



CHI TIÊU CHO XỔ SỐ KIẾN THIẾT CỦA NGƯỜI DÂN THÀNH PHỐ CẦN THƠ

Phạm Lê Thông¹ và Lê Thanh Hoàng Huy²

¹ Khoa Kinh tế & Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Cần Thơ

² Công ty TNHH Nhà nước MTV Xổ số Kiến thiết Cần Thơ

Thông tin chung:

Ngày nhận: 06/08/2013

Ngày chấp nhận: 31/10/2013

Title:

Expenditure on public lottery of individuals in Can Tho

Từ khóa:

Xổ số kiến thiết, chi tiêu, cầu, Cần Thơ

Keywords:

Public lottery, expenditure, demand, Can Tho

ABSTRACT

The present study examined determinants of expenditure on public lottery of individuals in Can Tho City, Vietnam. Data for the analysis were collected from the survey on 400 individuals. The Tobit model was applied to determine the determinants of lottery expenditure in the latest week and month before the survey. Findings showed that lottery players accounted for a great part of sampled individuals, about 55%. Permanent players accounted for about 85% of the players. Individuals, who are Kinh (a people group of Vietnamese) at the old age and with high education, have lower expenditure. In addition, individual, who are living with couple, with high income, accessibility to lottery vendors and being self-employed are likely to play more than others are. That someone in the family won a lottery prize also promote people to play lottery. A great part of players have a wish to win a prize and to help the poor vendors.

TÓM TẮT

Bài nghiên cứu này phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến chi tiêu cho xổ số kiến thiết của người dân ở Thành phố Cần Thơ. Việc phân tích dựa trên số liệu thu thập được từ 400 cá nhân. Tác giả sử dụng mô hình Tobit để xác định các yếu tố ảnh hưởng đến lượng chi tiêu của người dân cho xổ số kiến thiết trong tuần và trong tháng gần nhất khi thu thập số liệu. Kết quả nghiên cứu cho thấy tỷ lệ người dân chơi xổ số tương đối cao, chiếm gần 55% số quan sát trong mẫu, trong đó phần lớn là những khách hàng thường xuyên, chiếm hơn 85% tổng số khách hàng. Những khách hàng có độ tuổi càng cao, là người Kinh, có học vấn cao thì có mức chi tiêu trung bình cho xổ số thấp hơn. Những người đang sống với vợ/chồng, có thu nhập cao, tiếp xúc được với người bán vé số lẻ, làm nghề kinh doanh tự do chi cho xổ số nhiều hơn những người khác. Ngoài ra, việc trong gia đình có người đã từng trúng thưởng lớn từ xổ số cũng sẽ kích thích người chơi mua nhiều vé số hơn. Những người chơi xổ số chủ yếu có mong muốn trúng thưởng và giúp những người bán khó khăn.

1 GIỚI THIỆU

Xổ số kiến thiết (XSKT) là một ngành kinh tế quan trọng của đất nước. Hàng năm, ngành đóng góp hàng ngàn tỷ đồng cho ngân sách các địa phương. Trong năm 2011, XSKT khu vực Miền

Nam đã nộp ngân sách gần 12.000 tỷ đồng. Riêng công ty XSKT Cần Thơ nộp hơn 550 tỷ đồng cho ngân sách thành phố (XSKT khu vực Miền Nam, 2012). Ngành XSKT còn tạo ra việc làm cho hàng triệu người từ thành thị đến nông thôn với nhiều đối tượng là người già, trẻ em, người tàn tật và

người thất nghiệp. Bên cạnh đó, ngành còn xây dựng hàng loạt những công trình phúc lợi công cộng như trường học, bệnh viện, đường sá, nhà tình thương, nhà tình nghĩa... góp phần lớn trong việc giải quyết thất nghiệp và xóa đói giảm nghèo (XSKT khu vực Miền Nam, 2012). Do đó, việc phát triển ngành XSKT không chỉ có ý nghĩa to lớn trong việc phát triển kinh tế của các địa phương mà còn giải quyết các vấn đề xã hội khác.

Cũng như các nước trên thế giới, các công ty XSKT do nhà nước độc quyền quản lý như một công cụ huy động nguồn vốn trong dân để thực hiện các chính sách kinh tế, xã hội của nhà nước (Clotfelter và Cook, 1990, Stranahan và Borg, 1998, Kearney, 2005, Võ Trung Dũng, 2008). Để nâng cao doanh số, các công ty XSKT không chỉ chú ý đến những khả năng nội bộ mà quan trọng hơn là cần hiểu rõ nhu cầu của người dân đối với việc chơi xổ số. Xổ số là một hàng hóa đặc biệt. Nó không chỉ thỏa mãn nhu cầu giải trí mà còn là cơ hội đầu tư của người chơi (Gerchak và Gupta, 1987). Do đó, những yếu tố ảnh hưởng đến nhu cầu của người chơi không chỉ là những yếu tố thông thường như những hàng hóa khác như giá cả, thu nhập, thị hiếu của người mua,... mà còn là những yếu tố quyết định việc đầu tư của cá nhân như kỳ vọng sinh lợi.

Nhiều nghiên cứu về nhu cầu đối với xổ số đã được thực hiện trên thế giới (Stranahan và Borg, 1998, Kearney, 2005, Farrell *et al.*, 2000). Tuy nhiên, chủ đề nghiên cứu này vẫn chưa xuất hiện ở Việt Nam. Việc thực hiện nghiên cứu này sẽ giúp những cơ quan hữu quan hiểu rõ cầu đối với xổ số kiến thiết, và làm cơ sở quan trọng để đề ra các chính sách kinh doanh nhằm đẩy mạnh việc tiêu thụ xổ số kiến thiết. Mục tiêu của bài nghiên cứu này là nhằm phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến lượng chi tiêu cho vé số của người dân Thành phố Cần Thơ, từ đó đề xuất các giải pháp nhằm đẩy mạnh việc tiêu thụ vé số của các công ty xổ số kiến thiết trên thị trường Cần Thơ cũng như các địa phương lân cận. Để đạt được những mục tiêu này, nhóm tác giả sử dụng mô hình Tobit cùng với số liệu được thu thập từ cuộc điều tra do chính nhóm tác giả thực hiện trên 400 cá nhân ở các quận nội thành của Cần Thơ.

2 KHUNG LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1 Khung lý thuyết

Việc mua vé số có thể được xem vừa là hoạt động tiêu dùng vừa là hoạt động đầu tư (Gerchak

và Gupta, 1987). Ở khía cạnh tiêu dùng, người chơi đạt được sự thỏa mãn từ việc tham gia chơi. Việc chơi xổ số có thể là một thú tiêu khiển: người chơi có được niềm vui từ việc khám phá sự may rủi từ các con số (Gerchak và Gupta, 1987). Là một hàng hóa tiêu dùng, cầu đối với việc chơi xổ số sẽ chịu ảnh hưởng bởi các yếu tố giống như các hàng hóa thông thường khác như thu nhập, giá cả, và các yếu tố ảnh hưởng đến thị hiếu tiêu dùng như: tuổi tác, giới tính, học vấn, nghề nghiệp,... (Clotfelter và Cook, 1989, Wu, 2001).

Ở khía cạnh đầu tư, những tờ vé số có thể được xem như là những tài sản tài chính có rủi ro vì chúng có thể mang đến giải thưởng từ tiền đầu tư cho vé số. Mặc dù xác suất trúng thưởng rất thấp nhưng người ta vẫn chơi vì giải thưởng đạt được có thể rất lớn so với số tiền bỏ ra. Từ đó, giá trị kỳ vọng của việc chơi vé số vẫn có thể tương xứng với giá trị đầu tư (Clotfelter và Cook, 1990). Thaler và Ziemba (1988) cho rằng với một đô la đầu tư cho xổ số, kỳ vọng trúng thưởng của người chỉ có 0,5 đô la và 0,5 đô la còn lại được dùng để trả cho thú vui chơi xổ số. Ngoài ra, Garrett và Sobel (1999), sử dụng số liệu về người chơi xổ số ở Mỹ, đã chứng minh được ngay cả những người không thích rủi ro (risk-averse) cũng có thể chơi xổ số do họ thích sự bất đối xứng của kỳ vọng giải thưởng (giải thưởng rất lớn ứng với xác suất rất nhỏ và giải thưởng nhỏ ứng với xác suất lớn hơn). Một số người chơi nghĩ rằng họ có khả năng dự đoán tốt các con số trúng thưởng nên họ có thể cải thiện xác suất trúng thưởng và tăng kỳ vọng của việc chơi xổ số. Đây thường là những người chơi thường xuyên và có quan sát kỹ lưỡng các con số (Clotfelter và Cook, 1990).

Như vậy, việc chơi xổ số có thể vì vui hay vì tiền hay cả hai. Ngoài ra, một số người chơi xổ số vì tinh thần xã hội do xổ số được quảng bá như là một kênh huy động vốn của nhà nước để phục vụ các công trình xã hội như giáo dục và y tế, giúp đỡ người nghèo (Clotfelter và Cook, 1989, 1990). Tuy nhiên, không phải ai cũng chơi xổ số. Những người có sự thỏa mãn thấp và kỳ vọng trúng thưởng không cao sẽ không chơi xổ số. Những nghiên cứu ở Hoa Kỳ cho thấy tỷ lệ người dân chơi vé số chỉ khoảng 40% (Clotfelter và Cook, 1989, Kearney, 2005).

Những nghiên cứu thực nghiệm, chủ yếu sử dụng mô hình Probit và Tobit, về những yếu tố ảnh hưởng đến quyết định việc chơi xổ số và chi tiêu cho vé số cho thấy thu nhập và học vấn của người tiêu dùng là các yếu tố ảnh hưởng quan trọng

(Clotfelter và Cook, 1989, Stranahan và Borg, 1998, Wu, 2001, Kearney, 2005). Wu (2001) và Kearney (2005) nhận thấy có tác động dương của thu nhập lên chi tiêu cho vé số. Tuy nhiên, nếu xét tỷ trọng của chi tiêu cho xổ số trong tổng thu nhập của người chơi thì nó lại giảm dần khi thu nhập tăng (Clotfelter và Cook, 1989). Mặt khác, các nghiên cứu trước đây đều cho thấy lượng chi tiêu cho xổ số giảm cùng với học vấn của người chơi. Học vấn cao có thể giúp người chơi nhận thức rõ bản chất may rủi của các trò chơi nên làm giảm khả năng tham gia cũng như lượng tiền chi cho vé số (Clotfelter và Cook, 1989, Stranahan và Borg, 1998, Wu, 2001, Kearney, 2005).

Bên cạnh đó, các đặc điểm cá nhân khác của người tiêu dùng và sự tiếp cận thông tin về xổ số cũng có ảnh hưởng đến nhu cầu chơi xổ số của cá nhân. Các đặc điểm cá nhân thường được nghiên cứu là tuổi, giới tính, nghề nghiệp, tình trạng hôn nhân, nơi cư trú, dân tộc và tôn giáo (Clotfelter và Cook, 1989, Stranahan và Borg, 1998, Abdel-Ghany và Sharpe, 2001, Wu, 2001, Kearney, 2005). Các yếu tố này có ảnh hưởng đến quyết định chơi và chi tiêu cho xổ số ở các mức độ và chiều hướng khác nhau. Việc chơi xổ số còn bị ảnh hưởng mạnh mẽ bởi sự quảng bá về xổ số trên các phương tiện thông tin đại chúng như báo chí, truyền hình, pa nô,... (Stranahan và Borg, 1998).

2.2 Phương pháp nghiên cứu

Trong nghiên cứu này, tác giả sẽ vận dụng các yếu tố nêu trên với những điều chỉnh thích hợp để phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến nhu cầu chơi xổ số của người dân ở Cần Thơ, dựa trên mô hình Tobit. Đây là mô hình được dùng phổ biến để nghiên cứu các mô hình có biến phụ thuộc là biến bị chặn. Mô hình tổng quát có thể được viết dưới dạng:

$$Y^* = X_k' \beta + u, u|x \sim N(0, \sigma^2) \quad (1)$$

$$Y = \max(0, Y^*) \quad (2)$$

Trong đó Y là chi tiêu cho XSĐT của cá nhân và Y^* là một biến ẩn (latent variable) phụ thuộc vào các đặc điểm cá nhân X_k và thỏa mãn các giả định của mô hình hồi quy tuyến tính cổ điển. Y có thể được xem là biến bị chặn do trong mẫu có hai nhóm người: nhóm có mua XSĐT nên chi tiêu có giá trị dương và nhóm không mua nên chi tiêu bằng không. Do vậy, $Y = 0$ đối với những cá nhân không mua vé số và $Y > 0$ đối với những cá nhân

còn lại. Các tham số β trong phương trình (1) có thể được ước lượng bằng phương pháp thích hợp cực đại (Maximum likelihood estimation - MLE). Nội dung của các biến số độc lập trong mô hình được trình bày trong Mục tiếp theo. Trong những biến độc lập này, một số biến biểu hiện đặc trưng của địa bàn nghiên cứu và do vậy, chưa xuất hiện trong các nghiên cứu trước đây như các biến về nghề nghiệp, phương tiện tiếp cận xổ số và kỳ vọng trúng thưởng của người chơi.

3 SỐ LIỆU NGHIÊN CỨU

Số liệu được sử dụng trong bài nghiên cứu này được thu thập từ cuộc điều tra do nhóm tác giả thực hiện tại các quận của thành phố Cần Thơ từ tháng 4 đến tháng 6/2012. Đối tượng cung cấp thông tin là những người mà nhóm điều tra tiếp xúc được một cách ngẫu nhiên tại các khu dân cư trên địa bàn thành phố. Nhóm nghiên cứu tiếp xúc với các hộ dân và cá nhân ở các khu dân cư và các quán giải khát tại các phường thuộc các quận Ninh Kiều, Cái Răng và Bình Thủy và tiến hành phỏng vấn người tiếp xúc được nếu họ đồng ý trả lời. Các cá nhân được phỏng vấn bằng bản câu hỏi soạn sẵn để cung cấp các thông tin về các đặc điểm cá nhân như tuổi, giới tính, tình trạng hôn nhân, nghề nghiệp, thu nhập, học vấn,...; và về việc chơi xổ số như lượng tiền chi tiêu cho vé số trong tuần và trong tháng gần nhất, thói quen mua vé số, tiếp cận thông tin về xổ số,... Thống kê mô tả, định nghĩa và đo lường của các biến số được dùng trong phân tích được trình bày trong Bảng 1.

Số liệu điều tra cho thấy số tiền chi cho xổ số trung bình hàng tuần và hàng tháng của mỗi cá nhân lần lượt là 71 và 308 ngàn đồng. Mức chi tiêu này tương đối thấp, chỉ chiếm khoảng 3% thu nhập hàng tháng của mỗi người. Lượng chi tiêu giữa các cá nhân có sự chênh lệch lớn, được thể hiện qua độ lệch chuẩn rất lớn. Một số người hầu như không chi cho xổ số, một số người có thể chi đến 5 triệu đồng hàng tháng. Trong số 400 người trong mẫu, có 186 người có mua vé số trong tuần, chiếm tỷ lệ 46,5% và 217 người có mua vé số trong tháng gần nhất, chiếm tỷ lệ 54,25%. Những người có chơi xổ số trong tháng thì có chơi trong tuần gần nhất. Tỷ lệ số người này chiếm 85% số người chơi. Ngược lại những người khác thì không chơi trong tháng lẫn trong tuần (Bảng 2). Điều này cho thấy những người mua vé số thường là những khách hàng thường xuyên.

Bảng 1: Diễn giải và thống kê mô tả của các biến số trong phân tích

Biến	Diễn giải	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Nhỏ nhất	Lớn nhất
Biến phụ thuộc					
Chi tiêu tuần	Lượng tiền chi tiêu cho xổ số trong tuần gần nhất (1.000 đồng)	71	141	0	1.000
Chi tiêu tháng	Lượng tiền chi tiêu cho xổ số trong tháng gần nhất (1.000 đồng)	308	631	0	5.000
Đặc điểm cá nhân					
Thu nhập	Thu nhập hàng tháng (Triệu đồng)	9,21	7,19	0,40	50
Đại học và sau đại học	Biến giả: người có trình độ từ đại học trở lên = 1 và các trình độ thấp hơn = 0.	0,35	0,48	0	1
Giới tính	Biến giả: Nam = 1, Nữ = 0	0,50	0,50	0	1
Tuổi	Năm	33,9	12,23	16	74
Dân tộc Kinh	Biến giả chỉ dân tộc Kinh	0,91	0,28	0	1
Có gia đình	Biến giả chỉ người đang sống với vợ/chồng	0,56	0,50	0	1
Nghề nghiệp					
Cán bộ nhà nước	Biến giả chỉ nhân viên nhà nước	0,13	0,34	0	1
Kinh doanh tự do	Biến giả chỉ người kinh doanh tự do	0,25	0,43	0	1
Phương tiện tiếp cận xổ số					
Người bán lẻ	Biến giả chỉ việc tiếp cận xổ số thông qua người bán lẻ	0,82	0,38	0	1
Kỳ vọng trúng thưởng					
Người trong gia đình đã từng trúng thưởng	Biến giả chỉ trong gia đình có người đã từng trúng thưởng từ giải năm	0,32	0,47	0	1
Cầu may trúng thưởng	Biến giả chỉ cá nhân có nhu cầu trúng thưởng lớn	0,30	0,46	0	1
Giúp người bán vé số	Biến giả chỉ có mong muốn giúp người bán khó khăn	0,15	0,36	0	1

Nguồn: số liệu điều tra năm 2012

Bảng 2: Tần số người mua vé số của người dân trong tuần và tháng

Tuần	Tháng		Tổng cộng
	Không mua vé số	Mua vé số	
Không mua vé số	183	31	214
Mua vé số	0	186	186
Tổng cộng	183	217	400

Nguồn: số liệu điều tra năm 2012

Thu nhập bình quân của các cá nhân trong mẫu hơn 9,2 triệu đồng/người/tháng. Tuy nhiên, có sự chênh lệch lớn trong thu nhập giữa các cá nhân. Một số người còn lệ thuộc về tài chính như học sinh, sinh viên, có mức thu nhập rất thấp, trong khi một số người khác có thu nhập lên đến 50 triệu đồng/tháng. 140 người trong mẫu có trình độ đại học và sau đại học, chiếm 35%. Có sự chênh lệch lớn về trình độ học vấn của các cá nhân. Một số

người không đi học và ngược lại một ít người đạt trình độ Thạc sĩ.

Số nam và nữ trong mẫu xấp xỉ nhau. Dân tộc Kinh có 365 người (chiếm 91,25%), các dân tộc khác 35 người, chiếm 8,75%, chủ yếu là người Hoa. Tuổi trung bình của các cá nhân là 34 tuổi, người có độ tuổi nhỏ nhất là 16 tuổi và người có độ tuổi lớn nhất là 74 tuổi. Với độ tuổi này, họ có đủ hiểu biết về sự may rủi và có đủ khả năng để chơi vé số. Số người đang sống với vợ/chồng là 224 người (chiếm 56%). Cán bộ nhà nước có 52 người (chiếm 13%), kinh doanh tự do 99 người (chiếm 24,75%). Những người có các nghề nghiệp khác, gồm học sinh, sinh viên, nhân viên văn phòng, nội trợ, nghỉ hưu, thất nghiệp chiếm hơn 62%.

Phần lớn các cá nhân có thể tiếp cận xổ số thông qua những người bán lẻ. 82% cá nhân trong mẫu cho biết họ có thể mua được vé số từ kênh này. Đây chính là kênh phân phối chủ yếu của

XSKT. Một số ít có thể mua từ các bàn vé số hay đại lý XSKT. Tỷ lệ cá nhân trong mẫu có người nhà đã từng trúng thưởng từ giải năm trở lên chiếm 32%. Những người đang nhu cầu về một số tiền lớn chiếm 30%. Những người này có khả năng chi cho XSKT nhiều hơn những người khác do kỳ vọng sinh lợi từ XSKT cao. Những người có mong muốn giúp đỡ người nghèo cũng có thể mua vé số

nhiều hơn. Nhóm người này chiếm 15% trong mẫu.

4 KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

4.1 Kết quả nghiên cứu

Kết quả ước lượng bằng MLE của các mô hình Tobit để xác định các yếu tố ảnh hưởng đến chi tiêu cho XSKT trong tuần và trong tháng được trình bày trong Bảng 3.

Bảng 3: Các nhân tố ảnh hưởng đến chi tiêu cho XSKT

Biến số	Chi tiêu tuần			Chi tiêu tháng		
	Hệ số	Mức ý nghĩa	Tác động biên	Hệ số	Mức ý nghĩa	Tác động biên
Đặc điểm cá nhân						
Thu nhập hàng tháng	12,202***	0,000	5,67	53,753***	0,000	29,16
Đại học trở lên	-55,034**	0,027	-25,59	-209,354**	0,031	-113,57
Giới tính	26,082	0,180	12,13	104,070	0,168	56,46
Tuổi	-2,377**	0,023	-1,11	-12,484***	0,003	-6,77
Dân tộc Kinh	-96,238***	0,001	-44,75	-427,307***	0,000	-231,81
Vợ Chồng	46,518*	0,061	21,63	175,936*	0,071	95,44
Nghề nghiệp						
Cán bộ nhà nước	-58,292*	0,090	-27,11	-235,877*	0,079	-127,96
Kinh doanh tự do	61,698**	0,025	28,69	296,245***	0,006	160,71
Tiếp cận người bán						
Người bán vé số lẻ	89,623***	0,005	41,67	160,672	0,155	87,16
Kỳ vọng trúng thưởng						
Đã từng trúng số	22,875	0,276	10,64	158,996*	0,052	86,25
Cầu may trúng thưởng	226,827***	0,000	105,47	956,114***	0,000	518,69
Giúp người bán vé số	148,187***	0,000	68,91	736,823***	0,000	399,73
Số quan sát		400			400	
Log likelihood		-1269,5126			-1754,0948	
LR $\chi^2_{(12)}$		303,05			337,22	
Pr > χ^2		0,0000			0,0000	

*, ** và *** lần lượt biểu diễn các mức ý nghĩa 10%, 5% và 1%

Cỡ mẫu được dùng để ước lượng mô hình Tobit tương đối lớn (400 quan sát) và việc điều tra được thiết kế cẩn thận nên kết quả thu thập được đáng tin cậy. Hệ số ước lượng của phần lớn các biến độc lập về đặc điểm cá nhân, nghề nghiệp, việc tiếp cận người bán và kỳ vọng về xác suất trúng thưởng đều có nghĩa thống kê ở các mức 1%, 5% và 10% trong một hay cả hai mô hình. Điều này cho thấy các biến số được chọn là các yếu tố quan trọng giải thích sự chi tiêu cho XSKT của các cá nhân trong mẫu. Chỉ riêng hệ số ước lượng của biến giới tính không có ý nghĩa thống kê trong cả hai mô hình nên giới tính không có ảnh hưởng đến mức chi tiêu cho XSKT. Ảnh hưởng của các biến số đến chi tiêu cho XSKT của người dân Cần Thơ hàng tuần và hàng tháng được thảo luận chi tiết trong phần kế tiếp.

4.2 Thảo luận kết quả

Kết quả ước lượng cho thấy không có sự khác biệt trong chi tiêu cho XSKT giữa nam và nữ. Việc chơi xổ số không phải là lĩnh vực riêng của nam mà chung cho cả hai giới. Nghiên cứu của Clotfelter và Cook (1989) cũng cho thấy tỷ lệ chơi xổ số của nam và nữ gần tương đồng nhau. Nhìn chung, những người có thu nhập càng cao sẽ mua vé số nhiều hơn. Rõ ràng, những người có thu nhập cao có khả năng thanh toán cao và có nhu cầu giải trí cao hơn nên sẽ mua nhiều hơn. Theo kết quả nghiên cứu của Clotfelter và Cook (1989, 1990) thì những người có thu nhập thấp thường chơi vì tiền trong khi những người có thu nhập cao lại chơi vì vui. Kết quả nghiên cứu này cho thấy nhu cầu đối với chơi xổ số của người dân Cần Thơ sẽ có xu

hướng tăng theo thời gian khi thu nhập của người dân ngày càng tăng lên.

Người có trình độ đại học trở lên mua vé số ít hơn những người khác. Những người có học vấn cao thường cân nhắc lợi ích và chi phí khi mua vé số, có kế hoạch thu chi rõ ràng, đầu tư một cách thông thái nên dành ít tiền cho vé số. Kết quả này tương tự với những kết quả nghiên cứu của (Stranahan và Borg, 1998, Wu, 2001, Kearney, 2005). Clotfelter và Cook (1990) chỉ ra rằng một nhà đầu tư sáng suốt sẽ không đưa xổ số vào danh mục đầu tư của mình. Do vậy, những người có trình độ học vấn cao có thể không phải là thị trường tiềm năng cho XSKT.

Số liệu trong Bảng 3 cho thấy nếu tuổi của cá nhân tăng thêm một thì họ sẽ giảm chi tiêu trung bình cho xổ số là hơn 1.000 đồng/tuần và gần 7.000 đồng/tháng. Thông thường người càng lớn tuổi càng ít tham gia các trò may rủi nên chỉ mua vé số cho vui nên họ mua rất ít. Những nghiên cứu của Stranahan và Borg (1998), Abdel-Ghany và Sharpe (2001) cũng cho kết quả tương tự. Trong khi đó, Clotfelter và Cook (1989) lại cho thấy tuổi của người chơi có quan hệ với chi tiêu cho xổ số theo hình chữ U ngược, có nghĩa là chi tiêu có thể tăng khi tuổi đạt đến mức trung niên và giảm dần khi tuổi già. Hệ số ước lượng của biến vợ/chồng có ý nghĩa thống kê ở mức 10% trong các mô hình và mang dấu dương. Như vậy, người có gia đình chi tiêu cho vé số nhiều hơn những đối tượng khác. Người có gia đình thường mong muốn trúng thưởng nhiều hơn để đầu tư cho các hoạt động của gia đình. Người Kinh có chi tiêu trung bình cho vé số thấp hơn người Hoa gần 45.000 đồng/tuần và hơn 230.000 đồng/tháng.

Việc chơi xổ số còn phụ thuộc vào nghề nghiệp của mỗi người. Những người làm trong khu vực nhà nước có mức chi tiêu trung bình cho XSKT thấp hơn những người khác. Ngược lại, những người kinh doanh tự do lại có mức chi tiêu cho XSKT nhiều hơn. Nhân viên nhà nước thường làm việc trong văn phòng và không có nhiều thời gian cho việc chơi xổ số, trong khi đó, đối với người kinh doanh tự do thì xổ số là hình thức tiêu khiển và đầu tư phổ biến.

Một kết quả khá lý thú là việc tiếp xúc với những người bán lẻ vé số có thể làm tăng chi tiêu vé số trong tuần nhưng lại không làm tăng chi tiêu trong tháng. Điều này có thể là do việc mua vé số trong tuần phát sinh do tính thuận tiện và mang tính nhất thời. Việc người bán vé số lẻ phân bố ở khắp nơi có thể làm tăng tính thuận tiện cho việc

mua nên nó là yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến việc mua trong nhất thời. Đối với những người chơi vé số hàng tháng, đây có thể là những khách hàng thường xuyên và chơi xổ số như là một phần trong cuộc sống hàng ngày của họ. Do vậy, họ sẽ mua vé số từ bất kỳ nguồn nào có thể và không nhất thiết là từ người bán lẻ.

Khác với những hàng hóa tiêu dùng thông thường, việc mua vé số còn phụ thuộc vào kỳ vọng về giải thưởng của người chơi vì chơi xổ số còn là một hoạt động đầu tư (Gerchak và Gupta, 1987). Việc người trong gia đình đã từng trúng giải lớn khiến người chơi cảm nhận vận may của họ sắp đến (xác suất trúng thưởng cao) nên chi tiêu cho XSKT nhiều hơn những người khác. Phần lớn những người mua vé số, ngoài mục đích giải trí, còn mong muốn trúng những giải thưởng lớn. Biểu số "Cầu may trúng thưởng" có ảnh hưởng rất lớn đến việc chi tiêu của người chơi. Ngoài ra, việc chơi XSKT của nhiều người còn vì tinh thần xã hội, có nghĩa là họ muốn giúp đỡ những người bán khó khăn hay đóng góp xây dựng các công trình phúc lợi. Ảnh hưởng của biến số "Giúp người bán vé số" rất quan trọng trong cả hai mô hình. Những người có tinh thần tương thân tương ái sẽ chi cho XSKT nhiều hơn.

5 KẾT LUẬN VÀ ĐỀ XUẤT

Kết quả nghiên cứu từ việc phân tích thống kê và ước lượng mô hình Tobit dựa trên số liệu của 400 cá nhân cho thấy chi tiêu cho XSKT của người dân Cần Thơ phụ thuộc vào các đặc điểm cá nhân như thu nhập, trình độ học vấn, tuổi tác, tình trạng hôn nhân, dân tộc và nghề nghiệp của người chơi. Tuy nhiên, khác với những hàng hóa tiêu dùng thông thường, việc mua vé số còn là một hoạt động đầu tư nên chi tiêu cho XSKT của cá nhân còn phụ thuộc vào kỳ vọng trúng thưởng. Do vậy, những người tin tưởng vào vận may của gia đình và có nhu cầu lớn về tiền sẽ chi tiêu nhiều hơn. Người tham gia chơi XSKT còn nhằm những mục đích xã hội khác như giúp đỡ những người bán khó khăn.

Kết quả nghiên cứu trên có thể giúp các công ty XSKT xác định rõ hơn khách hàng mục tiêu của mình. Đó là những người có thu nhập cao, trình độ học vấn trung bình, trẻ tuổi, có gia đình hay những người kinh doanh tự do. Việc xác định rõ khách hàng mục tiêu giúp các công ty XSKT xây dựng các chính sách marketing để khai thác tốt hơn nhu cầu chơi vé số của khách hàng và từ đó, làm tăng doanh số và lợi nhuận của công ty. Điều này có ý nghĩa quan trọng vì phần lớn lợi nhuận từ kinh doanh XSKT được dùng để phục vụ các công trình

phúc lợi xã hội, và các công trình phục vụ phát triển kinh tế xã hội của các địa phương. Qua kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả đề xuất các chính sách đẩy mạnh việc tiêu thụ vé số như sau:

– Tăng số lượng người bán lẻ tại các khu đông dân cư.

– Đẩy mạnh mạng lưới bán lẻ tại những khu người Hoa.

– Các công ty XSKT cũng cần tập trung chăm sóc những khách hàng đã từng trúng những giải lớn có thể là một sự quảng bá hữu hiệu của các công ty XSKT bằng cách gửi thiệp mừng các ngày kỷ niệm của công ty, các ngày lễ, hội lớn như năm mới, Tết, tổ chức hội nghị khách hàng,...

– Tạo điều kiện cho những người nghèo, già cả neo đơn, có hoàn cảnh khó khăn,... tham gia bán vé số cũng là giải pháp mang vừa tính xã hội vừa tính kinh tế của các công ty XSKT và các đại lý xổ số.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Abdel-Ghany, M. và Sharpe, D. L. (2001), "Lottery Expenditures in Canada: Regional Analysis of Probability of Purchase, Amount of Purchase, and Incidence", *Family and Consumer Sciences Research Journal*, số 30(1), trang 64-78.
2. Clotfelter, C. T. và Cook, P. J. (1989), "The Demand for Lottery Products", *The National Bureau of Economic Research, working paper*, số 2928.
3. Clotfelter, C. T. và Cook, P. J. (1990), "On the Economics of State Lotteries", *Journal of Economic Perspectives*, số 4, trang 105-119.
4. Farrell, L., Hartley, R., Lanot, G., Walker, I. (2000), "The Demand for Lotto: The Role of Conscious Selection", *Journal of Business & Economic Statistics*, số 18(2), trang 228-241.
5. Garrett, T. A. và Sobel, R. S. (1999), "Gamblers Favor Skewness, Not Risk: Further Evidence from United States' Lottery Games", *Economics Letters*, số 63, trang 85-90.
6. Gerchak, Y. và Gupta, D. (1987), "How Many Lottery Tickets to Buy?", *Operations Research Letters*, số 6 (2), trang 69-71.
7. Kearney, M. S. (2005), "State Lotteries and Consumer Behavior", *Journal of Public Economics*, số 89, trang 2269-2299.
8. Stranahan, H. A. và Borg, M. O. (1998), "Separating the Decisions of Lottery Expenditures and Participation: A Truncated Tobit Approach", *Public Finance Review*, số 26(2), trang 99-117.
9. Thaler, R. H. và Ziemba, W. T. (1988), "Anomalies, Parimutuel Betting Markets: Racetracks and Lotteries", *Journal of Economic Perspectives*, số 2, trang 161- 174.
10. Võ Trung Dũng (2008), *Hoàn thiện cơ chế tài chính các công ty xổ số kiến thiết khu vực miền Nam*, Luận văn tốt nghiệp Thạc sĩ Kinh tế Tài chính – Ngân hàng, Đại học Kinh Tế TP. Hồ Chí Minh.
11. Wu, R. A. (1979), "A Cross-section Study on the Demand for State Lottery Tickets", *The American Economist*, số 23 (2), trang 6-12.
12. Xổ số kiến thiết khu vực Miền Nam (2012), *Báo cáo tổng kết hoạt động xổ số kiến thiết khu vực Miền Nam năm 2011*, Lâm Đồng.