

SEMINAR TRAO ĐỔI HỌC THUẬT

Modeling of Determinants Influence in Consumer Behavior Towards Counterfeits of Fashion Product

Người trình bày: TS.Nguyễn Văn Phương¹

Ngày : 07/06/2013

TRAO ĐỔI - THẢO LUẬN

Buổi trình bày bắt đầu khi tác giả giới thiệu về lý do tại sao nghiên cứu quan tâm đến hành vi của người tiêu dùng đối với hàng giả hàng nhái. Theo TS.Phương, ở các nước phát triển, sản xuất hàng giả hàng nhái là một vấn đề rất nghiêm trọng, hầu hết các quốc gia này đều có chế tài rất cao đối với những cá nhân, công ty vi phạm. Thế nhưng, ở các nước đang phát triển như Việt Nam, vấn đề này là chưa được quan tâm một cách đúng mức, hàng nhái thường được bán tràn lan và ít chịu tác động của các nhà quản lý thị trường. Theo nhóm tác giả, vấn đề ở đây không chỉ nằm ở chỗ thiếu hiệu quả của các cơ quan chức năng mà còn nằm ở thái độ “nhiệt tình” của nhóm khách hàng ưa chuộng hàng giả, hàng nhái. Một câu hỏi đặt ra là đâu là nhân tố giải thích hành vi sử dụng hàng giả, hàng nhái của người dân? Nhận thấy đây là một câu hỏi khá thú vị, nên nhóm nghiên cứu đã lựa chọn mục tiêu này cho đề tài nghiên cứu, cốt yếu để có thể hiểu được thế nào là thái độ của người dân khi tiêu dùng hàng giả, hàng nhái. Vì mục tiêu của nghiên cứu này chủ yếu tìm hiểu lý do vì sao khách hàng sử dụng hàng giả và hàng nhái nên các đối tượng phỏng vấn chủ yếu là những khách hàng biết rõ là mình sử dụng hàng giả, hàng nhái.

Mở đầu phần thảo luận, một số khách mời đưa ra những thắc mắc về biến thành đạt. Theo đó, khái niệm thành đạt được định nghĩa và đo lường như thế nào trong nghiên cứu này? Theo TS.Phương, để đánh giá sự thành đạt của một cá nhân nhóm nghiên cứu đã sử dụng một số câu hỏi phỏng vấn như sau: (1) Người được phỏng vấn có nhận thức là mình thành đạt (2) Người phỏng vấn được xã hội ghi nhận được, (3) Người luôn mong muốn đạt được những điều tốt đẹp hơn trong cuộc sống (4) người được phỏng vấn luôn theo đuổi những chuẩn mực cao hơn trong cuộc sống. TS. Phương cho rằng đây là những câu hỏi tốt để đo lường sự thành đạt của một cá nhân bởi lẽ chúng đã được rất nhiều các nghiên cứu chứng minh và củng cố.

¹ Giảng viên trường Đại học Quốc Tế. Email: songphuong@gmail.com

Một số ý kiến khác đề xuất rằng nên sử dụng biên thu nhập như là một biến giải thích thay vì chỉ dùng lại biến kiểm soát như nghiên cứu đang áp dụng bởi lẽ thu nhập có thể là một yếu tố khá quan trọng trong việc giải thích hành vi mua hàng giả hàng nhái của người dân. TS.Phương cũng đồng ý với nhận định này và cho rằng về mặt lý thuyết biên thu nhập là một biến khá lí tưởng dùng để giải thích hành vi dùng hàng giả, hàng nhái. Thế nhưng, vấn đề là liệu chúng ta có thể thu thập chính xác thu nhập của từng người hay không để đưa vào khung phân tích hay không? Trên thực tế, không chỉ ở Việt Nam mà ở các nước Phương Tây vấn đề liên quan đến thu nhập là một vấn đề khá nhạy cảm, vì thế rất khó có thể yêu cầu người được phỏng vấn cung cấp những thông tin chính xác liên quan đến thu nhập của họ. Do những hạn chế đó, trong nghiên cứu này, nhóm nghiên cứu chỉ sử dụng biên thu nhập như là một biến kiểm soát bằng cách yêu cầu người được phỏng vấn xác định một biên độ thu nhập² sao cho phù hợp với thu nhập thực tế nhất. Trong nghiên cứu này, biên thu nhập chỉ nhằm mục tiêu tìm hiểu sự khác biệt hành vi ưa thích hàng giả của các đối tượng có thu nhập khác nhau chứ không có ý nghĩa trong việc giải thích hành vi của người tiêu dùng.

Một số đóng góp khác nêu lên gợi ý là phân tích của nhóm nên phân biệt thêm yếu tố giới tính bởi lẽ đây là mặt hàng thời trang và chắc chắn rằng sẽ có những khác biệt đáng kể trong việc giải thích thái độ người dân đối với hàng giả. Bên cạnh đó, một số khách mời đề xuất là ngoài việc chú ý đến sự khác biệt giới tính, cũng cần kết hợp thêm phân tích độ tuổi để thấy rõ hơn xu thế thời trang của xã hội. Trả lời cho 2 gợi ý này, TS Phương cho rằng đây cũng là điểm mà nhóm nghiên cứu đã từng suy nghĩ qua và đã thử đưa vào mô hình phân tích. Tuy nhiên, các kết quả đạt thu được không có ý nghĩa gì đặc biệt. Theo TS. Phương vấn đề có thể nằm ở chỗ do cỡ mẫu thu thập không đủ lớn (147 nam và 149 nữ) nên những phân tích nêu ra không giúp được nhóm có thể rút ra các kết luận có ý nghĩa.

Nói tiếp phần thảo luận về các kỹ thuật, nội dung thảo luận về phương hướng áp dụng của nghiên cứu trong điều kiện thực tế cũng cho thấy nhiều vấn đề rất thú vị. Một số ý kiến của khách mời nhận định các kết quả đạt được của nghiên cứu này cho thấy hành vi lựa chọn hàng giả, hàng nhái của người dân phụ thuộc hầu hết vào các yếu tố xã hội ví dụ như ảnh hưởng xã hội, thành đạt, kinh nghiệm sử dụng trước đó, v.v.. Những yếu tố này đa phần là những yếu tố nhận thức xã hội và doanh nghiệp khó có thể can thiệp nhằm hạn chế việc sử dụng hàng giả, hàng nhái. Một số ý kiến tranh luận rằng để hạn chế việc sử dụng hàng giả hàng nhái cần phải xem xét thêm vai trò của chính phủ trong việc ngăn chặn sử dụng hàng giả hàng nhái và khuyến nghị nên bổ sung vào biến thể chế trong các khung phân tích tiếp theo. Tuy nhiên, một ý kiến khác cũng rất đáng được quan tâm lưu ý là việc can thiệp của chính

² Có 4 mức biên độ thu nhập được sử dụng trong nghiên cứu bao gồm : < 5 triệu, từ 5 đến 10 triệu, từ 10 đến 15 triệu và >15 triệu.

phủ vào hàng giả hàng đôi khi không phải là một giải pháp tối ưu. Trong bối cảnh Việt Nam hiện nay, việc Chính phủ Việt Nam can thiệp quá sâu cũng có thể bị các nước khác cho là trợ giá hoặc bảo hộ và có thể mở đầu cho các hành động “trả đũa” thương mại từ các nước khác. Vì thế công tác tuyên truyền hạn chế mua hàng giả, hàng nhái nên được thực hiện thông qua một kênh thông tin khác thay vì đặt nặng vai trò của chính phủ như trước đây. Một số ý kiến khác nhận định lí tưởng nhất là chuyển giao công tác này cho các doanh nghiệp, mà cụ thể hơn nữa chính là các hiệp hội. Ở các nước Phương Tây, vai trò của các hiệp hội ngành hàng khá quan trọng. Thông qua cung cấp các tiêu chuẩn hàng hóa đến người tiêu dùng như tiêu chuẩn môi trường, vệ sinh an toàn thực phẩm, v.v...các hiệp hội ngành hạn cũng đã có những tác động không nhỏ đến thái độ và hành vi của người mua hàng.

TpHCM, ngày 07 tháng 06 năm 2013

Thư ký seminar,

Lương Duy Quang