

HIỆN TƯỢNG ĐỊNH KHOẢN TRÍ ÓC: TỔNG HỢP NGHIÊN CỨU VÀ KẾT QUẢ THỰC NGHIỆM ĐỐI VỚI SAI LẦM CHI PHÍ CHÌM VÀ GIÁ TRỊ TƯƠNG ĐỐI

Phan Trần Trung Dũng¹

Tóm tắt

Trong số các thiên lệch hành vi được nhiều người quan tâm tìm kiếm, thiên lệch định khoản trí óc thuộc nhóm được chú ý hàng đầu. Nằm trong phạm vi của thiên lệch định khoản trí óc, các thiên lệch do sai lầm chi phí chìm dẫn người tiêu dùng hoặc nhà đầu tư tới các quyết định sai lầm do bị ảnh hưởng bởi các chi phí đã bỏ ra và không thể thu hồi, cũng như sai lầm do hiện tượng phụ thuộc vào giá trị tương đối dẫn con người tới quyết định không tối ưu. Bài viết này mô tả những vấn đề chính thường gặp phải do sai lầm chi phí chìm và hiện tượng giá trị tương đối, đồng thời thực hiện thực nghiệm để kiểm chứng sự tồn tại của hiện tượng này ở Việt Nam. Kết quả thực nghiệm cho thấy trong số 3 giả thuyết nghiên cứu thì cả 3 đều có kết quả khẳng định giả thuyết, củng cố nhận định thực sự có hiện tượng tác động của định khoản trí óc lên hành vi của người tham gia thực nghiệm.

Từ khóa: tài chính hành vi, định khoản trí óc, chi phí chìm, giá trị tương đối

Mã số: 676 | Ngày nhận bài: 16/9/2019 | Ngày hoàn thành biên tập: 10/1/2020 | Ngày duyệt đăng: 10/1/2020

Abstract

Mental Accounting is a type of behavioral bias that has drawn great attention of researchers. Within the scope of mental accounting, sunk cost fallacies and relative value biases may lead investors and consumers to incorrect decisions, being affected by the paid expenses that are not recoverable and by relative values of items. This study focuses on these two biases by conducting experiments to test the existence of these two phenomena in Vietnam. Results show that all of the three hypotheses are supported, suggesting that there are indeed effects of mental accounting to Vietnamese investors.

Keywords: Behavioral Finance, Mental Accounting, Sunk cost, Sunk cost fallacy, Relative Value

Paper No. 676 | Date of receipt: 16/9/2019 | Date of revision: 10/1/2020 | Date of approval: 10/1/2020

1. Giới thiệu

Thaler (1980) là người đầu tiên sử dụng khái niệm định khoản trí óc (*Mental Accounting*), và sau đó nó được tiếp tục mở rộng nghiên cứu về sau. Định khoản trí óc

gắn chặt với các quyết định của người tiêu dùng nằm trong khuôn khổ của lý thuyết triển vọng (*Prospect Theory*). Về cơ bản, đây là hiện tượng người tiêu dùng hoặc nhà đầu tư có thể đưa ra những quyết định chưa tối ưu

¹ Trường Đại học Ngoại thương, Email: fandzung@ftu.edu.vn

(suboptimal decision) vì trong trí óc của họ, những quyết định dựa trên các “tài khoản” khác nhau sẽ có độ ưu tiên khác nhau.

Để làm rõ hơn về hiện tượng này, có thể xem xét một số ví dụ sau đây về định khoản trí óc:

- Khi cổ phiếu tăng giá bất ngờ ngoài dự kiến, nhà đầu tư có thể dùng khoản tiền này để đi ăn ở một nhà hàng sang trọng, và trước đó anh ta chưa bao giờ lựa chọn ăn ở nhà hàng này. Đây là một trường hợp của định khoản trí óc, vì với tư cách là một hàng hóa có thể thay thế (*fungible commodity*), tiền dù đến từ nguồn nào cũng có giá trị như nhau, nên nếu khoản lãi có đến bất ngờ thì nó cũng cần được đối xử như là một khoản thu nhập bình thường trước đó, nghĩa là đáng lẽ nhà đầu tư đã phải đến nhà hàng này trước đây, hoặc hiện giờ không nên đến địa điểm đó ngay cả khi mình có khoản thu nhập bất ngờ. Và một biến thể rất phổ biến ở Việt Nam trong thời gian chuyển đổi đô thị hóa mạnh là tiền thu được do bán đất, rất nhiều người sử dụng số tiền thu được do bán đất “từ làng lên phố” một cách hào phóng quá mức, dẫn tới sự kiệt quệ về đất đai, phương thức sản xuất cũng như nguồn lực tài chính để tiếp tục cuộc sống sau đô thị hóa.

- Hiện tượng phổ biến khác trong định khoản trí óc là những “khoản tiền có thể mất” (*money you can afford to lose*), nghĩa là những khoản tiền mà nhà đầu tư chứng khoán cho phép mình được phép đầu cơ một cách mạnh tay, chấp nhận mức rủi ro cao để tìm kiếm lợi nhuận cao. Loại tồn tại phổ biến nhất của “khoản tiền có thể mất” là những khoản tiền lãi vốn (*capital gain*) sau khi đã trừ đi khoản đầu tư ban đầu. Nhà đầu tư có xu hướng sử dụng những khoản tiền này một cách hào phóng với tâm lý “những gì mình bỏ

ra đã được bảo vệ, và chỗ tiền này đang nào cũng là lợi nhuận được sinh ra thêm nên mất đi cũng không phải vấn đề quá lớn”. Ngược với những “khoản tiền có thể mất” là những “khoản tiền cần bảo vệ”, đó thông thường là số vốn ban đầu mà nhà đầu tư đổ vào một hoạt động, và với khoản tiền này nhà đầu tư thường bảo vệ và cân trọng tối đa trong quyết định đầu tư. Rõ ràng, việc này là sai, vì nếu đã là tiền thì dù có thể mất hay không thể mất thì vẫn chỉ là tiền như nhau.

- Nếu quyết định chi tiêu của một người bị tác động bởi những khoản tiền đã sử dụng, người đó cũng có thể rơi vào vấn đề định khoản trí óc. Đây là hiện tượng sai lầm chi phí chìm (*Sunk-cost fallacy*) mà nhà đầu tư hay mắc phải. Ví dụ của trường hợp này có thể là nhà đầu tư đã bỏ rất nhiều tiền để mua báo cáo phân tích một thương vụ M&A cũng như các hoạt động xúc tiến M&A, tuy nhiên đến những ngày cuối có một thương vụ khác có tiềm năng lớn hơn, nhưng xung đột với thương vụ hiện tại. Nhà đầu tư có xu hướng lựa chọn thương vụ mình đã bỏ nhiều công sức hơn mặc dù nếu như vậy thì phải từ bỏ một thương vụ khác tiềm năng hơn.

- Ví dụ cuối cùng cho định khoản trí óc ở đây là hiện tượng “Rối loạn chi phí tương đương” (*Confusing identical purchases*), hay còn được gọi là “Tập hợp chi phí theo chủ đề”, hiểu đơn giản là một người sẵn sàng từ bỏ một buổi dạ hội nếu như đã làm mất vé của buổi dạ hội đó thay vì phải mua vé mới để có thể vào dạ hội, nhưng nếu như đã làm mất một số tiền tương đương và chưa mua vé, thì người đó sẽ sẵn sàng bỏ thêm tiền mua vé để tiếp tục tham dự dạ hội.

Những ví dụ trên cho thấy một hiện tượng nổi bật trong tài chính hành vi, và đặc biệt là trong nhóm các thiên lệch xuất phát từ định

khoản trí óc, nhóm định khoản có liên quan tới việc con người tiếc nuối những khoản chi phí đã bỏ ra, dẫn đến việc đưa ra các quyết định sai lầm chiếm tỷ trọng tương đối phổ biến. Điều này dẫn tới nhu cầu nghiên cứu về hiện tượng này trong điều kiện ở Việt Nam hiện nay.

2. Tổng quan nghiên cứu về định khoản trí óc

“Định khoản trí óc là một thiên lệch cụ thể trong nhóm thiên lệch bó khung (Framing), trong đó các cá nhân hình thành các tài khoản trong trí óc của họ về những chi phí và lợi ích liên quan đến các lựa chọn của họ” (Thaler, 1980), O'Curry (1999) mô tả định khoản trí óc là việc con người sử dụng những khoản tiền đến từ nguồn thu nhập khác nhau theo những cách khác nhau.

Định khoản trí óc có ba thành phần chính. Thành phần đầu tiên thể hiện cách con người nhận thức các kết quả cuối cùng, và cách sau đó con người ra quyết định và đánh giá, ví dụ như khi có 3 sản phẩm đồng giá được bày bán, mặc dù sản phẩm thứ nhất có thể phù hợp hơn với nhu cầu mua sắm nhưng có thể người mua hàng sẽ chọn sản phẩm thứ ba chỉ đơn giản vì nó là sản phẩm có giá gốc cao nhất. Thành phần thứ hai là cách phân bổ hoạt động vào các tài khoản khác nhau, ví dụ như tiền dành cho đi ăn nhà hàng và tiền dành cho bữa ăn hàng ngày là trong các tài khoản khác nhau (Heath và Soll, 1996), các tài khoản này có thể tồn tại một cách hữu hình hoặc chỉ là trong trí óc, nhưng nếu là tiền dành cho đi ăn nhà hàng thì nó sẽ được tiêu dùng rộng rãi hơn, chẳng hạn một lon nước ngọt ở nhà hàng có thể có giá 50,000 nhưng sẽ không thể có chuyện một lon nước ngọt tương tự ở nhà có chi phí cao bằng 1/3 như vậy. Thành phần thứ ba thể hiện tần suất con người đánh giá lại các

tài khoản trí óc, hoặc nói cách khác là tần suất con người thực hiện việc tái định khoản trí óc, thường được biết tới với tên tập hợp các lựa chọn (*choice bracketing*) (Read và cộng sự, 1999). Việc tập hợp các lựa chọn đi kèm với khung thời gian có thể dẫn tới khái niệm né tránh lỗ ngắn hạn (*Myopic loss aversion*), trong đó nhà đầu tư sẵn sàng lựa chọn những sản phẩm có mức sinh lợi thấp và độ rủi ro thấp nếu khoảng thời gian đầu tư là ngắn, và cũng vẫn là trong tập hợp lựa chọn đó họ lại sẵn sàng lựa chọn những sản phẩm có mức độ sinh lợi cao và rủi ro cao trong thời gian dài hơn, diễn giải thành “Tôi cảm thấy khoản lỗ 100 USD có ý nghĩa hơn so với khoản lãi 200 USD”, (Tversky và Kahneman, 1981), trích dẫn trong (Benartzi và Thaler, 1995).

Những tài khoản trí óc một khi đã hình thành sẽ được giữ nguyên cho đến khi người tiêu dùng hoàn thành giao dịch và nhận được lợi ích tiêu dùng (Thaler, 1985). Định khoản trí óc giúp mọi người theo dõi hoạt động tài chính và điều tiết mức tiêu dùng của họ, và trên cơ sở đó giúp cho các quyết định đầu tư và tiêu dùng được thực hiện nhanh hơn. Prelec và Loewenstein (1998) nghiên cứu mối quan hệ tương hỗ giữa niềm vui do tiêu dùng mang lại và nỗi đau do thanh toán tạo ra. Tùy thuộc vào việc độ thỏa dụng tích cực của tiêu dùng vượt quá độ thỏa dụng tiêu cực do thanh toán gây ra, về tổng thể người tiêu dùng có đánh giá cuối cùng là vui vẻ hay không vui vẻ. Khi người tiêu dùng thanh toán, họ cảm thấy nỗi đau của chi phí phát sinh có thể làm giảm những cảm xúc tích cực có liên quan tới những khoản tiêu dùng trong tương lai, tương tự như vậy niềm vui do tiêu dùng mang tới có thể bị giảm xuống khi tính tới những tác động tiêu cực của việc thanh toán (*the pain of paying*) trong tương lai (Gourville và Soman, 1998), (Siemens, 2007). Như đã được đề cập

tới trong phần các ví dụ ở trên, “Hiệu ứng chi phí chìm” được định nghĩa là sự nỗ lực của cá nhân để quyết tâm thực hiện một hành động nào đó theo kế hoạch khi họ đã phải bỏ ra nguồn lực đáng kể để đạt được nó (Thaler, 1985). Khi việc thanh toán được tách ra khỏi lợi ích tiêu dùng, hiệu ứng chi phí chìm của chi trả sẽ giảm (Soman và Gourville, 2001). Có hai cách để chia tách một cách tạm thời chi phí giao dịch và lợi ích. Thứ nhất, có thể cho phép một cá nhân thanh toán cho một hàng hóa nào đó tạm thời trước khi tiêu thụ. Gourville và Soman (1998) đề xuất rằng khi một khoản thanh toán đi trước lợi ích trong một giao dịch, cá nhân chú ý nhiều hơn đến chi phí chìm. Tuy nhiên, hiệu ứng chìm này giảm dần theo thời gian. Nghiên cứu của Gourville và Soman (1998) cho thấy rằng những người trả phí thành viên hàng năm cho một phòng tập gym có xu hướng giảm dần tần suất sử dụng các cơ sở phòng tập theo thời gian, trong khi đó điều này không thấy rõ ràng ở những người trả phí thành viên theo tháng, hiện tượng này được gọi là “khấu hao chi phí”. Nghiên cứu của Shafir và Thaler (2006) cũng đưa ra một vấn đề tương tự trong trường hợp mua thẻ thành viên của câu lạc bộ rượu vang, đây được coi là một khoản chi phí đắt đỏ và do đó nó gây ra một nỗi đau của việc chi trả khá lớn vào lúc đó. Tuy nhiên, vì đây là khoản chi phí hàng năm nên sự suy giảm do “khấu hao chi phí” xuất hiện, cộng với cảm giác thành tựu khi đã có được một vị thế xã hội (thành viên câu lạc bộ rượu được coi là những người thành đạt), thì trong trường hợp này tác động tiêu cực của chi phí bị điều chỉnh đáng kể bởi cảm giác thành đạt và việc được “uống rượu miễn phí” trong suốt thời gian sau đó.

Nếu người tiêu dùng thực hiện một quy trình ngược lại, tức là thay vì trả tiền trước

tiêu dùng sau, bây giờ người tiêu dùng lại tiêu dùng trước trả tiền sau, khi đó những khoản thanh toán sau chỉ được đơn thuần coi như một khoản chi phí, và nó được tách rời (*Decoupled*) khỏi tiêu dùng. Ví dụ như trong trường hợp sử dụng thẻ tín dụng, đa số người dùng có nhiều thẻ tín dụng sẽ trả những khoản thanh toán có lãi suất thấp nhất trước thay vì trả những khoản thanh toán có lãi suất cao nhất trước, mặc dù về mặt tính hợp lý thì thanh toán những khoản tiền lãi suất cao càng sớm thì tiết kiệm được càng nhiều do với những khoản tiền này thì chi phí phải chi trả trong tương lai càng cao. Soman và Gourville (2001) gọi quá trình này là “khấu hao lợi ích.”

Shefrin và Thaler (1992) đề xuất mô hình nghiên cứu về định khoản trí óc, theo đó đề xuất phần lớn các cá nhân và hộ gia đình sử dụng một hệ thống của các định khoản trí óc, vi phạm nguyên tắc có thể chuyển đổi của tiền, trong đó có một số tài khoản như là “sự giàu có” có độ hấp dẫn thấp hơn so với tài khoản “thu nhập”. Với những tài khoản dành riêng cho chi tiêu gia đình, giá trị của Xu hướng Tiêu dùng Cận biên (*Marginal Propensities of Consumption - MPC*) là rất thấp trong khi đó MPC của các khoản tiền thưởng bất ngờ là rất cao.

Các hướng nghiên cứu nổi bật trong phạm vi định khoản trí óc:

Tập hợp các chi phí theo chủ đề (Topical Organization): Nghiên cứu của Kahneman và Tversky (1984) đưa ra một ví dụ về hiện tượng phân bổ các chi phí theo chủ đề:

Người thực nghiệm được đặt vào 2 mẫu nghiên cứu khác nhau. Tình huống thứ nhất: bạn đã quyết định đi xem một vở kịch và trả giá vé vào cửa là 10 USD một vé. Khi bước vào nhà hát, bạn phát hiện ra rằng bạn đã bị

mất vé, và vé không thể được phục hồi. Bạn có mong muốn trả thêm 10 USD cho một vé khác? Số lượng trả lời trong trường hợp này là Có (46%) và Không (54%). Tình huống số 2: Bạn đã quyết định xem một vở kịch với giá vào cửa là 10 USD cho mỗi vé. Khi bước vào nhà hát, bạn phát hiện ra rằng bạn đã mất một số tiền là 10 USD. Bạn có quyết định sẽ tiếp tục mua vé cho vở kịch đó? Số lượng trả lời trong trường hợp này là Có (88%) và Không (12%). Sự khác biệt giữa các câu trả lời cho hai tình huống nghiên cứu này là rõ ràng trong lựa chọn Có/Không. Giải thích của Kahneman và Tversky trong trường hợp này là cho việc các chi phí đã được tập hợp thành các chủ đề riêng biệt. Việc đi xem kịch được coi là một trải nghiệm, trong đó chi phí mua vé là cái giá phải trả cho trải nghiệm khi xem vở kịch, việc làm mất vé và mua lại khiến cho mỗi người sẽ có cảm giác là khoản chi phí này đã nhân đôi, làm cho nó trở nên đắt một cách vô lý, và vì vậy người tham gia thực nghiệm sẵn sàng từ bỏ việc xem kịch hơn. Ngược lại, việc mất tiền mặt không được tính vào tài khoản (trong trí óc) của việc xem kịch, và tác động của việc vẫn mua vé chỉ là làm cho cá nhân cảm thấy tài sản của mình ít đi, còn chi phí của việc xem kịch thì vẫn như vậy.

Tác động của giá trị tương đối (Relative value):

Nghiên cứu của (Tversky và Kahneman, 1981) đề cập tới hiện tượng tác động của giá trị tương đối lên lựa chọn của người tham gia. Thiết kế của thực nghiệm này cho phép người tham gia lựa chọn giữa việc mua một chiếc áo khoác với giá 125 USD tại chỗ, hoặc có thể lái xe 20 phút để sang cửa hàng khác của cùng hệ thống, hiện đang bán nó với giá 120 USD (tình huống 1), hoặc lựa chọn giữa mua

một chiếc máy tính bỏ túi với giá 15 USD tại chỗ, hoặc lái xe sang cửa hàng khác cùng hệ thống để mua nó với giá 10 USD. Kết quả thực nghiệm cho thấy trong tình huống 1 chỉ có 29% người tham gia lựa chọn sẽ di chuyển sang cửa hàng khác, còn trong tình huống 2 có tới 68% số người lựa chọn di chuyển. Nghiên cứu này cho thấy sự xuất hiện của yếu tố tương đối, mặc dù số tiền tiết kiệm được đều là 5 USD trong cả hai trường hợp, nhưng trong trường hợp nghiên cứu thứ nhất số tiền tiết kiệm là không đáng kể so với tổng chi phí, và trong trường hợp thứ 2 5 USD là một phần ba toàn bộ chi phí. Nếu nhìn nhận 5 USD như là một phần lớn trong chi phí, người tham gia thực nghiệm sẵn sàng lái xe đi vì như vậy là “Tiết kiệm được 1/3 chi phí”, trong khi ở phân nhóm kia thì việc tiết kiệm là “Không đáng gì” so với tổng chi phí phải bỏ ra.

3. Kết quả nghiên cứu thực nghiệm về định khoản trí óc

3.1. Giả thuyết và phương pháp nghiên cứu

Dựa trên hai nghiên cứu nổi bật đã được nhắc tới ở trên, bài viết này mong muốn kiểm chứng sự tồn tại của sai lầm Tập hợp chi phí theo chủ đề và hiện tượng Giá trị tương đối trong cách phản hồi của người tham gia thực nghiệm.

Các giả thuyết nghiên cứu của bài báo này bao gồm: quyết định đi xa hơn để mua một món hàng được giảm giá sẽ giảm xuống

H1: Khi tỷ lệ giảm giá của một món hàng càng lớn so với giá trị gốc của nó thì số người tham gia thực nghiệm chấp nhận đi xa hơn để mua món hàng đó càng cao. (Dựa trên hiện tượng giá trị tương đối)

H2: Số người tham gia thực nghiệm quyết tâm theo đuổi mục tiêu cũ khi phải bỏ chi phí thay thế là ít hơn so với số người tham gia thực nghiệm quyết tâm theo đuổi mục tiêu cũ khi chi phí phát sinh không liên quan tới hoạt động đang theo đuổi. (Dựa trên hiện tượng tập hợp chi phí theo chủ đề)

Trong nghiên cứu gốc của Kahneman và Tversky (1984), quyết tâm theo đuổi mục tiêu cũ sẽ mạnh hơn nếu như không phải bỏ chi phí thay thế (không đánh mất vé mà là đánh mất tiền), tuy nhiên, bài viết này bổ sung thêm giả thuyết mới, đó là nếu chi phí thay thế càng thấp thì quyết tâm theo đuổi mục tiêu cũ càng mạnh.

H3: Người tham gia thực nghiệm có động cơ để quyết tâm theo đuổi mục tiêu cũ hơn nếu như chi phí thay thế là rẻ hơn.

Bài viết này sử dụng phương pháp thực nghiệm (*experimental method*) để kiểm chứng sự tồn tại của hiệu ứng định khoản trí óc ở Việt Nam. Với các nghiên cứu về tài chính hành vi nói chung và định khoản trí óc nói riêng, nghiên cứu thực nghiệm có ưu thế rõ rệt so với nghiên cứu thực chứng sử dụng dữ liệu thứ cấp (*empirical method*) vì nghiên cứu thực chứng chỉ giúp quan sát thông tin quá khứ, còn nghiên cứu thực nghiệm giúp quan sát phản ứng tức thời. Khoa học tâm lý và khoa học hành vi đòi hỏi ghi chép và điều chỉnh tức thời trong quá trình phản ứng của đối tượng nghiên cứu, vì vậy phương pháp thực nghiệm là phương pháp phù hợp nhất cho bài báo này.

3.2. Mẫu và dữ liệu nghiên cứu

Nghiên cứu thực nghiệm được thực hiện dựa trên mẫu gồm 270 sinh viên hiện đang học hệ đại học chính quy tại trường Đại học

Ngoại thương, các sinh viên thuộc 3 hệ đào tạo khác nhau là: Tài chính Ngân hàng, Chất lượng cao Kinh tế Quốc tế và Chương trình Tiên tiến Kinh tế Đối ngoại, kích cỡ mẫu được xác định sau khi đã lọc các kết quả trả lời thực nghiệm không đúng hướng dẫn từ kích cỡ mẫu ban đầu là 295 quan sát.

Các sinh viên được chia ngẫu nhiên thành 3 nhóm thực nghiệm (treatment từ 1 đến 3) với 6 câu hỏi được bố trí để trả lời, trong đó có 4 câu hỏi giống nhau với mục tiêu gây nhiễu tránh việc sinh viên phát hiện được mục đích của thực nghiệm, cả 3 thực nghiệm chỉ khác nhau ở 2 câu hỏi số 4 và số 5. Hai câu hỏi này được thiết kế để hướng vào Sai lầm tập hợp chi phí theo chủ đề (câu hỏi số 4) và Rối loạn chi phí tương đương (Câu hỏi số 5). Việc chia thành 3 nhóm thực nghiệm khác nhau phục vụ mục tiêu xác định mức độ phản ứng của người thực nghiệm trước những giả định khác nhau và để phục vụ xác định giả thuyết nghiên cứu H3 (được mô tả kỹ hơn ở phần dưới).

Các câu hỏi nhiễu (từ 1 đến 3 và câu 6) được thiết kế một cách chi tiết và chạy thử trong nhóm nhỏ để đảm bảo tính phân tán khiến người tham gia thực nghiệm không nhận thức được mục tiêu thực sự của nghiên cứu, câu hỏi số 1 liên quan đến lựa chọn tiêu dùng (bỏ tiền để chọn ngành học), câu hỏi số 2 liên quan đến đánh đổi giữa tiêu dùng hiện tại và tiêu dùng tương lai (mua xe trả ngay hay mua xe trả góp), câu hỏi số 3 liên quan tới khẩu vị rủi ro (lựa chọn giữa đầu tư phi rủi ro và đầu tư rủi ro) và câu hỏi số 6 liên quan đến hành vi chấp nhận hậu quả rủi ro (rút tiền tiết kiệm trước hạn và bị phạt).

Câu hỏi số 4 và 5 được chia lần lượt cho 3 nhóm thực nghiệm với thứ tự các câu hỏi như sau:

Nhóm 1 (84 người):

Câu 4: Nếu bạn phải mua một quyển vở hiện đang bán giá 20,000đ tại nhà sách của trường ở ngay dưới sảnh tòa nhà (1), và bạn biết là nhà sách bên ngoài cách trường 500m đang bán với giá 10,000đ (2), bạn sẽ mua ở đâu?

Câu 5: Bạn đang trên đường đi xem phim ở rạp CGV, sau khi gửi xe bạn phát hiện ra mình đã đánh mất vé xem phim đã mua, bạn có quyết định (1) Bỏ ra 80 nghìn mua lại vé để xem không hay (2) quay xe đi, làm việc khác?

Nhóm 2 (99 người) có câu hỏi 4 và 5 được thiết kế như sau:

Câu 4: Nếu bạn phải mua một series sách hiện đang bán giá 200,000đ tại nhà sách của trường ở ngay dưới sảnh tòa nhà (1), và bạn biết là nhà sách bên ngoài cách trường 500m đang bán với giá 190,000đ (2), bạn sẽ mua ở đâu?

Câu 5: Bạn đã mua vé và đang tới rạp CGV để xem phim, sau khi gửi xe bạn phát hiện ra mình đã làm mất vé xem phim, bạn có quyết định (1) Bỏ ra 200 nghìn mua lại vé để xem không hay (2) quay xe đi, làm việc khác?

Nhóm 3 (97 người) có câu hỏi 4 và 5 được thiết kế như sau:

Câu 4: Nếu bạn phải mua một series sách hiện đang bán giá 1,200,000đ tại nhà sách của trường ở ngay dưới sảnh tòa nhà (1), và bạn biết là nhà sách bên ngoài cách trường 500m đang bán với giá 1,190,000đ (2), bạn sẽ mua ở đâu?

Câu 5: Bạn đang trên đường đi xem phim ở rạp CGV, gần tới nơi bạn phát hiện ra mình đã đánh rơi một số tiền trị giá 200 nghìn, vừa bằng tiền vé xem phim, bạn có quyết định (1)

vẫn tiếp tục mua vé để xem không hay (2) quay xe đi, làm việc khác?

Ở đây có sự chênh lệch về kích cỡ các nhóm do số người điền sai thông tin so với hướng dẫn trong nhóm 1 là lớn hơn các nhóm khác dẫn đến kết quả cuối cùng bị loại nhiều hơn, tuy nhiên kích cỡ nhóm cuối cùng không chênh lệch quá nhiều, không ảnh hưởng đáng kể tới kết quả cuối cùng của thực nghiệm. Nhận thức của đối tượng tham gia thực nghiệm ở các phân mẫu có thể được coi là đồng nhất do các nhóm thực nghiệm được thiết kế trên cơ sở chọn mẫu ngẫu nhiên trong tập hợp quan sát tương đồng.

3.3. Kết quả thực nghiệm

Đối với câu hỏi số 4:

Kết quả trả lời câu hỏi số 4 của người tham gia hoàn toàn phù hợp với giả định H1, số người tham gia thực nghiệm quyết định ra ngoài để tiết kiệm 10 nghìn từ số tiền bỏ ra 20 nghìn lên tới 79%, trong khi đó nếu như số tiền tiết kiệm vẫn là 10 nghìn nhưng từ 200 nghìn thì số người quyết định ra bên ngoài chỉ còn 48%, và nếu giá gốc của món hàng lên tới 1,200,000 thì số người lựa chọn mua bên ngoài giảm xuống chỉ còn 44%.

Tác giả bài viết thực hiện kiểm định ANOVA cho câu 4, kết quả cho thấy có sự khác biệt trong giá trị trung bình của 3 nhóm thực nghiệm, nghĩa là có sự khác nhau trong lựa chọn ở 3 nhóm thực nghiệm ở mức ý nghĩa 95%. Giá trị của F value lớn hơn giá trị F-Crit nên bác bỏ giả thuyết gốc, chấp nhận giả thuyết thay thế là 3 nhóm thực nghiệm có giá trị trung bình khác nhau.

Bảng 1. Kết quả ANOVA đối với 3 nhóm thực nghiệm

Anova: Single Factor

SUMMARY						
Groups	Count	Sum	Average	Variance		
Câu 4-T1	84	150	1.785714286	0.170395869		
Câu 4-T2	99	147	1.484848485	0.252319109		
Câu 4-T3	97	140	1.443298969	0.24935567		

ANOVA						
Source of Variation	SS	df	MS	F	P-value	F crit
Between Groups	6.159583	2	3.079791471	13.58264096	2.36E-06	3.028366
Within Groups	62.80827	277	0.226744672			
Total	68.96786	279				

Nguồn: Tính toán của tác giả

Vì giá trị lựa chọn theo tỷ lệ % của nhóm 2 và nhóm 1 tương đối gần nhau nên bài viết sử dụng t-test để kiểm định theo cặp đối với 2 nhóm này.

Do kết quả F- Test cho thấy phương sai của 2 nhóm thực nghiệm là khác nhau nên bài viết sử dụng t-test với phương sai không đồng nhất.

Bảng 2. Kết quả F- test với mẫu 1 và 2

F-Test Two-Sample for Variances

	Câu 4-T2	Câu 4-T1
Mean	1.484848	1.785714
Variance	0.252319	0.170396
Observations	99	84
df	98	83
F	1.480782	
P(F<=f) one-tail	0.033316	
F Critical one-tail	1.421585	

Nguồn: Tính toán của tác giả

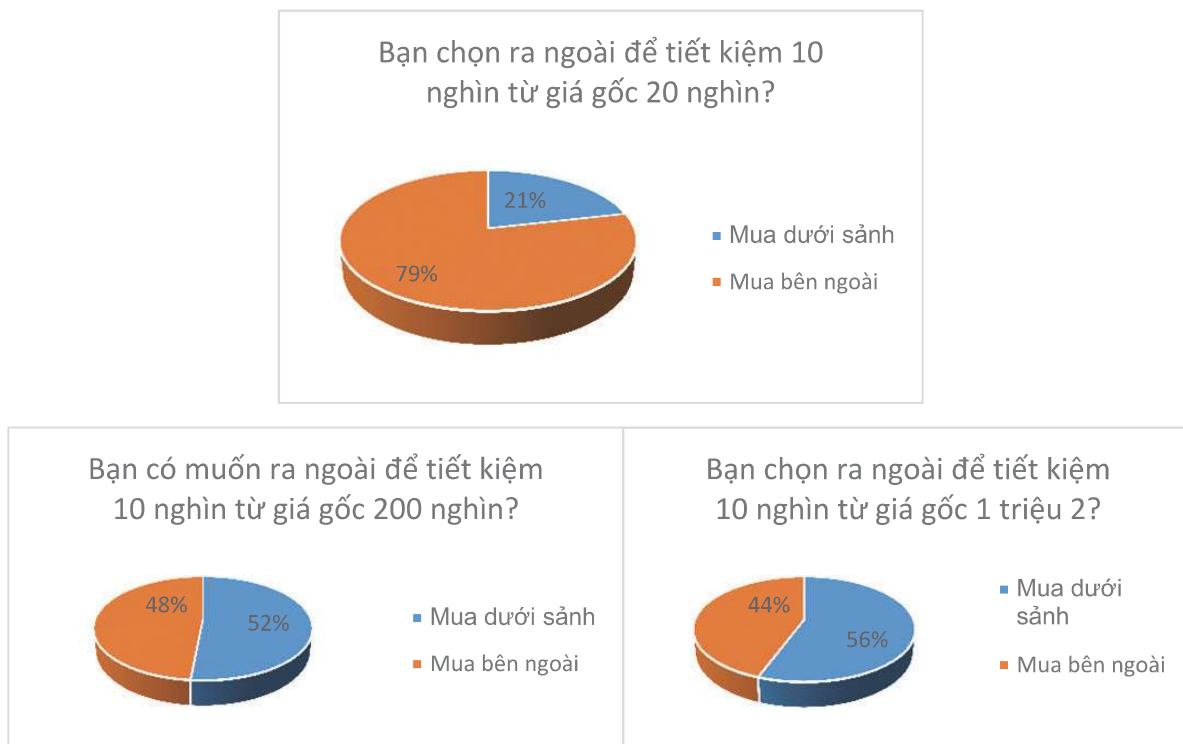
Bảng 3. Kết quả t-test với mẫu 1 và 2
t-Test: Two-Sample Assuming Unequal Variances

	Câu 4-T1	Câu 4-T2
Mean	1.78571429	1.484848
Variance	0.17039587	0.252319
Observations	84	99
Hypothesized Mean Difference	0	
Df	181	
t Stat	4.44705882	
P(T<=t) one-tail	7.5797E-06	
t Critical one-tail	1.65331576	
P(T<=t) two-tail	1.5159E-05	
t Critical two-tail	1.97315704	

Nguồn: Tính toán của tác giả

Vì giá trị t-Stat lớn hơn giá trị critical của t nên hai mẫu thực nghiệm có kết luận là giá trị trung bình giữa thực nghiệm 1 và thực nghiệm 2 là khác nhau.

Hình 1a,b,c. Kết quả thực nghiệm câu 4 với 3 nhóm

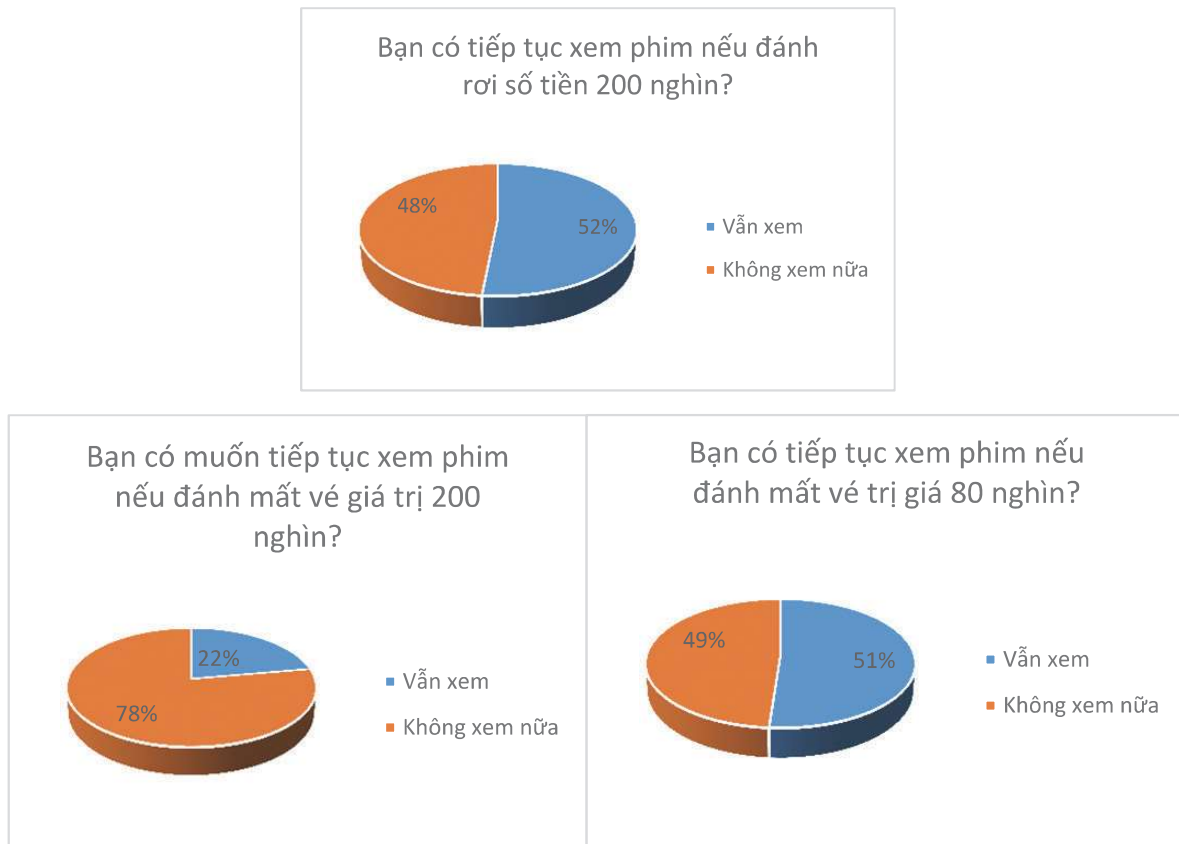


Đối với câu hỏi số 5:

Kết quả thực nghiệm của câu hỏi số 5 rõ ràng hơn câu hỏi số 4, sự lựa chọn của người tham gia là tương đối khác biệt giữa việc đánh mất số tiền 200 nghìn và đánh mất chiếc vé có giá trị tương tự. Tỷ lệ 78% số người từ chối

không mua lại vé xem phim nữa nếu đã đánh mất vé thể hiện yếu tố định khoản trí óc rõ ràng, trong khi đó nếu đánh mất số tiền tương tự thì tỷ lệ người chọn vẫn bỏ tiền ra mua vé đi xem là lớn hơn 50% (chiếm 52%), kết quả này khẳng định giả thuyết nghiên cứu H2.

Hình 2a,b,c. Kết quả thực nghiệm câu 5 với 3 nhóm



Tương tự như vậy, giả thuyết nghiên cứu H3 được ủng hộ khi cùng làm mất vé thì tỷ lệ người tham gia thực nghiệm quyết định từ bỏ là 49% nếu giá vé là 80 nghìn nhưng lên tới 78% khi giá vé là 200 nghìn.

4. Thảo luận kết quả thực nghiệm

Kết quả thực nghiệm cho thấy sự tồn tại rõ ràng của cả 3 giả thuyết nghiên cứu, ủng hộ lập luận là có tồn tại hiện tượng định khoản trí óc khi thực hiện thực nghiệm trong môi trường Việt Nam, tuy nhiên có một số kết quả và hướng phát triển sau đáng chú ý:

- Thứ nhất, tỷ lệ người chọn tiếp tục xem phim nếu đánh rơi 200 nghìn là chưa cao, nếu so với các nghiên cứu khác thì đây là tỷ lệ thấp. Giải thích hợp lý cho kết quả này là 200 nghìn được coi là một con số tương đối lớn để mất, và tác động tiêu cực của việc làm mất tiền có thể tác động tiêu cực tới quyết định của người tham gia thực nghiệm.

- Thứ hai, do sự hạn chế về kích cỡ mẫu nên thực nghiệm mới đưa ra được 3 kịch bản cho 3 nhóm đối tượng, việc xây dựng một kịch bản thứ 4 có thể sẽ làm cho vấn đề rõ ràng hơn, đó

là xây dựng việc người thực nghiệm đánh mất một số tiền tương đương với vé xem phim trị giá 80 nghìn, kịch bản thực nghiệm này có thể giúp giải quyết được vấn đề thứ nhất nêu trên, đồng thời giúp so sánh với kịch bản mất một chiếc vé trị giá 80 nghìn.

- Thứ ba, vẫn trong nhóm thiên lệch định khoản trí óc, còn nhiều giả thuyết thực nghiệm có thể gợi mở hướng nghiên cứu tương lai, như việc đánh đổi giữa lãi - lỗ theo thời gian, mức độ tiêu dùng hoang phí khi nhận được những thu nhập bất ngờ, ...

5. Kết luận

Bài viết đã nêu ra một số điểm chính trong lý thuyết về định khoản trí óc, đồng thời cũng tập hợp một số công trình nghiên cứu tiêu biểu

và các hướng nghiên cứu chính trong lĩnh vực này. Bằng thực nghiệm, bài viết đã chỉ ra thực sự có tồn tại hiện tượng định khoản trí óc trong điều kiện Việt Nam hiện nay, cụ thể hơn là dấu hiệu tồn tại của hai loại thiên lệch định khoản trí óc tiêu biểu: Tập hợp chi phí theo chủ đề và Rối loạn chi phí tương đương. Trong bối cảnh Việt Nam hiện nay, thuộc vào nhóm thị trường mới nổi, và có nhiều dấu hiệu cho thấy có sự ảnh hưởng mạnh mẽ của hành vi lên quyết định của nhà đầu tư, nghiên cứu này góp thêm một bằng chứng luận giải sự tồn tại của thiên lệch hành vi ở Việt Nam, đồng thời cũng gợi mở ra những hướng nghiên cứu tiếp theo về thiên lệch hành vi, đặc biệt là thiên lệch định khoản trí óc.

Tài liệu tham khảo

- Amos Tversky và Daniel Kahneman (1981), "The framing of decisions and the psychology of choice", *Science*, số 211(4481), tr. 453-458.
- Chip Heath và Jack B Soll (1996), "Mental budgeting and consumer decisions", *Journal of consumer research*, số 23(1), tr. 40-52.
- Daniel Kahneman và Amos Tversky (1984), "Choices, values, and frames", *American Psychologist*, số 39(4), tr. 341-350.
- Daniel Read, George Loewenstein, Matthew Rabin, Gideon Keren, và David Laibson (1999), *Choice bracketing, in Elicitation of Preferences* Springer, tr. 171-202.
- Dilip Soman và John T Gourville (2001), "Transaction decoupling: How price bundling affects the decision to consume", *Journal of Marketing Research*, số 38(1), tr. 30-44.
- Drazen Prelec và George Loewenstein (1998), "The red and the black: Mental accounting of savings and debt", *Marketing science*, số 17(1), tr. 4-28.
- Eldar Shafir và Richard H Thaler (2006), "Invest now, drink later, spend never: On the mental accounting of delayed consumption", *Journal of economic psychology*, số 27(5), tr. 694-712.
- Jennifer Christie Siemens (2007), "When consumption benefits precede costs: towards an understanding of 'buy now, pay later' transactions", *Journal of Behavioral Decision Making*, số 20(5), tr. 521-531.
- John T Gourville và Dilip Soman (1998), "Payment depreciation: The behavioral effects of temporally separating payments from consumption", *Journal of Consumer Research*, số 25(2), tr. 160-174.
- Hersh M Shefrin và Richard H Thaler (1992), *Mental accounting, saving, and self-control*.
- Richard Thaler (1980), "Toward a positive theory of consumer choice", *Journal of Economic Behavior & Organization*, số 1(1), tr. 39-60.
- Richard Thaler (1985), "Mental accounting and consumer choice", *Marketing science*, số 4(3), tr. 199-214.
- Shlomo Benartzi và Richard H Thaler (1995), "Myopic loss aversion and the equity premium puzzle", *The quarterly journal of Economics*, số 110(1), tr. 73-92.
- Suzanne O'Curry (1999), "Consumer budgeting and mental accounting", *The Elgar companion to consumer research and economic psychology* (pp. XX-XX), Northampton, MA: Cheltenham.