



ISSN 1859-3666
E-ISSN 2815-5726

Tạp chí KHOA HỌC THƯƠNG MẠI

TẠP CHÍ CỦA TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI

**JOURNAL
OF TRADE SCIENCE**

Chúc mừng kỷ niệm 80 năm

ngày thành lập Trường Đại học Công Đoàn

**Năm thứ 25
Số đặc biệt 4**



khoa học thương mại

TẠP CHÍ CỦA TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI
BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

PHỤ TRÁCH TẠP CHÍ:

NGUYỄN ĐỨC NHUẬN

PHÓ TỔNG BIÊN TẬP:

TRƯỞNG BAN TRỊ SỰ

NGUYỄN THỊ QUỲNH TRANG

❑ Tòa soạn

Phòng 202 nhà T

Trường Đại học Thương mại

Số 79 đường Hồ Tùng Mậu

Mai Dịch, Cầu Giấy, Hà Nội

❑ Điện thoại: 024.37643219 máy lẻ 2102

❑ Fax: 024.37643228

❑ Email: tckhtm@tmu.edu.vn

❑ Website: tckhtm.tmu.edu.vn

❑ GP hoạt động báo chí:

Số 195/GP-BTTTT ngày 05/6/2023

❑ Chế bản tại: Tòa soạn

Tạp chí Khoa học Thương mại

❑ In tại: Cty TNHH In & TM Hải Nam

❑ Nộp lưu chiểu: 9/2026

HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP

Họ tên	Cơ quan công tác	Quốc gia	Nhiệm vụ
Nguyễn Đức Nhuận	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Chủ tịch
Nguyễn Hoàng	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên
Nguyễn Hoàng Việt	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên
Bùi Hữu Đức	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên
Hà Văn Sự	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên
Trần Thọ Đạt	Đại học Kinh tế Quốc dân	Việt Nam	Ủy viên
Nguyễn Đông Phong	Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh	Việt Nam	Ủy viên
Nguyễn Quang Thuấn	Viện Hàm lâm KHXH Việt Nam	Việt Nam	Ủy viên
Nguyễn Văn Tiến	Học viện Ngân Hàng	Việt Nam	Ủy viên
Lê Quốc Hội	Đại học Kinh tế Quốc dân	Việt Nam	Ủy viên
Trương Bá Thanh	Đại học Kinh tế - Đại học Đà Nẵng	Việt Nam	Ủy viên
T. Ramayah	Đại học Khoa học Malaysia (USM)	Malaysia	Ủy viên
S. Mostafa Rasoolimanesh	Đại học Edith Cowan (ECU)	Australia	Ủy viên
Jayaraman Krishnaswamy	Đại học Alliance	Ấn Độ	Ủy viên
Hervé B. Boismery	Đại học Reunion	Pháp	Ủy viên
Noor Hazlina Ahmad	Đại học Khoa học Malaysia (USM)	Malaysia	Ủy viên
Imran Mahmud	Đại học Quốc tế Daffodil	Bangladesh	Ủy viên
H. Eric Boutin	Đại học Toulon	Pháp	Ủy viên
Hee Cheol Moon	Trường Đại học Quốc Gia Chungnam	Hàn Quốc	Ủy viên
Nastaran Taghizadeh	Đại học RMIT	Australia	Ủy viên
Nguyễn Việt Cường	Viện Nghiên cứu phát triển Mekong; Đại học Quốc gia Hà Nội	Việt Nam	Ủy viên
Đặng Tùng Lâm	Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng	Việt Nam	Ủy viên
Mai Thanh Lan	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên
Lê Như Tuyền	Grenoble École de Management	Pháp	Ủy viên
Đỗ Thị Bình	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên
Vũ Mạnh Chiến	Đại học Québec en Outaouais (UQO)	Canada	Ủy viên
Nguyễn Vũ Hùng	Đại học Kinh tế Quốc dân	Việt Nam	Ủy viên
Phạm Đức Hiếu	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên
Trần Quang Tuyền	Đại học Quốc gia Hà Nội	Việt Nam	Ủy viên
Trần Văn Trang	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên
Lê Ba Phong	Đại học Công nghiệp Hà Nội	Việt Nam	Ủy viên
Nguyễn Thành Hưng	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên
Hoàng Xuân Trung	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên
Vũ Văn Hường	Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội	Việt Nam	Ủy viên
Trịnh Thị Hường	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên
Nguyễn Thị Uyên	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên
Nguyễn Thế Ninh	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên
Phạm Minh Đạt	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên

MỤC LỤC

KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ

- 1. Phạm Xuân Bách, Phan Thế Công và Trần Thị Huyền Trang** - Tham gia chuỗi giá trị toàn cầu theo liên kết xuất tại 5 quốc gia ASEAN: vai trò của độ mở thương mại, FDI, năng lực sản xuất và đổi mới công nghệ. **Mã số: DB4.1IEM.11** 4
Forward Global Value Chain Participation in 5 Asean Countries: the Roles of Trade Openness, FDI, Productive Capacity and Technological Innovation
- 2. Phạm Thị Thanh Mai** - Thực hành tăng trưởng xanh và hiệu quả giảm phát thải CO₂ của doanh nghiệp tại tỉnh Thái Nguyên. **Mã số: DB4.1TrEM.11** 17
Green Growth Practices and CO₂ Emission Reduction Performance of Industrial Enterprises in Thai Nguyen Province
- 3. Lê Phương Thảo, Lê Thị Thuỳ Linh, Trần Thị Thuỷ Tiên, Đào Thị Phương Thảo và Nông Vũ Phương Thảo** - Tác động của chuyển đổi số hải quan đến thương mại quốc tế: Bằng chứng từ dữ liệu bảng toàn cầu và hàm ý chính sách cho Việt Nam. **Mã số: DB4.1IEM.11** 30
The Impact of Customs Digital Transformation on International Trade: Evidence from Global Panel Data and Policy Implications for Vietnam
- 4. Vũ Ngọc Thảo Vy, Phạm Bảo Dương và Phạm Tiến Thành** - Doanh nghiệp địa phương, thu nhập và tiêu dùng thực phẩm - Nghiên cứu trường hợp hộ gia đình nông thôn Việt Nam. **Mã số: DB4.1DEco.11** 46
Local firms, income and food consumption - Evidence from rural households in Vietnam

QUẢN TRỊ KINH DOANH

- 5. Lê Mạnh Hùng** - Quản trị nguồn nhân lực trong các trường đại học công lập tại Việt Nam theo định hướng ESG. **Mã số: DB4.2HRMg.21** 57
ESG-oriented Human Resource Management in Vietnamese Public Universities

- 6. Ngọc Thị Phương Mai và Nguyễn Hoàng Việt** - Ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ tới sự hài lòng và ý định mua lặp lại tại nhà hàng chay ở Hà Nội: vai trò của bản sắc ăn chay. *Mã số: DB4.2BMkt.21* 74
The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction and Repurchase Intention at Vegetarian Restaurants in Hanoi: The Moderating Role of Vegetarian Identity
- 7. Hoàng Thị Minh Châu** - Kế toán quản trị số với đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp tại Việt Nam. *Mã số: DB4.2BAcc.21* 90
Digital Management Accounting and Enterprise Innovation in Vietnam
- 8. Lê Ba Phong, Hoàng Đức Chiến và Vũ Thị Kim Anh** - Tăng cường khả năng đổi mới thanh đậm của doanh nghiệp Việt Nam: Vai trò trung gian của chia sẻ tri thức trong mối quan hệ với văn hóa hợp tác. *Mã số: DB4.2BAdm.21* 102
Stimulating Innovation Capability in Vietnamese Enterprises: the Mediating Role of Knowledge Sharing and Moderating Role of Collaborative Culture
- 9. Phan Thùy Tâm, Lê Quốc Hội và Phan Thúy Thảo** - Chuyển đổi số và hiệu quả kinh doanh của các ngân hàng thương mại Việt Nam: vai trò điều tiết của cạnh tranh và sở hữu nước ngoài. *Mã số: DB4.2FiBa.21* 113
Digital Transformation and Bank Performance in Vietnam: Competition and Foreign Ownership as Moderators
- 10. Phạm Thị Oanh và Bùi Thị Giang** - Các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp giày dép Việt Nam. *Mã số: DB4.2BMkt.21* 126
Factors Affecting the Competitiveness of Vietnamese Footwear Enterprises
- 11. Hà Văn Sỹ và Nguyễn Thị Phương Thùy** - Các nhân tố quyết định sự hài lòng trong công việc của nhân viên y tế trong bối cảnh thực hiện ESG: minh chứng từ bệnh viện đa khoa Hà Đông. *Mã số: DB4.2HRMg.21* 139
Determinants of Job Satisfaction Among Healthcare Workers in the Context of ESG Implementation: Evidence From Ha Dong General Hospital
- 12. Đinh Thị Hòa, Nguyễn Lan Hương, Phạm Thu Vân và Hoàng Bảo Ngọc** - Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua bảo hiểm nhân thọ của cá nhân: bằng chứng thực nghiệm từ các cá nhân tại thành phố Hà Nội. *Mã số: DB4.2BMkt.21* 153
Factors Influencing Life Insurance Purchase Intention: Empirical Evidence From Individuals In Hanoi

- 13. Nguyễn Thị Huyền Trang** - Các yếu tố ảnh hưởng đến minh bạch thông tin trên báo cáo tài chính của các doanh nghiệp sản xuất thức ăn chăn nuôi niêm yết tại Việt Nam: góc nhìn từ nhận thức của các bên liên quan. **Mã số: DB4.2FiBa.21** 168

Factors Affecting Information Transparency in Financial Statements of Listed Animal Feed Manufacturing Enterprises in Vietnam: A Stakeholder Perception Perspective

- 14. Nguyễn Hà Phương, Vũ Minh Nguyệt và Tô Thị Việt Châu** - Căng thẳng thương mại Mỹ - Trung, cầu nhập khẩu và chi phí vận chuyển quốc tế: tác động ngắn hạn và dài hạn tới xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam sang Hoa Kỳ. **Mã số: DB4.2IIEM.21** 186

U.S.-China Trade Tensions, Import Demand, and International Freight Costs: Short- and Long-Run Effects on Vietnam's Wood and Wood Product Exports to the United States

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

- 15. Phạm Thị Mai Liên và Hoàng Thị Bảo Thoa** - Mối liên hệ giữa cung cấp, tiếp nhận tri thức và hiệu quả công việc tự đánh giá của giảng viên: vai trò trung gian của sự hài lòng trong công việc. **Mã số: DB4.3OMIs.31** 204

The Relationship Between Knowledge Sharing (Donating and Collecting) and Lecturers' Self-Rated Job Performance: the Mediating Role of Job Satisfaction

- 16. Trần Huy Cường** - Tác động của tín hiệu thuật toán trên nền tảng đến ý định dựa vào aWOM của người tiêu dùng trẻ tại Hà Nội: vai trò trung gian của cảm nhận tính dễ sử dụng và sự hữu ích. **Mã số: DB4.3OMIs.31** 217

The Effects of Platform Algorithmic Signals on Young Consumers' Intention to Rely on aWOM in Hanoi: the Mediating Roles of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness

DOANH NGHIỆP ĐỊA PHƯƠNG, THU NHẬP VÀ TIÊU DÙNG THỰC PHẨM - NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP HỘ GIA ĐÌNH NÔNG THÔN VIỆT NAM

Vũ Ngọc Thảo Vy

Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh

Email: vyvnt.24ae@ou.edu.vn

Phạm Bảo Dương

Trường Đại học Nông - Lâm Bắc Giang

Email: pbduong@bafu.edu.vn

Phạm Tiên Thành

Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh

Email: thanh.pt@ou.edu.vn; thanhpham1.6.85@gmail.com

Ngày nhận: 22/02/2026

Ngày nhận lại: 20/05/2026

Ngày duyệt đăng: 22/05/2026

Nâng cao mức thu nhập và vốn con người là những vấn đề quan trọng ở vùng nông thôn Việt Nam. Mặc dù nhiều chương trình và chính sách đã được triển khai, một bộ phận không nhỏ nông hộ vẫn có mức thu nhập thấp, làm cản trở việc đầu tư cho vốn con người, cụ thể là chi tiêu để đảm bảo an ninh lương thực và dinh dưỡng. Phát triển doanh nghiệp địa phương được xem là một giải pháp bền vững và toàn diện. Tuy nhiên, nghiên cứu về tác động của doanh nghiệp ở các vùng nông thôn còn hạn chế. Nghiên cứu này được thực hiện nhằm xem xét vai trò của doanh nghiệp địa phương trong việc cải thiện thu nhập và tiêu dùng thực phẩm của nông hộ. Để phân tích thực nghiệm, nghiên cứu này sử dụng phương pháp hồi quy bình phương tối thiểu (OLS) và bộ dữ liệu Khảo sát Tiếp cận Nguồn lực Hộ gia đình Việt Nam (VARHS) năm 2016. Kết quả nghiên cứu cho thấy doanh nghiệp địa phương giúp nâng cao thu nhập cũng như tiêu dùng thực phẩm, nhất là các thực phẩm thiết yếu. Tuy nhiên, tác động này không đáng kể. Dựa trên các kết quả đạt được, nghiên cứu này đề xuất các hàm ý chính sách để phát triển doanh nghiệp ở vùng nông thôn, từ đó giúp nâng cao phúc lợi của nông hộ trong dài hạn.

Từ khóa: Doanh nghiệp địa phương, phát triển nông thôn, an ninh lương thực.

Keywords: Local firms, rural development, food security.

JEL Classifications: O15, O18, O20, P25, R11.

DOI: 10.54404/JTS.2026.DB4V.04

1. Giới thiệu

Trong nhiều thập kỷ qua, tại các quốc gia đang phát triển, phát triển nông thôn luôn là một vấn đề quan trọng nhằm giảm nghèo, nâng cao thu nhập cũng như cải thiện chất lượng sống. Việt Nam mặc dù đã đạt được nhiều thành tựu trong tăng trưởng kinh tế và

xóa đói giảm nghèo, tuy nhiên khu vực nông thôn vẫn đối mặt với nhiều thách thức như thu nhập bấp bênh, phụ thuộc lớn vào nông nghiệp năng suất thấp, hạn chế về cơ hội việc làm và mức độ tiếp cận dịch vụ xã hội còn chưa đồng đều (Thanh & Saito, 2024a; Nguyễn Thị Mai & cộng sự, 2023; World

Tác giả liên hệ: thanh.pt@ou.edu.vn; thanhpham1.6.85@gmail.com

Bank, 2020). Bên cạnh đó, mặc dù Việt Nam đã đảm bảo được vấn đề an ninh lương thực và vấn đề xóa đói đã được giải quyết triệt để ở vùng nông thôn. Tuy nhiên, để nâng cao vốn con người thì vấn đề không chỉ nằm ở việc ăn uống đủ no mà quan trọng hơn nữa đó là đảm bảo được an ninh dinh dưỡng - thể hiện qua đa dạng hoá việc tiêu dùng thực phẩm. Nhiều hộ gia đình ở nông thôn hiện nay vẫn đang gặp nhiều khó khăn trong việc đa dạng hoá được nguồn thực phẩm xuất phát từ việc thu nhập thấp khiến cho họ chỉ có thể có đủ khả năng chi trả cho những thực phẩm cơ bản.

Những thách thức này cho thấy sự cần thiết phải triển khai các can thiệp phát triển mang tính toàn diện hơn. Các nghiên cứu trước đây đã đề xuất nhiều hoạt động và chính sách khác nhau nhằm cải thiện phúc lợi khu vực nông thôn, bao gồm (i) đầu tư vào cơ sở hạ tầng như đầu tư nâng cấp hệ thống đường, điện, nước, viễn thông; (ii) cải thiện chất lượng cơ sở y tế và dịch vụ y tế; (iii) các chương trình giáo dục, đào tạo và phát triển kỹ năng; hay (iv) các chương trình tạo việc làm (Dang & La, 2019; Nguyen & cộng sự, 2017; Thanh & Saito, 2024a).

Trong bối cảnh đó, sự phát triển của doanh nghiệp địa phương ngày càng được xem là một động lực quan trọng và là một trong những giải pháp toàn diện (Thanh & Saito, 2024a; Vy & Thanh, 2026). Các doanh nghiệp này không chỉ tạo ra việc làm hưởng lương ổn định mà còn góp phần mở rộng thị trường tiêu thụ nông sản, thúc đẩy đa dạng hóa sinh kế và tạo ra các hiệu ứng lan tỏa tích cực trong nền kinh tế địa phương (Giang & cộng sự, 2016). Đồng thời, thông qua đóng góp ngân sách và các hoạt động trách nhiệm xã hội, doanh nghiệp địa phương còn hỗ trợ cải thiện cơ sở hạ tầng, giáo dục và dịch vụ công cộng, từ đó nâng cao phúc lợi cộng đồng nông thôn (Vy & Thanh, 2026).

Các nghiên cứu trong và ngoài nước đã ghi nhận nhiều tác động tích cực của doanh nghiệp địa phương đối với mức sống hay phúc lợi của hộ gia đình, bao gồm hộ gia đình ở các vùng nông thôn. Tuy nhiên, các nghiên cứu trước đây vẫn còn một số hạn chế. Thứ nhất, phần lớn các nghiên cứu mới dừng lại ở việc phân tích tác động đến giảm nghèo, nâng cao thu nhập và cơ hội việc làm, trong khi

những khía cạnh quan trọng như đa dạng tiêu dùng thực phẩm lại ít nhận được được quan tâm (Thanh & Saito, 2024a; Vy & Thanh, 2026). Thứ hai, đối với chủ đề doanh nghiệp địa phương ở vùng nông thôn, các nghiên cứu trước đây chủ yếu tiếp cận từ góc độ vi mô, tập trung vào hộ kinh doanh cá thể phi chính thức (Abegaz & Ngoboka, 2024; Duong & cộng sự, 2021; Mounmemi & Kouandou, 2025). Cụ thể, các nghiên cứu này thường xem xét việc nông hộ có tham gia hoạt động kinh doanh hay không và tác động của hoạt động này đến các chỉ tiêu phản ánh mức sống của chính hộ đó. Cách tiếp cận này tuy hữu ích trong việc làm rõ vai trò của tự tạo việc làm, nhưng còn hạn chế trong việc nắm bắt các tác động lan tỏa rộng hơn của khu vực doanh nghiệp đối với cộng đồng địa phương. Xuất phát từ những hạn chế trên, nghiên cứu được thực hiện nhằm phân tích tác động của tổng số doanh nghiệp chính thức trong một xã đến thu nhập và tiêu dùng thực phẩm của các nông hộ thuộc xã đó.

Nghiên cứu tập trung vào việc trả lời ba câu hỏi nghiên cứu chính:

- Sự hiện diện của doanh nghiệp địa phương có giúp hộ gia đình nông thôn nâng cao mức thu nhập hay không?

- Sự hiện diện của doanh nghiệp địa phương có giúp hộ gia đình nông thôn cải thiện tiêu dùng thực phẩm hay không?

- Sự hiện diện của doanh nghiệp địa phương giúp hộ gia đình nông thôn cải thiện tiêu dùng các nhóm thực phẩm nào?

Nghiên cứu có những đóng góp cả về mặt học thuật và thực tiễn. Về mặt học thuật, việc xem xét tiêu dùng thực phẩm, đặc biệt là các nhóm thực phẩm thiết yếu giúp làm rõ hơn mối liên hệ giữa phát triển doanh nghiệp và tích lũy vốn con người trong dài hạn - một khía cạnh còn chưa được khai thác đầy đủ trong các nghiên cứu trước đây. Ngoài ra, nghiên cứu tiếp cận doanh nghiệp địa phương ở cấp độ khu vực, được đo lường bằng tổng số doanh nghiệp chính thức đang hoạt động trong một đơn vị hành chính (cụ thể là cấp xã) và phân tích tác động của chúng đến thu nhập và tiêu dùng thực phẩm của các nông hộ đang sinh sống và làm việc trong khu vực đó. Đây là một đóng góp mới về mặt phương pháp và cách tiếp cận, qua đó cung cấp bằng chứng thực nghiệm toàn diện hơn về vai trò của doanh

ngành địa phương trong việc cải thiện phúc lợi hộ gia đình ở nông thôn. Về mặt thực tiễn, nghiên cứu cung cấp cơ sở thực nghiệm nhằm hỗ trợ hoạch định chính sách phát triển doanh nghiệp ở khu vực nông thôn. Nghiên cứu cũng góp phần làm rõ vai trò của doanh nghiệp địa phương như một động lực quan trọng trong chiến lược phát triển nông thôn bền vững.

2. Tổng quan lý thuyết

Các lý thuyết kinh tế đã chỉ ra vai trò quan trọng của doanh nghiệp trong thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và phát triển vùng. Lý thuyết chuyên môn hóa của Marshall (1920) cho rằng sự tập trung về mặt không gian của các doanh nghiệp giúp nâng cao hiệu quả và năng suất thông qua lan tỏa tri thức, thị trường lao động chuyên biệt và chia sẻ đầu vào. Trong khi đó, lý thuyết về đa dạng hóa của Jacobs (1970) nhấn mạnh vai trò các doanh nghiệp khác ngành trong một khu vực sẽ thúc đẩy đổi mới thông qua các dòng tri thức liên ngành. Ngoài ra, lý thuyết cạnh tranh của Porter (1990) xem cạnh tranh giữa các doanh nghiệp cùng ngành như động lực chính của hiệu quả và đổi mới. Mặc dù các lý thuyết này không trực tiếp đề cập đến mức sống hộ gia đình, nhưng các lý thuyết hàm ý rằng sự phát triển và tập trung của doanh nghiệp có thể tạo việc làm, gia tăng thu nhập và thúc đẩy tăng trưởng kinh tế địa phương. Một số nghiên cứu gần đây cũng đã vận dụng lý thuyết này làm lý thuyết nền tảng cho chủ đề về doanh nghiệp địa phương và mức sống của người dân (Fowler & Kleit, 2014; Thanh & Saito, 2024a).

Các bằng chứng thực nghiệm hiện có đã ghi nhận vai trò của doanh nghiệp địa phương, đặc biệt là các doanh nghiệp chính thức, trong việc nâng cao phúc lợi cộng đồng thông qua nhiều kênh tác động khác nhau (Vũ Thị Kim Anh, 2021; Porter & Kramer, 2019; Silva & cộng sự, 2022; Steiner & Atterton, 2015; Thanh & Saito, 2024a). Một cơ chế quan trọng là tạo việc làm, đặc biệt thông qua lao động làm công ăn lương (Steiner & Atterton, 2015; Thanh & Saito, 2024a). So với các cơ sở sản xuất kinh doanh hộ gia đình mang tính phi chính thức, các doanh nghiệp này thường cung cấp việc làm ổn định hơn và có mức tiền lương cao hơn (Vũ Thị Kim Anh, 2021; Steiner & Atterton, 2015). Tại những khu vực có sự tập trung của nhiều doanh nghiệp, cạnh tranh trên thị trường lao động

còn góp phần đẩy mức lương tăng lên. Bên cạnh việc làm hưởng lương, doanh nghiệp địa phương còn thúc đẩy đa dạng hóa sinh kế thông qua việc khuyến khích tự tạo việc làm ngoài nông nghiệp (Thanh & Saito, 2024a). Đồng thời, các doanh nghiệp còn tạo ra nhu cầu đối với cả đầu vào nông nghiệp và phi nông nghiệp, từ đó mở ra cơ hội nâng cao mức thu nhập cho các hộ cung ứng đầu vào (Giang & cộng sự, 2015, 2016; Thanh & Saito, 2024a). Hơn nữa, sự hiện diện của doanh nghiệp góp phần nâng cao năng suất của nông hộ thông qua việc cải thiện khả năng tiếp cận các đầu vào và dịch vụ có chất lượng cao với chi phí hợp lý (Porter & Kramer, 2019; Thanh & Saito, 2024a). Bên cạnh đó, doanh nghiệp còn góp phần vào việc phát triển cơ sở hạ tầng địa phương, qua đó tạo điều kiện cho việc thúc đẩy các hoạt động sinh kế, tạo thu nhập cho người dân trong cộng đồng (Thanh & Saito, 2024a; Vy & Thanh, 2026). Ngoài ra, các hoạt động trách nhiệm xã hội do doanh nghiệp địa phương thực hiện cũng mang lại nhiều lợi ích cho cộng đồng nông thôn (Vy & Thanh, 2026).

Đối với vấn đề an ninh lương thực và đa dạng chế độ ăn uống của hộ gia đình, các nghiên cứu trước cũng đưa ra bằng chứng rằng cơ hội việc làm sẽ giúp cho nông hộ cải thiện được thu nhập, từ đó có thể chi tiêu nhiều hơn cho các hàng hoá thiết yếu (Owusu & cộng sự, 2011; Rahman & Mishra, 2020). Các bằng chứng thực nghiệm cũng cho thấy khi nông hộ có cơ hội tiếp cận việc làm phi nông nghiệp thì sẽ có nhiều thu nhập hơn để chi tiêu và đa dạng hóa tiêu dùng thực phẩm (Duong & cộng sự, 2021; Vu & Rammohan, 2022). Tuy nhiên, bằng chứng thực nghiệm cho thấy việc làm chính thức mang lại tác động rõ ràng và mạnh hơn so với việc làm phi chính thức (Vu & Rammohan, 2022).

Mặc dù các nghiên cứu trước đây đã xem xét đến tác động của doanh nghiệp địa phương lên phúc lợi của hộ gia đình cũng như xem xét đến vai trò của việc làm lên đa dạng tiêu dùng thực phẩm, tuy nhiên số lượng nghiên cứu về vai trò của doanh nghiệp tại địa phương trong việc cải thiện tiêu dùng thực phẩm của các nông hộ còn rất hạn chế. Nghiên cứu này được thực hiện nhằm lấp đầy khoảng trống đó qua việc xem xét trường hợp các hộ gia đình ở các vùng nông thôn Việt Nam.

Dựa trên tổng quan nghiên cứu thực nghiệm đã được trình bày, Hình 1 mô tả tóm tắt cơ chế tác động của doanh nghiệp địa phương lên thu nhập và tiêu dùng thực phẩm thông qua nhiều kênh trung gian khác nhau, bao gồm ngân sách địa phương, nhu cầu đối với đầu vào cũng như đối với hàng hóa và dịch vụ do người dân địa phương cung ứng, việc cung cấp hàng hóa và dịch vụ đóng vai trò là đầu vào cho hoạt động sản xuất kinh doanh của người dân địa phương và sự phát triển cơ sở hạ tầng tại địa phương. Các yếu tố này được xem là những kênh truyền dẫn quan trọng về mặt lý thuyết, phản ánh các cơ chế thông qua đó sự hiện diện của doanh nghiệp địa phương có thể lan tỏa tác động đến phúc lợi của hộ gia đình. Tuy nhiên, trong khuôn khổ nghiên cứu này, các yếu tố phản ánh cơ chế nêu trên không được đưa trực tiếp vào mô hình thực nghiệm như các biến trung gian. Thay vào đó, nghiên cứu tập trung ước lượng trực tiếp tác động của doanh nghiệp địa phương lên thu nhập và tiêu dùng thực phẩm. Cách tiếp cận này được sử dụng phổ biến trong các nghiên cứu trước, trong đó sơ đồ được sử dụng để minh họa cơ chế tác động, trong khi phân tích thực nghiệm tập trung vào việc ước lượng trực tiếp tác động của biến giải thích chính lên biến phụ thuộc (Giang & cộng sự, 2017; Li & cộng sự, 2023; Thanh & Duong, 2017, 2022; Thanh & Saito, 2024a).

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Dữ liệu nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng dữ liệu từ Khảo sát Tiếp cận Nguồn lực Hộ gia đình Việt Nam

(Vietnam Access to Resources Household Surveys - VARHS). VARHS là cuộc khảo sát được thực hiện hai năm một lần, thu thập dữ liệu từ các hộ gia đình nông thôn tại 12 tỉnh của Việt Nam.

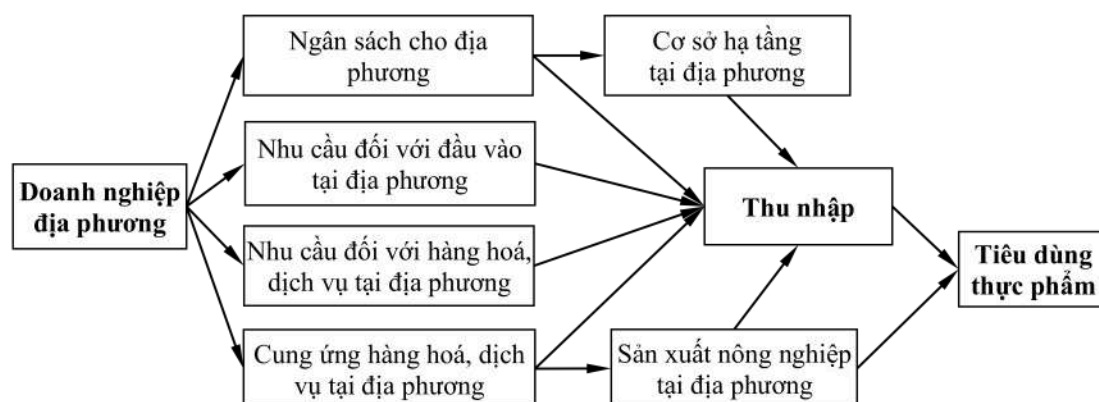
VARHS cung cấp thông tin phong phú ở cả cấp độ hộ gia đình và thành viên trong hộ. Bên cạnh đó, bộ dữ liệu còn bao gồm thông tin ở cấp xã. Các thông tin chính được sử dụng trong nghiên cứu này là thông tin về số lượng doanh nghiệp trong một xã (biến giải thích chính) và giá trị tiêu dùng thực phẩm của hộ gia đình (biến phụ thuộc). Các thông tin khác cũng được sử dụng để làm biến kiểm soát, bao gồm đặc điểm của chủ hộ, đặc điểm của hộ gia đình và các đặc điểm ở cấp xã. Nghiên cứu này sử dụng dữ liệu từ cuộc khảo sát năm 2016 để tiến hành phân tích. Sau khi làm sạch dữ liệu, mẫu nghiên cứu được sử dụng bao gồm 2.006 hộ gia đình.

3.2. Phương pháp ước lượng

Dựa trên cơ sở lý thuyết (Fowler & Kleit, 2014; Giang & cộng sự, 2017; Vy & Thanh, 2026), nghiên cứu này xem xét tác động trực tiếp của biến giải thích chính (doanh nghiệp địa phương) đến các biến phụ thuộc (thu nhập và tiêu dùng thực phẩm). Để kiểm định các mối quan hệ này, nghiên cứu sử dụng phương pháp hồi quy bình phương tối thiểu (OLS). Mô hình thực nghiệm được xác định như sau:

$$Y_{ij} = \alpha_0 + \alpha_1 LE_j + \alpha_2 H_{ij} + \alpha_3 C_j + e_{ij} \quad (\text{PT. 1})$$

Trong đó, i và j lần lượt biểu thị hộ gia đình i và xã j . Y_{ij} là biến phụ thuộc (ví dụ: thu nhập, tiêu dùng thực phẩm). LE_j là biến



(Nguồn: Tác giả xây dựng dựa trên tổng quan lý thuyết)

Hình 1: Cơ chế tác động của doanh nghiệp địa phương

doanh nghiệp địa phương. H_{ij} và C_j là tập hợp các yếu tố quan sát được ở cấp hộ và cấp xã được sử dụng làm biến kiểm soát. là sai số ngẫu nhiên.

Mặc dù mô hình đã đưa vào các biến kiểm soát, tuy nhiên vẫn đề nội sinh vẫn tồn tại do những yếu tố không quan sát được có thể ảnh hưởng đồng thời đến cả biến doanh nghiệp địa phương và biến phụ thuộc. Từ đó, kết quả ước lượng có thể bị sai lệch, làm suy yếu đi mối quan hệ nhân quả.

3.3. Biến số sử dụng

Để phân tích thực nghiệm, nghiên cứu này sử dụng ba nhóm biến chính:

Biến phụ thuộc: Biến thu nhập được đo bằng tổng thu nhập từ các hoạt động sản xuất kinh doanh, bao gồm: nông nghiệp, tự sản xuất kinh doanh phi nông nghiệp, làm công hưởng lương và khai thác từ các nguồn tài nguyên. Các biến tiêu dùng thực phẩm được đo lường bằng giá trị bằng tiền của lượng thực phẩm (cả đồ ăn và thức uống) mà hộ gia đình đã tiêu dùng. Các biến này bao gồm tổng giá trị tiêu dùng thực phẩm và năm nhóm thực phẩm cụ thể: thịt (heo, bò, gà), thủy hải sản (cá, tôm), trái cây, các mặt hàng phi nông sản (sữa, kẹo, bánh, bia, rượu, cà phê,...) và chi tiêu ăn uống ngoài gia đình. Các khoản tiêu dùng thực phẩm này bao gồm giá trị từ các thực phẩm tự sản xuất, mua hoặc được cho tặng. Biến thu nhập được tính bằng tổng các khoản phát sinh trong thời gian 12 tháng trước thời điểm khảo sát; trong khi các khoản tiêu dùng thực phẩm được tính trong khoảng thời gian bốn tuần trước thời điểm khảo sát. Việc sử dụng các biến số trong các khung thời gian trên là phù hợp với thực tế và tính khả thi. Cụ thể là, do nhiều khoản thu nhập chỉ phát sinh theo năm, hoặc quý, hoặc theo mùa vụ nên việc tính trong phạm vi 12 tháng sẽ phù hợp hơn theo tháng. Trong khi đó, các khoản tiêu dùng thực phẩm thường nhiều khoản khác nhau nên việc ghi nhớ thông tin trong 12 tháng sẽ không khả thi. Ngoài ra, nhiều khoản tiêu dùng thực phẩm chỉ phát sinh theo tháng chứ không theo tuần nên việc sử dụng khoảng thời gian bốn tuần (tương đương với một tháng) để đo lường tiêu dùng thực phẩm sẽ phù hợp hơn. Để đảm bảo tính nhất quán thì các biến phụ thuộc này đều được tính toán và quy đổi thành trị bình quân đầu người theo tháng.

Biến giải thích chính: các nghiên cứu trước sử dụng nhiều chỉ số khác nhau để đo lường biến số “doanh nghiệp địa phương”, bao gồm: số lượng doanh nghiệp, tổng doanh thu của doanh nghiệp (Fowler & Kleit, 2014; Giang & cộng sự, 2015, 2016; Vy & Thanh, 2026). Ngoài ra, phạm vi cũng khác nhau; cụ thể là, các nghiên cứu có thể sử dụng phạm vi xã, tỉnh hoặc địa hạt (county) để đo lường. Dựa trên tính khả thi của số liệu, nghiên cứu sử dụng thông tin về số lượng doanh nghiệp có ít nhất mười lao động tại mỗi xã để xây dựng biến “doanh nghiệp địa phương”. Biến cấp xã này được ghép nối với dữ liệu hộ gia đình tương ứng trong xã.

Biến kiểm soát: để kiểm soát các yếu tố khác có thể ảnh hưởng đến tác động của biến giải thích chính (doanh nghiệp địa phương) lên các biến phụ thuộc (thu nhập, tiêu dùng thực phẩm), nghiên cứu này đưa vào mô hình các biến kiểm soát ở nhiều cấp độ khác nhau, bao gồm: cấp chủ hộ (giới tính, học vấn, độ tuổi,...); cấp hộ gia đình (dân tộc, diện tích đất,...); và cấp xã (chợ xã, đường sá, tình trạng đạt chuẩn nông thôn mới,...). Chẳng hạn như, xã có đường đạt chất lượng thì sẽ có thể thu hút được nhiều doanh nghiệp hơn và đường tốt thì cũng sẽ có tương quan với lại các mức thu nhập và tiêu dùng thực phẩm. Ngoài ra, chợ xã đại diện cho việc tiếp cận thị trường đầu vào hoặc đầu ra của doanh nghiệp và hộ gia đình nên cũng có tương quan với biến doanh nghiệp địa phương và các biến thu nhập, tiêu dùng thực phẩm (Phan Thị Thụ Cúc, 2021; Vy & Thanh, 2026). Do đó, nếu không kiểm soát các đặc điểm này thì sẽ làm ảnh hưởng đến kết quả ước lượng.

Bảng 1 giải thích cụ thể ý nghĩa và trình bày thống kê mô tả các biến số được sử dụng trong nghiên cứu này.

4. Kết quả và thảo luận

Kết quả nghiên cứu từ Bảng 2 cho thấy doanh nghiệp địa phương giúp tăng tổng thu nhập từ các hoạt động sản xuất và kinh doanh. Kết quả ước lượng cũng cho thấy doanh nghiệp địa phương góp phần vào việc cải thiện tổng chi tiêu cho thực phẩm. Kết quả nghiên cứu cũng phân nào tương đồng với các nghiên cứu trước đó phát hiện ra rằng doanh nghiệp địa phương giúp cải thiện thu nhập của người dân trong khu vực (Giang & cộng sự, 2016; Vũ Thị Kim Anh, 2021;

Bảng 1: Thống kê mô tả biến số

Biến số	Trung bình	Độ lệch chuẩn
Biến giải thích chính		
Doanh nghiệp địa phương (số lượng doanh nghiệp trong xã)	18.42	45.80
Biến phụ thuộc		
Thu nhập (ngàn đồng/người/tháng)	1911.07	2134.91
Tiêu dùng thực phẩm (ngàn/đồng/người/tháng)	465.66	356.01
Thịt (heo, bò, gà)	178.52	127.64
Thủy hải sản (cá, tôm)	64.88	64.62
Trái cây	28.65	34.24
Phi nông sản (sữa, kẹo, kẹo, bánh, bia, rượu, cà phê)	69.15	121.20
Ăn bên ngoài	6.80	16.03
Biến kiểm soát		
<i>Đặc điểm chủ hộ</i>		
Giới tính (1=nam, 0=nữ)	0.76	0.43
Tình trạng hôn nhân (1=kết hôn, 0=độc thân)	0.77	0.42
Học vấn (số năm đi học)	7.56	3.58
Tuổi (số năm)	57.41	12.95
<i>Đặc điểm hộ</i>		
Dân tộc (1=thiểu số, 0=Kinh)	0.21	0.40
Số lượng thành viên	4.08	1.83
Tổng đất nông nghiệp (hecta)	0.57	0.97
<i>Đặc điểm xã</i>		
Số làng	10.03	6.81
Chợ chuẩn quốc gia (1=đạt, 0=không)	0.35	0.48
Trường Trung học Phổ thông (1=có, 0=không)	0.32	0.47
Tỷ lệ đường nhựa/bê tông (%)	85.28	26.72
Xã nông thôn mới (1=đạt, 0=không)	0.29	0.46
Số quan sát	2,006	

(Nguồn: Tác giả tính toán dựa trên bộ dữ liệu VARHS)

Thanh & Saito, 2024; Vy & Thanh, 2026). Kết quả này cũng phù hợp với thực tiễn. Dựa trên các nghiên cứu trước và thực tế tại các vùng nông thôn Việt Nam, các kết quả này có thể được lý giải thông qua nhiều lý do và cơ chế khác nhau (Thanh & Saito, 2024; Vy & Thanh, 2026). Cụ thể là, doanh nghiệp địa phương giúp tạo công ăn việc làm, đa dạng hoá sinh kế cho người dân địa phương; từ đó giúp người dân địa phương nâng cao thu nhập. Khi thu nhập tăng lên thì người dân sẽ có nhiều tiền hơn để chi cho các mặt hàng tiêu dùng hàng ngày, nhất là các hàng hoá thiết yếu như thực phẩm (Duong & cộng sự, 2021; Rahman & Mishra, 2020; Thanh & Saito, 2024b). Ngoài ra, doanh nghiệp địa phương, nhất là các doanh nghiệp liên quan đến nông nghiệp, còn cung cấp đầu vào nông nghiệp

đạt chất lượng, giá thành thấp giúp nông dân sản xuất tốt hơn và lợi nhuận cao hơn; từ đó cũng góp phần làm tăng thu nhập. Thêm vào đó, vật tư nông nghiệp chất lượng còn giúp nông dân sản xuất tốt hơn và có thể giữ lại nhiều hơn các hàng hoá do chính mình tự sản xuất để tiêu dùng. Bên cạnh đó, thông qua các hoạt động trách nhiệm xã hội, doanh nghiệp địa phương cũng hỗ trợ nhiều hơn cho người dân các khoản hiện kim hoặc hiện vật (bao gồm thực phẩm); từ đó cũng giúp cho người dân có cơ hội được tiêu dùng nhiều hơn và đa dạng hơn các nhóm thực phẩm.

Mặc dù có những đóng góp tích cực trong việc cải thiện thu nhập và tiêu dùng thực phẩm, tuy nhiên tác động của các doanh nghiệp địa phương nhìn chung vẫn còn ở mức rất thấp và gần như không đáng kể. Điều này

Bảng 2: Tác động của doanh nghiệp địa phương lên thu nhập và tiêu dùng thực phẩm

Biến số	Thu nhập	Tiêu dùng thực phẩm
Biến giải thích chính		
Doanh nghiệp địa phương	1.760** (0.796)	0.319* (0.171)
Biến kiểm soát		
<i>Đặc điểm chủ hộ</i>		
Giới tính	113.324 (185.086)	11.254 (27.185)
Tình trạng hôn nhân	175.367 (197.187)	-30.643 (29.751)
Học vấn	55.069*** (12.075)	15.623*** (2.327)
Tuổi	-33.028*** (3.739)	-0.386 (0.663)
<i>Đặc điểm hộ</i>		
Dân tộc	-1,226.015*** (106.400)	-152.175*** (21.703)
Số lượng thành viên	-39.408 (29.142)	-30.636*** (4.193)
Tổng đất nông nghiệp	355.162*** (87.243)	15.163 (11.253)
<i>Đặc điểm xã</i>		
Số làng	-7.168 (6.049)	-1.508 (1.010)
Chợ chuẩn quốc gia	-196.876* (104.257)	2.330 (16.759)
Trường Trung học Phổ thông	30.255 (91.121)	-21.597 (15.837)
Tỷ lệ đường nhựa/bê tông	2.027 (1.866)	0.495 (0.315)
Xã nông thôn mới	198.605 (122.805)	32.448 (21.642)
Hàng số	3,247.241*** (359.766)	495.926*** (67.012)
Số quan sát	2,006	2,006

Ghi chú: Giá trị trong ngoặc đơn là Robust standard errors; *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$.

(Nguồn: Tác giả tính toán dựa trên bộ dữ liệu VARHS)

xuất phát từ đặc thù của doanh nghiệp tại vùng nông thôn (Thanh & Saito, 2024a; Vy & Thanh, 2026). Cụ thể là, thực tiễn tại nông thôn Việt Nam cho thấy hầu hết các doanh nghiệp ở vùng nông thôn đều có quy mô hoạt động nhỏ khiến số lượng công việc giới hạn. Quy mô nhỏ cũng như công việc không mang lại nhiều giá trị gia tăng nên cũng khiến cho mức lương mà doanh nghiệp mang lại cũng không cao. Bên cạnh đó, số lượng doanh nghiệp tại địa phương còn rất hạn chế, ngoại trừ ở các vùng có các khu công nghiệp, khu

chế xuất hoặc có các tập đoàn lớn. Ngoài ra, kể cả ở những vùng có các doanh nghiệp hay tập đoàn lớn hoặc công việc có mức lương cao thì do đặc thù công việc nên người dân ở nông thôn cũng khó có cơ hội tiếp cận được công việc này. Cụ thể là, đối với việc làm hưởng lương thì do trình độ học vấn và kỹ năng của người dân nông thôn chưa thực sự cao để đáp ứng được đòi hỏi công việc nên người dân nông thôn cũng không được tuyển dụng vào làm. Đối với tự sản xuất kinh doanh phi nông nghiệp hoặc nông nghiệp thì các

Bảng 3: Tác động của doanh nghiệp địa phương lên tiêu dùng từng nhóm thực phẩm

Biến số	Thịt	Thủy hải sản	Trái cây	Phi nông sản	Ăn bên ngoài
Biến giải thích chính					
Doanh nghiệp địa phương	0.271*** (0.072)	0.074** (0.029)	0.048** (0.022)	0.094 (0.067)	-0.004 (0.006)
Biến kiểm soát					
<i>Đặc điểm chủ hộ</i>					
Giới tính	-2.281 (9.104)	5.716 (6.707)	-3.223 (2.625)	4.173 (7.198)	-0.098 (1.540)
Tình trạng hôn nhân	1.857 (9.956)	-6.627 (7.100)	1.047 (2.716)	-12.425 (8.086)	0.149 (1.695)
Học vấn	7.417*** (0.903)	1.066** (0.424)	1.138*** (0.216)	3.276*** (0.799)	0.076 (0.109)
Tuổi	0.242 (0.214)	0.420*** (0.127)	0.170** (0.066)	0.505* (0.270)	-0.093*** (0.032)
<i>Đặc điểm hộ</i>					
Dân tộc	-5.650 (7.827)	-8.317*** (3.152)	-7.693*** (1.609)	-23.421*** (7.214)	-3.417*** (0.941)
Số lượng thành viên	-21.057*** (1.555)	-8.348*** (0.790)	-4.251*** (0.421)	4.538*** (1.630)	-0.219 (0.207)
Tổng đất nông nghiệp	1.350 (2.438)	-0.483 (0.964)	0.348 (0.526)	6.860 (5.065)	1.047** (0.441)
<i>Đặc điểm xã</i>					
Số làng	0.208 (0.450)	-0.611** (0.288)	0.057 (0.090)	0.171 (0.369)	-0.132*** (0.049)
Chợ chuẩn quốc gia	3.134 (5.867)	5.102 (3.657)	3.558** (1.772)	-0.342 (5.688)	2.332*** (0.816)
Trường Trung học Phổ thông	-17.266*** (5.821)	-3.852 (2.897)	-0.935 (1.422)	-10.130** (4.999)	-0.584 (0.773)
Tỷ lệ đường nhựa/bê tông	0.426*** (0.095)	0.221*** (0.037)	0.076*** (0.020)	0.035 (0.111)	-0.019 (0.014)
Xã nông thôn mới	-1.028 (6.534)	9.384** (3.903)	-0.780 (1.826)	16.998** (8.606)	1.384 (0.851)
Hàng số	156.469*** (19.863)	52.163*** (10.365)	22.009*** (5.453)	-3.893 (26.673)	14.465*** (3.204)
Số quan sát	2,006	2,006	2,006	2,006	2,006

Ghi chú: Giá trị trong ngoặc đơn là Robust standard errors; *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$.

(Nguồn: Tác giả tính toán dựa trên bộ dữ liệu VARHS)

doanh nghiệp lớn cũng thường đòi hỏi khắt khe về chất lượng nên người dân nông thôn cũng khó có thể đáp ứng và tham gia được vào chuỗi giá trị này.

Phân tích chi tiết từ Bảng 3 cho thấy việc xuất hiện nhiều doanh nghiệp địa phương giúp cải thiện tiêu dùng cho các nhóm thực

phẩm như thịt, thủy hải sản và trái cây. Tuy nhiên, chưa có đủ bằng chứng để đưa ra kết luận về vai trò của doanh nghiệp địa phương lên tiêu dùng hàng hoá phi nông sản và đi ăn bên ngoài. Bằng chứng thực nghiệm trước đây cũng có cho rằng khi thu nhập tốt hơn thì người dân ở nông thôn có xu hướng ưu tiên

cho các mặt hàng thật sự thiết yếu như thịt, cá, trái cây (Duong & cộng sự, 2021). Trong khi đó, các nhóm tiêu dùng thực phẩm khác như đi ăn bên ngoài hay hàng hoá phi nông sản (kẹo, bánh, rượu, bia, nước ngọt,...) không được xem là ưu tiên. Kết quả này phù hợp với thực tiễn vì ở vùng nông thôn, việc đi ăn bên ngoài hay tiêu dùng rượu, bia, nước ngọt, kẹo, bánh được xem là các nhóm thực phẩm ít thiết yếu hơn hoặc là thậm chí có phân xa xỉ đối với nhiều hộ gia đình. Do đó, khi có mức thu nhập tăng lên thì các nông hộ cũng ít có xu hướng dành khoản thu nhập tăng thêm này để chi tiêu cho các nhóm hàng hoá ít thiết yếu này.

5. Hàm ý chính sách

Dựa trên kết quả tìm được, nghiên cứu này đề xuất một số hàm ý chính sách liên quan đến việc phát triển doanh nghiệp địa phương tại các vùng nông thôn nhằm tạo ra nhiều cải thiện tốt hơn mức sống của nông hộ.

Thứ nhất, địa phương cần hoàn thiện và nâng cấp cơ sở hạ tầng cơ bản bằng cách đầu tư vào hệ thống giao thông (cầu, đường), viễn thông và các cơ sở hạ tầng quan trọng khác. Từ đó, góp phần thúc đẩy phát triển sản xuất và thương mại. Điều này giúp cho địa phương có thể tạo ra một môi trường kinh doanh thuận lợi hơn, từ đó thúc đẩy đầu tư và mở rộng từ các công ty mới và hiện có.

Thứ hai, địa phương cần ban hành chính sách khuyến khích khuyến khích thành lập, duy trì và phát triển doanh nghiệp. Ngoài ra, còn giúp thu hút nhiều doanh nghiệp bên ngoài đến đầu tư và hoạt động tại địa phương. Các chính sách này bao gồm các ưu đãi về thuế, trợ cấp hoặc vốn vay.

Thứ ba, địa phương cần thiết kế chính sách một cách chi tiết và minh bạch, giúp cho doanh nghiệp dễ dàng tiếp cận và nắm bắt các thông tin. Ngoài ra, các thủ tục liên quan cũng cần phải được đơn giản hóa nhằm giúp cho các doanh nghiệp có điều kiện thuận lợi hơn trong việc nhận được sự hỗ trợ cũng như tiếp cận các chính sách.

Thứ tư, địa phương cần ưu tiên phát triển các doanh nghiệp gắn với lợi thế, nguồn lực và đặc điểm kinh tế - xã hội địa phương nhằm tạo đa hóa tác động lan tỏa đến cộng đồng. Các doanh nghiệp phù hợp với điều kiện và thế mạnh của địa phương có khả năng tận dụng hiệu quả lao động, nguyên liệu và tri

thức sẵn có, đồng thời tạo ra các liên kết chuỗi giá trị chặt chẽ hơn, qua đó mở rộng cơ hội việc làm, đa dạng hóa sinh kế và phát triển kinh tế nông thôn.

Thứ năm, địa phương cần đóng vai trò trung gian tích cực trong việc hỗ trợ hộ gia đình kết nối với doanh nghiệp địa phương. Thông qua tổ chức liên kết, hộ gia đình có thể trở thành đối tác cung ứng đầu vào, gia công sản phẩm hoặc tham gia các khâu phân phối trong chuỗi giá trị. Việc tăng cường kết nối này không chỉ mở rộng cơ hội việc làm và tiêu thụ sản phẩm, mà còn giúp hộ gia đình nâng cao năng lực sản xuất, giảm rủi ro thị trường đầu ra và cải thiện thu nhập một cách bền vững.

6. Kết luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy sự hiện diện của càng nhiều doanh nghiệp địa phương giúp nâng cao thu nhập cũng như cải thiện việc tiêu dùng thực phẩm, nhất là các thực phẩm thiết yếu, thịt, thủy hải sản và trái cây. Tuy nhiên, kết quả cũng cho thấy tác động của doanh nghiệp địa phương lên phúc lợi của nông hộ là rất thấp và thậm chí là không đáng kể. Đồng thời, chưa có bằng chứng cho việc doanh nghiệp địa phương giúp nâng cao tiêu dùng các nhóm thực phẩm không quá thiết yếu như các hàng hoá phi nông sản (rượu bia, cà phê, nước ngọt, kẹo, bánh) và đi ăn ở bên ngoài hàng quán. Dựa trên kết quả tìm được, nghiên cứu này đề xuất một số hàm ý chính sách liên quan đến việc phát triển doanh nghiệp địa phương tại các vùng nông thôn. Từ đó, giúp cải thiện tốt hơn mức thu nhập và mức tiêu dùng thực phẩm của nông hộ.

Mặc dù có những đóng góp nhất định cho cơ sở lý thuyết và thực tiễn, tuy nhiên nghiên cứu này vẫn tồn tại một số hạn chế cần được khắc phục trong các nghiên cứu tiếp theo. Thứ nhất, biến số doanh nghiệp địa phương được đo lường bằng số lượng doanh nghiệp trong một xã. Do đó, chưa phản ánh được quy mô cũng như loại hình doanh nghiệp. Các nghiên cứu tiếp theo cần sử dụng các biến số khác để phản ánh tốt hơn quy mô của doanh nghiệp, cũng như phân tích tác động của các doanh nghiệp thuộc các ngành khác nhau. Thứ hai, nghiên cứu sử dụng dữ liệu chéo được quan sát tại một thời điểm nên chưa phản ánh được sự thay đổi theo thời gian cũng như bị hạn chế trong việc sử dụng các phương pháp nghiên

cứ sử dụng dữ liệu bảng. Thứ ba, nghiên cứu chưa giải quyết triệt để vấn đề nội sinh, điều này có thể dẫn đến sai lệch trong các ước lượng và hạn chế khả năng diễn giải quan hệ nhân quả. Do đó, các nghiên cứu tiếp theo cần sử dụng dữ liệu bảng nhằm kiểm soát các yếu tố không quan sát theo thời gian, hoặc áp dụng các phương pháp kinh tế lượng nâng cao để xử lý nội sinh, chẳng hạn như mô hình tác động cố định (Fixed Effects), mô hình tác động ngẫu nhiên (Random Effects), hoặc phương pháp biến công cụ (Instrumental Variables - IV). Thứ tư, do giới hạn về số liệu, nghiên cứu chưa trực tiếp kiểm định vai trò của các kênh truyền dẫn trung gian - chẳng hạn như ngân sách địa phương, nhu cầu đối với đầu vào cũng như đối với hàng hóa và dịch vụ, việc cung cấp hàng hóa và dịch vụ đóng vai trò là đầu vào cho hoạt động sản xuất kinh doanh, và cơ sở hạ tầng tại địa phương trong mối quan hệ giữa doanh nghiệp địa phương và các kết quả phúc lợi của hộ gia đình. Do đó, các nghiên cứu tiếp theo cần khai thác các bộ dữ liệu chi tiết hơn hoặc áp dụng các phương pháp phân tích trung gian có khả năng xử lý vấn đề nội sinh, nhằm làm rõ hơn các cơ chế mà thông qua đó doanh nghiệp địa phương ảnh hưởng đến thu nhập và đa dạng hóa tiêu dùng thực phẩm của nông hộ. Thứ năm, dữ liệu sử dụng trong nghiên cứu được thu thập từ năm 2016, do đó chưa phản ánh đầy đủ những thay đổi nhanh chóng của bối cảnh kinh tế, công nghệ và xã hội cũng như xu hướng tiêu dùng trong những năm gần đây. Vì vậy, các hàm ý chính sách rút ra từ nghiên cứu, mặc dù vẫn có giá trị tham khảo, có thể chưa hoàn toàn phù hợp với bối cảnh hiện tại. Các nghiên cứu trong tương lai cần sử dụng các bộ dữ liệu cập nhật hơn nhằm đánh giá chính xác hơn tác động của doanh nghiệp địa phương trong điều kiện kinh tế - xã hội đang thay đổi nhanh chóng. ♦

Tài liệu tham khảo:

- Abegaz, M., & Ngoboka, P. (2024). Households' entry into non-farm entrepreneurship and the market exit of enterprises in rural Ethiopia. *International Journal of Social Economics*, 51(8), 969-986. <https://doi.org/10.1108/IJSE-09-2022-0611>.
- Dang, D. A., & La, H. A. (2019). Does electricity reliability matter? Evidence from rural Viet Nam. *Energy Policy*, 131, 399-409. <https://doi.org/10.1016/J.ENPOL.2019.04.036>.
- Duong, P. B., Thanh, P. T., & Ancev, T. (2021). Impacts of off-farm employment on welfare, food security and poverty: Evidence from rural Vietnam. *International Journal of Social Welfare*, 30(1), 84-96. <https://doi.org/10.1111/ijsw.12424>.
- Fowler, C. S., & Kleit, R. G. (2014). The Effects of Industrial Clusters on the Poverty Rate. *Economic Geography*, 90(2), 129-154. <https://doi.org/10.1111/ecge.12038>.
- Giang, L. T., Nguyen, C. V., & Tran, T. Q. (2016). Firm agglomeration and local poverty reduction: evidence from an economy in transition. *Asian-Pacific Economic Literature*, 30(1), 80-98. <https://doi.org/10.1111/apel.12131>.
- Giang, L. T., Nguyen, C. V., Tran, T. Q., & Thieu, V. (2017). Does Firm Agglomeration Matter to Labor and Education of Local Children? Evidence in Vietnam. *Child Indicators Research*, 10(4), 1015-1041. <https://doi.org/10.1007/S12187-016-9409-8>.
- Giang, L. T., Nguyen, C. V., Van, H. V., & Vu, T. (2015). Does firm privatisation benefit local households? The case of Vietnam. *Post-Communist Economies*, 27(4), 547-565. <https://doi.org/10.1080/14631377.2015.1055988>.
- Jacobs, J. (1970). *The economy of cities*. Vintage.
- Li, J., Vatsa, P., & Ma, W. (2023). Small Acts With Big Impacts: Does Garbage Classification Improve Subjective Well-Being in Rural China? *Applied Research in Quality of Life*, 18(3), 1337-1363. <https://doi.org/10.1007/s11482-022-10142-z>.
- Marshall, A. (1920). *Principles of Economics* (8th ed.). Macmillan.
- Mounmeme, M., & Kouandou, A. (2025). Starting a Non-Farm Enterprise to Escape Energy Poverty: Household Level Evidence from Rural West Africa. *The Journal of Development Studies*, 1-25. <https://doi.org/10.1080/00220388.2025.2590457>.
- Nguyen, C. V., Phung, T. D., Ta, V. K., & Tran, D. T. (2017). The impact of rural roads and irrigation on household welfare: evidence from Vietnam. *International Review of Applied Economics*, 31(6), 734-753. <https://doi.org/10.1080/02692171.2017.1324408>.
- Nguyễn Thị Mai, Trần Mai Phương, Nguyễn Lê Như Ý, Huỳnh Hiền Hải (2023).

Các yếu tố tác động đến khả năng phục hồi sau thiên tai của hộ gia đình nông thôn Việt Nam. *Tạp chí Khoa học Thương mại*, 176, 93-105.

Owusu, V., Abdulai, A., & Abdul-Rahman, S. (2011). Non-farm work and food security among farm households in Northern Ghana. *Food Policy*, 36(2), 108-118. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2010.09.002>.

Phan Thị Thu Cúc (2021). Thực trạng chính sách thương mại nông thôn vùng Duyên hải Nam Trung Bộ Việt Nam. *Tạp chí Khoa học Thương mại*, 134, 10-21.

Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations* (M. E. Porter, Ed.; 1st ed.). The Free Press.

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2019). Creating Shared Value. In *Managing Sustainable Business* (pp. 323-346). Springer Netherlands. https://doi.org/10.1007/978-94-024-1144-7_16

Rahman, A., & Mishra, S. (2020). Does Non-farm Income Affect Food Security? Evidence from India. *The Journal of Development Studies*, 56(6), 1190-1209. <https://doi.org/10.1080/00220388.2019.1640871>.

Silva, G. S. da, Amarante, P. A., & Amarante, J. C. A. (2022). Agricultural clusters and poverty in municipalities in the Northeast Region of Brazil: A spatial perspective. *Journal of Rural Studies*, 92, 189-205. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2022.03.024>.

Steiner, A., & Atterton, J. (2015). Exploring the contribution of rural enterprises to local resilience. *Journal of Rural Studies*, 40, 30-45. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2015.05.004>.

Thanh, P. T., & Duong, P. B. (2017). Health shocks and the mitigating role of microcredit - The case of rural households in Vietnam. *Economic Analysis and Policy*, 56, 135-147. <https://doi.org/10.1016/j.eap.2017.08.006>.

Thanh, P. T., & Duong, P. B. (2022). The economic burden of non-communicable diseases on households and their coping mechanisms: Evidence from rural Vietnam. *World Development*, 151, 105758. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2021.105758>

Thanh, P. T., & Saito, K. (2024a). Poverty reduction and migration in rural Vietnam: Role of local firm clusters. *Review of Development Economics*, 28(3), 1231-1266. <https://doi.org/10.1111/rode.13098>.

Thanh, P. T., & Saito, K. (2024b). Welfare Impact of Remittances in Rural Vietnam: An Analysis of Income, Poverty and Food

Security Using a Mixed-Methods Approach. *Journal of Asian and African Studies*. <https://doi.org/10.1177/00219096241303940>.

Vu, L., & Rammohan, A. (2022). Is There an Informal Employment Penalty in Food Security? Evidence from Rural Vietnam. *The European Journal of Development Research*, 34(6), 2923-2947. <https://doi.org/10.1057/s41287-021-00498-7>.

Vũ Thị Kim Anh (2021). Phát triển bền vững các khu công nghiệp Việt Nam: nghiên cứu điển hình tại tỉnh Thái Bình. *Tạp chí Khoa học Thương mại*, 123, 13-25.

Vy, V. N. T., & Thanh, P. T. (2026). Private sector and rural well-being: roles of local enterprises in reducing poverty and school dropout. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 20(3): 722-744. <https://doi.org/10.1108/JEC-03-2025-0091>.

World Bank. (2020). *Poverty and Shared Prosperity 2020: Reversals of Fortune*. World Bank Publications.

Summary

Improving income and human capital remains important issues in rural Vietnam. Despite the implementation of numerous programs and policies, many rural households still experience low income levels, limiting their ability to invest in human capital, particularly in expenditures necessary to ensure food and nutritional security. The development of local firms represents a sustainable and comprehensive solution. Nevertheless, empirical evidence on the impacts of local firms in rural areas remains limited. This study aims to examine the role of local firms in enhancing household income and food consumption among rural households. For the empirical analysis, this study uses Ordinary Least Squares (OLS) regression and data from the Vietnam Access to Resources Household Survey (VARHS) in 2016. The results indicate that the presence of local firms is associated with improvements in income and food consumption, particularly the consumption of essential food items. However, these effects are modest. Based on the findings, this study proposes policy implications to promote firm development in rural areas, which can thereby improve well-being of rural households in the long term.