

## THƯ MỤC

### TẠP CHÍ KINH TẾ VÀ PHÁT TRIỂN SỐ 246 THÁNG 12 NĂM 2017

Trung tâm Thông tin Thư viện trân trọng giới thiệu Thư mục Tạp chí Kinh tế và Phát triển số 246 tháng 12 năm 2017.

**1. Kinh tế Việt Nam năm 2017 và triển vọng năm 2018/** Trần Thọ Đạt, Tô Trung Thành// Tạp chí Kinh tế và Phát triển .- Số 246 tháng 12/2017 .- Tr. 2 – 15

**Tóm tắt:** Năm 2017, trong bối cảnh ngành công nghiệp khai khoáng suy giảm mạnh và nhập siêu tiếp tục gia tăng, Việt Nam đã có những nỗ lực to lớn để có thể đạt kế hoạch tăng trưởng dự kiến 6,7%. Động lực tăng trưởng chủ yếu về phía sản xuất là từ vai trò của khu vực FDI và xu hướng gia tăng vượt trội của ngành dịch vụ, từ phía cầu là từ nhu cầu chi tiêu nội địa được cải thiện. Các biến số vĩ mô khác như lạm phát thấp và tỷ giá ổn định được ghi nhận. Tuy vậy, nền kinh tế tiếp tục đối diện với những vấn đề đã tồn tại từ nhiều năm trước nhưng chưa được giải quyết, như mô hình tăng trưởng theo chiều rộng, chất lượng tăng trưởng thấp, dư địa chính sách bị thu hẹp, rủi ro tài chính và rủi ro nợ công vẫn chưa giảm bớt,... Trong năm 2018 và những năm sắp tới, Chính phủ cần chuyển hướng mạnh sang chính sách trọng cung, tăng năng lực sản xuất và gia tăng sản lượng tiềm năng của nền kinh tế.

**Từ khóa:** Tăng trưởng; Lạm phát; Cán cân thương mại; Chính sách tiền tệ; Chính sách tài khóa

**2. Cách mạng công nghiệp lần thứ tư và yêu cầu đặt ra với mô hình quản lý phát triển xã hội của Việt Nam hiện nay/** Nguyễn Xuân Dũng, Bùi Kim Thanh// Tạp chí Kinh tế và Phát triển .- Số 246 tháng 12/2017 .- Tr. 16 – 22

**Tóm tắt:** So với các cuộc cách mạng công nghiệp mà thế giới đã trải qua, điểm khác biệt của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư là những thay đổi xã hội diễn ra nhanh chóng, sâu sắc và trên diện rộng. Trong phạm vi bài viết, nhóm tác giả tập trung nghiên cứu nội dung, tác động của cách mạng công nghiệp lần thứ tư đến phát triển kinh tế – xã hội và những yêu cầu đặt ra đối với mô hình quản lý phát triển xã hội của Việt Nam hiện nay.

**Từ khóa:** Cách mạng công nghiệp lần thứ tư; Mô hình quản lý phát triển xã hội; Mô hình phát triển xã hội

**3. Vai trò của tín dụng vi mô đối với phúc lợi hộ gia đình: Những nhận thức mới từ hội quy phân vị mảng/** Vũ Văn Hương, Hoàng Trần Hậu// Tạp chí Kinh tế và Phát triển .- Số 246 tháng 12/2017 .- Tr. 23 – 29

**Tóm tắt:** Nghiên cứu này sử dụng bộ số liệu mảng cân bằng về điều tra mức sống dân cư trong giai đoạn 2010 – 2014, nghiên cứu này không tìm thấy mối liên hệ giữa chi tiêu của hộ gia đình và tiếp cận tín dụng khi sử dụng hồi quy ước lượng mảng trung bình. Tuy nhiên, sử dụng cách tiếp cận hồi quy phân vị mảng ảnh hưởng cố định, chúng tôi tìm thấy rằng giữa tiếp cận tín dụng có ảnh hưởng tích cực đến chi tiêu hộ tại những điểm phân vị cao. Kết quả của chúng tôi hàm ý rằng các nghiên cứu trước đây sử dụng cách tiếp cận trung bình có thể không phản ánh được tác động thực của tiếp cận tín dụng vi mô đến phúc lợi hộ gia đình. Thêm nữa, kết quả nghiên cứu hàm ý rằng tiếp cận tài chính vi mô có thể là một cách để giúp hộ gia đình của Việt Nam cải thiện phúc lợi của họ.

**Từ khóa:** Tiếp cận tín dụng vi mô; Hồi quy phân vị; Hộ gia đình; Việt Nam

**4. Các nhân tố quyết định tới tính động của trạng thái nghèo của hộ/** Nguyễn Việt Hưng, Lê Tố Hoa, Phạm Sơn Hà// Tạp chí Kinh tế và Phát triển .- Số 246 tháng 12/2017 .- Tr. 30 – 38

**Tóm tắt:** Nghiên cứu sử dụng mô hình logit đa định danh để xác định các nhân tố ảnh hưởng tới tính động của trạng thái nghèo của hộ. Kết quả phân tích chỉ ra những nhân tố sau đã giúp cải thiện khả năng thoát nghèo của hộ: (i) Chủ hộ là nam giới, (ii) Chủ hộ đã hoàn thành bậc học cấp hai hoặc cấp ba, và (iii) Nguy cơ tổn thương với nghèo của hộ là thấp. Trong khi đó, những yếu tố đã góp phần ngăn chặn một hộ bị rơi vào trạng thái nghèo trong giai đoạn 2012-2014 là: (i) Chủ hộ có độ tuổi trẻ cho tới trung niên (gần 40 tuổi), (ii) Chủ hộ có đầy đủ vợ/chồng, (iii) Hộ có giá trị tài sản hay nhà ở lớn, và (iv) Chủ hộ làm việc ở khu vực nước ngoài.

**Từ khóa:** Mô hình logit đa định danh; Hiệu ứng cải thiện; Hiệu ứng phòng vệ; Nghèo

**5. Tác động của thông tin nhà đầu tư nước ngoài không còn là cổ đông lớn đến giá cổ phiếu - Nghiên cứu trên thị trường chứng khoán Việt Nam/** Võ Xuân Vinh, La Ngọc Giàu// Tạp chí Kinh tế và Phát triển .- Số 246 tháng 12/2017 .- Tr. 39 – 48

**Tóm tắt:** Bài báo nghiên cứu phản ứng của thị trường thông qua biến động giá chứng khoán với sự tác động của thông tin nhà đầu tư nước ngoài không còn là cổ đông lớn ở các thời điểm như: ngày đăng ký giao dịch, ngày giao dịch và ngày báo cáo về sở hữu của cổ đông lớn. Sử dụng phương pháp nghiên cứu sự kiện với nguồn dữ liệu được thu thập từ Sở giao dịch chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh từ 01/01/2008 đến 30/06/2015, kết quả cho thấy: i) tại ngày công bố thông tin đăng ký giao dịch thị trường không phản ứng bất thường, ii) tại ngày giao dịch thị trường phản ứng chậm, iii) tại ngày công bố báo cáo về sở hữu của cổ đông lớn thị trường không phản ứng bất thường.

**Từ khóa:** Cổ đông lớn; Công bố thông tin; Nhà đầu tư nước ngoài; Nghiên cứu sự kiện

**6. Phản ứng của thị trường khi quỹ đầu tư quốc gia công bố thông tin đầu tư/ Đinh Bảo Ngọc, Nguyễn Chí Cường// Tạp chí Kinh tế và Phát triển .- Số 246 tháng 12/2017 .- Tr. 49 – 59**

**Tóm tắt:** Nghiên cứu phân tích phản ứng của thị trường trước thông tin đầu tư của các Quỹ đầu tư quốc gia (Sovereign Wealth Fund - SWF) được công bố thông qua việc khảo sát xu hướng biến động giá cổ phiếu của những doanh nghiệp mà SWF đã đầu tư. Nghiên cứu chủ yếu sử dụng phương pháp nghiên cứu sự kiện (Event Study Methodology) để ước tính tỷ suất lợi tức bất thường của cổ phiếu xoay quanh thời gian công bố thông tin đầu tư của SWFs. Dữ liệu nghiên cứu bao gồm 65 sự kiện đầu tư (bao gồm các sự kiện đầu tư tại Việt Nam) của 11 SWF lớn trên thế giới (Trung Quốc, Singapore, Pháp, Ả-rập...) trong giai đoạn 2003-2015. Kết quả nghiên cứu cho thấy thị trường phản ứng một cách tích cực khi nhận được thông tin đầu tư của các SWF vào các doanh nghiệp. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng chỉ ra được mức độ phát triển của thị trường tài chính cũng có ảnh hưởng đến phản ứng của thị trường đối với thông tin đầu tư của SWF. Nghiên cứu giúp hiểu rõ về tác động của SWF đến giá trị của doanh nghiệp mà các SWF này đã đầu tư, từ đó giúp nâng cao hiệu quả hoạt động của các SWF cũng như của các doanh nghiệp nhận vốn đầu tư từ SWF.

**Từ khóa:** Quỹ đầu tư quốc gia; Phản ứng của thị trường; Thông tin đầu tư; Tỷ suất lợi tức; Nghiên cứu sự kiện

**7. Áp lực cạnh tranh ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động của các ngân hàng thương mại Việt Nam/ Nguyễn Hoàng Phong, Phan Thị Thu Hà// Tạp chí Kinh tế và Phát triển .- Số 246 tháng 12/2017 .- Tr. 60 – 71**

**Tóm tắt:** Nghiên cứu sử dụng phương pháp GMM hệ thống nhằm đánh giá tác động của cạnh tranh đến hiệu quả hoạt động của các ngân hàng thương mại Việt Nam trong giai đoạn 2006-2015. Kết quả nghiên cứu tìm thấy mối quan hệ phi tuyến tính giữa cạnh tranh đo lường bởi chỉ số Lerner với hiệu quả ngân hàng đo lường bởi tỷ số lợi nhuận ròng trên tài sản (ROA) và tỷ số lợi nhuận ròng trên vốn chủ sở hữu (ROE). Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng phát hiện ra tác động của tỷ lệ thanh khoản, dư nợ cho vay, đòn bẩy tài chính, tăng trưởng kinh tế và sự gia tăng số lượng các ngân hàng nước ngoài đến hiệu quả hoạt động của các ngân hàng có xu hướng suy giảm dưới áp lực cạnh tranh gay gắt.

**Từ khóa:** Cạnh tranh; Hiệu quả hoạt động; Ngân hàng

**8. Kiểm định các nhân tố ảnh hưởng đến khả năng lựa chọn ngân hàng gửi tiền bằng mô hình Logit đa thức hỗn hợp/ Nguyễn Thị Liên Hương// Tạp chí Kinh tế và Phát triển .- Số 246 tháng 12/2017 .- Tr. 72 – 80**

**Tóm tắt:** Bài báo này ứng dụng mô hình logit đa thức hỗn hợp để kiểm định các nhân tố tác động đến xác suất lựa chọn ngân hàng thương mại nhà nước của khách hàng cá nhân

trên địa bàn tỉnh Khánh Hòa. Dữ liệu được thu thập từ việc phỏng vấn 375 khách hàng cá nhân đã và đang gửi tiền tại các ngân hàng nghiên cứu. Kết quả nghiên cứu cho thấy trong sáu nhân tố ảnh hưởng đến xác suất lựa chọn ngân hàng gửi tiền thì “hình ảnh và danh tiếng ngân hàng” có tác động mạnh nhất. Trong khi đó biến “lợi ích tài chính” và “rủi ro tiền gửi” mặc dầu có dấu như kỳ vọng nhưng chúng không có ý nghĩa thống kê. Ngoài ra, các biến về đặc điểm nhân khẩu học của khách hàng có những ảnh hưởng nhất định lên sự lựa chọn ngân hàng gửi tiền đối với mỗi ngân hàng. Những hiểu biết này có thể giúp cho các nhà quản trị ngân hàng có chiến lược tiếp thị phù hợp trong việc thu hút khách hàng gửi tiền.

**Từ khóa:** Khách hàng gửi tiền cá nhân; Lựa chọn ngân hàng; Nhân tố tác động; Mô hình logit đa thức hỗn hợp

**9. Hướng tới một mô hình toàn diện về học hỏi trong các doanh nghiệp liên doanh quốc tế/ Phan Thị Thục Anh// Tạp chí Kinh tế và Phát triển .- Số 246 tháng 12/2017 .- Tr. 81 – 89**

**Tóm tắt:** Dựa trên các nghiên cứu về học hỏi của liên minh, năng lực hấp thu tri thức và lòng tin, nghiên cứu này đề xuất một mô hình toàn diện về các nhân tố tác động đến việc học hỏi của các doanh nghiệp Liên doanh Quốc tế (liên doanh quốc tế). Mô hình kết hợp tính đa chiều của năng lực hấp thu tri thức và lòng tin – vốn là một yếu tố thường bị bỏ qua trong các nghiên cứu trước. Mô hình được kiểm định trong bối cảnh Việt Nam với dữ liệu thu thập được từ 154 liên doanh quốc tế. Kết quả xác nhận tính toàn diện của mô hình nghiên cứu, trong đó các biến độc lập giải thích được hơn 63% sự biến thiên của học hỏi. Cụ thể, ý định học hỏi, 3 trong 4 thành tố của năng lực hấp thu tri thức và sự sẵn sàng chia sẻ tri thức của công ty mẹ nước ngoài có mối quan hệ thuận chiều với mức học của liên doanh quốc tế. Các thành tố của lòng tin cũng tác động lên học hỏi nhưng mức độ tác động của chúng bị giảm đi khi có sự hiện diện của các nhân tố còn lại. Nghiên cứu góp phần làm giàu có thêm kho tàng tri thức về học hỏi của các liên doanh quốc tế và cung cấp những hàm ý quan trọng cho các nhà quản lý.

**Từ khóa:** Liên doanh Quốc tế; Học hỏi; Năng lực hấp thu (tri thức); Lòng tin

**10. Sự hài lòng với sản phẩm du lịch tại khu du lịch Hồ Núi Cốc/ Phạm Thị Mai Yến, Phạm Thị Minh Khuyên// Tạp chí Kinh tế và Phát triển .- Số 246 tháng 12/2017 .- Tr. 90 – 100**

**Tóm tắt:** Duy trì một mức độ cao sự hài lòng của khách du lịch và đảm bảo một trải nghiệm ý nghĩa đối với khách du lịch được coi là một trong những mục tiêu quan trọng của phát triển du lịch một cách bền vững. Nghiên cứu sự hài lòng với sản phẩm du lịch tại khu du lịch Hồ Núi Cốc được thực hiện thông qua điều tra bảng hỏi với 196 khách du lịch nhằm đánh giá thực tế sự hài lòng của khách du lịch và tìm kiếm các giải pháp nâng

cao sự hài lòng của họ hướng tới mục tiêu phát triển du lịch bền vững cho khu du lịch Hồ Núi Cốc. Kết quả nghiên cứu cho thấy khách du lịch khá hài lòng với sản phẩm du lịch tại đây và sự hài lòng này phụ thuộc chủ yếu vào các yếu tố: tài nguyên thiên nhiên, cơ sở hạ tầng, chất lượng các dịch vụ, thái độ của dân cư, giá cả và di sản và văn hóa, trong đó di sản và văn hóa, chất lượng dịch vụ là những yếu tố có ảnh hưởng mạnh hơn.

**Từ khóa:** Hồ Núi Cốc; Marketing địa phương; Sự hài lòng; Phát triển du lịch

**Trung tâm Thông tin Thư viện**