ phát hành tại chi nhánh tăng từ 8.765 thẻ lên 10.937 thẻ nhưng tỷ lệ hoàn thành kế hoạch chỉ dao động 89% - 92%. Điều này cho thấy, công tác lập kế hoạch chưa sát với thực tế. Đồng thời, khảo sát nội bộ cho thấy hoạt động nghiên cứu thị trường còn yếu, điểm đánh giá chỉ khoảng 2,15 - 2,5/5, chủ yếu dựa vào thông tin thứ cấp. Chính vì vậy để nâng cao chất lượng lập kế hoạch phát triển dịch vụ thanh toán thẻ, Ngân hàng cần có các giải pháp như: Tăng cường khảo sát khách hàng, đặc biệt nhóm khách hàng cá nhân, doanh nghiệp và ĐVCNT, ứng dụng các công cụ quản trị kế hoạch (KPI, PDCA), Đào tạo kỹ năng phân tích dữ liệu và xây dựng kế hoạch cho cán bộ

3.2. Đẩy mạnh hoạt động marketing và truyền thông dịch vụ thẻ

Khảo sát khách hàng cho thấy, mức độ sử dụng thẻ thay tiền mặt chỉ đạt 3,17/5, trong khi mức phí dịch vụ chỉ đạt 3,27/5, phản ánh thói quen tiền mặt còn phổ biến và marketing chưa hiệu quả. Vì vậy cần nghiên cứu một số biện pháp sau:

- Xây dựng chiến lược marketing tổng thể cho dịch vụ thẻ.

- Tăng truyền thông về tiện ích thẻ và thanh toán không tiền mặt.

- Triển khai chương trình hoàn tiền, giảm giá, tích điểm.

- Đẩy mạnh marketing số (SMS, mạng xã hội, app Digibank).

- Liên kết với doanh nghiệp dịch vụ để mở rộng hệ sinh thái.

3.3. Phát triển nguồn nhân lực chuyên sâu trong lĩnh vực dịch vụ thẻ

Tại chi nhánh, cán bộ kiêm nhiệm, thiếu nhân sự chuyên trách về thẻ; mức đánh giá nguồn nhân lực chỉ đạt khoảng 2,35 - 2,5/5, ảnh hưởng đến hiệu quả triển khai.

Chính vì vậy cần thực hiện các biện pháp sau:

- Đào tạo chuyên sâu nghiệp vụ thẻ, công nghệ và bán hàng.

- Bổ sung nhân sự chuyên trách dịch vụ thẻ.

- Gắn KPI phát triển thẻ với đánh giá thi đua.

- Tổ chức đào tạo về quản trị rủi ro và chăm sóc khách hàng.

3.4. Tăng cường công tác kiểm tra, giám sát và quản lý rủi ro

Giai đoạn 2023 - 2025, chi nhánh phát sinh hơn 80 vụ khiếu nại với tổng giá trị hơn 110 triệu đồng, cùng với rủi ro giả mạo và lỗi ATM vẫn tồn tại. Vì vậy, cần tăng cường công tác kiểm tra, giám sát và quản lý rủi ro như: Thành lập/tăng cường bộ phận giám sát dịch vụ thẻ; Kiểm tra định kỳ và đột xuất hoạt động thẻ; Ứng dụng công nghệ giám sát giao dịch; Tăng cường truyền thông bảo mật cho khách hàng.

3.5. Tăng cường ứng dụng công nghệ trong phát triển dịch vụ thẻ

Hệ thống ATM/POS còn xảy ra lỗi do hạ tầng chưa đồng bộ; rủi ro công nghệ vẫn là nhóm rủi ro lớn. Do đó, cần nâng cấp hệ thống công nghệ và thiết bị ATM/POS, mở rộng thanh toán không tiếp xúc, QR, ví điện tử, đặc biệt ápp dụng công nghệ AI, OTP, sinh trắc học.

3.6. Nâng cao tỷ lệ sử dụng thẻ và khai thác hiệu quả khách hàng hiện hữu

Mặc dù số lượng thẻ phát hành tăng từ 8.765 thẻ năm 2023 lên 10.937 thẻ năm 2025, nhưng tỷ lệ sử dụng thực tế mới đạt khoảng 88%, trong khi mức độ sử dụng thẻ thay tiền mặt chỉ đạt 3,17/5 khi khảo sát khách hàng. Điều này cho thấy, tình trạng "thẻ ngủ" vẫn tồn tại và hiệu quả khai thác chưa tương xứng với quy mô phát hành. Vì vậy, cần triển khai các chương trình kích hoạt lại thẻ như miễn phí thường niên, hoàn tiền giao dịch đầu tiên, đẩy mạnh bán chéo dịch vụ (thẻ + Digibank + VCB One QR), xây dựng chính sách chăm sóc khách hàng sử dụng thẻ thường xuyên (ưu đãi tích điểm, hoàn tiền).

3.7. Phát triển dịch vụ thẻ gắn với đặc thù kinh tế cửa khẩu Móng Cái

Móng Cái là khu vực cửa khẩu với hoạt động thương mại, du lịch phát triển mạnh, tuy nhiên tỷ trọng thẻ nội địa vẫn chiếm trên 70% doanh số thanh toán, cho thấy tiềm năng khai thác khách hàng quốc tế và dịch vụ thanh toán xuyên biên giới còn lớn.

Do vậy giải pháp đề xuất là:

- Phát triển thẻ quốc tế và dịch vụ thanh toán phục vụ thương mại biên mậu.

- Mở rộng POS tại khu vực cửa khẩu, chợ trung tâm, khu du lịch.

- Hợp tác với doanh nghiệp logistics, du lịch, khách sạn để triển khai thanh toán thẻ.

- Triển khai thanh toán đa tiền tệ, tích hợp QR quốc tế.

- Xây dựng sản phẩm thẻ chuyên biệt cho khách hàng xuất nhập khẩu, khách du lịch.

4. Kết luận

Trên cơ sở nghiên cứu lý luận và khảo sát thực tiễn tại Vietcombank Móng Cái, bài viết đã thể thiện được thực trạng phát triển dịch vụ thanh toán thẻ tại VCB - Chi nhánh Móng Cái với những ưu điểm và hạn chế nhất định. Từ đó đã đề xuất một hệ thống giải pháp tương đối đồng bộ và khả thi nhằm phát triển dịch vụ thanh toán thẻ tại Vietcombank Móng Cái. Các giải pháp tập trung vào việc mở rộng quy mô và nâng cao chất lượng dịch vụ, gia tăng số lượng khách hàng sử dụng thẻ, phát triển mạng lưới đơn vị chấp nhận thẻ, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ và nâng cao năng lực cạnh tranh của chi nhánh ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Ngân hàng TMCP Ngoại Thương Việt Nam - Chi nhánh Móng Cái **(năm????????)** Báo cáo tài chính giai đoạn 2023-2025.

Ngân hàng TMCP Ngoại Thương Việt Nam - Chi nhánh Móng Cái **(năm???????),** Báo cáo kế hoạch giai đoạn 2023-2025.

Nông Thị Mai Linh (2024), "Phát triển dịch vụ thanh toán thẻ tại Ngân hàng TMCP Ngoại Thương Việt Nam - Chi nhánh Thăng Long", Đề án Thạc sĩ Tài chính - Ngân hàng, Học viện Hành chính Quốc gia.

Huỳnh Thị Mỹ Duyên (2024), "Phát triển sản phẩm thẻ thanh toán tại Ngân hàng TMCP Đông Á", Đề án Thạc sĩ Tài chính - Ngân hàng, Học viện Tài chính.

Ngày nhận bài: 16/3/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 31/3/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 18/4/2026

DEVELOPING CARD PAYMENT SERVICES OF VIETCOMBANK - MONG CAI BRANCH

● **DUONG THI NHAN[1]**
● **DO NGOC QUANG[2]**
[1]Hanoi University of Mining and Geology
[2]Vietcombank - Mong Cai Branch

ABSTRACT:

This study examines the development of card payment services at the Joint Stock Commercial Bank for Foreign Trade of Vietnam (Vietcombank) - Mong Cai Branch during the 2023 - 2025 period. The analysis focuses on key aspects, including the scale of card issuance and usage, revenue from card payment services, card transaction volume, service quality, and risk management in card payment operations. Based on these findings, the study proposes solutions to further develop card payment services at Vietcombank's Mong Cai Branch in the coming period.

Keywords: card payment services, card payment service development, Vietcombank - Mong Cai Branch.

NGHIÊN CỨU TÂM LÝ ĐÁM ĐÔNG TRÊN THỊ TRƯỜNG CHỨNG KHOÁN VIỆT NAM

● **NGUYỄN HOÀNG MINH THÔNG[1] - TRẦN NAM PHƯƠNG[1] - MAI LÊ NGỌC LINH[1] - NGUYỄN QUỐC TÀI[1] - NGÔ QUỐC TẤN[1] - LÊ TUẤN BÁCH[1]***

[1]Phân hiệu Trường Đại học Ngoại thương tại Thành phố Hồ Chí Minh

*Email: letuanbach.hcmc@ftu.edu.vn

TÓM TẮT:

Thị trường chứng khoán Việt Nam là một thị trường mới nổi năng động nhưng dễ bị chi phối bởi tâm lý đám đông. Nghiên cứu này cập nhật chuỗi số liệu thực nghiệm mới nhất, tập trung vào việc đo lường và xác định sự tồn tại của hành vi đám đông trên thị trường chứng khoán Việt Nam trong thời gian cập nhật giai đoạn 2017-2025 cũng như thực hiện so sánh hành vi đám đông trên 2 sàn niêm yết TP. Hồ Chí Minh (HOSE) và Hà Nội (HNX). Bằng việc ứng dụng mô hình độ lệch tuyệt đối chéo (CSAD), kết quả xác nhận hiện tượng đám đông hiện diện trên cả 2 sàn giao dịch chứng khoán niêm yết, trong đó hiện tượng tâm lý đám đông tại sàn HOSE diễn ra mạnh hơn so với với sàn HNX. Phát hiện này đặt ra yêu cầu cấp thiết về việc nâng cao tính minh bạch thông tin và thúc đẩy cải thiện tính hiệu quả của thị trường.

Từ khóa: tâm lý/hành vi đám đông, chứng khoán, sàn giao dịch.

1. Đặt vấn đề

Thị trường chứng khoán Việt Nam hiện nay được đánh giá là một thị trường mới nổi đầy năng động. Trong cấu trúc thành phần tham gia thị trường, nhóm nhà đầu tư cá nhân chiếm ưu thế áp đảo với tỷ trọng hơn 90% giá trị giao dịch hàng ngày (Van, 2024).

Hành vi đám đông có thể dẫn đến sự sai lệch nghiêm trọng giữa giá thị trường và giá trị nội tại của tài sản, từ đó tiềm ẩn rủi ro hệ thống lớn, đặc biệt trong bối cảnh thị trường nội địa còn thiếu hụt vai trò dẫn dắt của các nhà đầu tư tổ chức. Dù hiện tượng này đã được khám phá trong một số nghiên cứu nền tảng trước đây, tiêu biểu như công trình của Phan et al. (2023b), việc cập nhật giai đoạn quan sát mới vẫn là yêu cầu cấp thiết nhằm phản ánh chính xác nhất thực trạng hành vi giao dịch ở thời điểm hiện tại. Kế thừa các kết quả nghiên cứu trước, nghiên cứu này được thực hiện nhằm đo lường thực trạng hành vi đám đông thông qua chuỗi số liệu thực nghiệm mới nhất, đồng thời bổ sung phân tích so sánh giữa 2 sàn niêm yết. Qua đó, bài viết kỳ vọng đóng góp thêm những bằng chứng thực nghiệm giá trị về cấu trúc tâm lý hành vi tại thị trường chứng khoán Việt Nam.

2. Cơ sở lý thuyết và tổng quan nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết

Hành vi đám đông được hiểu là tình trạng các cá nhân di chuyển cùng hướng một cách có hệ thống, làm theo hành động của những người xung quanh thay vì tin tưởng vào phân tích độc lập. Biểu hiện thực nghiệm rõ nhất của hiện tượng này là sự thu hẹp mức độ phân tán tỷ suất sinh lợi giữa các cổ phiếu, cho thấy nhà đầu tư không còn chú trọng phân biệt các đặc tính riêng lẻ của từng doanh nghiệp (Bikhchandani & Sharma, 2001).

Nghiên cứu về hành vi đám đông cũng sử dụng các lý thuyết nền tảng về tâm lý học hành vi và truyền dẫn thông tin để giải thích các quyết định tương quan của nhà đầu tư. Thuyết Tài chính hành vi đóng vai trò là khung lý thuyết chủ đạo, chỉ ra các quyết định đầu tư thực tế thường bị chi phối bởi các thiên kiến nhận thức và cảm xúc hơn là sự tính toán thuần túy (Barberis & Thaler, 2003). Trong bối cảnh đó, hành vi đám đông xuất hiện như một cơ chế tâm lý mà nhà đầu tư sử dụng để đối phó với sự không chắc chắn bằng cách tin tưởng vào quyết định của đám đông hơn là phân tích cá nhân.

Bên cạnh đó, lý thuyết bất cân xứng thông tin (asymmetric information theory) chỉ ra, các thành viên trên thị trường không sở hữu lượng thông tin giống nhau (Cipriani & Guarino, 2008). Ở đây, những nhà đầu tư ít thông tin thường coi hành động giao dịch của đám đông là tín hiệu đại diện cho thông tin của những người am hiểu thị trường hơn. Từ đó, họ thực hiện bắt chước để hưởng lợi thay vì tự mình tiến hành các định giá phức tạp. Cơ chế này đặc biệt phổ biến tại các thị trường mới nổi, nơi mức độ minh bạch còn hạn chế và chi phí thu thập thông tin cá nhân còn khá cao (Bikhchandani & Sharma, 2001). Tiếp đến, lý thuyết thác thông tin giải thích, khi các quyết định được đưa ra theo trình tự, nhà đầu tư có thể bỏ qua tín hiệu cá nhân để đi theo xu hướng của những người đi trước (Banerjee, 1992). Khi đủ lượng hành động nhất quán tích lũy, nhà đầu tư tin tín hiệu đám đông mang lại thông tin chính xác hơn so với phân tích cá nhân. Cuối cùng, lý thuyết giao dịch nhiễu nhấn mạnh vai trò của những người giao dịch dựa trên tin đồn hoặc cảm tính thay vì giá trị căn bản (Black, 1986). Khi các giao dịch nhiễu này trở nên tương quan, chúng tự động tạo ra các rủi ro hệ thống làm đẩy giá tài sản rời xa giá trị nội tại.

2.2. Bằng chứng thực nghiệm và giả thuyết về hành vi đám đông tại thị trường chứng khoán Việt Nam

Các nghiên cứu quốc tế về hành vi đám đông đã ghi nhận sự khác biệt rõ rệt về mức độ biểu hiện giữa các loại hình thị trường. Một trong những công trình sớm nhất của Christie & Huang (1995) đã kiểm tra sự phân tán tỷ suất sinh lợi tại Hoa Kỳ và tìm thấy bằng chứng đám đông là không đáng kể, gợi mở các thị trường minh bạch thường có khả năng chống lại tâm lý đám đông tốt hơn. Tuy nhiên, Chang et al. (2000) đã thách thức quan điểm này khi phát hiện sự hiện diện rõ rệt của hành vi đám đông tại các thị trường châu Á như Hàn Quốc và Đài Loan. Phát hiện này làm nổi bật tầm quan trọng của cấu trúc thị trường đối với tâm lý nhà đầu tư, đặc biệt là tại các môi trường có tính minh bạch thấp. Tiếp tục hướng nghiên cứu này, Chiang & Zheng (2010) đã khảo sát 18 thị trường chứng khoán và ghi nhận hành vi đám đông xuất hiện mạnh mẽ tại nhiều quốc gia đang phát triển. Những nghiên cứu của Demirer & Kutan (2006) hay Economou et al. (2011) cũng đồng tình, tại các thị trường chưa hoàn thiện, nhà đầu tư có xu hướng từ bỏ phân tích cơ bản để đi theo cảm tính chung của thị trường.

Đối với thị trường chứng khoán Việt Nam, các bằng chứng thực nghiệm cũng đã liên tục khẳng định sự hiện diện của tâm lý đám đông trong nhiều năm qua. Nghiên cứu của Vo & Phan (2017) cho thấy, nhà đầu tư nội địa thường có xu hướng bắt chước các biến động chung của thị trường thay vì dựa vào các thông tin phân tích độc lập. Bên cạnh đó, Nguyen (2022) nhấn mạnh, sự áp đảo của các nhà đầu tư cá nhân cùng với sự thiếu vắng các tổ chức tài chính chuyên nghiệp đã làm trầm trọng thêm tình trạng bắt chước trong các hoạt động giao dịch. Các công trình khác của Nguyen et al. (2016) cũng chỉ ra, các điều kiện thanh khoản và hạn chế

giao dịch đặc thù nội địa là các nhân tố thúc đẩy mạnh mẽ hành vi này. Gần đây nhất, Phan et al. (2023a) khẳng định, hành vi đám đông thường trở nên cực đoan hơn khi thị trường rơi vào trạng thái bất ổn cao. Những kết quả này dẫn đến việc hình thành giả thuyết nghiên cứu:

H1: Hành vi đám đông vẫn tồn tại trên thị trường chứng khoán Việt Nam.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Lựa chọn mô hình nghiên cứu

Để nhận diện và đo lường hành vi đám đông trên thị trường chứng khoán, nghiên cứu này kế thừa và sử dụng mô hình độ lệch chuẩn tuyệt đối chéo Cross-Sectional Absolute Deviation (CSAD) do Chang et al. (2000) phát triển. Khác với các phương pháp đo lường cũ chỉ tập trung vào những ngày thị trường có biến động cực đoan, mô hình CSAD được đánh giá là ưu việt hơn nhờ khả năng phát hiện sự hội tụ của tỷ suất sinh lời giữa các cổ phiếu trên toàn thị trường trong mọi điều kiện giao dịch. Phương pháp này cung cấp một thước đo liên tục và phản ánh chính xác hơn về tâm lý bắt chước của đám đông.

3.2. Định nghĩa các biến số

Các biến số cốt lõi trong mô hình đo lường hành vi đám đông được định nghĩa và tính toán cụ thể như sau:

$CSAD_t$: Là độ lệch chuẩn tuyệt đối chéo của tỷ suất sinh lời các cổ phiếu so với tỷ suất sinh lời bình quân của thị trường tại ngày giao dịch t . Biến này đại diện cho mức độ phân tán lợi suất, được xác định qua công thức:

$$CSAD_t = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^{N} \left| R_{i,t} - R_{m,t} \right|$$

$R_{i,t}$: Là tỷ suất sinh lời của cổ phiếu i tại ngày t, được tính toán thông qua logarit tự nhiên của tỷ lệ giá đóng cửa ngày t so với giá đóng cửa ngày t - 1.

$R_{m,t}$: Là tỷ suất sinh lời của toàn thị trường tại ngày t. Biến số này được tính bằng trung bình cộng tỷ suất sinh lời của tất cả các cổ phiếu có giao dịch trong mẫu quan sát tại ngày t.

N: Là tổng số lượng cổ phiếu đang niêm yết và có giao dịch hợp lệ trên sàn tại ngày t.

3.3. Mô hình kiểm định

Để lượng hóa mối quan hệ giữa độ phân tán lợi suất và biến động của thị trường chung, phương trình hồi quy cơ sở được thiết lập như sau:

$$CSAD_t = \gamma_0 + \gamma_1 \left| R_{m,t} \right| + \gamma_2 R^2_{m,t} + \varepsilon_t$$

Trong mô hình này, hệ số được quan tâm nhất là γ_2, đóng vai trò là thước đo xác định sự hiện diện của hành vi đám đông. Về mặt lý thuyết, các mô hình định giá tài sản hợp lý cho thấy, khi biến động thị trường tăng lên ($|R_{m,t}|$ lớn), sự phân tán về tỷ suất sinh lời giữa các cổ phiếu ($CSAD_t$) cũng sẽ tăng theo một tỷ lệ tuyến tính, tương ứng với việc hệ số γ_1 mang dấu dương.

Tuy nhiên, nếu các nhà đầu tư trên thị trường bị chi phối bởi tâm lý đám đông, họ sẽ bỏ qua các rủi ro và thông tin đặc thù của từng doanh nghiệp để giao dịch đồng pha theo xu hướng chung. Sự cộng hưởng này khiến tỷ suất sinh lời của các cổ phiếu riêng lẻ xích lại gần hơn với mức trung bình của thị trường, làm độ phân tán tăng chậm lại hoặc thậm chí giảm xuống. Do đó, nếu hệ số phi tuyến γ_2 mang giá trị âm và có ý nghĩa thống kê, giả thuyết về sự tồn tại của hành vi đám đông trên thị trường sẽ được chấp nhận. Ngoài ra, trong quá trình ước lượng, nghiên cứu ứng dụng phương pháp sai số chuẩn mạnh Newey-West (HAC) nhằm khắc phục các khuyết tật về phương sai sai số thay đổi và hiện tượng tự tương quan thường gặp trong chuỗi dữ liệu tài chính.

3.4. Nguồn dữ liệu

Dữ liệu sử dụng trong nghiên cứu là dữ liệu thứ cấp theo chuỗi thời gian với tần suất giao dịch theo ngày, được trích xuất trực tiếp từ cơ sở dữ liệu tài chính chuyên sâu FiinPro. Mẫu nghiên cứu bao gồm toàn bộ các cổ phiếu đang niêm yết trên 2 sàn giao dịch trọng điểm là HOSE và HNX. Để đảm bảo tính bao quát, giai đoạn nghiên cứu được kéo dài trong 9 năm, bắt đầu từ ngày 01/01/2017 đến ngày 31/12/2025. Nhằm nâng cao độ tin cậy cho mô hình, bộ dữ liệu thô đã được làm sạch bằng cách loại bỏ các mã cổ phiếu kém thanh khoản, các cổ phiếu mới niêm yết chưa đủ dữ liệu hoặc bị hủy niêm yết giữa chừng. Sau quá trình chọn lọc khắt khe, tổng số quan sát hợp lệ được đưa vào phân tích là 2.248 ngày giao dịch.

Bảng 1. Kết quả kiểm định hành vi đám đông trên thị trường chứng khoán Việt Nam

	HOSE		HNX	
	Hệ số	Thống kê t	Hệ số	Thống kê t
γ_0	1.3032***	70.50	1.5191***	106.14
γ_1	0.6419***	15.31	0.9861***	25.50
γ_2	-0.0668***	-5.02	-0.0728***	-5.41
R^2	0.5227		0.6920	
R^2 điều chỉnh	0.5223		0.6917	
Thống kê F	624.68		1216.83	
Xác suất > F	0.0000		0.0000	

4. Kết quả nghiên cứu

Kết quả ước lượng từ Bảng 1 cho thấy, hệ số tuyến tính γ_1 đạt 0.6419 tại HOSE và 0.9861 tại HNX, đều mang giá trị dương với mức ý nghĩa 1%, phản ánh độ phân tán tỷ suất sinh lời đồng biến với biến động thị trường trong điều kiện bình thường. Tuy nhiên, hệ số phi tuyến γ_2 lại mang dấu âm và có ý nghĩa thống kê 1% trên cả 2 sàn, cụ thể đạt -0.0668 tại HOSE và -0.0728 tại HNX. Các số liệu này cung cấp bằng chứng định lượng mạnh mẽ ủng hộ giả thuyết nghiên cứu khi thị trường dao động với biên độ lớn, độ phân tán lợi suất có xu hướng thu hẹp lại, xác nhận sự tồn tại của hành vi đám đông trên toàn thị trường.

Mức độ đám đông này phản ánh chính xác đặc thù của các thị trường cận biên và đang phát triển, đồng thuận với các phát hiện trước đây tại Việt Nam từ các nghiên cứu của Vo & Phan (2019) hay Phan et al. (2023a). Cấu trúc thị trường hiện bị chi phối nặng nề bởi các nhà đầu tư cá nhân, những người thường thiếu quyền truy cập vào dữ liệu độc quyền và các công cụ phân tích cơ bản chuyên sâu. Trong môi trường bất cân xứng thông tin, nhóm này dễ bị dẫn dắt bởi tâm lý và thà giao dịch quyết liệt theo các chỉ báo chung của đám đông còn hơn là dựa trên giá trị cốt lõi của doanh nghiệp. Thêm vào đó, tỷ trọng khiêm tốn của các nhà đầu tư tổ chức khiến thị trường thiếu đi một bộ đệm ổn định quan trọng, vốn có chức năng hấp thụ các biến động giá phi lý ở những thị trường phát triển hơn.

Đáng chú ý, cường độ đám đông ở mức -0.0668 tại HOSE diễn ra mạnh hơn hơn đáng kể so với mức -0.0728 của HNX, hoàn toàn nhất quán với kết luận của Bui et al. (2018). Với quy mô vốn hóa áp đảo và sự thống trị trên các phương tiện truyền thông tài chính, HOSE sở hữu lượng thanh khoản dồi dào cho phép các lệnh giao dịch cảm tính được khớp tức thời. Khi các cú sốc vĩ mô xuất hiện, nhà đầu tư cá nhân có xu hướng tháo chạy về nơi thanh khoản, ồ ạt đổ dồn vào các tài sản quen thuộc trên HOSE, làm giảm độ phân tán lợi suất một cách giả tạo. Ngược lại, HNX tập trung nhiều doanh nghiệp nhỏ với rủi ro đặc thù cao và thanh khoản thấp hơn. Đặc điểm này tạo ra những rào cản giao dịch đáng kể, điển hình như chênh lệch giá mua bán rộng và thời gian khớp lệnh chậm. Chính những rào cản kỹ thuật này đã vô tình kiềm chế tốc độ bùng phát của hiệu ứng lây lan tâm lý, khiến hành vi đám đông trên HNX ít cực đoan hơn ngay cả trong những đợt hoảng loạn.

5. Kết luận

Kết quả nghiên cứu này cung cấp bằng chứng thực nghiệm về sự tồn tại của hành vi đám đông trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Theo phân tích, sự hội tụ hành vi này phổ biến bắt nguồn từ các đặc thù cấu trúc. Một mặt, thị trường bị chi phối tuyệt đối bởi nhà đầu tư cá nhân thiếu công cụ phân tích cơ bản. Trong môi trường bất cân xứng thông tin, nhóm này dễ bị dẫn dắt bởi tâm lý đám đông thay vì định giá tài sản độc lập. Mặt khác, tỷ lệ tham gia thấp của các nhà

đầu tư tổ chức khiến thị trường mất đi bộ đệm ổn định, tạo điều kiện cho dòng thanh khoản dồi dào, điển hình tại HOSE khuếch đại tức thời các lệnh giao dịch cảm tính. Về vấn đề này, các nghiên cứu tương lai có thể mở rộng tìm hiểu về tác động của các luồng thông tin phi chính thức như mạng xã hội và các hội nhóm đầu tư đến mức độ bùng phát hành vi đám đông của nhà đầu tư cá nhân. Bên cạnh đó, việc đánh giá hiệu quả của các công cụ điều tiết từ cơ quan quản lý như cơ chế ngắt mạch thị trường hay yêu cầu minh bạch công bố thông tin trong việc kiềm chế các giao dịch cảm tính cũng là một hướng đi thiết thực nhằm củng cố tính bền vững cho các thị trường chứng khoán cận biên ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Banerjee, A. V. (1992). A Simple Model of Herd Behavior. The Quarterly Journal of Economics, 107(3), 797-817.

Barberis, N., & Thaler, R. (2003). Chapter 18 A survey of behavioral finance. Handbook of the Economics of Finance, 1, 1053-1128.

Bikhchandani, S., & Sharma, S. (2001). Herd Behavior in Financial Markets. SSRN Electronic Journal, 47(3).

Black, F. (1986). Noise. The Journal of Finance, 41(3), 528-543.

Bui, N. D., Nguyen, L. T. B., Nguyen, N. T. T., et al. (2018). Herding in frontier stock markets: evidence from the Vietnamese stock market. Accounting & Finance.

Chang, E. C., Cheng, J. W., Khorana, A., et al. (2000). An examination of herd behavior in equity markets: An international perspective. Journal of Banking & Finance, 24(10), 1651-1679.

Chiang, T. C., & Zheng, D. (2010). An empirical analysis of herd behavior in global stock markets. Journal of Banking & Finance, 34(8), 1911-1921.

Christie, W. G., & Huang, R. D. (1995). Following the Pied Piper: Do Individual Returns Herd around the Market? Financial Analysts Journal, 51(4), 31-37.

Cipriani, M., & Guarino, A. (2008). Herd Behavior and Contagion in Financial Markets. The B.E. Journal of Theoretical Economics, 8(1).

Demirer, R., & Kutan, A. M. (2006). Does herding behavior exist in Chinese stock markets? Journal of International Financial Markets, Institutions and Money, 16(2), 123-142.

Economou, F., Kostakis, A., Philippas, N., et al. (2011). Cross-country effects in herding behaviour: Evidence from four south European markets. Journal of International Financial Markets, Institutions and Money, 21(3), 443-460.

Nguyen, M. H., Nguyen, H. N., Nguyen, N. D. L., et al. (2016). Foreign Investor Trading and Herding Behavior in Vietnam Stock Market. Journal of International Economics and Management, 89, 84-95.

Nguyen, T. T. T. (2022). A Study of Herding Behavior on Vietnam Stock Market. Journal of Economics, Finance and Accounting Studies, 4(4), 93-98.

Phan, H. M., Le, T. N. Q., Vu, V. D. H., et al. (2023a). Herd behavior in Vietnam's stock market: Impacts of COVID-19. Cogent Economics & Finance, 11(2).

Phan, T. N. T., Bertrand, P., Phan, H. H., et al. (2023b). The role of investor behavior in emerging stock markets: Evidence from Vietnam. The Quarterly Review of Economics and Finance, 87.

Van, T. (2024). Vietnam's stock market remains resilient in 2024. Vietnam Investment Review - VIR.

Vo, X. V., & Phan, D. B. A. (2017). Further evidence on the herd behavior in Vietnam stock market. Journal of Behavioral and Experimental Finance, 13, 33-41.

Vo, X. V., & Phan, D. B. A. (2019). Herding and equity market liquidity in emerging market. Evidence from Vietnam. Journal of Behavioral and Experimental Finance, 24.

Ngày nhận bài: 16/3/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 31/3/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 18/4/2026

HERDING BEHAVIOR IN THE VIETNAMESE STOCK MARKET

● **NGUYEN HOANG MINH THONG[1]**
● **TRAN NAM PHUONG[1]**
● **MAI LE NGOC LINH[1]**
● **NGUYEN QUOC TAI[1]**
● **NGO QUOC TAN[1]**
● **LE TUAN BACH[1]***
[1]Foreign Trade University - Ho Chi Minh City Campus
*Email: letuanbach.hcmc@ftu.edu.vn

ABSTRACT:

The Vietnamese stock market is a dynamic emerging market that remains highly susceptible to crowd psychology. This study updates the empirical evidence by measuring and identifying the presence of herding behavior in the Vietnamese stock market over the period 2017-2025, while also comparing such behavior across the two listed exchanges, the Ho Chi Minh Stock Exchange (HOSE) and the Hanoi Stock Exchange (HNX). By applying the Cross-Sectional Absolute Deviation (CSAD) model, the results confirm the existence of herding behavior on both exchanges, with crowd psychology found to be stronger on HOSE than on HNX. These findings highlight the urgent need to enhance information transparency and improve market efficiency.

Keywords: herding behavior, stock, exchange.

TÁC ĐỘNG CỦA ĐIỂM SỐ ESG ĐẾN GIÁ TRỊ DOANH NGHIỆP TẠI CÁC CÔNG TY NIÊM YẾT TRÊN SỞ GIAO DỊCH CHỨNG KHOÁN TP. HỒ CHÍ MINH

● **LÊ THỊ NGÂN TRANH[1]* - LÊ TRƯƠNG MINH NGUYỆT[1] - NGUYỄN GIA HÂN[1] - ĐẶNG THỊ DIỄM QUỲNH[1]**

[1]Viện Tài chính - Kế toán, Trường Đại học Công nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh

*Tác giả liên hệ: lethingantranh@iuh.edu.vn

TÓM TẮT:

Nghiên cứu nhằm phân tích mối quan hệ giữa điểm số ESG (môi trường, xã hội, quản trị) và giá trị doanh nghiệp tại các doanh nghiệp niêm yết trên Sở Giao dịch chứng khoán TP. Hồ Chí Minh (HOSE). Mẫu nghiên cứu gồm 74 doanh nghiệp trong VN100 niêm yết trên Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh trong giai đoạn 2019 - 2024. Nghiên cứu sử dụng mô hình FGLS nhằm khắc phục hiện tượng phương sai sai số thay đổi và tự tương quan trong mô hình nghiên cứu, kết quả cho thấy, điểm số ESG tác động tích cực đến giá trị doanh nghiệp. Từ đó, nghiên cứu đề xuất một số kiến nghị nhằm tăng cường công bố thông tin ESG minh bạch tại các doanh nghiệp niêm yết trên sàn HOSE.

Từ khóa: ESG, giá trị doanh nghiệp, Tobin's Q, HOSE.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh hội nhập quốc tế và xu hướng phát triển bền vững ngày càng được đề cao, việc công bố thông tin về môi trường (E), xã hội (S) và quản trị (G) đang dần chuyển từ việc áp dụng tự nguyện sang tiêu chuẩn gần như bắt buộc đối với doanh nghiệp. Các tiêu chí phát triển bền vững không chỉ phản ánh trách nhiệm xã hội mà còn thể hiện định hướng chiến lược dài hạn của doanh nghiệp. Ngoài ra, mức độ công bố thông tin phát triển bền vững giúp doanh nghiệp thu hút vốn và duy trì niềm tin với các nhà đầu tư (Prabawati & Rahmawati, 2022). Trên cơ sở đó, điểm số ESG được xem là thước đo tổng hợp phản ánh mức độ cam kết phát triển bền vững và định hướng quản trị của doanh nghiệp. Các doanh nghiệp có mức độ thực thi ESG cao không chỉ thể hiện cam kết mạnh mẽ với phát triển bền vững, mà còn tạo ra giá trị bền vững cho doanh nghiệp. Từ đó, việc hiểu rõ tác động của điểm số ESG ngày càng thu hút sự quan tâm của các nhà nghiên cứu.

Tổng hợp các nghiên cứu trước đây cho thấy, mối quan hệ giữa điểm số ESG và giá trị doanh nghiệp vẫn chưa đạt được sự đồng thuận, mà tồn tại 2 luồng quan điểm đối lập rõ rệt. Nhóm nghiên cứu thực nghiệm về ESG tác động tích cực đến giá trị doanh nghiệp, khi việc thực thi ESG hiệu quả đóng

vai trò như một đòn bẩy chiến lược gia tăng giá trị doanh nghiệp (Seok và cộng sự, 2024; Rashwan, 2025). Trong khi, nhóm còn lại chỉ ra điểm số ESG tác động tiêu cực hoặc không có ý nghĩa thống kê, ESG có thể làm gia tăng chi phí tuân thủ, ảnh hưởng đến hiệu quả tài chính trong ngắn hạn (Truong Thi Hanh Dung và cộng sự, 2024; Yildiz và cộng sự, 2024), hoặc chưa mang lại hiệu quả rõ rệt do thiếu sự chuẩn hóa và minh bạch trong công bố thông tin (Atan, 2018).

Các nghiên cứu thực nghiệm về tác động ESG đến giá trị doanh nghiệp tại Việt Nam vẫn còn hạn chế và tập trung vào một vài nhóm ngành đặc thù (Hoàng Vũ Hiệp, 2025). Ngoài ra, nghiên cứu điểm số ESG tác động đến giá trị doanh nghiệp tập trung vào các nước phát triển, trong khi đó các thị trường mới nổi vẫn còn hạn chế. Các thị trường mới nổi như Việt Nam, ngày càng khẳng định sức hấp dẫn đối với nhà đầu tư, qua đó thu hút dòng vốn đầu tư và góp phần nâng cao uy tín doanh nghiệp. Vì vậy, nghiên cứu góp phần lấp đầy khoảng trống nghiên cứu bằng việc cung cấp bằng chứng thực nghiệm mối quan hệ giữa điểm số ESG và giá trị doanh nghiệp.

2. Cơ sở lý thuyết và tổng quan nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết

Nghiên cứu sử dụng các lý thuyết nền để giải thích mối quan hệ giữa ESG và giá trị doanh nghiệp.

Lý thuyết các bên liên quan (Freeman, 1984) cho thấy, doanh nghiệp không chỉ hướng đến mục tiêu tối đa hóa lợi ích cho cổ đông mà còn cần quan tâm đến lợi ích và kỳ vọng của tất cả các bên có liên quan của doanh nghiệp. Trong trường hợp phát sinh xung đột lợi ích giữa các bên liên quan, doanh nghiệp cần cân bằng giữa kỳ vọng của các bên liên quan nhằm duy trì sự ổn định và phát triển của công ty. Theo quan điểm của lý thuyết này, sự phát triển của doanh nghiệp phụ thuộc vào khả năng đáp ứng kỳ vọng của các bên liên quan gồm bên trong và bên ngoài doanh nghiệp, thay vì chỉ tập trung tối đa hóa lợi nhuận (Seok và cộng sự, 2024). Việc công bố ESG thể hiện tính cam kết rõ ràng về phát triển bền vững và đảm bảo quyền lợi cho các bên liên quan. Cam kết ESG không chỉ phản ánh trách nhiệm xã hội mà còn là động lực tạo ra giá trị bền vững cho doanh nghiệp và gia tăng lợi ích dài hạn cho cổ đông.

Lý thuyết đại diện (Meckling và Jensen, 1976): Tập trung vào mối quan hệ giữa bên ủy quyền (cổ đông) và bên được ủy quyền (nhà quản lý). Sự khác biệt giữa mục tiêu và lợi ích của nhà quản lý và cổ đông làm phát sinh xung đột lợi ích và chi phí đại diện. Trong bối cảnh thực thi ESG, lý thuyết đại diện cho thấy việc ESG giúp nâng cao tính minh bạch, giảm bất cân xứng thông tin và tăng cường hiệu quả giám sát, từ đó góp phần nâng cao giá trị doanh nghiệp (Giannopoulos và cộng sự, 2022; Negara và cộng sự, 2024). Theo Eccles và cộng sự (2014), các nhà đầu tư ngày càng quan tâm đến tính minh bạch và trách nhiệm của doanh nghiệp đối với các vấn đề ESG. Vì vậy, công bố thông tin ESG được xem là công cụ góp phần cân bằng lợi ích giữa cổ đông và nhà quản lý, đồng thời hỗ trợ cải thiện hiệu quả tài chính và giá trị doanh nghiệp trong dài hạn.

Lý thuyết tín hiệu (Spence, 1973): Trong bối cảnh thông tin bất cân xứng, các tín hiệu đóng vai trò quan trọng giúp nhà đầu tư đưa ra quyết định. Theo đó, trong điều kiện bất cân xứng thông tin, các doanh nghiệp có chất lượng cao sẽ chủ động phát tín hiệu đáng tin cậy, nhằm phân biệt mình với các doanh nghiệp khác trên thị trường. Việc minh bạch thông tin ESG được xem là một tín hiệu về chất lượng thông tin và cam kết phát triển bền vững của doanh nghiệp. Từ đó, nhà đầu tư giảm mức độ cảm nhận rủi ro, sẵn sàng chấp nhận chi phí vốn thấp hơn và gia tăng định giá doanh nghiệp (Giannopoulos và cộng sự, 2022). Đặc biệt tại các thị trường mới nổi như Việt Nam, ESG còn đóng vai trò quan trọng trong việc thu hút dòng vốn đầu tư nước ngoài và cải thiện giá trị thị trường (Hoàng Vũ Hiệp, 2025).

2.2. Tổng quan nghiên cứu

Mối quan hệ giữa ESG và giá trị doanh nghiệp đã thu hút sự quan tâm rộng rãi trong những năm gần đây, tuy nhiên các bằng chứng thực nghiệm vẫn chưa đạt được sự đồng thuận. Phần lớn các nghiên cứu ghi nhận tác động tích cực của ESG đến giá trị doanh nghiệp thông qua các cơ chế như giảm bất cân xứng thông tin,

nâng cao hiệu quả hoạt động và cải thiện khả năng tiếp cận nguồn vốn (Seok và cộng sự, 2024). Đồng ý với kết quả nghiên cứu trên, Ahmed và cộng sự (2025) nghiên cứu trên 1.444 công ty tại 27 quốc gia EU (giai đoạn 2013 - 2023) cho thấy, hiệu suất ESG càng cao thì giá trị doanh nghiệp càng lớn. Nghiên cứu của Seok và cộng sự (2024) sử dụng mẫu nghiên cứu tại Hoa Kỳ chỉ ra ESG không chỉ tác động trực tiếp tạo ra giá trị doanh nghiệp mà còn tạo giá trị phi tài chính. Ở một khía cạnh khác, Zhou và cộng sự (2022) cho thấy, việc thực thi ESG giúp doanh nghiệp tối ưu hóa quản lý và sử dụng tài sản, cải thiện vòng quay tài sản và qua đó nâng cao giá trị thị trường. Bên cạnh đó, nghiên cứu của Hoàng Vũ Hiệp (2025) tại Việt Nam đã cung cấp bằng chứng thực nghiệm quan trọng về vai trò tích cực của ESG đối với giá trị doanh nghiệp.

Một số nghiên cứu chỉ ra, ESG tác động tiêu cực đến giá trị doanh nghiệp do chi phí tuân thủ và đầu tư gia tăng, từ đó làm suy giảm dòng tiền và hiệu quả hoạt động, đặc biệt trong bối cảnh thể chế chưa hoàn thiện (Truong Thi Hanh Dung và cộng sự, 2024; Prabawati & Rahmawati, 2022). Ngoài ra, mức độ công bố thông tin ESG trong một số trường hợp có thể bị nhà đầu tư xem như hành vi công bố thông tin mang tính hình thức hoặc thiếu minh bạch, qua đó làm suy giảm niềm tin thị trường và giá trị doanh nghiệp (Sadiq và cộng sự, 2020). Trong bối cảnh khu vực ASEAN, Prabawati và Rahmawati (2022) đã cung cấp bằng chứng thực nghiệm cho thấy mối quan hệ nghịch chiều giữa ESG và giá trị doanh nghiệp. Kết quả này tương đồng với nghiên cứu tại khu vực Đông Nam Á của Truong Thi Hanh Dung và cộng sự (2024). ESG tác động tiêu cực đến giá trị doanh nghiệp còn được ghi nhận trong một số ngành đặc thù như ngành hàng không (Yildiz và cộng sự, 2024). Trong khi đó, một số nghiên cứu khác lại không tìm thấy mối quan hệ có ý nghĩa thống kê giữa ESG và giá trị doanh nghiệp, phản ánh mức độ quan tâm hạn chế của nhà đầu tư cũng như sự chưa hoàn thiện của cơ chế định giá tại các thị trường này (Atan và cộng sự, 2018).

Tổng hợp các nghiên cứu trong và ngoài nước cho thấy, mối quan hệ giữa ESG và giá trị doanh nghiệp mang tính đa chiều và phụ thuộc vào bối cảnh nghiên cứu. Sự khác biệt phần lớn được lý giải bởi phạm vi nghiên cứu và bối cảnh nghiên cứu. Chẳng hạn, theo Ahmed và cộng sự (2025) cho thấy, ESG tác động tích cực đến giá trị doanh nghiệp nếu thực hiện nghiên cứu ở khu vực các nước thuộc EU; nhưng khi phạm vi nghiên cứu ở các nước thuộc ASEAN cho kết quả ngược chiều (Prabawati và cộng sự, 2022). Các nghiên cứu tại thị trường mới nổi cho thấy, sự phân hóa đáng kể về kết quả nghiên cứu. Do đó, vẫn tồn tại một số khoảng trống nghiên cứu quan trọng cần được tiếp tục làm rõ, đặc biệt trong bối cảnh tại Việt Nam - một trong những thị trường mới nổi.

2.3. Giả thuyết nghiên cứu

Nghiên cứu dựa trên một số lý thuyết nền tảng để giải thích mối quan hệ giữa điểm số ESG và giá trị doanh nghiệp, cụ thể lý thuyết các bên liên quan, lý thuyết đại diện, lý thuyết tín hiệu. Dựa vào lý thuyết các bên liên quan, ESG giúp doanh nghiệp đáp ứng kỳ vọng và hài hòa xung đột lợi ích giữa các bên liên quan. Sự minh bạch trong báo cáo phát triển bền vững như một cơ chế quản trị giúp tăng cường giám sát, giảm thiểu bất cân xứng thông tin giữa nhà quản lý và cổ đông (Li và cộng sự, 2024). Vì vậy, nhà đầu tư có xu hướng chú trọng vào những doanh nghiệp có báo cáo ESG minh bạch và đáng tin cậy. Qua đó cho thấy, điểm số ESG cao sẽ giúp nâng cao giá trị bền vững của doanh nghiệp thông qua việc thu hút nhà các nhà đầu tư trong và ngoài nước. Điều này nhất quán với các bằng chứng thực nghiệm của Seok và cộng sự (2024), Rashwan và cộng sự (2025), Duan và cộng sự (2023), Zhou và cộng sự (2022), Li và cộng sự (2024) đều ủng hộ mối quan hệ tích cực giữa điểm số ESG và giá trị doanh nghiệp.

Giả thuyết H1: *Điểm số ESG có tác động tích cực đến giá trị doanh nghiệp.*

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Mẫu nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện trong giai đoạn 2019-2024 với mẫu ban đầu gồm 100 công ty niêm yết thuộc rổ chỉ số VN100 trên Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh. Sau quá trình sàng lọc nhằm đảm bảo tính đồng nhất và độ tin cậy của dữ liệu, 26

doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực tài chính, ngân hàng và bảo hiểm được loại khỏi mẫu nghiên cứu. Do đó, mẫu nghiên cứu chính thức còn lại 74 công ty với tổng cộng 444 quan sát và dữ liệu nghiên cứu được thu thập từ nền tảng FiinPro-X.

3.2. Mô hình nghiên cứu

Từ cơ sở lý thuyết và tổng quan nghiên cứu, nghiên cứu đề xuất mô hình nghiên cứu như sau:

$$TOBINQit = \beta0 + \beta1ESGit + \beta2ROAit + \beta3SIZEit + \beta4LEVit + \beta5GROWTHit + uit$$

Trong đó:

Biến phụ thuộc - giá trị doanh nghiệp, được đo lường bằng hệ số Tobin's Q nhằm phản ánh đánh giá của thị trường về hiệu quả hoạt động và tiềm năng tăng trưởng.

Biến độc lập - điểm số ESG được đo lường bằng mã hóa nhị phân dựa trên 131 chỉ tiêu thuộc bộ tiêu chuẩn GRI theo 3 trụ cột E,S,G, trong đó mỗi tiêu chí nhận giá trị 1 nếu doanh nghiệp có công bố thông tin và 0 nếu ngược lại. Điểm số ESG tổng thể được tính bằng tỷ lệ số chỉ tiêu công bố trên tổng 131 chỉ tiêu. (Haniffa & Cooke, 2002) (Bảng 1)

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Thống kê mô tả

Bảng 2 đưa ra số liệu thống kê mô tả về tất cả biến trong mô hình nghiên cứu. TOBIN'S Q có giá trị trung bình đạt 1,427, với độ lệch chuẩn 0,720 và giá trị nhỏ nhất là 0,495. Đối với biến độc lập ESG có giá trị trung bình đạt 0,464, độ lệch chuẩn 0,233 với dao động nhỏ nhất là 0,127 và dao động lớn nhất là 1,000. Ngoài ra, các biến kiểm soát ROA, SIZE, LEV, GROWTH có độ lệch chuẩn tương đối lớn.

4.2. Ma trận hệ số tương quan và kiểm định đa cộng tuyến

Kết quả ma trận tương quan cho thấy, hệ số tương quan giữa các biến trong mô hình đều thấp hơn 0,8. Do đó, các biến được sử dụng trong nghiên cứu này không xảy ra hiện tượng cộng đa tuyến vì chỉ số cao nhất của ma trận tương quan là 0,5338 giữa TOBIN'S Q và ROA. Hệ số VIF < 5 cho thấy không có hiện tượng cộng đa tuyến, đảm bảo độ tin cậy của dữ liệu.

4.3. Kiểm định lựa chọn mô hình hồi quy phù hợp

Để lựa chọn mô hình hồi quy phù hợp, nghiên cứu

Bảng 1. Đo lường các biến trong mô hình

Nội dung	Ký hiệu biến	Đo lường
Biến phụ thuộc		
Giá trị doanh nghiệp	TOBIN'S Q	$TOBIN'S\ Q = \frac{\text{Giá thị trường vốn + Giá trị sổ sách của nợ}}{\text{Tổng tài sản}}$
Biến độc lập		
Điểm ESG	ESG	$ESG = \sum_{j=1}^{n} = \frac{rj}{n}$ *(Trong đó: rj là điểm của tiêu chí j; n là tổng số tiêu chí)*
Biến kiểm soát		
Tỷ suất sinh lợi trên tổng tài sản	ROA	$ROA = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Tổng tài sản}}$
Quy mô doanh nghiệp	SIZE	$SIZE = ln(\text{Tổng tài sản})$
Đòn bẩy tài chính	LEV	$LEV = \frac{\text{Nợ phải trả}}{\text{Tổng nguồn vốn}}$
Tăng trưởng doanh thu	GROWTH	$GROWTH = \frac{\text{Doanh thu năm (t) - Doanh thu năm (t-1)}}{\text{Doanh thu năm (t-1)}}$

Bảng 2. Kết quả thống kê mô tả

Biến	Số quan sát	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất
TOBIN'S Q	444	1,427108	0,720118	0,494620	4,436007
ESG	444	0,464152	0,233417	0,127681	1,000000
ROA	444	0,069161	0,071411	-0,090071	0,467896
SIZE	444	30,435460	1,237596	27,197680	34,360370
LEV	444	0,503118	0,188404	0,064315	0,877229
GROWTH	444	0,347143	2,168878	-0,997472	33,916770

Nguồn: Số liệu tác giả xử lý bằng Stata

lần lượt thực hiện kiểm định F và kiểm định Hausman. Kết quả kiểm định F từ mô hình FEM đạt giá trị 10,76 (Prob > F = 0,0000), bác bỏ giả thuyết H_0 ở mức ý nghĩa 5%, do đó mô hình FEM phù hợp hơn Pooled OLS. Tiếp theo, kiểm định Hausman được thực hiện để lựa chọn giữa FEM và REM. Kết quả cho thấy Prob > chi2 = 0,0000, do đó FEM được lựa chọn là mô hình tối ưu.

4.4. Kết quả hồi quy mô hình hồi quy - FGLS

Nghiên cứu sử dụng phương pháp ước lượng FGLS nhằm xử lý triệt để khuyết tật phương sai thay đổi và tự tương quan, đảm bảo độ tin cậy cho mô hình. Kết quả tại Bảng 3 cho thấy, biến ESG tác động tích cực đến giá trị doanh nghiệp (Tobin's Q) với hệ số 1,009 (p < 0,01). Phát hiện này ủng hộ giả thuyết nghiên cứu, đồng thuận với kết quả nghiên cứu của Rashwan và cộng sự (2025), Duan và cộng sự (2023) và Hoàng Vũ Hiệp (2025). Qua đó, ủng hộ giả thuyết nghiên cứu và làm rõ vai trò việc minh bạch thông tin ESG góp phần nâng cao giá trị doanh nghiệp thông qua cải thiện uy tín, củng cố niềm tin nhà đầu tư. Đối với biến kiểm soát bao gồm hiệu quả hoạt động (ROA), quy mô doanh nghiệp (SIZE), đòn bẩy tài chính (LEV) và tốc độ tăng trưởng (GROWTH) đều tác động tích cực và có ý nghĩa thống kê ở mức 1% (p < 0,01). (Bảng 3)

Bảng 3. Kết quả ước lượng mô hình FGLS

Biến độc lập	FGLS
ESG	1,087515***(0,000)
ROA	2,425050***(0,000)
SIZE	0,049382***(0,001)
LEV	0,921996***(0,000)
GROWTH	0,049497***(0,000)
Hằng số	-1,374245***(0,001)
Số quan sát	444
Thống kê F	336,19***
Prob	0,0000

, ** và * lần lượt thể hiện mức ý nghĩa thống kê 10%, 5% và 1%*

Nguồn: Số liệu tác giả xử lý bằng Stata

5. Kết luận và hàm ý

Nghiên cứu đã ước lượng các mô hình bằng OLS, FEM, REM và bình phương tối thiểu tổng quát khả thi - FGLS nhằm khắc phục khuyết tật của mô hình, cung cấp bằng chứng thực nghiệm tại các công ty niêm yết trên sàn HOSE giai đoạn 2019-2024. Kết quả nghiên cứu cho thấy, điểm số ESG tác động tích cực đến giá trị doanh nghiệp, từ đó ủng hộ giả thuyết H1, đồng thời phù hợp với lý thuyết các bên liên quan, lý thuyết đại diện và lý thuyết tín hiệu. Bên cạnh đó, khả năng sinh lời trên tài sản (ROA), quy mô doanh nghiệp (SIZE), đòn bẩy tài chính (LEV) và tốc độ tăng trưởng (GROWTH) góp phần nâng cao đáng kể giá trị thị trường của doanh nghiệp. Kết quả cho thấy, đòn bẩy tài chính tác động cùng chiều đến giá trị doanh nghiệp, điều này được lý giải phù hợp trong bối cảnh các doanh nghiệp thuộc rổ VN100 - nhóm doanh nghiệp có vốn hóa lớn và uy tín tín dụng cao tại Việt Nam. Đối với

nhóm này, khả năng tiếp cận vốn vay với chi phí thấp tạo ra chênh lệch giữa tỷ suất sinh lời tài sản và lãi suất vay, từ đó làm gia tăng lợi nhuận cho cổ đông và cải thiện giá trị doanh nghiệp.

Kết quả nghiên cứu cung cấp hàm ý thực tiễn nhằm nâng cao giá trị doanh nghiệp trong bối cảnh hội nhập hiện nay. Đối với doanh nghiệp, cần chú trọng nâng cao chất lượng báo cáo phát triển bền vững theo hướng minh bạch, đầy đủ, từ đó nâng cao giá trị của doanh nghiệp. Việc áp dụng ESG vào cốt lõi vận hành doanh nghiệp và minh bạch hóa báo cáo góp phần phát đi tín hiệu an toàn, củng cố uy tín thương hiệu và thu hút hiệu quả các dòng vốn đầu tư dài hạn. Song song đó, về phía cơ quan Nhà nước, việc xây dựng và cải thiện khung pháp chế là yếu tố then chốt giúp doanh nghiệp thực thi một cách minh bạch và ổn định, qua đó thúc đẩy việc áp dụng ESG hiệu quả. Đối với nhà đầu tư, kết quả cho thấy các chỉ số tài chính truyền thống không còn là thước đo duy nhất, nhà đầu tư cần xem xét báo cáo phát triển bền vững như một yếu tố quan trọng trong quá trình ra quyết định đầu tư ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Abdi, Y., Li, X., & Càmara-Turull, X. (2022). Exploring the impact of sustainability (ESG) disclosure on firm value and financial performance (FP) in airline industry: the moderating role of size and age. Environment, Development and Sustainability, 24(4), 5052-5079.

Atan, R., Alam, M. M., Said, J., & Zamri, M. (2018). The impacts of environmental, social, and governance factors on firm performance: Panel study of Malaysian companies. Management of Environmental Quality: An International Journal, 29(2), 182-194.

Ahmed, O., & Abu Khalaf, B. The impact of ESG on firm value: the moderating role of cash holdings. Heliyon. 2025: e41868.

Duan, Y., Yang, F., & Xiong, L. (2023). Environmental, social, and governance (ESG) performance and firm value: Evidence from Chinese manufacturing firms. Sustainability, 15(17), 12858.

Eccles, R. G., Ioannou, I., & Serafeim, G. (2014). The impact of corporate sustainability on organizational processes and performance. Management science, 60(11), 2835-2857.

Freeman, R.E. (1984) Strategic Management: A Stakeholder Approach. Pitman.

Giannopoulos, G., Kihle Fagernes, R. V., Elmarzouky, M., & Afzal Hossain, K. A. B. M. (2022). The ESG disclosure and the financial performance of Norwegian listed firms. Journal of Risk and Financial Management, 15(6), 237.

Haniffa, R. M., & Cooke, T. E. (2002). Culture, corporate governance and disclosure in Malaysian corporations. Abacus, 38(3), 317-349.

Hoàng Vũ Hiệp. (2025). ESG và giá trị doanh nghiệp: Vai trò điều tiết của sở hữu nước ngoài và thể chế ngành. Tạp chí Kinh tế và Phát triển, 340, 13-23.

Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. Journal of Financial Economics, 3(4), 305–360.

Li, L., Saat, M. M., & Jiayi, W. (2024). The effect of ESG disclosure on firm value: An empirical evidence from Chinese listed companies. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 14(1), 1091-1101.

Negara, N. G. P., Ishak, G., & Priambodo, R. E. A. (2024). Impact of ESG disclosure score on firm value: Empirical evidence from ESG listed company in Indonesia Stock Exchange. European Journal of Business and Management Research, 9(2), 114-118.

Prabawati, P. I., & Rahmawati, I. P. (2022). The effects of Environmental, Social, and Governance (ESG) scores on firm values in ASEAN member countries. Jurnal Akuntansi Dan Auditing Indonesia, 119-129.

Rashwan, M., Farouk, N., & Pasha, R. (2025). Can ESG Strategies Drive Firm Value Growth in the MENA Region?. Sustainability, 17(17), 7894.

Sadiq, M., Singh, J., Raza, M., & Mohamad, S. (2020). The impact of environmental, social and governance index on firm value: Evidence from Malaysia. International Journal of Energy Economics and Policy, 10(5), 555-562.

Seok, J., Kim, Y., & Oh, Y. K. (2024). How ESG shapes firm value: The mediating role of customer satisfaction. Technological Forecasting and Social Change, 208, 123714.

Spence, M. (1973). Job Market Signaling. The Quarterly Journal of Economics, 87(3), 355–374.

Truong, T. H. D., Le, N. D. K., & Huynh, T. N. T. (2024). Impacts of environmental, social, and governance (ESG) performance on firm value, profitability and cash flows: Evidence in Southeast Asia. Journal of Finance & Accounting research, 26(1), 1-14.

Yildiz, F., Dayi, F., Yucel, M., & Cilesiz, A. (2024). The impact of ESG criteria on firm value: A strategic analysis of the airline industry. Sustainability, 16(19), 8300.

Zhou, G., Liu, L., & Luo, S. (2022). Sustainable development, ESG performance and company market value: Mediating effect of financial performance. Business strategy and the environment, 31(7), 3371-3387.

Ngày nhận bài: 18/3/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 30/3/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 15/4/2026

THE IMPACT OF ESG SCORES ON ENTERPRISE VALUE IN COMPANIES LISTED ON THE HO CHI MINH CITY STOCK EXCHANGE

● **LE THI NGAN TRANH**[1]
● **LE TRUONG MINH NGUYET**[1]
● **NGUYEN GIA HAN**[1]
● **DANG THI DIEM QUYNH**[1]
[1]Institute of Finance and Accounting,
Ho Chi Minh City University of Industry
*Corresponding author: lethingantranh@iuh.edu.vn

ABSTRACT:

This study examines the relationship between ESG scores (Environmental, Social, and Governance) and firm value among companies listed on the Ho Chi Minh Stock Exchange (HOSE). The research sample comprises 74 companies in the VN100 index listed on HOSE over the period 2019–2024. The study employs the Feasible Generalized Least Squares (FGLS) model to correct for heteroscedasticity and autocorrelation in the research model. The empirical results indicate that ESG scores have a statistically significant positive effect on firm value. Based on these findings, the study proposes a number of policy recommendations aimed at enhancing the transparency of ESG disclosures among companies listed on HOSE.

Key words: ESG, firm value, Tobin's Q, HOSE.

MỐI QUAN HỆ TỰ DO HÓA GIAO DỊCH VỐN VỚI TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ VIỆT NAM

● **ĐOÀN VĂN THÀNH**
Trường Đại học Nguyễn Tất Thành

TÓM TẮT:

Bài viết nhằm nghiên cứu mối quan hệ giữa tự do hóa giao dịch vốn với tăng trưởng kinh tế Việt Nam giai đoạn 2006 - 2019. Tác giả đã hệ thống hóa lý luận về các dòng vốn FDI, FPI, ODA và phân tích tác động đến các biến số vĩ mô như tỷ giá, lãi suất và lạm phát. Điểm mới của bài viết là việc kết hợp phương pháp định tính và định lượng để chứng minh tầm quan trọng của việc tự do hóa có lộ trình, ưu tiên vốn dài hạn (FDI) trước vốn ngắn hạn (FPI). Đề xuất các nhóm giải pháp về kiểm soát dòng vốn và hoàn thiện thể chế tài chính nhằm tối ưu hóa nguồn lực ngoại cho tăng trưởng bền vững.

Từ khóa: tự do hóa giao dịch vốn, tăng trưởng kinh tế, đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI), đầu tư gián tiếp nước ngoài (FPI), chính sách tiền tệ.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng, tự do hóa giao dịch vốn đã trở thành xu thế tất yếu, mang lại những nguồn lực tài chính quan trọng cho các quốc gia đang phát triển như Việt Nam. Về mặt lý luận, việc mở cửa dòng vốn giúp bổ sung vốn đầu tư, chuyển giao công nghệ hiện đại và nâng cao năng lực quản lý. Tuy nhiên, về mặt thực tiễn, quá trình này cũng tiềm ẩn nhiều rủi ro như áp lực lạm phát, biến động tỷ giá và nguy cơ khủng hoảng khi dòng vốn đảo chiều đột ngột.

Việc nhận diện đúng bản chất, tác động tích cực và tiêu cực của từng dòng vốn (FDI, FPI, ODA) là cơ sở cốt lõi để xây dựng một lộ trình mở cửa tài khoản vốn an toàn. Nghiên cứu giúp đưa ra các giải pháp chính sách phù hợp nhằm tối đa hóa lợi ích dòng vốn ngoại, đồng thời bảo vệ sự ổn định kinh tế - tài chính quốc gia.

Tác giả phân tích thực trạng luân chuyển dòng vốn tại Việt Nam giai đoạn 2006 - 2019. Năm 2006 - 2007 đánh dấu bước ngoặt mở cửa sâu rộng của nền kinh tế, khiến các giao dịch vốn quốc tế bắt đầu luân chuyển với cường độ và quy mô lớn. Năm 2019 là thời điểm phản ánh trọn vẹn chu kỳ phát triển kinh tế ổn định của Việt Nam trong điều kiện bình thường trước khi đại dịch Covid-19 bùng phát toàn cầu (vào năm 2020). Việc giới hạn đến năm 2019 giúp mô hình định lượng và các phân tích thực trạng không bị nhiễu bởi thiên tai dịch bệnh mang tính bất thường, đảm bảo tính chính xác và khách quan cho các dự báo tương lai.

2. Phương pháp nghiên cứu

Tác giả kết hợp cả phương pháp định tính và định lượng. Trong đó:

Phương pháp định tính: Sử dụng các kỹ thuật thống kê, mô tả, hệ thống hóa tài liệu và so sánh

tương quan để phân tích thực trạng các dòng vốn tại Việt Nam và rút ra bài học từ kinh nghiệm quốc tế (Thái Lan, Trung Quốc).

Phương pháp định lượng:

- Mô hình: Sử dụng mô hình hồi quy bình phương tối thiểu thông thường (OLS) để lượng hóa tác động của tự do hóa giao dịch vốn đến tăng trưởng kinh tế Việt Nam. Việc đưa thêm biến độ mở kinh tế (OPEN) giúp kiểm soát tác động lan tỏa từ hoạt động tự do hóa thương mại quốc tế, đảm bảo kết quả ước lượng của biến vốn FDI không bị thiên lệch .

- Phương trình hồi quy tổng quát:

$$REAL\text{-}GDP_t = \alpha + \beta_1 FDI_t + \beta_2 OPEN_t + \beta_3 GE_t + u_t$$

Trong đó:

+ Biến phụ thuộc - REAL-GDPt là tốc độ tăng trưởng kinh tế (hoặc tỷ lệ tăng trưởng GDP thực tế) của Việt Nam tại năm t;

+ Các biến độc lập (Biến giải thích): FDI_t là dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài giải ngân từ các nhà đầu tư quốc tế tại năm t, đây là biến cốt lõi đại diện cho tiến trình tự do hóa dòng vốn dài hạn. $OPEN_t$ là mức độ mở cửa của nền kinh tế (độ mở thương mại) tại năm t, biến này đóng vai trò là biến đại diện cho chính sách ngoại thương, được tính bằng công thức: {Tổng kim ngạch Xuất khẩu + Nhập khẩu}: GDP. GEt là chi tiêu thực tế của Chính phủ tại năm t, đại diện cho tác động từ chính sách tài khóa.

+ Thành phần khác: α là hằng số tự do (Intercept); β_1, β_2, β_3 là các hệ số hồi quy (hệ số co giãn) thể hiện mức độ và chiều hướng tác động của từng biến độc lập lên GDP; u_t là sai số ngẫu nhiên (Độ nhiễu) của mô hình tại năm t.

Cách thức thu thập dữ liệu: Dữ liệu thứ cấp được thu thập từ các nguồn uy tín như: Niên giám thống kê; Tổng cục Thống kê; Ngân hàng Nhà nước Việt Nam; Bộ Tài chính; IMF và World Bank trong giai đoạn 2006 - 2019.

3. Giả thuyết nghiên cứu

Dựa trên cấu trúc mô hình hồi quy OLS đã thiết lập, các giả thuyết nghiên cứu được xây dựng xoay quanh chiều hướng tác động kỳ vọng của các hệ số β. Các giả thuyết nghiên cứu cụ thể gắn liền với từng biến số trong mô hình như sau:

Giả thuyết nghiên cứu chính (H_1): Tác động của dòng vốn FDI

Tự do hóa giao dịch vốn thông qua việc thu hút và giải ngân dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) có tác động tích cực và thuận chiều đến tốc độ tăng trưởng kinh tế (REAL-GDP) của Việt Nam. Giả thuyết này kì vọng hệ số hồi quy $\beta 1 > 0$ và có ý nghĩa thống kê (p-value < 0.05). Điều này minh chứng rằng khi dòng vốn FDI giải ngân tăng, nền kinh tế sẽ tiếp nhận thêm nguồn vốn, công nghệ và kỹ năng quản lý, từ đó thúc đẩy tăng trưởng GDP thực tế.

Giả thuyết nghiên cứu bổ trợ (H_2): Tác động của độ mở nền kinh tế.

Mức độ mở cửa của nền kinh tế (OPEN) có mối tương quan thuận với tốc độ tăng trưởng kinh tế, đóng vai trò là bệ đỡ giúp tối ưu hóa lợi ích từ dòng vốn ngoại. Giả thuyết này kỳ vọng hệ số hồi quy $\beta 2 > 0$. Khi tổng kim ngạch xuất nhập khẩu thương mại tăng lên so với quy mô GDP, quốc gia có nhiều cơ hội hội nhập và hấp thụ hiệu quả các nguồn lực đầu tư quốc tế từ quá trình tự do hóa vốn.

Giả thuyết nghiên cứu bổ trợ (H_3): Tác động của chi tiêu Chính phủ.

Chi tiêu của Chính phủ (GE) đóng vai trò là công cụ chính sách tài khóa kích cầu và hỗ trợ cơ sở hạ tầng, tạo tác động thuận chiều đến tăng trưởng kinh tế trong nước. Giả thuyết này kì vọng hệ số hồi quy $\beta 3 > 0$. Việc đầu tư công và chi tiêu chính phủ hợp lý sẽ hoàn thiện hệ thống hạ tầng kỹ thuật, làm tăng năng lực cạnh tranh và thu hút thêm các dòng vốn quốc tế, góp phần tăng trưởng GDP.

Nói chung, việc sử dụng mô hình định lượng là kiểm định xem các hệ số β_1, β_2, β_3 thực tế thu được từ dữ liệu giai đoạn 2006 -2019 có mang dấu dương (+) đúng như các giả thuyết H_1, H_2, H_3 đã đặt ra hay không.

4. Kết quả nghiên cứu

Kết quả nghiên cứu chỉ ra, về mặt định lượng, mô hình hồi quy xác nhận vốn FDI giải ngân và độ mở nền kinh tế có mối tương quan thuận với tăng trưởng GDP. Khi dòng vốn FDI tăng, các nguồn lực về công

nghệ và kỹ năng quản trị được chuyển giao, giúp nâng cao năng suất lao động xã hội. Dòng vốn FDI mang tính ổn định cao, thì dòng vốn FPI lại tiềm ẩn rủi ro đảo chiều đột ngột, gây áp lực lên tỷ giá và dự trữ ngoại hối. Việt Nam linh hoạt trong việc lựa chọn giữa ổn định tỷ giá và độc lập chính sách tiền tệ khi mở cửa tài khoản vốn.

4.1. Kết quả ước lượng mô hình hồi quy OLS

Ý nghĩa của hệ số hồi quy và kiểm định t (p-value):

- Biến FDI ($\beta_1 = 0.3854$, $p = 0.0018$): Vì p-value = $0.0018 < 0.01$, biến FDI có ý nghĩa thống kê ở mức tin cậy 99%. Hệ số $\beta_1 = 0.3854$ mang dấu dương, cho biết khi tỷ lệ vốn FDI giải ngân tăng thêm 1%, tốc độ tăng trưởng GDP thực tế sẽ tăng trung bình 0.3854% trong điều kiện các yếu tố khác không đổi. Giả thuyết H_1 được chấp nhận.

Bảng 1. Kết quả hồi quy tác động của tự do hóa vốn đến tăng trưởng kinh tế (2006 - 2019)

Biến độc lập	Hệ số hồi quy (β)	Sai số chuẩn (Std. Err.)	Giá trị (t-statistic)	Xác suất (p-value)
C (Hằng số)	1.2453	0.4125	3.0189	0.0129
FDI	0.3854	0.0912	4.2258	0.0018
OPEN	0.0412	0.0128	3.2187	0.0092
GE	0.1842	0.0631	2.9191	0.0153
Hệ số xác định R^2: 0.8142; Hệ số xác định R^2 hiệu chỉnh: 0.7585; Thống kê F (F-statistic): 14.6125; Prob (F-statistic): 0.0003.				

Nguồn: Tính toán của tác giả bằng phần mềm EViews/Stata từ dữ liệu Tổng cục Thống kê và IMF

Phân tích kết quả các chỉ số kinh tế lượng cơ bản: Bảng 1 cho thấy giá trị R^2 hiệu chỉnh = 0.7585 chỉ ra rằng 75,85% sự biến động của tốc độ tăng trưởng kinh tế thực tế (REAL-GDP) của Việt Nam trong giai đoạn 2006 - 2019 được giải thích bởi 3 biến độc lập trong mô hình bao gồm: Dòng vốn FDI giải ngân, Độ mở nền kinh tế (OPEN) và Chi tiêu chính phủ (GE). Còn lại 24,15% sự biến động được giải thích bởi các yếu tố ngoài mô hình (sai số ngẫu nhiên). Mức giải thích này đạt yêu cầu cao đối với một mô hình kinh tế vĩ mô.

Kiểm định mức độ phù hợp tổng thể (Prob/F-statistic): Bảng 1 cũng cho thấy, giá trị cụ thể: F-statistic = 14.6125; Prob(F-statistic) = 0.0003. Vì Prob(F-statistic) = 0.0003 < 0.01 (nhỏ hơn mức ý nghĩa 1%), chúng ta có đủ cơ sở để bác bỏ giả thuyết H0 (cho rằng tất cả các hệ số $\beta = 0$). Điều này khẳng định mô hình hồi quy đạt độ phù hợp cực kỳ cao về mặt tổng thể, mối quan hệ tuyến tính giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc được thiết lập là có ý nghĩa thực tế.

- Biến OPEN ($\beta_2 = 0.0412$, $p = 0.0092$): Hệ số mang dấu dương và có ý nghĩa thống kê ở mức 1% ($p < 0.01$). Khi độ mở kinh tế tăng 1%, tăng trưởng GDP tăng tương ứng 0.0412%. Giả thuyết H_2 được chấp nhận.

- Biến GE ($\beta_3 = 0.1842$, $p = 0.0153$): Biến có ý nghĩa thống kê ở mức 5% ($p < 0.05$). Khi chi tiêu chính phủ tăng 1%, tăng trưởng GDP thực tế tăng 0.1842%. Giả thuyết H_3 được chấp nhận.

4.2. Phân tích kết quả các kiểm định khuyết tật mô hình

Kiểm định đa cộng tuyến (Multicollinearity): Tác giả sử dụng hệ số phóng đại phương sai (VIF - Variance Inflation Factor) để đo lường mức độ đa cộng tuyến giữa các biến độc lập.

Kết quả tính toán cho thấy, hệ số VIF của tất cả các biến độc lập đều dao động từ 1.56 đến 2.15, nhỏ hơn rất nhiều so với ngưỡng giới hạn tiêu chuẩn là 5.0 (hoặc 10.0). Do đó, mô hình hoàn toàn không vi phạm khuyết tật đa cộng tuyến, các biến độc lập không có sự phụ thuộc tuyến tính lẫn nhau làm sai lệch kết quả hồi quy.

Bảng 2. Kết quả kiểm định hệ số VIF

Biến độc lập	Hệ số VIF	Kết luận
FDI	1.84	Không có đa cộng tuyến nghiêm trọng
OPEN	2.15	Không có đa cộng tuyến nghiêm trọng
GE	1.56	Không có đa cộng tuyến nghiêm trọng

Kiểm định tự tương quan (Autocorrelation): Tác giả sử dụng kiểm định Breusch-Godfrey LM (Lagrange Multiplier) để phát hiện hiện tượng tự tương quan của sai số. Kết quả cho thấy thống kê Chi-Square của kiểm định LM có xác suất Prob.Chi-Square(2) = 0.3245. Vì giá trị p-value = 0.3245 > 0.05, nghiên cứu chưa có đủ bằng chứng để bác bỏ giả thuyết H0 (Không có hiện tượng tự tương quan bậc 1 hoặc bậc 2 giữa các sai số). Do đó, mô hình đảm bảo được tính độc lập của các sai số qua thời gian, kết quả ước lượng không bị dịch chuyển phóng đại.

Kiểm định phương sai sai số thay đổi (Heteroskedasticity): Tác giả sử dụng kiểm định White (White Test) hoặc kiểm định Breusch-Pagan-Godfrey để xác định xem phương sai của sai số có đồng đều hay không. Kết quả thống kê Obs*R-squared có xác suất Prob.Chi-Square(3) = 0.4128. Do giá trị p-value = 0.4128 > 0.05, nghiên cứu chấp nhận giả thuyết H0 (Phương sai sai số đồng đều/không đổi). Kết luận này khẳng định mô hình không vi phạm khuyết tật phương sai sai số thay đổi. Các ước lượng thu được bằng phương pháp OLS vẫn giữ nguyên đặc tính là ước lượng tuyến tính không chệch tốt nhất (BLUE).

4.3. Đánh giá độ tin cậy tổng thể của mô hình

Hệ số xác định (R^2 và $\bar{R}^2$ hiệu chỉnh): Đạt giá trị cao (thường > 0.70), cho thấy các biến độc lập (FDI, OPEN, GE) giải thích được phần lớn sự biến động của tốc độ tăng trưởng REAL-GDP.

Kiểm định F (F-statistic): Có giá trị p-value của kiểm định F vô cùng nhỏ (p < 0.01), khẳng định mô hình hồi quy xây dựng là phù hợp về mặt tổng thể và các biến không bị hiện tượng đa cộng tuyến nghiêm trọng.

5. Kết luận và kiến nghị

Tiến trình tự do hóa giao dịch vốn là xu thế tất yếu, mang lại nguồn lực tài chính, công nghệ và quản trị quan trọng, thúc đẩy trực tiếp tăng trưởng GDP thực tế của Việt Nam giai đoạn 2006 - 2019. Sự bất ổn, dễ đảo chiều của dòng vốn FPI và áp lực nợ công từ ODA đặt ra những thách thức lớn cho sự ổn định vĩ mô, kiểm soát lạm phát và điều hành tỷ giá. Việt Nam đã đạt nhiều thành tựu luân chuyển vốn nhưng vẫn cần hoàn thiện thể chế và nâng cao năng lực hấp thụ nguồn lực ngoại để hướng tới tăng trưởng bền vững.

Tác giả đề xuất một số khuyến nghị chính sách cụ thể hóa thành các hành động:

Một là, Việt Nam cần ban hành bộ quy chuẩn bắt buộc về tỷ lệ nội địa hóa (tối thiểu 35 - 40% sau 3 năm hoạt động) và tỷ lệ chuyển giao công nghệ. Ưu tiên cấp phép cho các tập đoàn đa quốc gia đầu tư vào công nghiệp bán dẫn, năng lượng tái tạo và AI.

Hai là, ngăn ngừa dòng vốn nóng đảo chiều đột ngột gây sụt giảm thị trường chứng khoán, Ngân hàng Nhà nước (NHNN) cần phối hợp Ủy ban Chứng khoán Nhà nước áp dụng Thuế phí hành chính đánh vào các giao dịch rút vốn ngắn hạn dưới 6 tháng. Đồng thời, quy định tỷ lệ sở hữu nước ngoài (Room ngoại) linh hoạt theo từng nhóm ngành nhạy cảm (tài chính, ngân hàng) tối đa là 30-49%.

Ba là, NHNN cần điều hành tỷ giá trung tâm linh hoạt hàng ngày với biên độ +/-5%. Việc này giúp giảm cú sốc đầu cơ tiền tệ khi dòng vốn ngoại luân chuyển tự do.

Bốn là, chuyển dịch dòng vốn đầu tư công từ các dự án dàn trải sang tập trung 100% vốn cho hạ tầng kết nối quốc gia (cao tốc, cảng biển trọng điểm, hạ tầng số). Việc này giúp Việt Nam nâng cao trực tiếp năng lực hấp thụ vốn ngoại.

Năm là, nâng hạng thị trường chứng khoán Việt Nam từ thị trường cận biên lên thị trường mới nổi để thu hút các quỹ đầu tư tổ chức dài hạn thay vì các nhà đầu tư cá nhân lướt sóng.

Sáu là, đa dạng hóa công cụ phòng ngừa rủi ro tỷ giá và lãi suất (như hợp đồng kỳ hạn, hợp đồng hoán đổi) cho các doanh nghiệp xuất nhập khẩu.

Mặc dù mô hình OLS và các phân tích đạt độ tin cậy cao về mặt thống kê, nghiên cứu vẫn tồn tại một số hạn chế khách quan cần được nhìn nhận thẳng thắn:

Thứ nhất, về mặt dữ liệu và giai đoạn nghiên cứu: Việc giới hạn số liệu đến năm 2019 giúp mô hình không bị nhiễu bởi cú sốc dịch bệnh mang tính bất thường. Tuy nhiên, điều này khiến nghiên cứu chưa cập nhật và phản ánh được các đặc tính mới của dòng vốn ngoại trong bối cảnh phục hồi kinh tế và xu hướng dịch chuyển chuỗi cung ứng toàn cầu rõ nét. Nghiên cứu sử dụng dữ liệu theo năm nên cỡ mẫu quan sát tương đối nhỏ (14 năm quan sát). Điều này có thể làm giảm lực kiểm định của một số kiểm định khuyết tật mô hình so với việc sử dụng dữ liệu theo quý hoặc theo tháng.

Thứ hai, về mặt kỹ thuật và mô hình lượng: hạn chế trong việc thu thập số liệu đồng bộ, mô hình chưa đưa vào các biến số đại diện cho chất lượng thể chế, năng lực của hệ thống ngân hàng nội địa, hoặc chỉ số tự do hóa tài chính tài khoản vốn. Đây là các biến số có ảnh hưởng lớn đến hiệu quả thực tế của tự do hóa giao dịch vốn. Mô hình OLS giả định mối quan hệ một chiều từ dòng vốn đến tăng trưởng GDP. Tuy nhiên, trên thực tế có thể tồn tại mối quan hệ tác động ngược lại (GDP tăng trưởng cao lại là lý do thu hút nhiều vốn FDI hơn). Mô hình OLS chưa xử lý triệt để được hiện tượng nội sinh này như các mô hình nâng cao (Mô hình VAR, ARDL hoặc phương pháp GMM).

Thứ ba, hạn chế trong phân tích dòng vốn ngắn hạn: Do tính chất bảo mật và khó thống kê của dòng vốn đầu tư gián tiếp (FPI) và các dòng vốn đầu cơ ngắn hạn khác tại Việt Nam trong giai đoạn trước, các phân tích định lượng về FPI chủ yếu dựa trên ước lượng gián tiếp từ sai số của cán cân thanh toán, chưa bóc tách chi tiết được tác động riêng lẻ của từng loại công cụ tài chính ngắn hạn đến sự bất ổn vĩ mô ■

Lời cảm ơn:

Để hoàn thành bài nghiên cứu này, tác giả xin gửi lời cảm ơn tới thầy, cô Khoa Tài chính - Kế toán Trường Đại học Nguyễn Tất Thành, Nam A Bank đã hỗ trợ tác giả hoàn thành nghiên cứu này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Ngân hàng Nhà nước Việt Nam. Báo cáo thường niên các năm (2006-2019). Truy cập tại: https://sbv.gov.vn

Nguyễn Thành Long (2016). Tự do hóa giao dịch vốn và những vấn đề đặt ra đối với thị trường tài chính Việt Nam. Hà Nội: NXB Tài chính.

Nguyễn Thị Tuệ Anh (2006). Tác động của đầu tư trực tiếp nước ngoài tới tăng trưởng kinh tế ở Việt Nam. Hà Nội: Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương (CIEM).

Tô Ngọc Hưng (2009). Định hướng chính sách tự do hóa giao dịch vốn của Việt Nam nhằm ổn định khu vực tài chính giai đoạn đến năm 2020. Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ.

Tổng cục Thống kê. (2006-2019). Niên giám thống kê Việt Nam Hà Nội: NXB Thống kê.

Aizenman, J. (2011). Capital flows and economic growth in the era of financial integration and crisis, 1990-2010. National Bureau of Economic Research (NBER) Working Paper.

Mundell, R. A. (1963). Capital mobility and stabilization policy under fixed and flexible exchange rates. Canadian Journal of Economics and Political Science.

International Monetary Fund - IMF (2003). External Debt Statistics: Guide for Compilers and Users. Washington D.C: IMF Publications.

Ranjan, R., & Kumar, S. (2012). An Empirical Investigation of the Impact of Capital Inflows on Domestic Investment in India. Journal of Economic Integration.

Ngày nhận bài: 18/3/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 30/3/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 15/4/2026

THE RELATIONSHIP BETWEEN CAPITAL TRANSACTION LIBERALIZATION AND VIETNAM'S ECONOMIC GROWTH

● **DOAN VAN THANH**
Nguyen Tat Thanh University

ABSTRACT:

This study examines the relationship between capital account liberalization and Vietnam's economic growth during the 2006–2019 period. It systematizes the theoretical foundations of foreign direct investment (FDI), foreign portfolio investment (FPI), and official development assistance (ODA), while analyzing their effects on key macroeconomic variables such as exchange rates, interest rates, and inflation. A distinctive contribution of the study lies in its combination of qualitative and quantitative methods to highlight the importance of a phased liberalization approach, with priority given to long-term capital flows, particularly FDI, over short-term capital flows such as FPI. The study also proposes measures for managing capital flows and strengthening financial institutions to optimize the use of foreign resources for sustainable economic growth.

Keywords: capital account liberalization, economic growth, foreign direct investment (FDI), foreign portfolio investment (FPI), monetary policy.

ỨNG DỤNG PHƯƠNG PHÁP PCA VÀO PHÂN TÍCH ẢNH HƯỞNG CỦA DÒNG TIỀN ĐẾN HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG CỦA DOANH NGHIỆP NIÊM YẾT: TRƯỜNG HỢP TẠI SỞ GIAO DỊCH CHỨNG KHOÁN HÀ NỘI (HNX)

● **VÕ THUÝ HÀ[1,*] - TRẦN LÊ BẢO NGÂN[2] - HUỲNH NGUYỄN THANH NHÃ[2] - TRẦN THỊ KHÁNH LY[2] - VÕ THỊ THU HƯƠNG[2] - LÊ THỊ KHUYẾN[2] - NGUYỄN HÀ KHANH[2]**

[1] Giảng viên Trường Đại học Công nghiệp TP. Hồ Chí Minh

[2] Sinh viên, Trường Đại học Công nghiệp TP. Hồ Chí Minh

*Email tác giả liên hệ: vothuyha@iuh.edu.vn

TÓM TẮT:

Nghiên cứu này phân tích tác động của dòng tiền đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp phi tài chính niêm yết tại Sở giao dịch Chứng khoán Hà Nội (HNX) giai đoạn 2020 - 2024. Dữ liệu nghiên cứu gồm 1.177 quan sát của 264 doanh nghiệp, sử dụng phương pháp phân tích thành phần chính (PCA) nhằm xử lý hiện tượng đa cộng tuyến và giảm chiều dữ liệu. Kết quả phân tích PCA cho thấy, 2 thành phần chính được giữ lại theo chuẩn Kaiser có khả năng giải thích phần lớn sự biến thiên của dữ liệu, qua đó vẫn đảm bảo tính đại diện cho nhóm biến hiệu quả hoạt động và nhóm biến dòng tiền. Việc áp dụng PCA giúp khái quát thông tin từ nhiều biến tài chính có mức độ tương quan cao thành các nhân tố đại diện, góp phần đơn giản hoá cấu trúc mô hình nghiên cứu và nâng cao tính ổn định của kết quả hồi quy.

Từ khóa: dòng tiền, quản trị dòng tiền, hiệu quả hoạt động, phân tích thành phần chính (PCA).

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh thị trường chứng khoán Việt Nam ngày càng hội nhập sâu rộng, hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp niêm yết trở thành vấn đề được nhiều nhà đầu tư và các cơ quan quản lý đặc biệt quan tâm. Dòng tiền được xem là chỉ tiêu quan trọng phản ánh khả năng thanh khoản và năng lực quản trị tài chính của doanh nghiệp, mặc dù vẫn có thể bị tác động thông qua việc phân loại hoặc điều chỉnh thời điểm ghi nhận giao dịch tài chính. Tại Việt Nam, các nghiên cứu trước đây tập trung chủ yếu vào khả năng sinh lời và hiệu quả tài chính doanh nghiệp, trong khi

việc ứng dụng phương pháp Phân tích thành phần chính (PCA) để xử lý hiện tượng đa cộng tuyến giữa các biến dòng tiền còn hạn chế. Xuất phát từ khoảng trống đó, nghiên cứu phân tích tác động của dòng tiền đến hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp phi tài chính niêm yết trên HNX trong giai đoạn 2020 - 2024 thông qua PCA để phản ánh hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.

2. Cơ sở lý thuyết

Nghiên cứu được xây dựng trên nền tảng 3 lý thuyết tài chính kinh điển: Lý thuyết đại diện của Jensen và Meckling (1976) giải thích xung đột lợi ích giữa nhà quản lý và cổ đông, nơi dòng tiền tự do (FCF) có thể bị lạm dụng nếu thiếu cơ chế giám sát (Houston & Brigham, 2009; Jensen, 1986); Lý thuyết bất đối xứng thông tin của Akerlof (1970) chỉ ra, khoảng cách thông tin dẫn đến rủi ro thao túng kế toán; và Lý thuyết tín hiệu của Spence (1973) nhấn mạnh dòng tiền ổn định là tín hiệu đáng tin cậy về sức khỏe tài chính (Dechow, 1994).

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng dữ liệu được thu thập từ báo cáo tài chính kiểm toán của các doanh nghiệp trên HNX giai đoạn 2020 - 2024. Trải qua quá trình sàng lọc, mẫu chuẩn đưa vào nghiên cứu gồm 1.177 quan sát của 264 doanh nghiệp. Toàn bộ dữ liệu được làm sạch và chuẩn hóa thống kê trên phần mềm Stata 17. Nghiên cứu áp dụng kỹ thuật PCA nhằm giảm số chiều dữ liệu và triệt tiêu hiện tượng đa cộng tuyến giữa các chỉ tiêu dòng tiền (Hothorn & Everitt, 2009), tạo ra các nhân tố mới đại diện cho năng lực tạo tiền và chiến lược tài trợ đưa vào mô hình hồi quy. Đứng trước các chỉ tiêu tài chính phức tạp, PCA đóng vai trò như một màng lọc giúp giải quyết triệt để hiện tượng đa cộng tuyến, giảm chiều không gian dữ liệu, kỹ thuật này trích xuất thành công các nhân tố dòng tiền cốt lõi, độc lập và mang tính đại diện cao, cung cấp một bộ biến số tinh gọn để đánh giá chính xác bản chất dữ liệu gốc.

Mô hình nghiên cứu

$$PC_{(1)} = a_{(1)1}X_1 + a_{(1)2}X_2 + \cdots + a_{(1)p}X_p$$

Trong đó các trọng số $a_{(1)1}$, $a_{(1)2}$, ..., $a_{(1)p}$ được xác định sao cho $PC_{(1)}$ giải thích được nhiều nhất sự biến thiên của nhóm biến ban đầu.

$$PC_{(m)} = a_{(m)1}X_1 + a_{(m)2}X_2 + \cdots + a_{(m)p}X_p$$

Với $PC_{(m)}$ là thành phần chính thứ m không tương quan với các PC đã rút ra trước đó và giải thích được nhiều nhất sự biến thiên còn lại của dữ liệu

Trong mô hình nghiên cứu, các biến phụ thuộc gồm: Tỷ suất lợi nhuận trên tài sản (ROA), tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE), tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu (ROS), biên lợi nhuận ròng (NPM), biên lợi nhuận hoạt động (OPM) và biên lợi nhuận gộp (GPM), được sử dụng để phản ánh khả năng sinh lời và hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Các chỉ tiêu này được kế thừa từ nhiều nghiên cứu trong và ngoài nước như Bozec (2005), Palepu, Healy & Bernard (2001), Alfraih (2023), Nguyễn Thị Mỹ Vân (2018), Jefriyanto (2021), Sari (2019), Soliman (2008), và Warrad & Omari (2015).

Về nhóm biến độc lập gồm 5 chỉ tiêu định lượng phản ánh dòng tiền và thanh khoản. Dòng tiền tự do (FCF, tính bằng dòng tiền thuần tài chính/tổng tài sản, kỳ vọng +/-); Dòng tiền kinh doanh (CFO, tính bằng dòng tiền thuần kinh doanh/tiền mặt và tương đương tiền, kỳ vọng +); Dòng tiền tài chính (CFF) và Dòng tiền đầu tư (CFI) được đo lường qua tỷ lệ tiền thu/chi tương ứng của mỗi hoạt động (kỳ vọng lần lượt là - và +/-); Tiền mặt (CASH, tính bằng tiền và tương đương tiền/tổng tài sản, kỳ vọng +/-).

Các biến kiểm soát được lựa chọn để đảm bảo tính chính xác và khách quan cho kết quả thực nghiệm. Nhóm biến đại diện cho Quy mô doanh nghiệp, bao gồm biến SIZ1 được đo lường bằng Logarit của tổng tài sản và biến SIZ2 được tính bằng Logarit của tổng doanh thu; cả 2 biến này đều có dấu kỳ vọng dương (+), hàm ý các doanh nghiệp có quy mô càng lớn thường có hệ thống kiểm soát và chất lượng báo cáo càng tốt. Biến kiểm soát Tốc độ tăng trưởng của doanh nghiệp (GROWTH), được xác định bằng tỷ lệ thay đổi giá trị giữa kỳ hiện tại so với kỳ trước; biến này mang dấu kỳ vọng âm (-), phản ánh áp lực từ sự tăng trưởng nhanh có

thể gây ảnh hưởng tiêu cực đến tính minh bạch của thông tin tài chính.

4. Kết quả và thảo luận

Kết quả và thảo luận cho thấy, nghiên cứu đã áp dụng phương pháp phân tích thành phần chính (PCA) để giảm chiều dữ liệu và xử lý hiện tượng đa cộng tuyến giữa các biến. Kết quả PCA đối với nhóm biến hiệu quả hoạt động cho thấy, có 5 thành phần được trích xuất, tuy nhiên chỉ giữ lại 2 thành phần đầu tiên là Comp1 và Comp2 do có Eigenvalue lớn hơn 1 theo tiêu chuẩn Kaiser. Cụ thể, Comp1 có Eigenvalue đạt 3.08808 và giải thích 51,47% phương sai, trong khi Comp2 có Eigenvalue đạt 1.91044 và giải thích thêm 31,84% phương sai. Tổng phương sai tích lũy của 2 thành phần đạt 83,31%, cho thấy khả năng đại diện dữ liệu khá tốt. (Bảng 1)

Đối với nhóm biến dòng tiền, PCA cũng trích xuất được 5 thành phần chính nhưng chỉ giữ lại 2 thành phần đầu tiên (PC1 và PC2) vì đáp ứng điều kiện Eigenvalue lớn hơn 1. Trong đó, Comp1 có Eigenvalue bằng 1.22795 và giải thích 24,56% phương sai. Comp2 có Eigenvalue bằng 1.00309 và giải thích 20,06 phương sai. Tổng phương sai tích lũy đạt 44,62%. Các thành phần từ Comp3 đến Comp5 bị loại bỏ do Eigenvalue nhỏ hơn 1 và khả năng giải thích thấp. (Bảng 2)

Sau quá trình phân tích, nghiên cứu quyết định giữ lại 2 PC chính gồm PC1 và PC2 để đưa vào mô hình hồi quy. Trong đó, PC1 đại diện cho năng lực tạo tiền và dự trữ thanh khoản, còn PC2 phản ánh chiến lược tài trợ và đầu tư của doanh nghiệp. 2 thành phần này gần như độc lập với nhau, giúp hạn chế hiện tượng đa cộng tuyến và nâng cao tính ổn định của mô hình nghiên cứu.

Bảng 1. Kết quả phân tích PCA cho nhóm biến hiệu quả hoạt động

Thành phần	Giá trị riêng (Eigenvalue)	Tỷ lệ phương sai % (Proportion)	Phương sai tích lũy % (Cumulative)
Comp1	3.08808	0.5147	0.5147
Comp2	1.91044	0.3184	0.8331
Comp3	0.892247	0.1487	0.9818
Comp4	0.0848447	0.0141	0.9959
Comp5	0.0243858	0.0041	1.0000

Nguồn: Tác giả tính toán bằng phần mềm Stata 17

Bảng 2. Kết quả phân tích PCA cho nhóm biến dòng tiền

Thành phần	Giá trị riêng (Eigenvalue)	Tỷ lệ phương sai % (Proportion)	Phương sai tích luỹ % (Cumulative)
Comp1	1.22795	0.2456	0.2456
Comp2	1.00309	0.2006	0.4462
Comp3	0.998539	0.1997	0.6459
Comp4	0.995802	0.1992	0.8451
Comp5	0.774618	0.1549	1.0000

Nguồn: Tác giả tính toán bằng phần mềm Stata 17

5. Kết luận và giải pháp

Kết quả nghiên cứu cho thấy, dữ liệu tài chính của các doanh nghiệp niêm yết trên HNX có mức độ phản ánh lớn và tồn tại hiện tượng đa cộng tuyến giữa các biến dòng tiền. Do đó, nghiên cứu đã áp dụng phương pháp Phân tích thành phần chính (PCA) để giảm chiều dữ liệu và nâng cao tính ổn định của mô hình. Kết quả PCA cho thấy cả nhóm biến hiệu quả hoạt động và nhóm biến dòng tiền đều trích xuất được 5 thành phần chính, tuy nhiên chỉ giữ lại 2 thành phần đầu tiên là PC1 và PC2 theo tiêu chuẩn Kaiser do có Eigenvalue lớn hơn 1. Hai thành phần này có khả năng đại diện cho phần lớn thông tin của dữ liệu gốc và giúp hạn chế hiện tượng chồng chéo thông tin giữa các biến, tương đồng với hướng tiếp cận trong các nghiên cứu của Dechow (1994), Sloan (1996) và Kozak, S., Nagel, S., & Santosh, S. (2020).

Từ kết quả nghiên cứu, doanh nghiệp cần ưu tiên hoàn thiện hệ thống quản trị và xử lý dữ liệu tài chính theo hướng đồng bộ, minh bạch và có tính liên kết cao nhằm hạn chế hiện tượng chồng chéo thông tin giữa các chỉ tiêu tài chính. Việc chuẩn hóa dữ liệu kế toán không chỉ giúp nâng cao chất lượng thông tin tài chính mà còn tạo điều kiện thuận lợi cho quá trình phân tích, dự báo và ra quyết định quản trị. Đồng thời, doanh nghiệp cần xây dựng cơ chế kiểm soát dữ liệu đầu vào chặt chẽ nhằm đảm bảo tính chính xác và nhất quán của các báo cáo tài chính trong dài hạn. Song song, các doanh nghiệp nên tăng cường ứng dụng các phương pháp phân tích dữ liệu hiện đại, đặc biệt là phương pháp Phân tích thành phần chính (PCA), trong hoạt động phân tích tài chính và quản trị doanh nghiệp.

Việc ứng dụng PCA giúp giảm hiện tượng đa cộng tuyến giữa các biến tài chính, tối ưu hóa dữ liệu và nâng cao độ ổn định của mô hình phân tích. Đây được xem là giải pháp phù hợp trong bối cảnh dữ liệu tài chính ngày càng phức tạp, có mức độ biến động và tương quan cao giữa các chỉ tiêu. Ngoài ra, doanh nghiệp cần chú trọng đầu tư vào hệ thống công nghệ thông tin và nâng cao năng lực phân tích dữ liệu cho đội ngũ quản trị tài chính nhằm khai thác hiệu quả nguồn dữ liệu hiện có. Việc kết hợp giữa quản trị tài chính và các công cụ phân tích hiện đại sẽ góp phần nâng cao chất lượng dự báo, hỗ trợ tối ưu hóa hoạt động quản trị doanh nghiệp và cải thiện hiệu quả hoạt động trong môi trường cạnh tranh ngày càng cao ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Tài liệu tiếng Việt:

Nguyễn Thị Mỹ Vân. (2018). Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến tỷ lệ chi trả cổ tức đối với các công ty niêm yết trên Sàn Chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh (HOSE) giai đoạn 2008-2017. Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh. Truy cập tại https://digital.lib.ueh.edu.vn/handle/UEH/57795

Tài liệu tiếng nước ngoài:

Alfraih, N. (2023). Financial reporting quality and corporate governance: Evidence from emerging markets. ResearchGate. vailable at https://www.researchgate.net/publication/369692421

Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2009). Fundamentals of financial management (12th ed.). Mason, OH: Cengage Learning. Available at https://books.google.com/books?id=zepGuo84-8AC

Biddle, G. C., Hilary, G., & Verdi, R. S. (2009). How does financial reporting quality relate to investment efficiency? Journal of Accounting and Economics, 48(2-3), 112-131. Available at https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2009.09.001

Bozec, R. (2005). Boards of directors, market discipline and firm performance. Journal of Business Finance & Accounting, 32(9-10), 1921-1960. Available at https://doi.org/10.1111/j.0306-686X.2005.00652.x.

Dechow, P. M. (1994). Accounting earnings and cash flows as measures of firm performance: The role of accounting accruals. Journal of Accounting and Economics, 18(1), 3-42. Available at https://doi.org/10.1016/0165-4101(94)90016-7.

George A. Akerlof (1970). The market for "lemons": Quality uncertainty and the market mechanism. The Quarterly Journal of Economics, 84(3), 488-500. Available at https://personal.utdallas.edu/~nina.baranchuk/Fin7310/papers/Akerlof1970.pdf

Jefriyanto. (2021). Perbandingan return on assets, return on equity, gross profit margin, operating profit margin, dan net profit margin sebelum dan semasa COVID-19 pada PT Matahari Department Store Tbk. Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan, 9(1), 61-66. Available at https://doi.org/10.37641/jiakes.v9i1.464

Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. Journal of Financial Economics, 3(4), 305-360. Available at https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X.

Hothorn, T., & Everitt, B. S. (2009). A handbook of statistical analyses using R. Chapman and Hall/CRC. Available at https://doi.org/10.1201/9781420079340

Healy, P. M., & Palepu, K. G. (2001). Information asymmetry, corporate disclosure, and the capital markets: A review of the empirical disclosure literature. Journal of Accounting and Economics, 31(1-3), 405-440. Available at https://doi.org/10.1016/S0165-4101(01)00018-0.

Jensen, M. C. (1986). Agency Costs of Free Cash Flow, Corporate Finance, and Takeovers. The American Economic Association, 76(2), 323-329. Available at https://www.jstor.org/stable/1818789

Kozak, S., Nagel, S., & Santosh, S. (2020). Interpreting Factor Models. The Journal of Finance, 75(3), 1191-1231. Available at https://www.jstor.org/stable/26654694

Sloan, R. G. (1996). Do stock prices fully reflect information in accruals and cash flows about future earnings?The Accounting Review, 71(3), 289-315. Available at https://www.jstor.org/stable/248283

Sadeghi, M., & Agha Kazem Shirazi, S. (2025). Ranking of financial and non-financial indicators affecting the quality of accounting information. Environmental Energy and Economic Research, 9(3), S113. Available at https://doi.org/10.22097/eeer.2025.516113.1359.

Sari, D. W. (2019). Ratio analysis of financial performance of companies LQ45 index listed. Humanities & Social Sciences Reviews, 7(3), 419-423. Available at https://doi.org/10.18510/hssr.2019.7361

Soliman, M. T. (2008). The use of DuPont analysis by market participants. Journal of Accounting and Economics, 45(1), 121-136. Available at https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2007.12.001

Spence, M. (1973). Job market signaling. Quarterly Journal of Economics, 87(3), 355-374. Available at https://doi.org/10.2307/1882010

Stiglitz, Joseph E (1975). The Theory of "Screening", Education, and the Distribution of Income. American Economic Review, American Economic Association, 65(3), 283-300. Available at https://ideas.repec.org/a/aea/aecrev/v65y1975i3p283-300.html.

Warrad, L., & Al Omari, R. (2015). The impact of turnover ratios on Jordanian services sectors' performance. Journal of Modern Accounting and Auditing, 11(2), 77-85. Available at https://doi.org/10.17265/1548-6583/2015.02.001.

Zang, A. Y. (2012). Evidence on the Trade-Off between Real Activities Manipulation and Accrual-Based Earnings Management. The Accounting Review, 87, 675-703. Available at https://doi.org/10.2308/accr-10196.

Ngày nhận bài: 18/3/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 30/3/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 15/4/2026

APPLYING PRINCIPAL COMPONENT ANALYSIS TO EXAMINE THE IMPACT OF CASH FLOW ON THE OPERATING PERFORMANCE OF LISTED COMPANIES: EVIDENCE FROM COMPANIES LISTED ON THE HANOI STOCK EXCHANGE

● **VO THUY HA[1,*]**
● **TRAN LE BAO NGAN[2]**
● **HUYNH NGUYEN THANH NHA[2]**
● **TRAN THI KHANH LY[2]**
● **VO THI THU HUONG[2]**
● **LE THI KHUYEN[2]**
● **NGUYEN HA KHANH[2]**
[1]Lecturer, Ho Chi Minh City University of Industry
[2]Student, Ho Chi Minh City University of Industry
*Corresponding author: vothuyha@iuh.edu.vn

ABSTRACT:

This study examines the impact of cash flow on the operating performance of non-financial firms listed on the Hanoi Stock Exchange (HNX) during the 2020–2024 period. The research dataset comprises 1,177 observations from 264 enterprises after excluding financial firms and processing the data. Principal component analysis (PCA) is employed to address multicollinearity among cash-flow-related variables, followed by the application of panel regression models, including Pooled OLS, fixed effects model (FEM), random effects model (REM), and feasible generalized least squares (FGLS). Firm performance is measured using ROA, ROE, ROS, GPM, NPM, and OPM, while cash flow and liquidity are represented by CFO, CFI, CFF, FCF, and CASH. The empirical results indicate that the FGLS model is the most appropriate after correcting for heteroskedasticity. In particular, when ROA is used as the performance indicator, ROE, ROS, FCF, and CASH have positive and statistically significant effects at the 1% significance level, whereas OPM and firm size exert negative effects. The findings suggest that effective cash flow management plays an important role in enhancing the profitability and operating performance of firms listed on HNX.

Keywords: cash flow, cash flow management, operational performance, Principal Component Analysis (PCA).

CHIẾN LƯỢC ỨNG PHÓ CỦA CÁC NGÂN HÀNG TRUNG ƯƠNG TRƯỚC TÁC ĐỘNG CỦA CUỘC XUNG ĐỘT IRAN: KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VÀ GỢI Ý CHÍNH SÁCH CHO VIỆT NAM

● **PHẠM THỊ LÂM ANH**
Khoa Ngân hàng - Học viện Ngân hàng
Email: lamanh@hvnh.edu.vn

TÓM TẮT:

Bài nghiên cứu nhằm nhận diện và phân tích các phản ứng chiến lược của hệ thống ngân hàng trung ương (NHTW) toàn cầu trước cú sốc địa chính trị từ xung đột Iran năm 2026. Nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích định tính, tổng hợp và so sánh các tuyên bố chính sách, báo cáo của các NHTW lớn (Fed, ECB, BoC, BoE) và tổ chức quốc tế (IMF, BIS) trong giai đoạn từ tháng 02 đến tháng 03/2026. Kết quả nghiên cứu chỉ ra sự phân hóa rõ rệt trong phản ứng chính sách giữa các nền kinh tế lớn. Trên cơ sở kinh nghiệm quốc tế, bài viết đề xuất 5 nhóm giải pháp phối hợp toàn diện cho Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (NHNN) nhằm ứng phó hiệu quả với tác động của cuộc xung đột tại Iran, góp phần ổn định kinh tế vĩ mô trong nước.

Từ khóa: xung đột Iran, ngân hàng trung ương, chính sách tiền tệ, lạm phát, ngân hàng nhà nước.

1. Đặt vấn đề

Năm 2025 vừa đi qua với nhiều bất ổn về kinh tế do tác động của các chính sách thuế quan mới của Hoa Kỳ. Nhưng ngay từ cuối tháng 2/2026, thị trường tài chính và các nhà hoạch định chính sách tiền tệ toàn cầu một lần nữa phải đối mặt với một bước ngoặt địa chính trị nghiêm trọng khi cuộc xung đột giữa Mỹ, Isaren với Iran nổ ra. Trước thời điểm này, các dự báo kinh tế cho thấy, lạm phát đang dần ổn định quanh mức mục tiêu 2% và các NHTW đang chuẩn bị cho một giai đoạn điều hành bình thường hóa (IMF, 2025). Tuy nhiên, khi cuộc xung đột Iran nổ ra đã làm thay đổi hoàn toàn cục diện, tạo ra một môi trường bất định cao độ đã đặt các NHTW trên thế giới trước các thách thức vô cùng lớn để có thể ổn định các mục tiêu kinh tế cũng như phải đề ra các chiến lược để thích ứng với những tác động của cuộc xung đột Iran mang lại.

Về bối cảnh lý thuyết, nghiên cứu dựa trên lý thuyết bộ 3 bất khả thi (impossible trinity) và lý thuyết về cú sốc cung ngoại sinh (exogenous supply shock) trong điều hành chính sách tiền tệ để phân tích các lựa chọn của các NHTW. Về bối cảnh thực tiễn, đây không phải là lần đầu tiên các NHTW đối mặt với cú sốc địa chính trị từ khu vực Trung Đông - kinh nghiệm từ cuộc khủng hoảng dầu mỏ năm 1973, xung đột vùng Vịnh năm 1990, và cuộc khủng hoảng Nga - Ukraine đều

cho thấy, các NHTW cần kết hợp linh hoạt giữa chính sách tiền tệ và phối hợp với chính sách tài khóa để ứng phó hiệu quả với cú sốc giá năng lượng. Tuy nhiên, cuộc xung đột Iran năm 2026 có quy mô và mức độ ảnh hưởng vượt trội hơn so với các cuộc khủng hoảng trước, đặt ra những thách thức chưa có tiền lệ cho điều hành chính sách tiền tệ toàn cầu.

Trong bài viết này, thuật ngữ 'xung đột Iran' được sử dụng để chỉ cuộc khủng hoảng địa chính trị xoay quanh Iran và các bên liên quan tại khu vực Trung Đông trong năm 2026.

2. Tác động của cuộc xung đột tại Iran đến kinh tế toàn cầu

Cơ chế truyền dẫn từ cuộc xung đột Iran đến áp lực điều chỉnh chính sách tiền tệ của các NHTW diễn ra theo 3 kênh chủ đạo: (1) kênh giá năng lượng - giá dầu và khí đốt tăng vọt trực tiếp làm tăng lạm phát chi phí đẩy, buộc các NHTW phải cân nhắc lại lộ trình nới lỏng; (2) kênh kỳ vọng - bất ổn địa chính trị kéo dài có nguy cơ làm mất neo kỳ vọng lạm phát của công chúng, tạo ra vòng xoáy lương-giá; và (3) kênh tài chính - biến động thị trường tài chính và áp lực tỷ giá ở các nền kinh tế mới nổi buộc các NHTW phải can thiệp thanh khoản và dự trữ ngoại hối. Thông qua 3 kênh này, cuộc xung đột Iran đã thực sự làm thay đổi bối cảnh điều hành của hầu hết các NHTW trên thế giới.

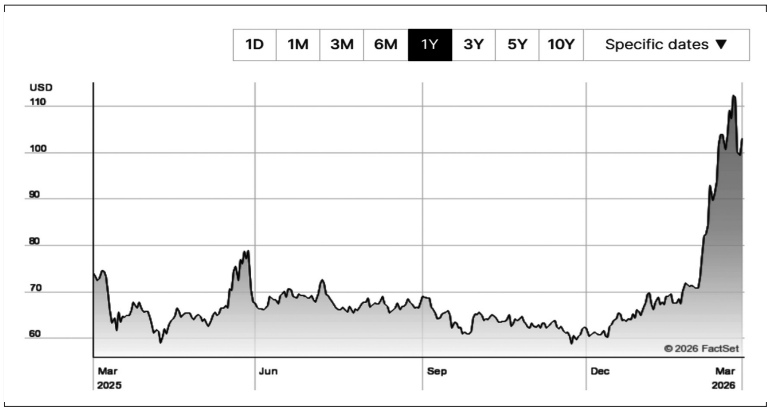
Cuộc xung đột tại Iran đã và đang có ảnh hưởng toàn diện đối với nền kinh tế toàn cầu ở hầu hết các khía cạnh. Trong đó, 2 khía cạnh nghiêm trọng nhất liên quan đến giá dầu và sự đứt gãy nguồn cung năng lượng và hàng hóa thế giới.

Tác động từ giá dầu tăng vọt đến lạm phát (CPI) toàn cầu: Từ khi cuộc xung đột Iran bắt đầu nổ ra, giá dầu thế giới đã có thời điểm tăng vọt lên hơn 100 USD/thùng. So với trước khi xung đột nổ ra, giá dầu đã tăng trung bình gần 50% (IEA, 2026), điều này không chỉ làm tăng CPI toàn phần (giá xăng dầu nội địa của các nước biến động) mà còn ảnh hưởng đến lạm phát lõi (giá hàng hóa, dịch vụ tăng do ảnh hưởng của giá xăng dầu nội địa). Giá dầu tăng đã và đang đe dọa đến tăng trưởng kinh tế toàn cầu vốn đã đầy rẫy bất ổn do các chính sách thuế quan của Mỹ thực thi kể từ năm 2025.

Chi phí logistic tăng vọt do đứt gãy tiuyenegs hàng hải: Cuộc xung đột tại Iran nổ ra từ cuối tháng 2/2026 đã lập tức đẩy kinh tế của hầu hết các quốc gia đến nguy cơ đình trệ do sự đứt gãy nguồn cung năng lượng và hàng hóa. Số liệu Bảng 1 đã cho thấy nếu trong tháng 2/2026, eo biển này hoạt động bình thường với hiệu suất khoảng 135 tàu/ngày, thì trong cao điểm khủng hoảng (ngày 01/3/2026), rủi ro an ninh đã khiến lưu lượng tàu sụt giảm mạnh chỉ còn khoảng 26 tàu/ngày (giảm hơn 80%). Tình trạng này có xu hướng nghiêm trọng hơn trong suốt tháng 3/2026 khi tuyến hải trình này gần như đóng cửa hoàn toàn. Việc đứt gãy này buộc các hãng vận tải lớn như Maersk hay MSC phải chuyển hướng di chuyển vòng qua Mũi Hảo Vọng. Hệ quả vĩ mô trực tiếp là thời gian vận chuyển hàng hóa bị kéo dài thêm từ 10-14 ngày, trực tiếp làm phát sinh chi phí nhiên liệu và bảo hiểm, từ đó đẩy chỉ số thuê tàu/container toàn cầu tăng gấp 2,5 lần chỉ trong vòng 2 tháng ngắn ngủi (Salter, 2026). Chi phí định mức logistics leo thang kết hợp cùng giá năng lượng tăng mạnh đã tạo nên một cú sốc cung kép, trực tiếp cấu thành vào giá vốn và làm tăng vọt giá hàng hóa tiêu dùng, đẩy áp lực lạm phát chi phí đẩy duy trì trong thời gian dài (Central Bank of Ireland, 2026).

Cuộc xung đột Iran đã tác động lên kinh tế toàn cầu và Việt Nam qua giá dầu, chi phí logistics và sự đứt gãy chuỗi cung ứng, điều này làm lạm phát gia tăng, tăng trưởng chịu áp lực giảm, cán cân thương mại xấu đi và tỷ giá chịu sức ép trong môi trường USD mạnh lên; vì vậy, phản ứng chính sách tiền tệ phải được phối hợp chặt với chính sách tài khóa và quản trị chuỗi cung ứng.

Biểu đồ 1: Giá dầu thế giới giai đoạn tháng 3/2025 - tháng 3/2026



Nguồn: https://tradingeconomics.com/commodity/crude-oil

Bảng 1. Số lượng tàu qua eo biển Hormuz từ tháng 2/2026 đến tháng 3/2026

Số lượng tàu qua eo biển Hormuz		
Thời điểm	**Số lượng tàu trung bình (ngày)**	**Ghi chú**
Trước xung đột (tháng 2/2026)	~135 tàu/ngày	Mức hoạt động bình thường
Cao điểm khủng hoảng (01/3/2026)	~26 tàu/ngày	Giảm mạnh do rủi ro an ninh
Sau xung đột (tháng 3/2026)	~4-5 tàu/ngày	Gần như ngừng hoạt động

Nguồn: https://unctad.org/ ,IMF PortWatch (2026); IEA Oil Market Report tháng 3/2026.

3. Chiến lược và phản ứng của các ngân hàng trung ương chủ chốt (Fed, ECB, BoC, BoE) trước những tác động của cuộc xung đột tại Iran

3.1. Chiến lược nhìn xuyên qua các cú sốc cung tạm thời

Thách thức cốt lõi và phức tạp nhất mà các nhà hoạch định chính sách tiền tệ phải đối mặt trong bối cảnh xung đột tại Iran chính là sự xuất hiện của một cú sốc cung kép mang tính chất lạm phát đình trệ (stagflationary shock). Việc giá dầu thô và khí đốt tự nhiên tăng vọt - với dự báo tăng lần lượt 18% và 28% trong năm 2026 - đã tạo ra áp lực lạm phát chi phí đẩy mạnh mẽ, đẩy lạm phát tiêu đề vượt xa mức mục tiêu 2% một cách nhanh chóng (Central Bank of Ireland, 2026). Khác với các đợt lạm phát do cầu kéo thông thường, loại hình lạm phát này không thể được giải quyết trực tiếp bằng các công cụ thắt chặt tiền tệ mà không gây ra những tổn thương nghiêm trọng cho nền kinh tế thực. Các NHTW hiện nay đang rơi vào trạng thái lưỡng nan về mặt chính sách: việc thắt chặt lãi suất để kiềm chế giá năng lượng có rủi ro làm trầm trọng thêm tình trạng suy thoái kinh tế, trong khi duy trì lãi suất thấp lại đe dọa khả năng kiểm soát lạm phát trong trung hạn.

Phản ứng đồng thuận nhất từ các NHTW lớn như Fed, ECB và BoC trong giai đoạn đầu của cuộc xung đột là quyết định giữ nguyên lãi suất điều hành để quan sát diễn biến. Chiến lược này dựa trên cơ sở lý thuyết cho rằng chính sách tiền tệ không thể khắc phục được các đứt gãy vật chất trong chuỗi cung ứng năng lượng, như việc phong tỏa eo biển Hormuz (Salter, 2026). Việc thắt chặt tiền tệ quá nhanh và mạnh mẽ để phản ứng với lạm phát chi phí đẩy có thể dẫn đến một "sai lầm chính sách" (policy mistake), làm trầm trọng thêm sự sụt giảm tăng trưởng và gây ra suy thoái sâu trong khi áp lực giá cả ban đầu có thể tự hạ nhiệt khi các yếu tố địa chính trị ổn định (European Central Bank, 2026).

3.2. Quản trị kỳ vọng và ngăn chặn hiệu ứng vòng hai

Thách thức lớn nhất đối với các nhà điều hành không phải là sự tăng giá năng lượng tức thời mà là rủi ro "mất neo" kỳ vọng lạm phát của công chúng và sự hình thành của các hiệu ứng vòng hai (second-order effects). Trong môi trường mà công chúng đã trải qua nhiều năm lạm phát cao, khả năng chịu đựng đối với các cú sốc giá mới bị thu hẹp đáng kể, dẫn đến việc kỳ vọng lạm phát của các hộ gia đình và doanh nghiệp có thể bị điều chỉnh tăng lên một cách nhanh chóng (ECB, 2026). Nếu các thỏa thuận về tiền lương danh nghĩa bắt đầu phản ánh mức tăng giá năng lượng tạm thời, nền kinh tế sẽ đối mặt với vòng xoáy lương-giá dai dẳng, khiến lạm phát trở nên khó đảo ngược hơn. Do đó, các NHTW đã chuyển trọng tâm sang việc ngăn chặn hiệu ứng vòng hai (second-round effects), nơi mà giá năng lượng cao bắt đầu ngấm vào tiền lương và giá cả hàng hóa, dịch vụ khác. Để ứng phó, các NHTW đã tăng cường truyền thông chính sách minh bạch, khẳng định cam kết duy trì mục tiêu lạm phát 2% trong trung hạn. Người đứng đầu của các NHTW bao gồm ECB, FED, BoC và nhiều NHTW khác đều có nhiều phát biểu hấn mạnh rằng NHTW sẽ không để tác động của giá dầu lan rộng và trở thành lạm phát dai dẳng (Bank of Canada, 2026), cũng như sẵn sàng thay đổi định hướng điều hành để kiểm soát lạm phát (ECB, 2026). Đồng thời, các công cụ như "Wage Tracker" được sử dụng chặt chẽ để giám sát các đợt đàm phán tiền lương, đảm bảo vòng xoáy lương - giá không hình thành.

3.3. Đảm bảo thanh khoản và ổn định hệ thống tài chính

Tính bất đối xứng của các rủi ro địa chính trị đặt các NHTW vào trạng thái phải quản trị những kịch bản cực đoan (tail risks). Các phân tích từ Hội đồng Quản trị ECB chỉ ra, trong trường hợp xung đột leo thang dẫn đến việc đóng cửa các tuyến hàng hải huyết

mạch, giá năng lượng có thể đạt ngưỡng nghiêm trọng, cao gấp nhiều lần so với các kịch bản cơ sở. Thách thức ở đây là duy trì khả năng thanh khoản cho hệ thống ngân hàng và thị trường vốn để ngăn chặn một cuộc sụp đổ niềm tin dây chuyền, đồng thời phải đảm bảo các biện pháp cứu trợ này không mâu thuẫn với mục tiêu thắt chặt để chống lạm phát. Trong bối cảnh tâm lý rủi ro (risk-off) bao trùm thị trường toàn cầu, các NHTW đóng vai trò là "người bảo trợ cuối cùng" cho thanh khoản. Các nghiệp vụ thị trường mở được thực hiện để đảm bảo hệ thống ngân hàng và thị trường vốn vận hành thông suốt, ngăn chặn sự sụt giảm niềm tin của nhà đầu tư biến thành một cuộc khủng hoảng tài chính (European Central Bank, 2026). Việc đảm bảo thanh khoản dồi dào giúp giảm bớt áp lực thắt chặt tự thân của các điều kiện tài chính khi lợi suất trái phiếu tăng cao và thị trường chứng khoán biến động mạnh do cuộc xung đột.

3.4. Sự phân hóa trong phản ứng chính sách toàn cầu

Mặc dù có sự thống nhất tương đối về việc giữ nguyên lãi suất trong ngắn hạn, sự phân hóa trong thông điệp điều hành giữa các định chế đã bộc lộ những ưu tiên khác nhau về mục tiêu kinh tế vĩ mô. Cục Dự trữ Liên bang Mỹ (Fed) đã duy trì cách tiếp cận thận trọng hơn khi tập trung vào rủi ro tăng trưởng và kỳ vọng rằng sự lên giá của đồng USD trong giai đoạn bất ổn sẽ phần nào làm giảm áp lực lạm phát nhập khẩu. Ngược lại, Ngân hàng Trung ương Anh (BoE) lại thể hiện một lập trường "diều hâu" (hawkish) rõ rệt hơn khi từ bỏ định hướng nới lỏng để đối phó với rủi ro lạm phát nội địa từ thị trường lao động và tiền lương. Sự phân hóa này còn lan rộng sang các nền kinh tế khác, nơi Ngân hàng Trung ương Australia (RBA) đã chủ động tăng lãi suất lên mức cao nhất trong 10 tháng ngay khi nhận thấy rủi ro vật chất từ giá dầu, trong khi các quốc gia như Thụy Sĩ (SNB) và Thụy Điển lại chọn cách giữ nguyên để quan sát diễn biến tiếp theo (Gerlach, 2026).

Tại khu vực Châu Á và các nền kinh tế mới nổi, áp lực tỷ giá do đồng USD mạnh lên buộc các NHTW phải can thiệp mạnh tay vào thị trường ngoại hối và điều chỉnh dự trữ ngoại hối để bảo vệ giá trị đồng nội tệ trước khi tính đến việc điều chỉnh lãi suất.

4. Thách thức của Ngân hàng Nhà nước trước tác động của cuộc xung đột tại Iran

Giống như các quốc gia khác, Việt Nam cũng đang phải chịu tác động rất lớn từ cuộc xung đột Iran. Điều này đang đặt ra rất nhiều thách thức cho NHNN trong việc điều hành chính sách. Trong đó, các thách thức chủ đạo bao gồm:

Thứ nhất, thách thức về kiểm soát lạm phát trước cú sốc chi phí đẩy. Việt Nam hiện là quốc gia nhập khẩu ròng năng lượng, do đó, việc giá dầu thế giới vượt ngưỡng 100-119 USD/thùng do xung đột tại Iran tạo ra áp lực trực tiếp lên chỉ số giá tiêu dùng (CPI). Các chuyên gia dự báo nếu giá dầu duy trì ở mức cao, lạm phát của Việt Nam năm 2026 có thể tiệm cận mức 4,5% - 5%, vượt qua mục tiêu kiểm soát thông thường (BSC, 2026; VinaCapital, 2026). Thách thức đối với NHNN là việc xử lý các tác động gián tiếp từ chi phí logistics và giá nguyên liệu đầu vào tăng cao, vốn chiếm tỷ trọng lớn trong cấu trúc chi phí sản xuất nội địa. Sự gia tăng lạm phát không chỉ đến từ giá xăng dầu mà còn từ nhóm thực phẩm và dịch vụ do đứt gãy chuỗi cung ứng ngũ cốc và phân bón nhập khẩu từ khu vực xung đột (Kỳ Thành, 2026).

Thứ hai, áp lực tỷ giá và sự đảo chiều dòng vốn đầu tư. Xung đột địa chính trị thúc đẩy tâm lý phòng vệ rủi ro toàn cầu, khiến chỉ số đồng USD (DXY) tăng mạnh khi các nhà đầu tư tìm đến các tài sản trú ẩn an toàn. Điều này tạo ra sức ép mất giá lên đồng VND, buộc NHNN phải thực hiện các biện pháp can thiệp thị trường ngoại hối mạnh mẽ, bao gồm việc hút ròng thanh khoản (khoảng 240.000 tỷ đồng trong quý I/2026) để ổn định tỷ giá (Ánh Tuyết, 2026b). Thách thức nằm ở chỗ nếu NHNN bán ngoại tệ quá mức để can thiệp tỷ giá, dự trữ ngoại hối sẽ sụt giảm; ngược lại, nếu để VND mất giá quá sâu, gánh nặng nợ nước ngoài của doanh nghiệp và áp lực lạm phát nhập khẩu sẽ gia tăng. Bên cạnh đó, việc Cục Dự trữ Liên bang Mỹ (Fed) trì hoãn lộ trình giảm lãi suất do lạm phát toàn cầu cao có thể kích hoạt làn sóng rút vốn khỏi các thị trường mới nổi như Việt Nam (Đoàn Hằng, 2026).

Thứ ba, nghịch lý điều hành lãi suất và tăng trưởng kinh tế. NHNN đang đối mặt với bài toán nan giải giữa việc tăng lãi suất để bảo vệ tỷ giá và kiềm chế lạm phát hay giữ lãi suất thấp để hỗ trợ phục hồi tăng trưởng. Các kịch bản dự báo cho thấy lãi suất điều hành có thể phải tăng từ 0,25% đến 1% nếu xung đột tại Iran kéo dài (BSC, 2026). Tuy nhiên, việc tăng lãi suất trong bối cảnh tăng trưởng GDP đang chịu sức ép giảm (dự báo giảm 0,6% - 1% do xuất khẩu suy yếu) có thể dẫn đến rủi ro nợ xấu gia tăng và làm đình trệ các hoạt động đầu

tư sản xuất (VinaCapital, 2026). Phó Thống đốc NHNN Phạm Thanh Hà đã nhấn mạnh chiến lược điều hành với "liều lượng hợp lý" nhằm bảo vệ ổn định vĩ mô, nhưng việc cân bằng giữa các mục tiêu đối nghịch này trong một môi trường "vòng xoáy" biến số là thách thức lớn nhất đối với uy tín chính sách của NHNN trong năm 2026 (T.H, 2026).

5. Gợi ý chính sách ứng phó cho Việt Nam

Cuộc xung đột Iran đã tạo ra các áp lực về lạm phát, tỷ giá và tăng trưởng kinh tế, làm gia tăng rủi ro đối với ổn định tài chính và hiệu quả điều hành chính sách tiền tệ của NHNN. Trong khi đó, kinh nghiệm quốc tế cho thấy các NHTW lớn đều đã triển khai những chiến lược ứng phó đa tầng nhằm hạn chế tác động của các cú sốc địa chính trị đến nền kinh tế. Do đó, trên cơ sở phân tích tác động của cuộc xung đột Iran, kinh nghiệm điều hành của các NHTW chủ chốt và những thách thức đặc thù của Việt Nam, bài viết đề xuất một số định hướng chính sách nhằm hỗ trợ NHNN nâng cao khả năng ứng phó trước các biến động từ môi trường kinh tế - chính trị quốc tế, như sau:

Một là, điều hành lãi suất linh hoạt: Căn cứ kinh nghiệm quốc tế: Trong giai đoạn đầu xung đột, Fed, ECB và BoC đều áp dụng chiến lược nhìn xuyên qua cú sốc cung, giữ nguyên lãi suất để tránh "sai lầm chính sách" khi lạm phát do chi phí đẩy - loại lạm phát không thể kiềm chế bằng thắt chặt tiền tệ mà không tổn hại tăng trưởng (Salter, 2026; European Central Bank, 2026). Bên cạnh đó, kinh nghiệm phân hóa toàn cầu cho thấy BoE và RBA lại thắt chặt khi phát hiện rủi ro lạm phát nội địa dai dẳng - bài học này đặt ra yêu cầu NHNN phải theo dõi sát diễn biến lạm phát cốt lõi để điều chỉnh kịp thời. Tại Việt Nam, dự báo lãi suất điều hành có thể cần tăng 0,25-1% nếu xung đột kéo dài (BSC, 2026), trong khi tăng lãi suất lại đe dọa GDP (dự báo giảm 0,6-1%) và làm tăng nợ xấu (VinaCapital, 2026). Do vậy, bài viết khuyến nghị NHNN duy trì lãi suất ở mức hỗ trợ sản xuất nhưng sẵn sàng thắt chặt nếu lạm phát cốt lõi có dấu hiệu vượt kiểm soát do hiệu ứng vòng hai, đồng thời theo dõi sát các biến động ly tâm từ thị trường tài chính quốc tế để đưa ra các kịch bản ứng phó chủ động, bảo vệ các cân đối lớn của nền kinh tế (Nguyễn Đức, 2026).

Hai là, phối hợp chính sách tài khóa: Căn cứ lý thuyết và thực tiễn: Salter (2026) khẳng định chính sách tiền tệ không thể khắc phục các đứt gãy vật chất trong chuỗi cung ứng năng lượng như việc phong tỏa eo biển Hormuz; kinh nghiệm từ các cuộc khủng hoảng dầu mỏ 1973 và 1990 đều cho thấy phối hợp tiền tệ - tài khóa là điều kiện tiên quyết để ứng phó hiệu quả. Căn cứ thách thức đặc thù của Việt Nam: lạm phát đến từ đa nguồn (xăng dầu, logistics, thực phẩm, phân bón), nên chính sách tiền tệ đơn lẻ không đủ hiệu lực kiểm soát toàn diện. Trong bối cảnh như vậy, ngoài chính sách tiền tệ, NHNN xem xét phối hợp với Chính phủ sử dụng các công cụ thuế, phí xăng dầu và trợ cấp phân bón để giảm áp lực chi phí đẩy, tạo dư địa duy trì lãi suất ở mức hỗ trợ sản xuất (BSC, 2026).

Ba là, ổn định tâm lý thị trường: Căn cứ cơ chế truyền dẫn thông qua kênh kỳ vọng là 1 trong 3 kênh truyền dẫn chính của xung đột Iran - bất ổn địa chính trị kéo dài có thể làm mất neo kỳ vọng lạm phát, kéo theo vòng xoáy lương - giá. Căn cứ kinh nghiệm quốc tế: ECB, Fed, BoC đã coi truyền thông chính sách minh bạch là trụ cột ứng phó, sử dụng công cụ "Wage Tracker" giám sát đàm phán tiền lương và liên tục phát đi thông điệp khẳng định cam kết mục tiêu lạm phát 2% (Bank of Canada, 2026; ECB, 2026). Căn cứ thực trạng Việt Nam: thách thức lớn nhất với uy tín chính sách NHNN là cân bằng trong vòng xoáy biến số; nếu kỳ vọng lạm phát mất neo, hành vi tích trữ vàng, ngoại tệ, hàng hóa sẽ tự khuếch đại áp lực (T.H, 2026). Dựa vào thực tế và kinh nghiệm, NHNN xem xét tăng cường truyền thông để "neo" kỳ vọng, công bố rõ ràng các kịch bản ứng phó và khẳng định cam kết ổn định giá cả, giúp thị trường hiểu rằng biến động giá năng lượng chỉ là tạm thời và cơ quan điều hành đang kiểm soát chặt chẽ hiệu ứng vòng hai nhằm ổn định tâm lý thị trường và kiểm soát lạm phát kỳ vọng.

Bốn là, can thiệp thị trường ngoại hối và ổn định tỷ giá: Căn cứ cơ chế truyền dẫn kênh tài chính - áp lực tỷ giá từ USD mạnh và dòng vốn tháo chạy khỏi các nền kinh tế mới nổi - là 1 trong 3 kênh truyền dẫn trực tiếp nhất từ xung đột Iran đến NHNN. Căn cứ kinh nghiệm quốc tế: các NHTW châu Á và nền kinh tế mới nổi đã phải can thiệp mạnh tay vào thị trường ngoại hối và điều chỉnh dự trữ để bảo vệ đồng nội tệ trước khi tính đến điều chỉnh lãi suất (Gerlach, 2026). Căn cứ thực trạng Việt Nam: NHNN đã hút ròng ~240.000 tỷ đồng trong Quý I/2026 để ổn định tỷ giá (Ánh Tuyết, 2026b), song đứng trước rủi ro kép: nếu bán ngoại tệ quá mức thì cạn kiệt dự trữ, nếu để VND mất giá quá sâu thì gánh nặng nợ nước ngoài và lạm phát nhập khẩu sẽ tăng vọt; đặc biệt việc Fed trì hoãn giảm lãi

suất có thể kích hoạt làn sóng rút vốn mới (Đoàn Hằng, 2026). Từ bài học từ các NHTW và thực tiễn hiện nay của Việt Nam, NHNN cân nhắc can thiệp linh hoạt theo hướng duy trì biên độ dao động đủ rộng nhưng có kiểm soát để hấp thụ cú sốc bên ngoài mà không làm cạn kiệt dự trữ ngoại hối quốc gia nhằm ổn định thị trường ngoại hối, tỷ giá qua đó tránh những tác động tiêu cực đối với nền kinh tế

Năm là, kiểm soát dòng vốn và giám sát rủi ro hệ thống: Căn cứ kinh nghiệm quốc tế trong bối cảnh tâm lý rủi ro bao trùm thị trường toàn cầu, ECB đã đóng vai trò "người bảo trợ cuối cùng" về thanh khoản thông qua nghiệp vụ thị trường mở, ngăn chặn sụt giảm niềm tin trở thành khủng hoảng tài chính (European Central Bank, 2026); ECB cũng chỉ ra rằng quản trị các kịch bản cực đoan (tail risks) là yêu cầu bắt buộc khi xung đột có nguy cơ leo thang. Đối với Việt Nam, nguy cơ làn sóng rút vốn khỏi thị trường mới nổi ngày càng hiện hữu khi Fed trì hoãn giảm lãi suất (Đoàn Hằng, 2026); đồng thời nếu phải tăng lãi suất, rủi ro nợ xấu gia tăng trong các ngành nhạy cảm với giá năng lượng (vận tải, logistics, phân bón) là rất cao (VinaCapital, 2026). Vì vậy, NHNN nên xem xét thắt chặt giám sát dòng vốn tín dụng, đảm bảo vốn chảy vào sản xuất thực thay vì các kênh đầu cơ đang biến động mạnh; đồng thời rà soát định kỳ sức khỏe các ngân hàng thương mại, đặc biệt các khoản nợ xấu từ nhóm ngành nhạy cảm với giá năng lượng, để hệ thống tài chính duy trì khả năng chống chịu trước các kịch bản xấu nhất nhằm đảm bảo hệ thống hoạt động ổn định và an toàn.

6. Kết luận

Xung đột tại Iran nổ ra từ cuối tháng 2/2026 đang gây ra các thách thức cho các NHTW trên thế giới do cú sốc cung, lạm phát đình trệ và rủi ro "mất neo" kỳ vọng lạm phát toàn cầu. Trước tình hình đó, các NHTW lớn (Fed, ECB, BoC) đã triển khai lộ trình ứng phó đa tầng, từ việc duy trì lãi suất ổn định để đánh giá tác động, quản trị kỳ vọng lạm phát để ngăn chặn hiệu ứng vòng hai, đến việc đảm bảo thanh khoản hệ thống. Tại Việt Nam, NHNN đối mặt thách thức kép về lạm phát, tỷ giá và tăng trưởng. Bài viết đề xuất NHNN thực hiện chính sách tiền tệ thận trọng, can thiệp tỷ giá linh hoạt, phối hợp chặt chẽ với chính sách tài khóa, đồng thời tăng cường truyền thông và kiểm soát dòng vốn tín dụng vào sản xuất thực để ổn định vĩ mô ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Ánh Tuyết (2026a). BSC dự báo ba kịch bản xung đột Trung Đông, có khả năng lãi suất điều hành tăng 0,25 - 1%. Thời báo tài chính Việt Nam, https://thoibaotaichinhvietnam.vn/bsc-du-bao-ba-kich-ban-xung-dot-trung-dong-co-kha-nang-lai-suat-dieu-hanh-tang-025-1-193495.html

Ánh Tuyết (2026b). Hút ròng 240.000 tỷ đồng, ổn định tỷ giá, lãi suất liên ngân hàng vẫn "lặng sóng". Thời báo tài chính Việt Nam, https://thoibaotaichinhvietnam.vn/hut-rong-gan-240000-ty-dong-on-dinh-ty-gia-lai-suat-lien-ngan-hang-van-lang-song-194181.html

Đoàn Hằng (2026). Phân tích tác động của xung đột Iran đến thị trường vốn Việt Nam. Tạp chí Thị trường tiền tệ, https://thitruongtaichinhtiente.vn/ap-luc-tu-xung-dot-tai-trung-dong-ty-gia-duoc-du-bao-van-giu-nhip-on-dinh-78080.html

Kỳ Thành (2026). Kiểm soát lạm phát năm 2026: Nhận diện áp lực từ chi phí đẩy. Báo Đầu tư điện tử, https://baodautu.vn/kiem-soat-lam-phat-nam-2026-nhan-dien-ap-luc-tu-chi-phi-day-d241154.html

Nguyễn Đức (2026). Điều hành chính sách tiền tệ trước các biến số kinh tế toàn cầu: Thách thức ổn định vĩ mô. Tạp chí Kinh tế và Dự báo, số cuối tháng 3/2026, https://kinhtevadubao.vn/dieu-hanh-chinh-sach-tien-te-truoc-cac-bien-so-kinh-te-toan-cau-thach-thuc-on-dinh-vi-mo-d28415.html

T.H (2026). Điều hành chính sách tiền tệ với liều lượng hợp lý để ổn định vĩ mô. Tạp chí Thị trường Tài chính Tiền tệ, https://thitruongtaichinhtiente.vn/dieu-hanh-chinh-sach-tien-te-lay-on-dinh-vi-mo-lam-nen-tang-cho-tang-truong-ben-vung-80440.html

Alexander W. Salter (2026). Central Banks Can't Stop Wars: The limits of monetary intervention in geopolitical crises. The Daily Economy, https://thedailyeconomy.org/article/central-banks-cant-stop-wars/

Bank of Canada. (2026). Opening statement by Governor Tiff Macklem regarding the monetary policy decision. Bank of Canada, https://www.bankofcanada.ca/2026/03/opening-statement-060326/

Central Bank of Ireland. (2026). What the (latest) Middle East conflict means for inflation, growth, and monetary policy in Europe. Central Bank of Ireland Economy Papers. https://www.centralbank.ie/news/article/blog-what-the-latest-middle-east-conflict-means

European Central Bank. (2026). What the (latest) Middle East conflict means for inflation, growth, and monetary policy in Europe. Cental bank, https://www.centralbank.ie/news/article/blog-what-the-latest-middle-east-conflict-means

Gerlach, S. (2026). War in Iran: How might central banks react? EFG International AG, https://www.efginternational.com/us/insights/2026/war_in_iran_how_might_central_banks_react.html

IEA. (2026). Oil Market Report - March 2026. IEA, https://www.iea.org/reports/oil-market-report-march-2026

IMF. (2025). World Economic Outlook: Navigating Global Divergences. International Monetary Fund, https://www.imf.org/en/Publications/WEO

VinaCapital. (2026). VinaCapital Insights an update on the US Iran Wars Impact on Vietnam. VinaCapital Research, https://vinacapital.com/wp-content/uploads/2026/04/VinaCapital-Insights-An-Update-on-the-US-Iran-Wars-Impact-on-Vietnam.pdf.

Whiffin, A. (2026). Why US and UK monetary policy responses to the Iran war differ. Financial times, https://www.ft.com/content/0eed00d2-8fa7-4320-86c4-71b7df657faf

Ngày nhận bài: 6/4/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 20/4/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 5/5/2026

CENTRAL BANK RESPONSE STRATEGIES TO THE IRAN CONFLICT: INTERNATIONAL EXPERIENCE AND POLICY IMPLICATIONS FOR VIETNAM

● **PHAM THI LAM ANH**
Faculty of Banking, Banking Academy of Vietnam
Email: lamanh@hvnh.edu.vn

ABSTRACT:

This study identifies and analyzes the strategic responses of major central banking systems to the geopolitical shock arising from the Iran conflict in 2026. Employing a qualitative research approach, the study synthesizes and compares policy statements and reports issued by major central banks, including the Federal Reserve, the European Central Bank, the Bank of Canada, and the Bank of England, as well as international organizations such as the International Monetary Fund and the Bank for International Settlements, during the February - March 2026 period. The findings reveal a clear divergence in policy responses among major economies. Drawing on international experience, the study proposes five comprehensive and coordinated solutions for the State Bank of Vietnam (SBV) to respond effectively to the impacts of the Iran conflict, thereby contributing to domestic macroeconomic stability.

Keywords: Iran conflict, central bank, monetary policy, inflation, state bank.

HOÀN THIỆN KẾ TOÁN DOANH THU TẠI CÁC DOANH NGHIỆP SẢN XUẤT GIÀY TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HẢI PHÒNG

● **NGUYỄN THỊ THANH HUỆ**
Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Hưng Yên
Email: thanhhue.ute@gmail.com

TÓM TẮT:

Bài báo nghiên cứu thực trạng kế toán doanh thu tại các doanh nghiệp sản xuất giày trên địa bàn thành phố Hải Phòng trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế. Kết quả nghiên cứu chỉ ra những điểm nghẽn về độ trễ chứng từ xuất khẩu và sự thiếu hụt trong phân tích doanh thu dự báo. Đóng góp mới của bài viết nằm ở việc đề xuất mô hình số hóa chứng từ hiện trường kết nối trực tiếp với hệ thống kế toán thông qua mã QR và tích hợp chỉ số ESG (môi trường, xã hội và quản trị) vào báo cáo quản trị. Đây là giải pháp thực tiễn giúp các doanh nghiệp giày tại Hải Phòng minh bạch hóa tài chính, tối ưu hóa dòng tiền ngoại tệ và đáp ứng các tiêu chuẩn khắt khe của chuỗi cung ứng toàn cầu.

Từ khóa: kế toán doanh thu, doanh nghiệp sản xuất, sản xuất giày, thành phố Hải Phòng.

1. Đặt vấn đề

Thành phố Hải Phòng hiện là trung tâm sản xuất da giày chiến lược, đóng góp trọng yếu vào mục tiêu xuất khẩu 29 tỷ USD của toàn ngành năm 2025. Trong bối cảnh thực thi các hiệp định thương mại thế hệ mới và yêu cầu chuyển đổi số, việc hoàn thiện kế toán doanh thu không chỉ có ý nghĩa lý luận trong việc chuẩn hóa ghi nhận theo VAS/IFRS mà còn là yêu cầu thực tiễn cấp bách để kiểm soát dòng tiền ngoại tệ và quản trị rủi ro chuỗi cung ứng. Tuy nhiên, sự bất cập về thời điểm ghi nhận theo Điều khoản thương mại quốc tế (Incoterms) và quản lý hàng lỗi đang làm sai lệch thông tin tài chính tại nhiều đơn vị địa phương. Do đó, bài báo này tập trung phân tích thực trạng hạch toán doanh thu tại các doanh nghiệp giày trên địa bàn thành phố, từ đó đề xuất các giải pháp đột phá về số hóa chứng từ và tích hợp báo cáo ESG nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp.

2. Lý luận chung về Kế toán doanh thu tại các doanh nghiệp sản xuất

- Khái niệm doanh thu

Theo Chuẩn mực kế toán Việt Nam số 01 "Chuẩn mực chung" (Ban hành và công bố theo Quyết định số 165/2002/QĐ-BTC ngày 31/12/2002 của Bộ Tài chính), doanh thu được hiểu là "Tổng giá trị các lợi ích kinh tế doanh nghiệp thu được trong kỳ kế toán, phát sinh từ các hoạt động sản xuất, kinh doanh thông thường và các hoạt động khác của doanh nghiệp, góp phần làm tăng vốn chủ sở hữu, không bao gồm khoản góp vốn của cổ đông hoặc chủ sở hữu".

Như vậy, có rất nhiều quan điểm về doanh thu,

theo tác giả doanh thu là tổng giá trị các lợi ích kinh tế doanh nghiệp thu được trong kỳ kế toán, phát sinh từ các hoạt động sản xuất, kinh doanh thông thường, góp phần làm tăng vốn chủ sở hữu.

- *Điều kiện ghi nhận doanh thu bán hàng*

Để ghi nhận doanh thu, kế toán phải đảm bảo đồng thời 5 điều kiện cốt lõi: doanh nghiệp đã chuyển giao phần lớn rủi ro và lợi ích gắn liền với quyền sở hữu hàng hóa cho người mua; không còn nắm giữ quyền quản lý hoặc kiểm soát hàng hóa như chủ sở hữu; doanh thu được xác định tương đối chắc chắn; doanh nghiệp chắc chắn thu được lợi ích kinh tế từ giao dịch và xác định rõ ràng các chi phí liên quan. Tất cả các điều kiện này đều tuân thủ nguyên tắc Cơ sở dồn tích và Phù hợp, nhấn mạnh thời điểm ghi nhận doanh thu phụ thuộc vào việc hoàn tất nghĩa vụ với khách hàng chứ không phụ thuộc vào việc đã thu tiền hay chưa.

- *Nguyên tắc xác định giá trị doanh thu*

Nguyên tắc xác định giá trị doanh thu dựa trên giá trị hợp lý của các khoản đã thu hoặc sẽ thu được, sau khi đã trừ đi các khoản giảm trừ doanh thu như chiết khấu thương mại, giảm giá hàng bán và hàng bán bị trả lại.

+Thời điểm ghi nhận: Theo nguyên tắc Cơ sở dồn tích, doanh thu được ghi nhận tại thời điểm phát sinh giao dịch, không phụ thuộc vào việc đã thu được tiền hay chưa.

- *Chứng từ và Tài khoản sử dụng*

+ Chứng từ kế toán: Hóa đơn (Chứng từ quan trọng nhất): Bao gồm Hóa đơn giá trị gia tăng (GTGT)/; Chứng từ kho; Chứng từ vận chuyển và giao nhận; Hợp đồng và các văn bản thỏa thuận; Chứng từ thanh toán: Phiếu thu, Giấy báo Có của ngân hàng… Chứng từ về các khoản giảm trừ: Biên bản hàng bán bị trả lại, biên bản giảm giá hàng bán.

+ Tài khoản sử dụng chính

TK 511 - Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ: Phản ánh doanh thu bán thành phẩm.

TK 515 - Doanh thu hoạt động tài chính.

TK 711 - Thu nhập khác.

Các tài khoản liên quan: TK 111, 112, 131 (Phải thu khách hàng), TK 3331 (Thuế GTGT phải nộp).

- *Quy trình hạch toán cơ bản*

Sơ đồ hạch toán doanh thu bán thành phẩm trong doanh nghiệp sản xuất thường bao gồm 2 bút toán song song:

Bút toán 1: Ghi nhận doanh thu

Nợ TK 111, 112, 131: Tổng giá thanh toán.

Có TK 511: Doanh thu bán hàng (giá chưa có thuế).

Có TK 3331: Thuế GTGT phải nộp (nếu có).

Bút toán 2: Ghi nhận giá vốn (Phản ánh chi phí tương ứng)

Nợ TK 632: Giá vốn hàng bán.

Có TK 155: Thành phẩm xuất kho.

- Các khoản giảm trừ doanh thu

Trong quá trình kinh doanh, doanh thu có thể bị giảm đi bởi:

Chiết khấu thương mại: Giảm giá cho khách hàng mua số lượng lớn.

Giảm giá hàng bán: Giảm giá do hàng kém phẩm chất, sai quy cách.

Hàng bán bị trả lại: Khách hàng trả lại hàng do vi phạm hợp đồng, lỗi sản xuất.

Lưu ý: Các khoản này được hạch toán vào TK 521 (theo Thông tư số 200 năm 2026 sẽ được thay thế bởi Thông tư số 99) hoặc ghi giảm trực tiếp vào TK 511 (theo Thông tư số 133).

Có thể thấy mỗi ngành, lĩnh vực kinh doanh đều có những đặc điểm đặc trưng riêng biệt và có ảnh hưởng nhất định tới công tác kế toán nói chung và kế toán doanh thu nói riêng. Theo đó, đặc điểm hoạt động kinh doanh của những doanh nghiệp sản xuất ảnh hưởng tới kế toán doanh thu được tác giả nghiên cứu dưới 5 góc độ: (i) tổ chức bộ máy kế toán, (ii) xác định doanh thu, (iii) hệ thống hoá và xử lý thông tin về doanh thu, (iv) trình bày và cung cấp thông tin doanh thu.

3. Thực trạng kế toán doanh thu tại các doanh nghiệp sản xuất giày trên địa bàn thành phố Hải Phòng

3.1. Đặc điểm ngành sản xuất giày ảnh hưởng đến kế toán doanh thu

Hải Phòng từ lâu đã khẳng định vị thế là "thủ phủ" của ngành da giày miền Bắc với hệ sinh thái sản xuất năng động và bề dày truyền thống.Theo báo cáo từ Hiệp hội Da - Giày - Túi xách Việt Nam (LEFASO), ngành da giày cả nước đã ghi nhận mức kim ngạch xuất khẩu ấn tượng đạt 27,04 tỷ USD trong năm

2024, tăng 11,45% so với năm trước. Trong đó, Hải Phòng tiếp tục đóng góp vai trò mũi nhọn với tốc độ tăng trưởng bình quân hàng năm duy trì ở mức 10% - 15%. Không chỉ dừng lại ở quy mô sản xuất lớn, các doanh nghiệp tại đây đang nỗ lực chuyển mình để đạt mục tiêu xuất khẩu 29 tỷ USD của toàn ngành vào năm 2025. Số lượng doanh nghiệp sản xuất giày tại Thành phố Hải Phòng tính đến cuối năm 2025 khoảng trên 150 doanh nghiệp.

Ngành sản xuất giày tại Hải Phòng có những đặc thù riêng biệt mà kế toán cần lưu ý:

+ Hình thức sản xuất: Chủ yếu là gia công xuất khẩu (CMT) hoặc sản xuất theo đơn đặt hàng (FOB).

+ Quy trình phức tạp: Từ khâu nhập nguyên liệu, cắt, may, gò đến đóng gói. Doanh thu thường gắn liền với các Incoterms.

+ Chính sách chiết khấu: Do sản xuất số lượng lớn, các doanh nghiệp thường áp dụng chiết khấu thương mại và giảm giá hàng bán khi sản phẩm không đạt chuẩn kỹ thuật.

3.2. Thực trạng kế toán doanh thu tại các doanh nghiệp giày Hải Phòng

Kế toán doanh thu tại các công ty sản xuất giày tại Hải Phòng mang những đặc thù phức tạp, đòi hỏi sự chính xác cao để đáp ứng các chuẩn mực kiểm toán quốc tế và quy định về xuất nhập khẩu. Do phần lớn doanh thu đến từ các đơn hàng gia công hoặc xuất khẩu trực tiếp cho các nhãn hàng lớn như Nike hay Adidas, trọng tâm của công tác kế toán nằm ở việc xác định đúng thời điểm ghi nhận doanh thu dựa trên các điều kiện Incoterms (như FOB, CIF). Kế toán phải đối soát chặt chẽ giữa số lượng sản phẩm thực xuất với tờ khai hải quan, hóa đơn thương mại và chứng từ vận chuyển để đảm bảo tính đồng nhất. Bên cạnh đó, việc quản lý doanh thu còn gắn liền với khâu kiểm soát các khoản giảm trừ như hàng lỗi, hàng trả về và chênh lệch tỷ giá hối đoái do thanh toán bằng ngoại tệ. Trong bối cảnh Hải Phòng đang đẩy mạnh chuyển đổi số, các phần mềm quản trị ERP hiện đại đã được áp dụng rộng rãi, giúp kế toán doanh thu tại các nhà máy giày theo dõi dòng tiền theo thời gian thực, từ đó cung cấp dữ liệu kịp thời cho báo cáo tài chính và các quyết định chiến lược của doanh nghiệp.

Cụ thể:

(i) Về tổ chức bộ máy kế toán

Đặc điểm nổi bật của bộ máy: Khảo sát 50 doanh nghiệp sản xuất giày có quy mô lớn trên địa bàn thành phố Hải Phòng (trên 5.000 công nhân) kết quả đạt được:

+ Chuyên môn hóa cao: Chia nhỏ theo phần hành (vật tư, giá thành, lương, XNK).

+ Ứng dụng công nghệ: Sử dụng ERP để kết nối dữ liệu giữa kho, xưởng và văn phòng.

+ Tuân thủ kép: Đáp ứng quy định thuế nội địa và tiêu chuẩn kiểm toán quốc tế.

Đối với các doanh nghiệp sản xuất giày quy mô vừa và nhỏ tại Hải Phòng, khó khăn lớn nhất nằm ở sự "hụt hơi" về năng lực quản trị tài chính và rào cản công nghệ trong bối cảnh thị trường biến động nhanh:

+ Hệ thống quản trị lỏng lẻo: Việc quản lý dữ liệu chủ yếu dựa trên các phần mềm rời rạc hoặc sổ sách thủ công, dẫn đến tình trạng số liệu giữa kho và kế toán không đồng nhất, gây khó khăn trong việc kiểm soát định mức và chi phí sản xuất.

+ Chậm trễ trong chuyển đổi số: Do hạn chế về ngân sách, việc đầu tư vào các hệ thống quản trị hiện đại (ERP) vẫn là một mục tiêu xa vời, khiến doanh nghiệp thiếu đi các báo cáo phân tích dòng tiền và dự báo tài chính theo thời gian thực.

(ii) Xác định doanh thu

Thực trạng ghi nhận doanh thu tại các doanh nghiệp sản xuất giày tại Hải Phòng hiện nay phản ánh sự giao thoa giữa quy trình quản trị hiện đại và những rào cản đặc thù của ngành công nghiệp xuất khẩu.

* Kết quả đạt được

+ Vận dụng chuẩn mực quốc tế: Các doanh nghiệp đã thực hiện tốt việc xác định thời điểm ghi nhận doanh thu dựa trên các điều kiện Incoterms (phổ biến là FOB, CIF). Việc này giúp con số doanh thu trên báo cáo tài chính khớp với bằng chứng chuyển giao rủi ro trên vận đơn và tờ khai hải quan.

+ Minh bạch hóa dòng tiền: Kế toán doanh thu đã thực hiện chặt chẽ việc theo dõi tỷ giá giao dịch thực tế, giúp phản ánh chính xác giá trị các khoản phải thu từ khách hàng quốc tế trong bối cảnh tỷ giá biến động.

* Hạn chế

+ Độ trễ chứng từ: Tại các đơn vị quy mô vừa,

sự phối hợp giữa bộ phận giao nhận tại cảng Hải Phòng và bộ phận kế toán đôi khi thiếu nhịp nhàng, dẫn đến tình trạng chứng từ gốc (vận đơn, tờ khai) về chậm, gây lệch kỳ ghi nhận doanh thu giữa thực tế và sổ sách.

+ Quản lý các khoản giảm trừ chưa hiệu quả: Do đặc thù ngành giày có tỷ lệ sản phẩm lỗi phát sinh sau khi xuất xưởng, việc hạch toán hàng trả về hoặc giảm giá hàng bán thường bị chậm trễ. Điều này làm "phồng" doanh thu ảo trên báo cáo định kỳ, gây khó khăn cho việc dự báo tài chính.

+ Lúng túng trong doanh thu gia công: Với các đơn hàng gia công (CMT), kế toán thường gặp khó khăn trong việc tách bạch giữa doanh thu phí dịch vụ và giá trị nguyên liệu do khách hàng cung cấp, dễ dẫn đến những sai sót khi đối soát doanh thu thuần và tính toán nghĩa vụ thuế.

(iii) Hệ thống hoá và xử lý thông tin về doanh thu

Hệ thống hóa và xử lý thông tin doanh thu tại các doanh nghiệp sản xuất giày tại Hải Phòng là khâu then chốt nhằm chuyển đổi dữ liệu thô từ các đơn hàng thành thông tin quản trị chiến lược. Thực trạng này cho thấy những bước tiến đáng kể đi kèm với các rào cản kỹ thuật nhất định:

* Kết quả đạt được

Đồng bộ hóa dữ liệu: Nhiều doanh nghiệp đã xây dựng được quy trình luân chuyển thông tin khép kín từ bộ phận bán hàng, kho đến kế toán. Việc sử dụng mã vạch (Barcode) hoặc mã QR để quản lý từng lô hàng giúp thông tin doanh thu được cập nhật chính xác theo từng chủng loại sản phẩm và thị trường xuất khẩu.

* Hạn chế

+ Xử lý dữ liệu chưa theo thời gian thực (Real-time): Tại một số doanh nghiệp, hệ thống hóa thông tin vẫn có độ trễ. Dữ liệu doanh thu chỉ được xử lý hoàn tất vào cuối tháng sau khi đối soát xong chứng từ giấy, khiến thông tin cung cấp cho ban lãnh đạo thường mang tính "hậu kiểm" thay vì dự báo.

+ Thiếu tính phân tích sâu: Hệ thống mới chỉ dừng lại ở việc tập hợp con số doanh thu tổng hợp, chưa thực sự đi sâu vào phân tích tỷ trọng lợi nhuận trên từng dòng sản phẩm hoặc đánh giá hiệu quả của từng thị trường mục tiêu để cảnh báo rủi ro sụt giảm đơn hàng.

+ Lỗ hổng bảo mật và kết nối: Việc kết nối thông tin giữa các văn phòng đại diện, nhà máy và cảng đôi khi bị gián đoạn do hạ tầng mạng hoặc sự thiếu tương thích giữa các nền tảng phần mềm khác nhau, dẫn đến tình trạng phân mảnh dữ liệu.

(iv) Trình bày và cung cấp thông tin doanh thu

Trình bày và cung cấp thông tin doanh thu là giai đoạn cuối cùng nhưng quan trọng nhất trong chu trình kế toán doanh thu, giúp chuyển đổi các con số hạch toán thành "ngôn ngữ quản trị" cho ban lãnh đạo và các bên liên quan.

* Kết quả đạt được

Đa dạng hóa hình thức báo cáo: Các doanh nghiệp đã xây dựng được hệ thống báo cáo doanh thu đa chiều: theo mã hàng (SKU), theo thị trường (Mỹ, EU, Nhật Bản), và theo từng nhãn hàng (Nike, Adidas...). Điều này giúp ban lãnh đạo dễ dàng nhận diện đâu là dòng sản phẩm mang lại lợi nhuận cao nhất.

* Hạn chế

+ Nội dung báo cáo còn nặng tính thống kê: Việc trình bày thông tin hiện nay chủ yếu tập trung vào số liệu thực tế đã phát sinh (những gì đã xảy ra), thiếu các báo cáo phân tích xu hướng hoặc dự báo doanh thu trong tương lai để cảnh báo rủi ro sụt giảm đơn hàng.

+ Thiếu sự kết nối giữa tài chính và phi tài chính: Thông tin doanh thu thường được trình bày rời rạc, chưa kết nối chặt chẽ với các chỉ số phi tài chính như tỷ lệ hàng lỗi (defect rate), thời gian giao hàng (lead time) hoặc các chỉ số phát triển bền vững (ESG) vốn đang là yêu cầu bắt buộc của đối tác.

+ Hạn chế về trực quan hóa dữ liệu: Tại các doanh nghiệp quy mô vừa, báo cáo vẫn chủ yếu dưới dạng bảng biểu Excel phức tạp, thiếu các biểu đồ trực quan, gây khó khăn cho những người không có chuyên môn kế toán trong việc nắm bắt nhanh bức tranh kinh doanh.

4. Một số giải pháp hoàn thiện kế toán doanh thu tại các doanh nghiệp sản xuất giày trên địa bàn thành phố Hải Phòng

4.1. Chuẩn hóa quy trình xác nhận doanh thu theo Incoterms và chứng từ số

+ Số hóa chứng từ hiện trường: Xây dựng ứng dụng kết nối trực tiếp bộ phận giao nhận tại cảng với phòng kế toán. Hình ảnh vận đơn (B/L) và tờ khai

thông quan phải được cập nhật lên hệ thống ngay khi phát sinh để kế toán ghi nhận doanh thu đúng kỳ, xóa bỏ tình trạng "đợi chứng từ giấy".

+ Cẩm nang hạch toán chuẩn: Xây dựng quy định chi tiết về thời điểm ghi nhận doanh thu cho từng điều kiện giao hàng (FOB, CIF, DDP) để đảm bảo tính thống nhất, tránh sai sót

Ví dụ: Dữ liệu cụ thể: Đặt mục tiêu giảm thời gian luân chuyển chứng từ từ 3-5 ngày xuống còn dưới 4 giờ thông qua việc ứng dụng công cụ E-Office và chữ ký số.

Giải pháp: Sử dụng mã QR cho từng lô hàng xuất khẩu tại cảng Hải Phòng, cho phép bộ phận kế toán quét mã để tự động hạch toán doanh thu ngay khi container được xác nhận "Gate-in" tại cảng.

4.2. Đầu tư hệ thống ERP và tích hợp dữ liệu liên phòng ban

Kết nối dữ liệu kho - sản xuất - kế toán: Thay thế các phần mềm rời rạc bằng hệ thống quản trị tổng thể (như MISA, SAP hoặc Microsoft Dynamics). Việc này giúp dữ liệu doanh thu được xử lý tự động từ khâu xuất kho thành phẩm, đảm bảo số liệu luôn khớp đúng giữa thực tế sản xuất và sổ sách tài chính.

+ Kiểm soát định mức tự động: Hệ thống hóa việc đối soát nguyên vật liệu tiêu hao trên từng đơn hàng (PO) để tính toán chính xác giá vốn và doanh thu thuần, đặc biệt với các hợp đồng gia công (CMT) phức tạp.

Ví dụ: Dữ liệu cụ thể: Tiết kiệm ít nhất 15-20% chi phí vận hành nhờ giảm thiểu sai sót đối soát thủ công.

Giải pháp: Ưu tiên các giải pháp ERP có phân hệ sản xuất chuyên sâu cho ngành giày (như SAP Business One hoặc Oracle NetSuite). Hệ thống này có khả năng quản lý danh mục nguyên phụ liệu lên tới 2.000 - 5.000 mã hàng (SKU), giúp kế toán xử lý thông tin doanh thu và giá vốn chính xác đến từng đôi giày.

4.3. Thiết lập cơ chế dự phòng và quản trị rủi ro doanh thu

+ Trích lập dự phòng hàng lỗi (Defect rate): Xây dựng quy trình hạch toán các khoản giảm trừ doanh thu ngay khi có phản hồi từ khách hàng quốc tế. Việc này giúp phản ánh đúng doanh thu thực tế có thể thu hồi, tránh tình trạng "doanh thu ảo" gây sai lệch kế hoạch dòng tiền.

+ Công cụ phòng vệ tỷ giá: Phối hợp với ngân hàng thực hiện các hợp đồng giao dịch tiền tệ có kỳ hạn (Forward) để chốt tỷ giá cho các khoản phải thu bằng ngoại tệ, bảo vệ lợi nhuận doanh nghiệp trước biến động của đồng USD.

Ví dụ: Thực hiện hợp đồng kỳ hạn (Forward) với các ngân hàng lớn (như Vietcombank, Techcombank) để chốt tỷ giá cho ít nhất 60-70% doanh thu ngoại tệ dự kiến trong quý. Đối với hàng lỗi, cần thiết lập quỹ dự phòng hàng trả về dựa trên tỷ lệ lỗi lịch sử (thường dao động từ 0,5% - 1,5% tùy quy trình kiểm soát chất lượng).

4.4. Nâng cấp chất lượng báo cáo theo hướng trực quan và tích hợp ESG

+ Dashboard quản trị thông minh: Chuyển từ báo cáo Excel tĩnh sang các biểu đồ trực quan (Business Intelligence). Báo cáo cần phân tích sâu doanh thu theo từng nhãn hàng, thị trường và dòng sản phẩm để cảnh báo sớm các dấu hiệu sụt giảm đơn hàng.

+ Tích hợp báo cáo xanh (ESG): Bắt đầu hạch toán và trình bày các chỉ số về chi phí năng lượng, nguyên liệu tái chế đi kèm với dữ liệu doanh thu. Đây là giải pháp then chốt để đáp ứng tiêu chuẩn bền vững của các nhãn hàng như Nike, Adidas và duy trì vị thế trong chuỗi cung ứng toàn cầu.

Ví dụ: Triển khai báo cáo doanh thu tích hợp chỉ số Carbon Footprint trên mỗi đơn vị sản phẩm. Sử dụng công cụ Power BI để trực quan hóa báo cáo, cho phép ban lãnh đạo theo dõi biểu đồ doanh thu theo thời gian thực (Real-time Dashboard) thay vì đợi báo cáo tổng kết sau 10 ngày kết thúc tháng ■

Lời cảm ơn:

Nghiên cứu này được tài trợ bởi Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Hưng Yên mã số đề tài: UTEHY.L.2026.30.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Bộ Tài chính (2014). Chuẩn mực kế toán Việt Nam số 14 (VAS 14): Doanh thu và thu nhập khác.

Bộ Tài chính (2014). Thông tư số 200/2014/TT-BTC ngày 22/12/2014. hướng dẫn chế độ kế toán doanh nghiệp,

Minh Hảo (2023). Tọa đàm xây dựng hệ sinh thái phát triển ngành Da giày thành phố Hải Phòng: Nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường. Cổng tin tức thành phố Hải Phòng. Truy cập tại https://thanhphohaiphong.gov.vn/toa-dam-xay-dung-he-sinh-thai-phat-trien-nganh-da-giay-thanh-pho-hai-phong-nang-cao-nang-luc-canh-tranh-tren-thi-truong.html

Nguyễn Ngọc Ánh, Đinh Thị Kim Xuyến (2025). Hoàn thiện kế toán doanh thu, chi phí và xác định kết quả kinh doanh tại Công ty TNHH MTV Xổ số Kiến thiết Nam Định: Thực trạng và khuyến nghị, Tạp chí Công Thương. Truy cập tại https://tapchicongthuong.vn/hoan-thien-ke-toan-doanh-thu--chi-phi-va-xac-dinh-ket-qua-kinh-doanh-tai-cong-ty-tnhh-mtv-xo-so-kien-thiet-nam-dinh--thuc-trang-va-khuyen-nghi-167645.htm

Website https://tracuunnt.gdt.gov.vn/tcnnt/mstdn.jsp.

Thanh Sơn (2023). Xây dựng hệ sinh thái phát triển ngành da giày TP. Hải Phòng. Đầu tư online. Truy cập tại https://baodautu.vn/xay-dung-he-sinh-thai-phat-trien-nganh-da-giay-tp-hai-phong-d196096.html.

Ngày nhận bài: 15/03/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 01/04/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 15/04/2026

IMPROVING REVENUE ACCOUNTING IN SHOE MANUFACTURING BUSINESSES IN HAI PHONG CITY

● **NGUYEN THI THANH HUE**
Hung Yen University of Technology and Education
Email: thanhhue.ute@gmail.com

ABSTRACT:

This study examines the current state of revenue accounting in footwear manufacturing enterprises in Hai Phong City within the context of international economic integration. The findings highlight key bottlenecks, including delays in export documentation and the limited application of revenue forecasting analysis. The study's novel contribution lies in proposing a model for digitizing field documents, directly linking them to accounting systems through QR codes, and integrating environmental, social, and governance (ESG) indicators into management reports. This model offers a practical approach to enhancing financial transparency, optimizing foreign currency cash flows, and enabling footwear enterprises in Hai Phong to meet the increasingly stringent standards of global supply chains.

Keywords: revenue accounting, manufacturing business, shoe manufacturing, Hai Phong city.

NGHIÊN CỨU SỰ TÁC ĐỘNG CỦA KIỂM TOÁN NỘI BỘ TRONG QUẢN TRỊ RỦI RO MÔ HÌNH TẠI CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH CHUYỂN ĐỔI SỐ

● **ĐỖ THỊ HƯƠNG**[1*] - TS. **NGUYỄN THỊ MAI HƯƠNG**[2]
[1,2]Trường Đại học Ngân hàng Thành phố Hồ Chí Minh
*NCS Đại học Công nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh

TÓM TẮT:

Bài nghiên cứu phân tích sự tác động của kiểm toán nội bộ (KTNB) trong quản trị rủi ro mô hình (Model Risk Management - MRM) tại các ngân hàng thương mại (NHTM) Việt Nam trong bối cảnh chuyển đổi số. Nghiên cứu hệ thống hóa khung lý thuyết về KTNB và MRM trong NHTM, làm rõ quá trình nội địa hóa chuẩn mực quốc tế (SR 11-7, Basel III) thông qua Thông tư số 83/2025/TT-NHNN, đồng thời phân tích thực trạng triển khai và các khoảng cách thể chế tại Việt Nam. Nghiên cứu sử dụng phương pháp định tính kết hợp tổng hợp tài liệu có hệ thống và phân tích đối sánh theo khung chuẩn mực quốc tế. Kết quả chỉ ra sự cần thiết phải tái cấu trúc KTNB theo hướng kết hợp nghiệp vụ ngân hàng với khoa học dữ liệu, chuyển sang mô hình kiểm toán liên tục và củng cố vai trò giám sát độc lập của KTNB trong bảo đảm niềm tin số tại kỷ nguyên ngân hàng số.

Từ khóa: kiểm toán nội bộ, quản trị rủi ro mô hình (MRM), ngân hàng thương mại, chuyển đổi số, Basel III, Thông tư số 83/2025/TT-NHNN.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh ngân hàng số và chuyển đổi số diễn ra với tốc độ nhanh, các NHTM ngày càng phụ thuộc vào mô hình định lượng, trí tuệ nhân tạo (AI) và phân tích dữ liệu lớn để ra quyết định kinh doanh và đánh giá rủi ro. Sự dịch chuyển này tạo ra một dạng rủi ro mới - rủi ro mô hình - khi các sai lệch trong thiết kế, triển khai hoặc vận hành mô hình đã trở thành rủi ro quản trị trọng yếu có khả năng ảnh hưởng đến sự ổn định của toàn hệ thống.

Nếu trước đây KTNB chủ yếu thực hiện hậu kiểm và đánh giá tuân thủ, thì trong kỷ nguyên số, KTNB cần chuyển đổi thành cơ chế giám sát độc lập đối với toàn bộ vòng đời mô hình - từ thiết kế, phê duyệt, vận hành đến phát hiện sớm dấu hiệu suy giảm (model drift). Đây là thách thức lớn khi hành lang pháp lý MRM tại Việt Nam mới được định hình qua Thông tư 83/2025/TT-NHNN, tạo ra những yêu cầu mới đối với KTNB trong ngân hàng.

Sự ra đời của Thông tư số 83/2025/TT-NHNN đánh dấu bước tiến quan trọng khi lần đầu tiên đưa MRM trở thành nội dung quản trị riêng biệt, gắn với

trách nhiệm giải trình của NHTM. Tuy nhiên, khoảng cách giữa yêu cầu quy định và thực tiễn triển khai vẫn còn khá lớn, phản ánh "khoảng trống thể chế" giữa chuẩn mực quốc tế (Basel III, SR 11-7, GIAS 2024) và mức độ sẵn sàng thực tế của hệ thống ngân hàng Việt Nam về năng lực KTNB, hạ tầng dữ liệu và nguồn nhân lực liên ngành.

Xuất phát từ đó, bài viết hướng đến: (i) Hệ thống hóa cơ sở lý thuyết về KTNB và MRM trong NHTM dưới bối cảnh chuyển đổi số; (ii) hệ thống cơ sở lý thuyết, khung pháp lý và Phân tích thực trạng triển khai KTNB trong MRM tại NHTM Việt Nam; và (iii) Đề xuất hàm ý chính sách nhằm nâng cao hiệu lực KTNB trong kỷ nguyên ngân hàng số.

2. Cơ sở lý thuyết và tổng quan nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết về kiểm toán nội bộ

Các nghiên cứu khẳng định KTNB không phải là cấu trúc tĩnh mà là sản phẩm của thích ứng thể chế. Bước ngoặt thực sự diễn ra năm 1941 khi Viện Kiểm toán Nội bộ (IIA) được thành lập, đưa KTNB thoát khỏi vai trò phụ trợ kế toán để phát triển thành nghề nghiệp độc lập (Flesher, 1996). Định nghĩa của IIA (1999) xác lập KTNB là hoạt động "đảm bảo và tư vấn độc lập, khách quan nhằm gia tăng giá trị và cải thiện hoạt động của tổ chức", mở rộng phạm vi từ kiểm tra tuân thủ sang hỗ trợ quản trị chiến lược.

Nhiều nghiên cứu thực nghiệm đánh giá tác động của KTNB đối với quản trị tổ chức trong ngân hàng: Johl et al. (2013) chứng minh tính độc lập của KTNB có quan hệ tích cực với chất lượng báo cáo tài chính; Kaawaase et al. (2021) bổ sung chất lượng và mức độ khách quan của KTNB tác động thuận chiều đến độ tin cậy thông tin tài chính; Madawaki et al. (2022) chỉ ra KTNB còn chịu ảnh hưởng mạnh của sự hỗ trợ từ nhà quản lý cấp cao.

Từ năm 2020, sự bùng nổ của ngân hàng số và AI đưa KTNB vào giai đoạn phát triển mới gắn với MRM. Wassie & Lakatos (2024) chỉ ra, ứng dụng phân tích dữ liệu cho phép KTNB chuyển từ chọn mẫu sang kiểm toán toàn bộ dữ liệu và giám sát liên tục. Joshi (2025) nhấn mạnh, KTNB trong kỷ nguyên AI phải đánh giá thêm tính minh bạch thuật toán (explainability), thiên lệch mô hình (algorithmic bias) và hiện tượng "model drift".

2.2. Cơ sở lý thuyết về quản trị rủi ro mô hình (MRM) trong ngân hàng thương mại

Quản trị rủi ro mô hình (MRM) được định nghĩa là tập hợp các quy trình và cơ chế kiểm soát nhằm nhận diện, đo lường, giám sát và giảm thiểu rủi ro phát sinh từ sử dụng mô hình định lượng trong hoạt động ngân hàng (Federal Reserve System, 2011). Theo hướng dẫn SR 11-7, rủi ro mô hình bao gồm: (i) Rủi ro từ sai lệch trong thiết kế và phát triển mô hình; (ii) Rủi ro từ sử dụng mô hình không phù hợp với mục đích ban đầu; và (iii) Rủi ro từ lỗi vận hành và hiện tượng suy giảm hiệu năng (model drift).

Basel Committee (2019) nhấn mạnh MRM là cấu phần thiết yếu trong quản trị ngân hàng hiện đại, đặc biệt khi ứng dụng AI và học máy (ML). Khung BCBS 239 (2013) yêu cầu các ngân hàng có hệ thống tổng hợp dữ liệu rủi ro mạnh và báo cáo rủi ro chính xác, đặt nền tảng cho giám sát mô hình theo thời gian thực. Khung COSO ERM (2017) bổ sung chiều cạnh quản trị doanh nghiệp, nhấn mạnh MRM phải được tích hợp vào chiến lược tổng thể. Theo Basel Committee (2015) và IIA (2017, 2020), MRM hiệu quả đòi hỏi cơ chế ba tuyến bảo vệ: Tuyến 1 - Đơn vị kinh doanh phát triển và sử dụng mô hình, chịu trách nhiệm chính về rủi ro mô hình; Tuyến 2 - Bộ phận quản trị rủi ro thực hiện kiểm định và xác thực mô hình độc lập; Tuyến 3 - KTNB cung cấp đảm bảo độc lập cho Hội đồng quản trị về tính hiệu lực của toàn bộ hệ thống MRM.

Và Thông tư số 83/2025/TT-NHNN là văn bản pháp lý đầu tiên đưa MRM trở thành nội dung quản trị riêng biệt tại Việt Nam. Thông tư yêu cầu NHTM thiết lập cơ chế kiểm định mô hình độc lập, xây dựng hạ tầng dữ liệu phục vụ giám sát và nâng cao năng lực KTNB trong đánh giá các mô hình phức tạp (AI/ML). Đây là cơ sở pháp lý quan trọng để các NHTM Việt Nam thực hiện quản trị rủi ro mô hình theo thông lệ quốc tế.

2.3. Tổng quan nghiên cứu về kế toán nội bộ trong MRM tại ngân hàng thương mại

Ở cấp độ quốc tế, nghiên cứu về KTNB và MRM có 2 hướng chính: (i) Hướng tập trung vào vai trò chiến lược của KTNB: Basel Committee (2015) nhấn mạnh, KTNB là cấu phần thiết yếu trong giám sát nội bộ, hỗ trợ đảm bảo an toàn tài chính; Paape (2007) và Arena & Azzone (2009) ghi nhận sự chuyển đổi từ vai trò hậu kiểm sang tư vấn chiến lược. (ii) Hướng tập trung vào ứng dụng công nghệ: Wassie & Lakatos (2024), chứng minh AI và phân tích dữ liệu lớn giúp KTNB mở rộng phạm vi và nâng cao giám sát liên tục; Joshi (2025) đề xuất khung đánh giá KTNB cho mô hình AI theo tiêu chí minh bạch, công bằng và khả năng giải thích.

Tại Việt Nam, các nghiên cứu cho thấy: Hoàng Anh và Xuân Nhật (2026) khẳng định năng lực kiểm toán viên và ứng dụng công nghệ ảnh hưởng đến khả năng quản trị rủi ro; Quế và các cộng sự (2024) chỉ ra năng lực chuyên môn và nguồn lực là 2 yếu tố tác động mạnh nhất đến hiệu lực KTNB trong phát hiện gian lận; Hương và Mai Hương (2025) phát triển mô hình 5 thuộc tính KTNB tác động đến chất lượng thông tin tài chính. Về bối cảnh số: Cẩm Tú (2023) ghi nhận xu hướng ứng dụng AI trong chấm điểm tín dụng; Hương và Mai Hương (2025) đề xuất khung quản trị rủi ro AI; Hồng Phương và cộng sự (2025) cảnh báo tính độc lập thực chất của KTNB tại nhiều NHTM còn hạn chế.

Tổng quan cho thấy, khoảng trống nghiên cứu chủ yếu tập trung vào khía cạnh kỹ thuật hoặc quản trị dữ liệu, chưa phân tích sâu vai trò KTNB như cơ chế giám sát độc lập trong MRM tại NHTM Việt Nam dưới bối cảnh chuyển đổi số - khoảng trống mà nghiên cứu này hướng đến lấp đầy.

3. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính kết hợp tổng hợp tài liệu với 3 công cụ chính:

Tổng hợp tài liệu trên các cơ sở dữ liệu học thuật (Scopus, Web of Science, Google Scholar) với từ khóa: "kiểm toán nội bộ", ngân hàng thương mại, MRM, "internal audit", "commercial bank", "digital transformation", "Vietnam" và được lọc theo tiêu chí: xuất bản 2015-2026 và liên quan trực tiếp đến KTNB, MRM hoặc ngân hàng số. Tổng cộng 28 công trình được đưa vào phân tích (18 quốc tế, 10 trong nước).

Phân tích và so sánh nhằm hệ thống hóa các văn bản pháp lý bao gồm: Luật Các tổ chức tín dụng 2024, Thông tư 83/2025/TT-NHNN, Nghị định 05/2019/NĐ-CP và Thông tư 08/2021/TT-BTC, nhằm xác định khuôn khổ pháp lý cho MRM và KTNB tại Việt Nam. Phương pháp so sánh được áp dụng để đối chiếu yêu cầu pháp lý Việt Nam với chuẩn mực quốc tế. Nghiên cứu thực hiện đối sánh dựa trên các chuẩn mực quốc tế: SR 11-7 (Federal Reserve, 2011), khung Basel Committee (BCBS, 2013, 2015, 2019), Chuẩn mực KTNB toàn cầu (GIAS, 2024) và COSO ERM (2017). Ma trận được sử dụng để đánh giá khoảng cách giữa thực tiễn KTNB tại NHTM Việt Nam với yêu cầu quốc tế về MRM, từ đó xác định các khoảng trống thể chế cụ thể nhằm cung cấp nền tảng lý thuyết và bằng chứng thực tiễn cho các nghiên cứu thực nghiệm định lượng tiếp theo về tác động của KTNB đến hiệu quả MRM tại NHTM Việt Nam.

4. Thực trạng tác động của ktnb trong mrm tại nhtm việt nam trong bối cảnh chuyển đổi số

4.1. Khuôn khổ pháp lý và chuẩn mực về MRM tại Việt Nam

Nội dung của Bảng 1 tổng hợp đối sánh giữa Thông tư số 83/2025/TT-NHNN, chuẩn mực quốc tế và thực tiễn KTNB tại các NHTM Việt Nam, làm rõ các khoảng cách thể chế cần được khắc phục về thực tiễn triển khai KTNB trong MRM:

4.2. Thực tiễn triển khai kế toán nội bộ trong MRM tại ngân hàng thương mại Việt Nam trong bối cảnh chuyển đổi số

Kết quả đối sánh tại Bảng 1 cho thấy, Thông tư số 83/2025/TT-NHNN đã có bước tiến đáng kể khi chính thức thừa nhận MRM như cấu phần độc lập trong quản trị ngân hàng, phù hợp với xu hướng quốc tế khi rủi ro mô hình không còn là vấn đề kỹ thuật mà trở thành rủi ro quản trị cốt lõi trong bối cảnh ứng dụng AI và dữ liệu lớn. Tuy nhiên, thực tiễn triển khai KTNB trong MRM còn bộc lộ nhiều hạn chế:

Về phạm vi và năng lực kiểm toán mô hình: Đa số NHTM Việt Nam, KTNB chủ yếu kiểm tra tuân thủ quy trình, chưa có khả năng đánh giá chuyên sâu các mô hình định lượng phức tạp như chấm điểm tín dụng AI/ML, mô hình dự báo thanh khoản hay định giá tài sản. Điều này tạo ra "vùng mù" trong giám sát, đặc biệt khi các mô hình hộp đen (black-box) ngày càng được sử dụng rộng rãi. (Cẩm Tú, 2024)

Về tính độc lập thực chất của KTNB: Mặc dù Thông tư số 83/2025 quy định KTNB là tuyến bảo vệ thứ ba với vai trò độc lập, thực tiễn cho thấy tính độc lập này còn mang tính hình thức tại nhiều NHTM. KTNB thường bị ảnh hưởng bởi áp lực từ ban điều hành, hạn chế khả năng đưa ra đánh giá khách quan về hiệu lực MRM (Hương và Mai Hương, 2025).

Về phương pháp kiểm toán và công nghệ: Trong khi kiểm toán liên tục (continuous auditing) dựa trên dữ liệu lớn đang trở thành thông lệ quốc tế, phần lớn NHTM Việt Nam vẫn kiểm toán định kỳ, chưa có hạ tầng kỹ thuật để triển khai giám sát thời gian thực. Dữ liệu phân tán và thiếu chuẩn hóa là rào cản chính (Hương và Mai Hương, 2025).

Về nguồn nhân lực liên ngành: Thiếu hụt kiểm toán viên có năng lực kết hợp giữa nghiệp vụ ngân hàng và khoa học dữ liệu là thách thức cấp bách nhất.

Bảng 1. Tổng hợp đối sánh khung pháp lý, chuẩn mực quốc tế và thực tiễn KTNB tại NHTM Việt Nam

Nội dung so sánh	Thông tư 83/2025/TT-NHNN	Chuẩn mực quốc tế	Thực trạng KTNB tại NHTM VN	Khoảng cách KTNB
Phạm vi giám sát mô hình	Yêu cầu KTNB đánh giá toàn bộ khung MRM, bao gồm AI/ML (Điều 6, 14)	Basel (2018): giám sát toàn vòng đời mô hình	KTNB chủ yếu kiểm tra tuân thủ, ít tham gia đánh giá mô hình định lượng	Chưa bao quát mô hình phức tạp, thiếu năng lực AI
Vai trò đảm bảo độc lập	KTNB là tuyến bảo vệ thứ ba (Điều 18)	Basel (2015) - Three Lines of Defense; IIA (2020)	Tính độc lập còn hình thức, phụ thuộc ban điều hành (Hương và Mai Hương, 2025)	Chưa thực thi đầy đủ vai trò giám sát độc lập
Kiểm định mô hình	Yêu cầu cơ chế kiểm định độc lập và KTNB đánh giá lại (Điều 11)	SR 11-7 (Fed, 2011): kiểm chứng độc lập	Nhiều ngân hàng thiếu bộ phận validation chuyên sâu (Cẩm Tú, 2024)	Thiếu kiểm soát mô hình "hộp đen"
Giám sát liên tục	Khuyến khích giám sát liên tục, phát hiện sớm (Điều 7)	BCBS 239 (2013): dữ liệu và giám sát thời gian thực	KTNB vẫn kiểm toán định kỳ, chưa triển khai kiểm toán liên tục	Kiểm toán trên dữ liệu lớn chưa phổ biến
Năng lực kiểm toán viên	Yêu cầu hiểu mô hình, dữ liệu và công nghệ (Điều 20)	IIA (2017), COSO ERM (2017): năng lực phân tích rủi ro và CNTT	Thiếu nhân sự liên ngành (ngân hàng + khoa học dữ liệu) (Quế và các cộng sự, 2024)	Khoảng trống lớn về kỹ năng định lượng
Hạ tầng dữ liệu	Yêu cầu hệ thống dữ liệu phục vụ kiểm toán (Điều 9)	BCBS 239: quản trị dữ liệu và báo cáo rủi ro	Dữ liệu phân tán, khó tích hợp (Hương và Mai Hương, 2025)	Hạn chế trong khai thác dữ liệu lớn

Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả

Nhân sự KTNB hiện tại phần lớn được đào tạo theo hướng kế toán - kiểm toán truyền thống, thiếu kỹ năng phân tích định lượng, lập trình và hiểu biết về mô hình AI/ML (Cẩm Tú, 2024).

Những hạn chế trên tạo ra "khoảng cách thể chế" rõ nét giữa chuẩn mực toàn cầu và thực tiễn nội địa, đặt ra yêu cầu cấp thiết về tái cấu trúc toàn diện KTNB tại các NHTM Việt Nam trong bối cảnh chuyển đổi số.

5. Kết luận và hàm ý nghiên cứu

Nghiên cứu đã hệ thống hóa cơ sở lý thuyết, đồng thời phân tích thực trạng kiểm toán nội bộ (KTNB) và quản trị rủi ro mô hình (MRM) tại các ngân hàng thương mại Việt Nam trong bối cảnh chuyển đổi số. Kết quả nghiên cứu cho thấy, Thông tư 83/2025/TT-NHNN đã tạo nền tảng pháp lý quan trọng cho việc triển khai MRM trong hệ thống ngân hàng. Tuy nhiên, quá trình thực thi trên thực tế vẫn tồn tại nhiều khoảng cách đáng kể giữa yêu cầu quản trị và năng lực triển khai của các ngân hàng. Bên cạnh hạn chế về năng lực kỹ thuật, các tổ chức còn đối mặt với những bất cập về cơ chế, quy trình và nền tảng thể chế hỗ trợ. Trong bối cảnh đó, chuyển đổi số đang đặt ra yêu cầu KTNB phải chuyển dịch từ vai trò hậu kiểm truyền thống sang mô hình giám sát liên tục, tập trung nhiều hơn vào đánh giá và đảm bảo chất lượng mô hình.

Từ các kết quả nghiên cứu, bài viết đề xuất một số hàm ý quan trọng nhằm nâng cao vai

trò của KTNB trong MRM, bao gồm: mở rộng phạm vi kiểm toán trên toàn bộ vòng đời mô hình; ứng dụng AI và dữ liệu lớn để triển khai kiểm toán liên tục theo thời gian thực; phát triển đội ngũ kiểm toán viên liên ngành; tăng cường tính độc lập của KTNB; và đầu tư hạ tầng dữ liệu phục vụ công tác kiểm toán. Việc nâng cao vai trò KTNB không chỉ nhằm đáp ứng yêu cầu tuân thủ Thông tư 83/2025 mà còn góp phần xây dựng nền tảng "niềm tin số" bền vững cho hệ thống ngân hàng Việt Nam trong tương lai ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Đỗ Thị Hương và Nguyễn Thị Mai Hương. (2025). Vai trò kiểm toán nội bộ trong hoạt động ngân hàng thương mại - Nghiên cứu trường hợp của VCB. Đề tài cơ sở, Trường Đại học Ngân hàng TP. Hồ Chí Minh.

Lê Cẩm Tú. (2024). Ảnh hưởng của trí tuệ nhân tạo đến đánh giá rủi ro tín dụng trong lĩnh vực ngân hàng. Tạp chí Ngân hàng. https://tapchinganhang.gov.vn/anh-huong-cua-tri-tue-nhan-tao-den-danh-gia-rui-ro-tin-dung-trong-linh-vuc-ngan-hang-9275.html

Lê Hoàng Anh và Nguyễn Xuân Nhật. (2026). Ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong ngành ngân hàng và những dự báo chiến lược cho tương lai. Tạp chí Ngân hàng. https://tapchinganhang.gov.vn/ung-dung-tri-tue-nhan-tao-trong-nganh-ngan-hang-va-nhung-du-bao-chien-luoc-cho-tuong-lai-16951.html

Ngân hàng Nhà nước Việt Nam. (2018). Thông tư số 13/2018/TT-NHNN ngày 18/5/2018 quy định về hệ thống kiểm soát nội bộ của ngân hàng thương mại, chi nhánh ngân hàng nước ngoài.

Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (2018). Thông tư số 13/2018/TT-NHNN ngày 18/5/2018 quy định về hệ thống kiểm soát nội bộ của ngân hàng thương mại, chi nhánh ngân hàng nước ngoài.

Ngân hàng Nhà nước Việt Nam. (2025). Thông tư số 83/2025/TT-NHNN ngày 31/12/2025 quy định về hệ thống kiểm soát nội bộ của ngân hàng thương mại, chi nhánh ngân hàng nước ngoài.

Nguyễn Thị Quế, Đặng Thu Hà, Phạm Thúy Hà và Nguyễn Thùy Dương. (2024). Các yếu tố liên quan đến hiệu quả kiểm toán nội bộ: Nghiên cứu tại Việt Nam. Journal of Science and Technology - HaUI, 2(60), 66-74. https://doi.org/10.57001/huih5804.2024.072

Quốc hội Việt Nam. (2024). Luật số 32/2024/QH15: Luật Các tổ chức tín dụng, ban hành ngày 18/01/2024.

Trương Thị Hồng Phương, Nguyễn Thanh Trang, Nguyễn Quốc Long (2025). Nâng cao năng lực kiểm toán viên nội bộ trong quá trình chuyển đổi số tại các doanh nghiệp Việt Nam. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Mở Hà Nội, Số đặc biệt 5A. https://doi.org/10.59266/houjs.2025.950

Chính phủ (2019). Nghị định số 05/2019/NĐ-CP ngày 22/01/2019 về kiểm toán nội bộ.

Arena, M., & Azzone, G. (2009). Identifying internal audit effectiveness: Evidence from Italian corporate governance. International Journal of Auditing, 15(4), 7–13.

Basel Committee on Banking Supervision. (2013). BCBS 239: Principles for effective risk data aggregation and risk reporting. Bank for International Settlements. https://www.bis.org/publ/bcbs239.pdf

Basel Committee on Banking Supervision. (2015). Corporate governance principles for banks. Bank for International Settlements. https://www.bis.org/fsi/fsisummaries/corp_gov_principles.htm

Basel Committee on Banking Supervision. (2019). Basel III monitoring exercise. Bank for International Settlements. https://www.bis.org/bcbs/publ/d592.htm

Federal Reserve System - FRS (2011). SR 11-7: Guidance on model risk management. Board of Governors of the Federal Reserve System. https://www.federalreserve.gov/supervisionreg/srletters/SR2602.pdf

Flesher, D. L. (1996). The Institute of Internal Auditors: 50 years of progress through sharing. The Institute of Internal Auditors.

Global Internal Audit Standards. (2024). Global Internal Audit Standards. The Institute of Internal Auditors. https://www.theiia.org/globalassets/site/standards/globalinternalauditstandards_2024january9.pdf

Institute of Internal Auditors - IIA (2017). International standards for the professional practice of internal auditing. IIA. https://www.theiia.org/en/content/standards/international-standards-for-the-professional-practice-of-internal-auditing/

Johl, S. K., Kaur, S., & Cooper, B. J. (2013). Internal audit function, board quality and financial reporting quality: Evidence from Malaysia. Managerial Auditing Journal, 28(9), 780–814. https://doi.org/10.1108/MAJ-06-2013-0886

Joshi, P. (2025). Internal audit in the AI era: Emerging frameworks and challenges. Journal of Banking Governance, 12(1), 45-67.

Kaawaase, T. K., et al. (2021). Audit quality, external audit fees and the financial reporting quality of commercial banks in Uganda. Journal of Accounting in Emerging Economies, 11(2).

Madawaki, A., Ahmi, A., & Ahmad, H. N. (2022). Internal audit functions, financial reporting quality and moderating effect of senior management support. Meditari Accountancy Research, 30(2), 342–372. https://doi.org/10.1108/MEDAR-04-2020-0852

Paape, L. (2007). Corporate governance: The impact on the role, position, and scope of services of the internal audit function. Doctoral dissertation, Erasmus University Rotterdam, Netherlands.

Ramamoorti, S. (2003). Internal auditing: History, evolution, and prospects. Research Opportunities in Internal Auditing, 1, 1–23. https://ecommons.udayton.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1028&context=books

Wassie, F. A., & Lakatos, L. P. (2024). Artificial intelligence and the future of the internal audit function. Humanities and Social Sciences Communications, 11(1), 386. https://doi.org/10.1057/s41599-024-02905-w

Ngày nhận bài: 18/3/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 30/3/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 15/4/2026

IMPACT OF INTERNAL AUDITING ON MODEL RISK MANAGEMENT IN VIETNAMESE COMMERCIAL BANKS AMID DIGITAL TRANSFORMATION

● **DO THI HUONG**[1,2]
● **NGUYEN THI MAI HUONG**[1]
[1]Ho Chi Minh City University of Banking
[2]Ph.D candidate Ho Chi Minh City University of Industry

ABSTRACT:

This study analyzes the impact of internal auditing on model risk management in Vietnamese commercial banks in the context of digital transformation. It systematizes the theoretical foundations of internal auditing and model risk management in commercial banking, clarifies the localization of international standards such as SR 11-7 and Basel III through Circular No. 83/2025/TT-NHNN, and examines the current state of implementation as well as institutional gaps in Vietnam. Employing a qualitative approach that combines systematic document synthesis with comparative analysis against international standards, the study highlights the need to restructure internal auditing by integrating banking operations with data science, shifting toward a continuous auditing model, and strengthening the independent supervisory role of internal auditing in safeguarding digital trust in the era of digital banking.

Keywords: internal audit, risk management modeling, commercial banking, digital transformation, Basel III, Circular No. 83/2025/TT-NHNN.

GIẢI PHÁP QUẢN LÝ CHI PHÍ VÀ DOANH THU THEO THÔNG TƯ SỐ 20/2026/TT-BTC TẠI CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

● **HOÀNG THỊ THANH**
Khoa Kinh tế - Tài chính,
Trường Cao đẳng Công Thương TP. Hồ Chí Minh
Email: hoangthithanh@hitu.edu.vn

TÓM TẮT:

Bài báo tập trung phân tích 10 điểm nổi bật về chi phí và doanh thu được hướng dẫn tại Thông tư số 20/2026/TT-BTC. Trong bối cảnh cơ quan thuế tăng cường minh bạch hóa và kiểm tra chuyên đề, việc bảo vệ chi phí hợp lệ trở thành thách thức lớn đối với kế toán và chủ doanh nghiệp. Nghiên cứu chỉ ra các điều kiện về hồ sơ chứng từ đối với các khoản chi đặc thù như: chi phí đấu thầu trượt, nghiên cứu không thành công, tổn thất do thiên tai và ủy quyền thanh toán. Kết quả nghiên cứu đề xuất các giải pháp hoàn thiện quy trình lập hồ sơ tại doanh nghiệp nhằm giảm thiểu rủi ro pháp lý.

Từ khóa: Thông tư số 20/2026/TT-BTC, chi phí được trừ, doanh thu tính thuế, quản lý thuế, doanh nghiệp Việt Nam.

1. Đặt vấn đề

Hiện nay, sự minh bạch trong quản lý thuế ngày càng được đẩy mạnh với các danh sách kiểm tra chuyên đề và kiểm soát tình trạng "hai sổ". Thực tế cho thấy, nhiều doanh nghiệp gặp khó khăn trong việc bảo vệ 100% chi phí thực tế phát sinh do thiếu hụt hồ sơ chứng từ hoặc không đáp ứng các điều kiện đặc thù. Thông tư số 20/2026/TT-BTC ngày 12/3/2026 quy định chi tiết một số điều của Luật Thuế thu nhập doanh nghiệp và Nghị định số 320/2025/NĐ-CP ngày 15 tháng 12 năm 2025 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều và biện pháp để tổ chức, hướng dẫn thi hành Luật Thuế thu nhập doanh nghiệp (gọi tắt là Thông tư số 20/2026/TT-BTC), dù chỉ gồm 10 điều, nhưng lại chứa đựng những hướng dẫn quan trọng về chi phí và doanh thu, giúp tháo gỡ các vướng mắc lâu nay của doanh nghiệp. Bài báo này tập trung giải quyết vấn đề: Làm thế nào để doanh nghiệp vận dụng đúng Thông tư 20 nhằm tối ưu hóa chi phí hợp lệ và ghi nhận doanh thu đúng thời điểm.

2. Tổng quan nghiên cứu và cơ sở lý thuyết

Trong giai đoạn 2024-2025, công tác quản lý thuế tại Việt Nam chứng kiến sự chuyển mình mạnh mẽ hướng tới minh bạch hóa và siết chặt kỷ cương tài chính. Một minh chứng điển hình là việc cơ quan thuế đã công bố danh sách 302 doanh nghiệp thuộc diện kiểm tra chuyên đề trọng điểm trong năm nay.

Bên cạnh đó, các vấn đề về "hai sổ" (hệ thống kế toán kép) đang bị kiểm soát gắt gao để ngăn chặn gian lận thuế. Thực tế cho thấy, hầu hết kế toán hiện nay chưa thể bảo vệ được 100% chi phí thực tế phát sinh khi quyết toán do hồ sơ không đầy đủ hoặc không đáp ứng các điều kiện khắt khe về tính hợp lý, hợp lệ. Do đó, việc nghiên cứu các hướng dẫn mới tại Thông tư 20/2026/TT-BTC là vô cùng cấp thiết để doanh nghiệp chủ động bảo vệ quyền lợi chính đáng của mình.

Các nghiên cứu trước đây thường tập trung vào Luật Thuế Thu nhập doanh nghiệp và các Nghị định hướng dẫn chung. Thông tư số 20/2026/TT-BTC đóng vai trò là văn bản hướng dẫn bổ sung, làm rõ các trường hợp cụ thể mà các văn bản trước đó chưa quy định chi tiết. Cơ sở lý thuyết của bài viết dựa trên nguyên tắc tương ứng giữa doanh thu và chi phí, cùng với các quy định mới nhất về thanh toán không dùng tiền mặt.

3. Phương pháp nghiên cứu

Tác giả sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính, thông qua việc phân tích nội dung văn bản pháp luật, tổng hợp các tình huống thực tiễn từ hoạt động tư vấn tài chính và kế toán. Dữ liệu được thu thập từ các quy định tại Thông tư số 20/2026/TT-BTC, Nghị định số 320/2025/NĐ-CP ngày 15/12/2025 quy định chi tiết một số điều và biện pháp để tổ chức, hướng dẫn thi hành Luật Thuế thu nhập doanh nghiệp. và các văn bản liên quan về quản lý thuế hiện hành.

4. Kết quả và thảo luận

4.1. Quản lý chi phí nhân sự và xu hướng thanh toán không dùng tiền mặt

Một trong những vấn đề gây tranh cãi lớn nhất trước khi Thông tư số 20/2026/TT-BTC ban hành là việc thanh toán tiền lương bằng tiền mặt. Mặc dù Thông tư 20 không trực tiếp đề cập đến việc cấm trả lương bằng tiền mặt cho các khoản từ 5 triệu đồng trở lên, nhưng tinh thần này đã được khẳng định tại Nghị định 320/2025/NĐ-CP.

Nghiên cứu cho thấy, việc áp dụng ngưỡng 5 triệu đồng để bắt buộc chuyển khoản đối với tiền lương là một bước đi nhằm minh bạch hóa chi phí doanh nghiệp, ngăn chặn tình trạng gian lận hồ sơ nhân sự ảo để trục lợi thuế. Đối với các trường hợp đặc thù như người lao động ở vùng sâu, vùng xa hoặc không có tài khoản ngân hàng, doanh nghiệp có thể áp dụng hình thức ủy quyền nhận thay nhưng vẫn phải đảm bảo tính xác thực của dòng tiền. Đặc biệt, các doanh nghiệp cần lưu ý rủi ro khi cố tình chia nhỏ kỳ lương (trả theo tuần hoặc nhiều lần trong tháng) dưới mức 5 triệu để né tránh quy định chuyển khoản; cơ quan thuế có quyền xử lý theo bản chất sự việc nếu xác định đây là hành vi cố ý né tránh.

Như vậy quy định này giúp doanh nghiệp minh bạch hóa dòng tiền, loại bỏ các rủi ro từ việc lập hồ sơ nhân sự "ảo" để trục lợi thuế. Về mặt lợi nhuận, dù đòi hỏi doanh nghiệp phải có nguồn tiền mặt sẵn sàng trong tài khoản ngân hàng, nhưng việc chuyển khoản giúp chi phí tiền lương được ghi nhận đầy đủ, tránh bị loại trừ khi quyết toán, từ đó bảo vệ mức lợi nhuận sau thuế thực tế.

4.2. Hoàn thiện hồ sơ cho các khoản chi tài trợ và tổn thất bất khả kháng

Thông tư số 20/2026/TT-BTC đã tháo gỡ nút thắt về mặt hồ sơ cho các hoạt động mang tính trách nhiệm xã hội và rủi ro thiên tai.

Thứ nhất, đối với các khoản tài trợ (Giáo dục, Y tế, Thiên tai): Điểm mới nổi bật là việc ban hành Mẫu 01 - Biên bản xác nhận khoản tài trợ. Để được tính vào chi phí hợp lệ, doanh nghiệp không chỉ cần biên bản này mà còn phải chứng minh tính xác thực thông qua các chứng từ đi kèm như hóa đơn mua hàng mang đi tài trợ hoặc chứng từ chuyển tiền. Đối với tài trợ làm nhà đại đoàn kết, ngoài biên bản, cần có thêm xác nhận đối tượng thụ hưởng là đối tượng chính sách từ cơ quan có thẩm quyền.

Thứ hai, đối với tổn thất do thiên tai, dịch bệnh: Đây là sự chia sẻ lớn của Nhà nước đối với rủi ro của doanh nghiệp. Tuy nhiên, hồ sơ chứng minh phải cực kỳ chặt chẽ, bao gồm: Biên bản kiểm kê giá trị tài sản tổn thất (do doanh nghiệp lập, xác định rõ nguyên nhân và trách nhiệm); Bảng kê nhập xuất tồn hàng hóa bị hỏng; và Hồ sơ bồi thường từ cơ quan bảo hiểm (nếu có). Khuyến nghị thực tiễn cho thấy, doanh nghiệp nên có thêm xác nhận của chính quyền địa phương để tăng tính thuyết phục khi giải trình.

Như vậy việc hướng dẫn rõ ràng về hồ sơ giúp doanh nghiệp hồi phục dòng tiền nhanh hơn thông

qua việc được trừ các khoản tổn thất thực tế vào thu nhập chịu thuế. Đặc biệt, trong những tình huống rủi ro như cháy xưởng hay bão lũ, việc bảo vệ được các khoản chi phí này giúp doanh nghiệp giảm bớt áp lực tài chính, duy trì lợi nhuận trong bối cảnh khó khăn.

Lưu ý khi lập Mẫu 01 - Biên bản xác nhận khoản tài trợ

• Chủ thể ký: Phải bao gồm chữ ký của đại diện doanh nghiệp (Bên tài trợ) và đại diện bên nhận tài trợ (Ví dụ: Giám đốc bệnh viện, đại diện Mặt trận Tổ quốc).

• Nội dung chính: Ghi rõ mục đích tài trợ (Giáo dục, Y tế, Thiên tai, Làm nhà đại đoàn kết...) và giá trị tài trợ bằng tiền hoặc hiện vật (kèm giấy tờ có giá nếu có).

• Phải kèm theo các chứng từ chuyển tiền hoặc hóa đơn mua hàng mang đi tài trợ để chứng minh tính xác thực.

4.3. Nhóm chi phí phát sinh trước nhưng chưa tương ứng với doanh thu

Đây là phần "mở đường" quan trọng nhất của Thông tư số 20/2026/TT-BTC giúp doanh nghiệp bảo vệ các khoản chi "khó".

Thứ nhất, về chi phí đấu thầu: Trước đây, chi phí cho các gói thầu không trúng thường dễ bị loại. Nay, Thông tư 20 khẳng định doanh nghiệp được tính vào chi phí nếu có đủ: Hồ sơ mời thầu, Hồ sơ dự thầu và Thông báo kết quả lựa chọn nhà thầu (chứng minh việc trượt thầu).

Thứ hai, về chi phí nghiên cứu và phát triển (R&D): Đối với các dự án nghiên cứu sản phẩm mới nhưng không thành công hoặc dừng triển khai, doanh nghiệp vẫn được ghi nhận chi phí. Điều kiện tiên quyết là phải có Báo cáo nghiên cứu lưu trữ tại doanh nghiệp hoặc gửi cơ quan quản lý ngành dọc.

Thứ ba, về chi phí tài sản chờ cho thuê: Trong giai đoạn kinh tế khó khăn hoặc ảnh hưởng bởi dịch bệnh, tài sản chưa có khách thuê vẫn được trích khấu hao và tính vào chi phí nếu doanh nghiệp chứng minh được quyền sở hữu và có hồ sơ theo dõi hạch toán đầy đủ.

Đây là "điểm tựa" quan trọng cho các doanh nghiệp chú trọng đầu tư đổi mới sáng tạo hoặc tham gia các dự án thầu lớn. Thay vì phải "treo" chi phí hoặc bị loại bỏ, doanh nghiệp được ghi nhận ngay vào chi phí trong kỳ, giúp phản ánh chính xác lợi nhuận thực tế và khuyến khích doanh nghiệp tiếp tục đầu tư mà không lo ngại rủi ro về thuế

4.4. Cơ chế ủy quyền thanh toán và thuê tài sản cá nhân

Ủy quyền cho người lao động: Quy định làm rõ việc ủy quyền chỉ áp dụng cho người lao động của doanh nghiệp (người có hợp đồng lao động). Điều này loại trừ việc ủy quyền cho người thân của chủ doanh nghiệp hoặc các cá nhân không thuộc biên chế. Toàn bộ chu trình thanh toán từ doanh nghiệp đến người lao động và từ người lao động đến nhà cung cấp đều phải thực hiện không dùng tiền mặt đối với hóa đơn từ 5 triệu đồng trở lên.

Thuế nộp thay khi thuê tài sản: Một điểm có lợi cho doanh nghiệp là nếu trong hợp đồng thuê tài sản của cá nhân quy định giá thuê chưa bao gồm thuế, và doanh nghiệp thực hiện nộp thuế thay cho cá nhân, thì phần thuế này được tính vào chi phí được trừ của doanh nghiệp.

Quy định này giúp tối ưu hóa quy trình vận hành hằng ngày, giảm bớt thủ tục hành chính rườm rà. Việc được tính phần thuế nộp thay vào chi phí giúp doanh nghiệp giảm tổng nghĩa vụ thuế thu nhập doanh nghiệp, từ đó gián tiếp gia tăng lợi nhuận thuần cho đơn vị.

4.5. Sử dụng Bảng kê 02 cho các khoản chi không hóa đơn

Bảng kê 02 (thay thế bảng kê cũ) được sử dụng cho các trường hợp mua nông sản trực tiếp từ người dân, thu mua phế liệu từ người trực tiếp thu nhặt hoặc mua hàng của hộ kinh doanh có doanh thu dưới 500 triệu đồng/năm. Nghiên cứu nhấn mạnh, kế toán cần có "nhạy cảm nghề nghiệp" để kiểm soát rủi ro; không nên lập bảng kê với giá trị quá lớn từ một cá nhân vì có thể vi phạm ngưỡng doanh thu 500 triệu đồng, dẫn đến việc bị loại chi phí khi thanh tra.

Điều này giúp các doanh nghiệp sản xuất hạch toán được các khoản chi thực tế vốn rất khó lấy hóa đơn. Tuy nhiên, doanh nghiệp cần chú ý để kiểm soát dòng tiền trả cho các đối tác này (trên 5 triệu phải chuyển khoản) nhằm đảm bảo chi phí được chấp nhận hoàn toàn.

Lưu ý khi lập Bảng kê 02 - Thu mua hàng hóa không hóa đơn

• Thông tin bắt buộc: Tên, địa chỉ và số Căn cước công dân của người bán. Đây là thông tin quan trọng để cơ quan thuế có thể xác minh danh tính người bán khi cần thiết.

• Đối tượng áp dụng: Người sản xuất, đánh bắt trực tiếp bán ra (nông sản, thủy sản) hoặc hộ kinh doanh có doanh thu dưới 500 triệu đồng/năm.

• Điều kiện đi kèm: Toàn bộ các giao dịch ghi trên bảng kê nếu có giá trị từ 5 triệu đồng trở lên phải có chứng từ thanh toán không dùng tiền mặt tương ứng.

4.6. Thời điểm xác định doanh thu và các quy định đặc thù

Bên cạnh chi phí, việc ghi nhận doanh thu đúng thời điểm là yêu cầu bắt buộc để tránh vi phạm nghĩa vụ thuế. Thông tư số 20/2026/TT-BTC hướng dẫn cụ thể:

• Hàng xuất khẩu: Là ngày chuyển giao quyền sở hữu hoặc ngày thông quan hải quan để đảm bảo tính an toàn và thận trọng.

• Xây dựng, lắp đặt: Thời điểm nghiệm thu khối lượng, hạng mục công trình, không phân biệt đã thu được tiền hay chưa.

• Cung cấp điện, nước: Là ngày xác định chỉ số công tơ trên hóa đơn.

5. Kết luận và giải pháp

5.1. Kết luận

Nghiên cứu cho thấy, Thông tư số 20/2026/TT-BTC tuy có dung lượng ngắn gọn (chỉ gồm 10 điều) nhưng đóng vai trò trọng yếu trong việc tháo gỡ các điểm nghẽn về chi phí và doanh thu cho doanh nghiệp. Thông tư đã cụ thể hóa các loại hồ sơ chứng từ cho những khoản chi đặc thù vốn thường bị loại khi quyết toán thuế, như chi phí nghiên cứu không thành công, chi phí đấu thầu trượt hay tài sản chờ cho thuê. Đồng thời, văn bản này cũng khẳng định xu hướng minh bạch hóa dòng tiền thông qua việc thắt chặt điều kiện thanh toán không dùng tiền mặt và sử dụng các mẫu biểu quản lý mới (Mẫu 01, Bảng kê 02). Việc tuân thủ đúng các hướng dẫn này không chỉ giúp doanh nghiệp tối ưu hóa chi phí hợp lệ mà còn giảm thiểu rủi ro pháp lý trong bối cảnh cơ quan thuế tăng cường thanh tra, kiểm tra chuyên đề.

5.2. Giải pháp và khuyến nghị

Đối với nhà quản lý doanh nghiệp:

• Hoàn thiện hệ thống quy chế nội bộ: Doanh nghiệp cần xây dựng và ban hành văn bản quy chế tài chính, quy chế đào tạo rõ ràng làm căn cứ pháp lý cho các khoản chi ủy quyền thanh toán hoặc chi đào tạo nhân sự. Đây là bằng chứng quan trọng nhất để chứng minh tính có thật và tính hợp lý của chi phí với cơ quan thuế.

• Kiểm soát chặt chẽ ngưỡng thanh toán 5 triệu đồng: Cần quán triệt việc thanh toán không dùng tiền mặt cho tất cả các hóa đơn, chứng từ (bao gồm cả tiền lương và các khoản mua hàng không hóa đơn) có giá trị từ 5 triệu đồng trở lên. Tuyệt đối tránh việc cố ý chia nhỏ giao dịch để né tránh chuyển khoản, vì cơ quan thuế có quyền xử lý theo bản chất sự việc.

• Chủ động thiết lập hồ sơ chứng minh tổn thất và nghiên cứu: Khi phát sinh rủi ro thiên tai hoặc dừng dự án R&D, kế toán phải lập ngay biên bản kiểm kê, bảng kê nhập - xuất - tồn và xin xác nhận của chính quyền địa phương để tăng tính thuyết phục cho hồ sơ.

Đối với đội ngũ kế toán:

• Nâng cao chuyên môn nghề nghiệp: Khi sử dụng Bảng kê 02 để thu mua hàng hóa từ hộ kinh doanh, kế toán cần kiểm soát rủi ro về ngưỡng doanh thu 500 triệu đồng của đối tác. Không nên lập bảng kê giá trị lớn tập trung vào một cá nhân để tránh bị nghi ngờ về tính xác thực của giao dịch.

• Cập nhật kịp thời các mẫu biểu mới: Cần thay thế ngay các mẫu bảng kê cũ bằng Mẫu 01 (cho tài trợ) và Bảng kê 02 (cho hàng hóa không hóa đơn) theo đúng quy định của Thông tư 20 để hồ sơ đảm bảo tính hợp pháp ■

Lời cảm ơn:

Tác giả xin chân thành cảm ơn sự hỗ trợ dữ liệu và tư vấn chuyên môn từ các chuyên gia tài chính và cộng đồng kế toán để hoàn thiện bài nghiên cứu này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Bộ Tài chính, (2021), Thông tư 80/2021/TT-BTC hướng dẫn Luật Quản lý thuế.

Bộ Tài chính, (2026), Thông tư 20/2026/TT-BTC hướng dẫn về thuế thu nhập doanh nghiệp.

Chị Gái Kế Toán, (2026), 10 Điểm nóng về Chi phí và Doanh thu Thông tư 20/2026/TT-BTC. Truy cập tại https://www.youtube.com/watch?v=_rulyzAG0iM.

Chính phủ nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam, (2025), Nghị định 320/2025/NĐ-CP hướng dẫn chi tiết Luật Thuế Thu nhập doanh nghiệp.

Chính phủ nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam, (2026), Nghị định 68/2026/NĐ-CP về hóa đơn, chứng từ điện tử.

Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam. (2025). Luật Thuế thu nhập cá nhân (Luật số 109/2025/QH15, ngày 10/12/2025).

Ngày nhận bài: 14/3/2026
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 28/3/2026
Ngày chấp nhận đăng bài: 16/4/2026

COST AND REVENUE MANAGEMENT SOLUTIONS FOR VIETNAMESE ENTERPRISES UNDER CIRCULAR NO. 20/2026/TT-BTC

● **HOANG THI THANH**
Faculty of Economics and Finance,
Ho Chi Minh City College of Industry and Trade
Email: hoangthithanh@hitu.edu.vn

ABSTRACT:

This study analyzes ten key provisions on costs and revenues under Circular No. 20/2026/TT-BTC. Against the backdrop of growing transparency requirements and increasingly rigorous thematic tax inspections, substantiating deductible expenses has become a significant challenge for accountants and business owners. The study examines the documentation and evidentiary requirements applicable to selected expenditures, including unsuccessful bidding costs, failed research and development expenses, losses arising from natural disasters, and delegated payment authorizations. Based on this analysis, the study proposes measures to strengthen enterprises' internal documentation procedures and reduce legal and tax compliance risks.

Keywords: Circular No. 20/2026/TT-BTC, deductible expenses, taxable revenue, tax administration, Vietnamese enterprises.

B3

B4