

# HỢP TÁC XÃ TIÊU DÙNG: TỔNG QUAN MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CƠ BẢN

Nguyễn Thị Minh Hiền, Đỗ Thị Nhài\*, Nguyễn Thị Phương, Nguyễn Thị Thu Phương

*Khoa Kinh tế và Quản lý, Học viện Nông nghiệp Việt Nam*

\*Tác giả liên hệ: dtnhai@vnua.edu.vn

Ngày nhận bài: 14.01.2025

Ngày chấp nhận đăng: 18.04.2025

## TÓM TẮT

Hợp tác xã tiêu dùng là một mô hình kinh tế tập thể, ra đời nhằm đáp ứng nhu cầu của các thành viên thông qua việc liên kết mua bán hàng hóa, dịch vụ nhằm giảm chi phí và nâng cao sức cạnh tranh trên thị trường. Mô hình này khởi nguồn từ thế kỷ XIX với sự thành công của hợp tác xã Rochdale tại Anh, từ đó đã lan rộng và phát triển mạnh mẽ trên toàn cầu. Trong suốt quá trình phát triển, hợp tác xã tiêu dùng đã chứng minh được tiềm năng và xu hướng phát triển tất yếu trên thị trường, trở thành một phần quan trọng trong nền kinh tế của nhiều quốc gia trên thế giới, đảm bảo quyền lợi cho các thành viên, thúc đẩy sự phát triển kinh tế - xã hội một cách bền vững. Bằng phương pháp nghiên cứu tổng hợp, phân tích tài liệu từ các quốc gia trên thế giới, bài viết nhằm cung cấp các vấn đề lý luận cơ bản liên quan đến hợp tác xã tiêu dùng. Qua đó, bài viết đóng góp vào việc xây dựng nền tảng lý luận, hỗ trợ nghiên cứu và đề xuất chính sách thúc đẩy sự phát triển của hợp tác xã tiêu dùng tại Việt Nam.

Từ khóa: Hợp tác xã tiêu dùng, hợp tác xã, tiêu dùng.

## Consumer Cooperatives: Overview of theoretical issues

### ABSTRACT

Consumer cooperatives are a collective economic model, established to meet the needs of members by coordinating the purchase and sale of goods and services, thereby reducing costs and enhancing market competitiveness. This model originated in the 19th century with the success of the Rochdale cooperative in England and has since expanded and thrived globally. Throughout its development, consumer cooperatives have demonstrated their potential and inevitable growth trend in the market, becoming a significant component of the economies of many countries worldwide. They ensure member benefits and foster sustainable economic and social development. Using an overview research methodology and document analysis from various countries, this article aims to provide a comprehensive overview of theoretical issues related to consumer cooperatives. By doing so, the article contributes to building a theoretical foundation, supporting research, and proposing policies to promote the development of consumer cooperatives in Vietnam.

Keywords: Consumer cooperatives, consume, cooperatives.

### 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Hợp tác xã (HTX) tiêu dùng là loại hình tổ chức kinh tế tập thể ra đời nhằm đáp ứng nhu cầu tiêu dùng cơ bản của thành viên và cộng đồng thông qua việc cung cấp hàng hóa và dịch vụ chất lượng với giá cả hợp lý, từ đó cải thiện sinh kế, nâng cao cơ hội tạo thu nhập cho người dân đặc biệt là người dân ở các vùng nông thôn nơi khả năng tiếp cận hàng hóa và dịch vụ thiết yếu bị hạn chế (Yure & Deyganto, 2024). Không chỉ đóng vai trò như

một đơn vị kinh doanh, HTX tiêu dùng còn mang lại giá trị to lớn về kinh tế, xã hội và văn hóa, góp phần giảm bất bình đẳng, thúc đẩy phát triển bền vững và xây dựng sự gắn kết trong cộng đồng. Các hợp tác xã tiêu dùng được định hướng bởi các nguyên tắc quản trị dân chủ, công bằng và trách nhiệm xã hội. Những tổ chức này đã nổi lên như những giải pháp thay thế bền vững cho các mô hình kinh doanh truyền thống, đặc biệt trong việc giải quyết các thất bại của thị trường và nâng cao phúc lợi cho người tiêu dùng.

Trên toàn cầu, các HTX tiêu dùng đã chứng minh tiềm năng trong việc đảm bảo lợi ích, trao quyền cho cộng đồng và thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội. Mô hình này đã chứng minh sự bền vững qua thời gian và trở thành một phần quan trọng trong nền kinh tế của nhiều quốc gia trên thế giới, trở thành công cụ hiệu quả trong việc giải quyết các khiếm khuyết của thị trường, thúc đẩy phát triển bền vững và củng cố sự đoàn kết trong cộng đồng. Tại nhiều nước, những mô hình HTX tiêu dùng thành công giúp tăng cường bảo vệ người tiêu dùng và đóng góp vào các mục tiêu kinh tế - xã hội rộng lớn hơn. Theo Egorov & cs. (2020) một trong những cơ chế khắc phục đói nghèo và giải quyết các vấn đề xã hội, đã được chứng minh hiệu quả trong thực tiễn thế giới, chính là sự hợp tác của người tiêu dùng. Kinh nghiệm quốc tế này mang lại bài học quý giá về cơ chế vận hành, cấu trúc quản trị và chiến lược thị trường, đảm bảo tính bền vững của hợp tác xã tiêu dùng trong các bối cảnh khác nhau.

Bài viết này tập trung trình bày tổng quan về các vấn đề lý luận liên quan đến HTX tiêu dùng, bao gồm khái niệm, phân loại, đặc điểm, vai trò, tiêu chí đánh giá sự phát triển. Qua đó góp phần xây dựng nền tảng cơ sở lý luận phục vụ cho nghiên cứu HTX tiêu dùng ở Việt Nam.

## 2. LỊCH SỬ HÌNH THÀNH VÀ PHÁT TRIỂN HỢP TÁC XÃ TIÊU DÙNG

### - Giai đoạn hình thành

Theo Dương Tuấn Cường (2024), Hợp tác xã Rochdale của Anh là hợp tác xã tiêu dùng đầu tiên xuất hiện vào thế kỷ XIX như một phản ứng đối với sự bất bình đẳng kinh tế và điều kiện sống khó khăn của người lao động trong thời kỳ cách mạng công nghiệp. Những người tiên phong Rochdale tại Anh vào năm 1844 thành lập một cửa hàng bán lẻ nhỏ do các thành viên sở hữu và quản lý nhằm cung cấp các sản phẩm thiết yếu với giá cả hợp lý, đảm bảo chất lượng và lợi ích cho cộng đồng. Những nguyên tắc mà Rochdale đặt ra, như quản trị dân chủ, minh bạch, phân phối lợi nhuận công bằng, trở thành nền tảng cho các hợp tác xã sau này. Từ

đó, hợp tác xã tiêu dùng nhanh chóng lan rộng ra khắp châu Âu, châu Á và châu Mỹ, thích ứng với điều kiện địa phương và nhu cầu của các cộng đồng.

### - Giai đoạn phát triển và mở rộng

Sự bùng nổ của phong trào hợp tác xã diễn ra từ sau Thế chiến I và Thế chiến II, hợp tác xã tiêu dùng phát triển mạnh mẽ, đáp ứng nhu cầu thiết yếu của các cộng đồng bị ảnh hưởng bởi chiến tranh. Sự phát triển tập trung tại châu Âu, Bắc Mỹ, Nhật Bản và Hàn Quốc. Tại châu Âu, phong trào hợp tác xã đã phát triển nhanh chóng trong suốt 170 năm qua. Khu vực này bao gồm hơn 123 triệu thành viên cá nhân sở hữu 160.000 hợp tác xã và cung cấp việc làm cho 5,4 triệu công dân châu Âu (Sadowski, 2017). Tại Nhật Bản, HTX tiêu dùng phát triển mạnh mẽ, với hệ thống quản lý hiện đại và quy mô lớn, phục vụ hàng triệu thành viên. Tại Hàn Quốc, các hợp tác xã tiêu dùng phát triển vào những năm 1990, chúng được yêu cầu phải được thể chế hóa trong hệ thống pháp luật. Cơ chế quản trị của các hợp tác xã tiêu dùng tại Hàn Quốc được thiết kế để hợp tác với cả nhà sản xuất và người tiêu dùng, nhấn mạnh hơn vào sự tham gia dân chủ, ICOOP và Hansalim, hai trong số các hợp tác xã tiêu dùng lớn nhất tại Hàn Quốc (Kim & cs., 2020).

Năm 1895, Liên minh Hợp tác xã Quốc tế (ICA) được thành lập, là tổ chức toàn cầu thúc đẩy phong trào hợp tác xã, bao gồm cả hợp tác xã tiêu dùng. Hợp tác xã tiêu dùng đóng vai trò quan trọng trong cung cấp thực phẩm, quần áo, và các nhu yếu phẩm khác với giá cả hợp lý. Theo thời gian, nhiều hợp tác xã tiêu dùng đa dạng hóa các hoạt động kinh doanh, mở rộng sang các lĩnh vực khác như tài chính (ngân hàng hợp tác xã), giáo dục, bảo hiểm và sản xuất (Birchall, 2017).

### - Giai đoạn hiện đại hóa

Trong giai đoạn này, để đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt từ các doanh nghiệp tư nhân, sự thay đổi hành vi tiêu dùng và các vấn đề toàn cầu như biến đổi khí hậu, các hợp tác xã tiêu dùng hướng đến áp dụng công nghệ để cải thiện hiệu quả hoạt động, như sử dụng

phần mềm quản lý thành viên, bán hàng trực tuyến; phát triển các hệ thống phân phối hiện đại, tận dụng chuỗi cung ứng toàn cầu (Đương Tuấn Cường, 2024).

Bên cạnh đó, các hợp tác xã tiêu dùng tăng cường hợp tác, chia sẻ kinh nghiệm qua các tổ chức liên minh HTX quốc tế. Theo Wahn (2023), năm 2021, các hợp tác xã tiêu dùng từ Nhật Bản, Đài Loan và Hàn Quốc đã gặp nhau tại Hội nghị Quốc tế Chị em châu Á (Asian Sisters International Meeting) lần thứ 21. Hội nghị được tổ chức bởi Hợp tác xã Tiêu dùng Nội trợ (HCC - Homemaker Consumer Cooperative) của Đài Loan, lấy cảm hứng từ Hợp tác xã tiêu dùng Câu lạc bộ Seikatsu của Nhật Bản vào cuối những năm 1990. Trong hơn 20 năm qua, HCC đã tiếp tục tương tác và học hỏi từ Câu lạc bộ Seikatsu theo nhiều cách, phản ánh một lịch sử rộng lớn hơn về sự tương tác giữa các mạng lưới thực phẩm tại Đài Loan và Nhật Bản.

### 3. KHÁI NIỆM HỢP TÁC XÃ, HỢP TÁC XÃ TIÊU DÙNG

Theo Liên minh Hợp tác xã quốc tế (ICA, 2024) định nghĩa: “Hợp tác xã là một hiệp hội tự chủ của những người tự nguyện đoàn kết để đáp ứng nhu cầu và nguyện vọng chung về kinh tế, xã hội và văn hóa thông qua một đơn vị kinh doanh cùng sở hữu và kiểm soát dân chủ”.

Theo Khoản 7, Điều 4 Luật HTX năm 2023 của Việt Nam định nghĩa: “HTX là tổ chức có tư cách pháp nhân do ít nhất 05 thành viên chính thức tự nguyện thành lập, hợp tác tương trợ trong sản xuất, kinh doanh, tạo việc làm nhằm đáp ứng nhu cầu chung về kinh tế, văn hóa, xã hội của thành viên, góp phần xây dựng cộng đồng xã hội phát triển bền vững” (Quốc hội, 2023).

Căn cứ theo sản phẩm dịch vụ, HTX cung ứng cho thành viên, HTX được phân thành 04 loại: HTX phục vụ sản xuất, HTX phục vụ tiêu dùng, HTX tạo việc làm và HTX hỗn hợp. HTX phục vụ tiêu dùng là HTX thành lập nhằm mục tiêu cung ứng sản phẩm, dịch vụ đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của thành viên. Thành viên vừa là chủ sở hữu vừa là khách hàng tiêu dùng

sản phẩm, dịch vụ của HTX (Nguyễn Tiến Định, 2024).

Theo Europ Coop (2008), hợp tác xã tiêu dùng là các hợp tác xã do người tiêu dùng thành lập và được quản lý một cách dân chủ nhằm đáp ứng nhu cầu và nguyện vọng của các thành viên. Như vậy, thành viên của hợp tác xã tiêu dùng là cá nhân đóng vai trò là người tiêu dùng. Họ gia nhập HTX để được cung cấp hàng hóa và dịch vụ thiết yếu với giá cả hợp lý, chất lượng đảm bảo, nhằm đáp ứng nhu cầu tiêu dùng cá nhân và cải thiện đời sống.

Như vậy, hợp tác xã là tổ chức dân chủ, tự nguyện nhằm đáp ứng nhu cầu chung của các thành viên. Nếu như các hợp tác xã khác được thành lập để thỏa mãn nhu cầu chung của các thành viên về sản xuất, tiêu thụ sản phẩm hoặc giải quyết việc làm... thì hợp tác xã tiêu dùng nhằm thỏa mãn nhu cầu chung về tiêu dùng các sản phẩm hàng hóa và dịch vụ.

### 4. ĐẶC ĐIỂM CƠ BẢN CỦA HỢP TÁC XÃ TIÊU DÙNG

Hợp tác xã tiêu dùng mang những đặc điểm của một hợp tác xã. Tuy nhiên, thành viên của hợp tác xã tiêu dùng là khách hàng. Do đó, người tiêu dùng vừa là chủ sở hữu, vừa là khách hàng của hợp tác xã. Hợp tác xã tiêu dùng hoạt động trên lĩnh vực cung ứng các sản phẩm hàng hóa, dịch vụ nhằm mục tiêu đáp ứng nhu cầu mua sắm chung của thành viên. Hợp tác xã tiêu dùng có các đặc điểm sau:

- *Là tổ chức mở và tự nguyện*: Mọi cá nhân có tư cách pháp nhân đều có quyền tham gia vào hợp tác xã tiêu dùng. Việc tham gia hợp tác xã là tự nguyện nếu họ tuân thủ các nguyên tắc và chính sách của hợp tác xã (Karakas, 2019).

- *Chủ sở hữu là thành viên*: Thành viên của hợp tác xã vừa là khách hàng tiêu dùng, vừa là cổ đông và người ra quyết định quản lý. Mỗi thành viên đều có quyền tham gia vào quản trị, với nguyên tắc “mỗi người một phiếu”, bất kể số vốn đóng góp (Coop, 2017).

- *Mục tiêu phục vụ thành viên*: Khác với doanh nghiệp tư nhân hoặc cổ phần, hợp tác xã

tiêu dùng ưu tiên phục vụ lợi ích của thành viên thay vì tối đa hóa lợi nhuận. Vì vậy, hầu hết các hợp tác xã tiêu dùng đều chọn bán dưới giá thị trường và cung cấp khoản tiết kiệm trực tiếp cho các thành viên của mình. Từ đó, hỗ trợ giảm chi phí tiêu dùng, cung cấp sản phẩm chất lượng và đảm bảo công bằng trong phân phối lợi ích (Talonen & cs., 2016).

- *Lĩnh vực hoạt động*: Hợp tác xã tiêu dùng thường hoạt động trong các lĩnh vực như bán lẻ thực phẩm, đồ gia dụng, đồ dùng thiết yếu, y tế, hoặc cung cấp dịch vụ giáo dục và văn hóa (Nguyễn Thị Minh Hiền, 2024).

## 5. VAI TRÒ CỦA HỢP TÁC XÃ TIÊU DÙNG

Hợp tác xã tiêu dùng là tổ chức tự nguyện của người tiêu dùng nhằm đáp ứng nhu cầu tiêu dùng các sản phẩm, dịch vụ kinh tế, văn hóa, xã hội của các thành viên. Như vậy, hợp tác xã tiêu dùng mang bản chất chung là hướng tới thỏa mãn nhu cầu của các thành viên. Tuy nhiên, điểm khác biệt của hợp tác xã tiêu dùng so với các hợp tác xã khác là nhằm mang lại lợi ích chung về việc mua bán và sử dụng hàng hóa, dịch vụ với chất lượng và giá cả hợp lý. Thông qua việc đáp ứng nhu cầu chung về việc tiêu thụ hàng hóa và dịch vụ, hợp tác xã tiêu dùng có vai trò trong việc mang lại lợi ích kinh tế, xã hội không chỉ cho các thành viên mà còn góp phần cải thiện các phúc lợi xã hội và môi trường cho cộng đồng.

- *HTX tiêu dùng tạo ra các lợi ích về kinh tế*

Các hợp tác xã tiêu dùng đóng vai trò quan trọng trong việc cải thiện lợi ích kinh tế của các thành viên bằng cách tiết kiệm chi phí mua hàng; tăng khả năng tiếp cận hàng hóa, dịch vụ; phân phối lợi nhuận từ hoạt động cung ứng hàng hóa, dịch vụ và tăng thu nhập từ việc bán sản phẩm cho hợp tác xã...

Các cá nhân tập hợp nguồn lực của mình, cùng nhau mua và phân phối sản phẩm thông qua hợp tác xã sẽ gia tăng quyền thương lượng tập thể, từ đó giúp họ vượt qua những thách thức như giá cả hàng hóa cao, chi phí trung gian và chi phí vận chuyển lớn. Ngoài ra, trong thời kỳ chiến tranh, dịch bệnh hoặc ở các vùng nông

thôn, nơi khả năng tiếp cận một số hàng hóa và dịch vụ của người dân bị hạn chế do sự khan hiếm hoặc rào cản về địa lý... hợp tác xã tiêu dùng đóng vai trò trong việc tìm kiếm, mua bán, dự trữ, điều tiết và phân phối hàng hóa với giá cả hợp lý và công bằng cho các thành viên (Yure & DeyganDe, 2024).

Đối với các hợp tác xã kinh doanh hàng hóa, dịch vụ, thành viên của hợp tác xã không chỉ được mua hàng hóa, dịch vụ với giá thấp hơn mà còn được hưởng lợi ích từ việc phân phối lợi nhuận. Các hợp tác xã tiêu dùng thuộc sở hữu của khách hàng, do đó, bất kỳ khoản thặng dư nào (lợi nhuận) do hợp tác xã tạo ra đều thuộc về khách hàng như một cộng đồng chủ sở hữu dân chủ (Tuominen & cs., 2013).

Bên cạnh đó, nhằm giúp sản phẩm đến tay người tiêu dùng nhanh chóng, đồng thời có thể kiểm soát và đảm bảo chất lượng sản phẩm, nhiều hợp tác xã tiêu dùng đã hình thành các chuỗi cung ứng khép kín. Vì vậy, tham gia vào hợp tác xã tiêu dùng, các thành viên không chỉ được hưởng lợi ích kinh tế từ việc tiêu thụ sản phẩm mà còn có thể bán sản phẩm của mình với số lượng lớn cho hợp tác xã, do đó cải thiện thu nhập và sinh kế của họ (Yure & Deyganto, 2024).

Một số hợp tác xã tiêu dùng có thể hoạt động như các tổ chức tài chính trung gian, cung cấp các dịch vụ tiết kiệm và tín dụng cho các thành viên của mình. Tại các khu vực đang phát triển, nơi khả năng tiếp cận các tổ chức tài chính chính thức bị hạn chế, các hợp tác xã có thể cung cấp cho các thành viên các dịch vụ tiết kiệm, tín dụng và đầu tư vào các hoạt động tạo thu nhập, nhờ đó cải thiện phúc lợi kinh tế của họ (Yure & Deyganto, 2024)

- *HTX tiêu dùng mang lại các lợi ích xã hội cho thành viên và cộng đồng*

Với vai trò đáp ứng nhu cầu và đảm bảo lợi ích của thành viên trong việc sử dụng hàng hóa, dịch vụ, hợp tác xã tiêu dùng giúp nâng cao nhận thức của thành viên về quyền lợi của người tiêu dùng, bảo vệ họ khỏi các hình thức kinh doanh không minh bạch hoặc lạm dụng giá cả. Thành viên của hợp tác xã được tham dự các buổi sinh hoạt chuyên đề, các hoạt động cung

cấp thông tin, kiến thức giúp họ có lựa chọn tốt hơn đối với các sản phẩm hàng hóa, dịch vụ (Nguyễn Tiến Định, 2024).

Dựa trên các nguyên tắc hoạt động cốt lõi của hợp tác xã như tính tự nguyện, dân chủ và phân phối công bằng. Hợp tác xã tiêu dùng không hoạt động vì lợi nhuận mà hướng đến phục vụ nhu cầu của thành viên. Việc phân phối lợi nhuận công bằng dựa trên mức độ tham gia của thành viên giúp giảm bớt sự bất bình đẳng kinh tế trong xã hội. Đồng thời, hợp tác xã tiêu dùng tạo ra cơ hội việc làm, thúc đẩy sự phát triển kinh tế của địa phương thông qua việc ưu tiên tiêu thụ sản phẩm hàng hóa của thành viên và cộng đồng, bao gồm cả các nhóm dễ bị tổn thương như người nghèo, người già và người dân tộc thiểu số (Egorov & cs., 2020).

- *Hợp tác xã tiêu dùng góp phần quan trọng trong bảo vệ môi trường*

Hợp tác xã tiêu dùng không chỉ góp phần vào phát triển kinh tế và xã hội mà còn đóng vai trò tích cực trong việc bảo vệ môi trường. Cùng với sự phát triển của xã hội, người tiêu dùng có xu hướng sử dụng các sản phẩm xanh, an toàn và thân thiện với môi trường. Để đáp ứng nhu cầu của thành viên, nhiều hợp tác xã tiêu dùng, đặc biệt là ở các nước phát triển như Hàn Quốc, Nhật Bản... chú trọng vào các sản phẩm an toàn, chất lượng, tránh các sản phẩm được sản xuất hàng loạt và xử lý bằng chất hóa học. Các hợp tác xã này liên kết với các đơn vị sản xuất có tiêu chuẩn nghiêm ngặt về chất lượng và an toàn thực phẩm (Lưu Ngọc Lương, 2024). Điều này mang lại lợi ích cho người tiêu dùng và thúc đẩy hoạt động sản xuất sử dụng năng lượng tái tạo, áp dụng các công nghệ xanh trong quá trình vận hành.

Bên cạnh đó, hợp tác xã tiêu dùng còn có vai trò nâng cao nhận thức của người tiêu dùng thông qua việc tư vấn, hướng dẫn lựa chọn sản phẩm bền vững như các sản phẩm hữu cơ, sản phẩm sạch (Massimo & Nora, 2022).

## 6. CÁC LOẠI HÌNH HỢP TÁC XÃ TIÊU DÙNG

Hợp tác xã tiêu dùng trên thế giới tồn tại và hoạt động rất đa dạng. Hiện nay, chưa có sự

thống nhất trong phân loại hợp tác xã tiêu dùng mà tùy thuộc vào từng quốc gia. Tuy nhiên, dựa trên các tiêu chí như phạm vi hoạt động, lĩnh vực hoạt động, đối tượng phục vụ, hình thức sở hữu và quản lý, sự ứng dụng công nghệ thông tin và mục tiêu phát triển, một số tác giả đã phân hợp tác xã tiêu dùng thành các nhóm như sau:

### 6.1. Dựa trên phạm vi hoạt động

Dựa trên phạm vi không gian hoạt động, có thể chia hợp tác xã tiêu dùng thành ba nhóm bao gồm: hợp tác xã cộng đồng, hợp tác xã tiêu dùng khu vực hoặc quốc gia và hợp tác xã tiêu dùng toàn cầu.

- *Hợp tác xã tiêu dùng cộng đồng*: Là mô hình hợp tác xã hoạt động ở phạm vi nhỏ nhất, có sự gắn kết chặt chẽ với địa phương như thôn, xã, hoặc khu dân cư. Hợp tác xã phục vụ nhu cầu tiêu dùng của thành viên đồng thời tổ chức các hoạt động nhằm nâng cao ý thức cộng đồng và tạo không gian kết nối, chia sẻ, hỗ trợ giữa các thành viên. Tiêu biểu cho loại hình này là hợp tác xã Community Food Co-op, Park Slope Food hay New Leaf ở Mỹ (Phạm Thị Tố Oanh, 2024).

- *Hợp tác xã tiêu dùng khu vực hoặc quốc gia*: Có phạm vi hoạt động rộng hơn, liên kết các hợp tác xã địa phương hoặc phục vụ một vùng kinh tế hoặc quốc gia. Hợp tác xã cung cấp đa dạng hàng hóa và dịch vụ từ bán lẻ đến vận chuyển, chăm sóc sức khỏe. Ví dụ điển hình cho mô hình này là Liên đoàn Hợp tác xã tiêu dùng Nhật Bản (JCCU) được tổ chức theo ba cấp: trung ương, tỉnh và cơ sở với 960 siêu thị khắp nước Nhật (Lưu Ngọc Lương, 2024).

- *Hợp tác xã tiêu dùng toàn cầu*: Là mô hình hợp tác xã hoạt động xuyên biên giới, nhằm giúp hợp tác xã tiêu dùng của các quốc gia thành viên chia sẻ kiến thức, kinh nghiệm và tài nguyên, từ đó giúp nâng cao sức mạnh của các hợp tác xã thành viên trong việc thương lượng và thực hiện mua bán, vận chuyển hàng hóa, dịch vụ từ các quốc gia khác. Thông qua đó, người tiêu dùng có thể tiếp cận được hàng hóa nhập khẩu, hàng khan hiếm hoặc hàng hóa có giá cả, chất lượng phù hợp. Liên minh hợp tác xã Quốc tế (ICA), hợp tác xã Global Village... là

các ví dụ cho mô hình hợp tác xã này (Phạm Thị Tố Oanh, 2024).

## 6.2. Dựa trên lĩnh vực hoạt động

Thực tế cho thấy, hợp tác xã tiêu dùng ở các quốc gia trên thế giới hoạt động đa dạng trong các lĩnh vực khác nhau từ phục vụ cho nhu cầu sử dụng dịch vụ cơ bản như nhà ở đến nhu cầu tiêu dùng sản phẩm an toàn, hữu cơ hay các sản phẩm thân thiện với môi trường. Theo tổng hợp của Nguyễn Quang Hợp (2021), xét trên lĩnh vực hoạt động, có thể chia hợp tác xã tiêu dùng thành các loại hình sau:

- *Hợp tác xã nhà ở*: Hợp tác xã nhà ở là loại hình mà vốn chủ sở hữu nhà ở, bất động sản thuộc về chính những người cư trú tại căn nhà đó. Hợp tác xã nhà ở cũng có thể tồn tại dưới dạng hợp tác xã xây dựng nhà ở, tức là các thành viên góp vốn để xây dựng nhà và sau đó mỗi thành viên sở hữu một căn hộ. Sau khi hoàn thiện việc xây dựng nhà ở và giao quyền sở hữu cho các thành viên, hợp tác xã có thể bị giải thể. New Jersey Federation of Housing Cooperatives (NJFHC) ở New York, Mỹ là ví dụ cho loại hình hợp tác xã này.

- *Hợp tác xã tiện ích*: Hợp tác xã có vai trò cung cấp một hoặc một vài tiện ích công cộng cho các thành viên như dịch vụ y tế, giáo dục, văn hóa, thể thao, điện, nước, viễn thông, an ninh. Lợi nhuận thu được sẽ được sử dụng để tái đầu tư hoặc phân bổ cho các thành viên của hợp tác xã. Điển hình cho mô hình hợp tác xã này là National Rural Electric Cooperative Association, Cooperative for a Better World ở Mỹ.

- *Hợp tác xã tài chính*: Hợp tác xã tài chính tồn tại dưới nhiều hình thức khác nhau như quỹ tín dụng, hợp tác xã ngân hàng, hợp tác xã bảo hiểm... Mục tiêu hoạt động của các hợp tác xã này là phục vụ nhu cầu về vốn cho các thành viên. Loại hình này chiếm thị phần đáng kể ở châu Âu và châu Mỹ La Tinh. Ví dụ cho hợp tác xã tài chính có thể kể đến như Navy Federal Credit Union, Alliant Credit Union and PenFed Credit Union ở Mỹ.

Ngoài ra, sự phát triển của các hợp tác xã tiêu dùng trên thế giới còn cho thấy sự tồn tại của các loại hình hợp tác xã sau:

- *Hợp tác xã bán lẻ*: Cung cấp hàng hóa tiêu dùng như thực phẩm, quần áo, đồ gia dụng thông qua các cửa hàng bán lẻ hoặc trực tuyến. Đây là loại hình phổ biến nhất, tập trung vào việc đáp ứng nhu cầu hàng ngày của thành viên. Điển hình là mô hình Coop ở Thụy Điển (Dương Tuấn Cường, 2024; Nguyễn Thị Minh Hiền, 2024).

- *Hợp tác xã tiêu dùng xanh*: Hợp tác xã phục vụ các nhu cầu về năng lượng tái tạo như điện mặt trời, năng lượng gió hoặc sử dụng các sản phẩm hữu cơ. Đây là mô hình hợp tác xã mới, phát triển mạnh tại các quốc gia chú trọng đến bảo vệ môi trường như HTX FICO của Ý (Dương Tuấn Cường, 2024).

## 6.3. Dựa trên đối tượng phục vụ

Người tiêu dùng có nhu cầu đa dạng về sản phẩm hàng hóa và dịch vụ nên hợp tác xã tiêu dùng phục vụ nhiều đối tượng khác nhau. Dựa trên đối tượng là thành viên của hợp tác xã, hợp tác xã tiêu dùng tồn tại dưới các loại hình sau:

*Hợp tác xã công dân*: Thành viên của hợp tác xã đa dạng các đối tượng. Loại hình hợp tác xã này có thể hoạt động đơn mục đích là cung cấp hàng hóa cho người dân thông qua các cửa hàng tạp hóa hoặc siêu thị như ở Nhật Bản, Thái Lan, Philippines, Ấn Độ. Ngoài chức năng phục vụ nhu cầu mua sắm của thành viên, hợp tác xã cũng có thể hoạt động đa mục tiêu như Koperasi Unit Desa của Indonesia hay NACF của Hàn Quốc (Macbima, 1991).

*Hợp tác xã đại học*: Được thành lập bởi sinh viên, giảng viên, nhân viên các trường đại học thông qua việc điều hành các hiệu sách, cửa hàng tiện lợi, quán ăn tự phục vụ và các dịch vụ khác. Ví dụ điển hình cho loại hình hợp tác xã này là Liên đoàn Quốc gia các Hiệp hội hợp tác đại học của Nhật Bản (NFUCA) (Nguyễn Thị Minh Hiền, 2024).

*Hợp tác xã phụ nữ*: Là loại hình hợp tác xã được hình thành và phục vụ nhu cầu mua sắm hàng hóa và dịch vụ của phụ nữ. Mô hình này điển hình ở Ấn Độ và Bangladesh (Macbima, 1991).

#### 6.4. Dựa trên hình thức sở hữu và quản lý

Thành viên hợp tác xã tiêu dùng có thể chỉ là các cá nhân có chung nhu cầu, nguyện vọng sử dụng sản phẩm hàng hóa và dịch vụ. Tuy nhiên, trong quá trình phát triển, các hợp tác xã tiêu dùng có nhu cầu hợp tác, liên kết với nhau để đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của thành viên. Vì vậy, dựa trên hình thức sở hữu và quản lý có hai loại hợp tác xã tiêu dùng bao gồm:

- *Hợp tác xã tiêu dùng độc lập*: Hoạt động tự chủ, không thuộc mạng lưới hợp tác xã lớn hơn. Hợp tác xã tiêu dùng độc lập có quy mô nhỏ, thường phục vụ một nhóm thành viên nhất định. Đây thường là các hợp tác xã mới thành lập ban đầu, hoặc ở các vùng nông thôn, mục đích phục vụ nhu cầu tiêu thụ sản phẩm hàng hóa, dịch vụ cơ bản của các thành viên. Hợp tác xã tiêu dùng Kobe, hợp tác xã tiêu dùng gia đình Kyoto, hợp tác xã tiêu dùng sinh viên Tokyo và hợp tác xã người sử dụng dịch vụ y tế ở Nhật Bản là những hợp tác xã tiêu dùng hoạt động độc lập trước khi Liên minh hợp tác xã người tiêu dùng được thành lập vào năm 1951 (JCCU, 2010).

- *Hợp tác xã tiêu dùng liên kết*: Là tổ chức liên kết nhiều hợp tác xã nhỏ lẻ thành một hệ thống lớn nhằm chia sẻ nguồn lực và sức mạnh thương mại. Ví dụ Liên đoàn hợp tác xã nông nghiệp Quốc gia (NACF) và iCOOP của Hàn Quốc với 101 hợp tác xã thành viên (Nguyễn Thị Ngọc Thúy, 2024).

#### 6.5. Dựa trên sự ứng dụng công nghệ thông tin

Cùng với sự phát triển của công nghệ thông tin, hầu hết hợp tác xã tiêu dùng đã thực hiện việc chuyển đổi số trong tổ chức, quản lý và điều hành. Tuy nhiên, mô hình hợp tác xã hoạt động theo phương thức truyền thống vẫn tồn tại ở các vùng nông thôn nơi các điều kiện về hạ tầng viễn thông, trình độ và nhận thức của người dân còn hạn chế. Dựa trên mức độ ứng dụng công nghệ thông tin cho thể chia thành:

- *Hợp tác xã tiêu dùng truyền thống*: Các thành viên hợp tác với nhau để mua sắm hàng hóa và dịch vụ cơ bản. Hoạt động dựa trên các

nguyên tắc dân chủ, bình đẳng và phi lợi nhuận. Tuy nhiên, hợp tác xã thực hiện các hoạt động mua sắm, phân phối hàng hóa, quản lý doanh thu, lợi nhuận bằng hình thức ghi chép sổ sách là chủ yếu. Tiêu biểu là hợp tác xã Rochdale của Anh hay hợp tác xã Landweege của Đức (Phạm Thị Tố Oanh, 2024).

- *Hợp tác xã tiêu dùng trực tuyến*: Ứng dụng công nghệ thông tin và thương mại điện tử trong mua sắm và quản lý thành viên. Hợp tác xã Cooperative Grocery của Canada và Coop Marketplace của Hoa Kỳ là ví dụ cho mô hình này (Phạm Thị Tố Oanh, 2024).

#### 6.6. Dựa trên mục tiêu phát triển

Theo Nguyễn Tiến Định (2024), dựa trên mục tiêu phát triển của hợp tác xã có thể chia thành hai nhóm hợp tác xã tiêu dùng bao gồm:

- *Hợp tác xã tiêu dùng thông thường*: Tập trung vào tối ưu hóa hiệu quả kinh doanh, tăng doanh thu, mở rộng thị phần và tối đa hóa lợi nhuận. Tuy nhiên hợp tác xã vẫn đảm bảo phục vụ lợi ích của thành viên. Hầu hết các hợp tác xã tiêu dùng trên thế giới thuộc hình thức này.

- *Hợp tác xã tiêu dùng xã hội*: Là loại hình hợp tác xã hoạt động không vì mục tiêu lợi nhuận, chủ yếu đóng góp cho lợi ích của thành viên và cộng đồng. Minnedosa Fitness Cooperative ở Canada là ví dụ cho loại hình hợp tác xã này. Hợp tác xã hoạt động nhằm cung cấp thiết bị và dịch vụ rèn luyện thể chất cho thành viên mà không vì mục đích lợi nhuận.

### 7. TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ SỰ PHÁT TRIỂN HỢP TÁC XÃ TIÊU DÙNG

Để đánh giá sự phát triển của một hợp tác xã, Bộ Kế hoạch và Đầu tư ban hành 15 tiêu chí chia thành 3 nhóm bao gồm: nhóm tiêu chí về tài chính; nhóm tiêu chí về quản trị, điều hành và năng lực của hợp tác xã và nhóm tiêu chí về thành viên, lợi ích thành viên và cộng đồng (Bộ Kế hoạch và Đầu tư, 2020). Bùi Thị Nga (2022), sử dụng hai nhóm chỉ tiêu định tính và định lượng để phản ánh sự phát triển của hợp tác xã cả về số lượng, quy mô và chất lượng. Trong đó,

các chỉ tiêu quy mô vốn, quy mô nhân lực, quy mô đất đai và quy mô các yếu tố đầu vào khác như máy móc, thiết bị, công nghệ... được sử dụng để đánh giá sự phát triển về mặt lượng của hợp tác xã. Các chỉ tiêu như chất lượng nguồn nhân lực; sự phát triển nguồn lực tài chính và lực lượng sản xuất; mức độ ứng dụng khoa học kỹ thuật, công nghệ; khả năng liên kết, hợp tác... nhằm đánh giá sự phát triển về mặt chất lượng của hợp tác xã. Dựa trên đó, sự phát triển của hợp tác xã tiêu dùng cần xem xét trên bốn nhóm tiêu chí sau:

### 7.1. Tiêu chí kinh tế

Hợp tác xã tiêu dùng với mục đích phục vụ nhu cầu sử dụng hàng hóa, dịch vụ đồng thời phân phối cổ tức từ hoạt động kinh doanh cho các thành viên. Hợp tác xã sẽ đáp ứng tốt các nhu cầu của thành viên khi họ có đủ sức mạnh tài chính. Do đó, trên khía cạnh kinh tế, sự phát triển của hợp tác xã tiêu dùng được đánh giá bởi các tiêu chí sau:

- *Quy mô vốn*: Sự mở rộng quy mô vốn là một trong những thước đo đánh giá sự phát triển của hợp tác xã tiêu dùng. Hợp tác xã có thể gia tăng vốn bằng cách huy động từ các thành viên, lập quỹ phát triển từ lợi nhuận thu được, kêu gọi sự góp vốn từ các cá nhân, tổ chức bên ngoài hoặc vay vốn từ các tổ chức tín dụng.

- *Doanh thu*: Tổng doanh thu từ các hoạt động kinh doanh hàng hóa, dịch vụ của hợp tác xã cho thành viên và người tiêu dùng khác. Doanh thu của hợp tác xã có sự tăng trưởng qua các năm thể hiện hợp tác xã có kết quả kinh doanh tốt.

- *Lợi nhuận ròng*: Là doanh thu của hợp tác xã sau khi đã trừ đi chi phí kinh doanh và vận hành của hợp tác xã. Lợi nhuận ròng dương và gia tăng qua các chu kỳ kinh doanh phản ánh sự tăng trưởng của hợp tác xã tiêu dùng.

- *Hiệu quả hoạt động kinh doanh*: Đo lường bằng hiệu quả sử dụng vốn, mức độ ổn định và đa dạng của các loại hàng hóa, dịch vụ cung cấp; thị phần các sản phẩm hàng hóa, dịch vụ mà hợp tác xã cung ứng trong khu vực.

### 7.2. Tiêu chí quản lý và điều hành

Hợp tác xã muốn tồn tại và hoạt động hiệu quả đòi hỏi phải có đội ngũ cán bộ quản lý và điều hành tốt. Năng lực quản lý và điều hành hợp tác xã tiêu dùng được phản ánh dựa trên các chỉ tiêu:

- *Trình độ của cán bộ quản lý, điều hành hợp tác xã*: Tỷ lệ cán bộ quản lý hợp tác xã qua đào tạo sơ cấp, trung cấp, cao đẳng, đại học.

- *Quản trị dân chủ*: Tỷ lệ thành viên tham gia các cuộc họp, thảo luận và ra quyết định; minh bạch và công bằng trong việc phân phối lợi ích, chia sẻ thông tin.

- *Hiệu quả tổ chức*: Cơ cấu quản lý rõ ràng, phù hợp với quy mô và phạm vi hoạt động của hợp tác xã; sự phối hợp giữa các bộ phận trong hợp tác xã để đảm bảo hiệu quả hoạt động.

- *Thực hiện tốt các chế độ cho người lao động*: Việc đảm bảo các phúc lợi lương, thưởng, bảo hiểm y tế, bảo hiểm xã hội, bảo hiểm thất nghiệp, môi trường làm việc an toàn cho người lao động và bộ máy quản lý hợp tác xã cũng phản ánh năng lực điều hành của hợp tác xã.

- *Phát triển năng lực cho thành viên và nhân viên*: Tổ chức các khóa đào tạo, nâng cao kỹ năng quản lý và vận hành cho thành viên, nhân viên; thúc đẩy sự tham gia và sáng tạo của thành viên trong việc cải tiến hoạt động của hợp tác xã.

- *Mức độ áp dụng khoa học công nghệ*: Khả năng tiếp cận và sử dụng công nghệ tiên tiến phụ thuộc vào năng lực quản lý và điều hành hợp tác xã. Đối với hợp tác xã tiêu dùng mức độ áp dụng khoa học công nghệ được phản ánh trên các tiêu chí sau:

+ Mức độ áp dụng công nghệ thông tin trong quản lý, bán hàng và kết nối thành viên (như thương mại điện tử, các ứng dụng quản lý); xây dựng hệ thống bán hàng trực tuyến hoặc thanh toán điện tử.

+ Khả năng thích nghi với xu hướng mới: Tính linh hoạt trong việc đáp ứng nhu cầu tiêu dùng thay đổi của thành viên; phát triển các dịch vụ mới hoặc cải thiện dịch vụ cũ để nâng cao giá trị cho thành viên.



- *Phát triển liên kết và hợp tác*: Khả năng hợp tác với các nhà cung cấp, đối tác trong và ngoài nước để đảm bảo nguồn hàng hóa ổn định và giá cả cạnh tranh; liên kết và hỗ trợ các thành viên tiêu thụ sản phẩm do chính họ sản xuất, hình thành mô hình sản xuất - tiêu dùng khép kín giữa các thành viên; tham gia các hiệp hội, mạng lưới hợp tác xã trong nước và quốc tế.

### **7.3. Tiêu chí thành viên, lợi ích thành viên và cộng đồng**

Mô hình hợp tác xã hoạt động khác doanh nghiệp bởi họ được hình thành chủ yếu để phục vụ thành viên. Vì vậy, số lượng thành viên và lợi ích mà hợp tác xã mang lại cho thành viên là tiêu chí quan trọng để đánh giá sự phát triển của hợp tác xã tiêu dùng. Các tiêu chí cụ thể bao gồm:

- *Số lượng thành viên*: Số lượng thành viên có ảnh hưởng lớn tới khả năng đáp ứng nhu cầu, nguyện vọng chung về kinh tế, văn hóa, xã hội của các thành viên trong mỗi hợp tác xã. Do đó, đây là một trong những tiêu chí đánh giá sự phát triển của hợp tác xã tiêu dùng. Tiêu chí này được đo lường bằng: Tổng số thành viên tham gia hợp tác xã và mức độ tăng trưởng thành viên qua thời gian; tỷ lệ thành viên và tỷ lệ thành viên sử dụng sản phẩm, hàng hóa dịch vụ được cung cấp bởi hợp tác xã.

- *Mức độ đáp ứng nhu cầu của thành viên*: Vai trò của hợp tác xã tiêu dùng là đáp ứng nhu cầu của thành viên về số lượng, giá cả, chất lượng hàng hóa và dịch vụ, sự sẵn có của các sản phẩm thiết yếu, đặc thù hoặc khả năng cung ứng hàng hóa, dịch vụ của hợp tác xã trong các tình huống cấp bách và phân phối lợi nhuận cho các thành viên. Mức độ hài lòng của khách hàng là thước đo đánh giá khả năng phục vụ thành viên của hợp tác xã.

- *Công tác thông tin tuyên truyền và đào tạo, bồi dưỡng*: Ngoài việc đáp ứng nhu cầu chung về sử dụng hàng hóa, dịch vụ của thành viên, hợp tác xã còn góp phần nâng cao năng lực cho các thành viên. Tỷ lệ thành viên hợp tác xã được thông tin, tuyên truyền và đào tạo bồi dưỡng là một trong những chỉ tiêu phản ánh lợi ích của thành viên.

- *Đóng góp cho cộng đồng*: Đóng góp của hợp tác xã tiêu dùng cho cộng đồng được đánh giá trên các khía cạnh: mức độ tạo việc làm cho cộng đồng; các hoạt động từ thiện; hoạt động của hợp tác xã thân thiện và bảo vệ môi trường như sử dụng sản phẩm thân thiện với môi trường, sử dụng tiết kiệm các nguồn lực; hỗ trợ tiêu thụ sản phẩm địa phương hoặc các hoạt động trợ giúp khác được cộng đồng công nhận.

### **7.4. Tiêu chí phát triển bền vững**

Ngoài ba nhóm tiêu chí trên, sự phát triển bền vững của hợp tác xã còn được đánh giá dựa trên sự duy trì tăng trưởng trong dài hạn, khả năng đối phó và vượt qua các khó khăn, thách thức, khả năng thích nghi với sự thay đổi của thị trường, công nghệ và xu hướng tiêu dùng của thành viên. Tiêu chí phát triển bền vững của hợp tác xã tiêu dùng bao gồm:

- *Kết quả sản xuất kinh doanh trong dài hạn*: Duy trì sự tăng trưởng về doanh thu, lợi nhuận trong nhiều năm là một trong những chỉ tiêu đánh giá sự phát triển bền vững của hợp tác xã tiêu dùng. Ngoài vai trò đảm bảo cung ứng hàng hóa với giá cả hợp lý và chất lượng tốt cho các thành viên thì việc mang lại lợi ích kinh tế trong dài hạn cho các thành viên còn phản ánh năng lực hoạt động của hợp tác xã tiêu dùng trong tương lai.

- *Khả năng đối phó với rủi ro*: So với doanh nghiệp, các hợp tác xã nói chung và hợp tác xã tiêu dùng nói riêng thường có quy mô nhỏ hơn, năng lực quản lý, điều hành còn hạn chế. Do vậy, khả năng vượt qua các cú sốc như thiên tai, dịch bệnh, tài chính, tiền tệ... để tồn tại và phát triển là một trong những tiêu chí quan trọng đo lường sức khỏe và sự phát triển bền vững của các hợp tác xã tiêu dùng.

- *Khả năng thích nghi với sự thay đổi*: Trong bối cảnh chuyển đổi số, sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin và khoa học kỹ thuật, nhu cầu và thị hiếu của người tiêu dùng cũng có sự thay đổi đáng kể về chủng loại hàng hóa, phương thức đặt hàng, phương thức thanh toán và hình thức vận chuyển hàng hóa. Sự thích nghi với xu hướng của thị trường và

thời đại phản ánh khả năng duy trì và hoạt động lâu dài của hợp tác xã tiêu dùng.

## 8. KẾT LUẬN

Hợp tác xã tiêu dùng là một loại hình kinh tế tập thể giúp đáp ứng nhu cầu tiêu dùng các sản phẩm hàng hóa, dịch vụ với giá cả hợp lý và chất lượng đảm bảo cho các thành viên. Quá trình hình thành và phát triển của hợp tác xã tiêu dùng bắt đầu từ thế kỷ XIX nhằm đáp ứng nhu cầu tiếp cận các sản phẩm hàng hóa, dịch vụ thiết yếu cho người lao động nghèo. Theo thời gian, hợp tác xã tiêu dùng ngày càng phát triển để đáp ứng nhu cầu đa dạng của thành viên. Ngày nay, với sự cạnh tranh gay gắt, hợp tác xã tiêu dùng có xu hướng hợp tác, liên kết quốc tế và ứng dụng công nghệ thông tin nhằm thỏa mãn nhu cầu tiêu dùng toàn cầu và tạo sự thuận tiện trong việc tiếp cận, vận chuyển và thanh toán cho người mua hàng.

Hợp tác xã tiêu dùng mang những đặc điểm của một hợp tác xã như chủ sở hữu là thành viên, phục vụ lợi ích của các thành viên. Tuy nhiên, lĩnh vực hoạt động của hợp tác xã tiêu dùng có sự khác biệt so với các hợp tác xã khác là đáp ứng nhu cầu sử dụng hàng hóa, dịch vụ cho thành viên thông qua hệ thống bán lẻ thực phẩm, đồ gia dụng, đồ dùng thiết yếu, y tế, hoặc cung cấp dịch vụ giáo dục và văn hóa. Thông qua đó, hợp tác xã tiêu dùng góp phần cải thiện các lợi ích kinh tế, xã hội và môi trường cho thành viên và cộng đồng bao gồm tăng cơ hội tiếp cận hàng hóa, dịch vụ, giảm chi phí mua hàng, phân chia lợi nhuận...; hợp tác xã tiêu dùng cũng góp phần nâng cao nhận thức trong việc lựa chọn và sử dụng sản phẩm hàng hóa, đồng thời cung cấp sản phẩm an toàn, chất lượng, thân thiện với môi trường cho thành viên và đảm bảo công bằng thông qua việc tăng khả năng tiếp cận sản phẩm hàng hóa, dịch vụ cho người nghèo và người thiệt thòi.

Hiện chưa có sự thống nhất trong phân loại hợp tác xã tiêu dùng. Tổng hợp từ các nghiên cứu có liên quan cho thấy, có sáu nhóm hợp tác xã tiêu dùng được phân loại dựa trên các tiêu chí: phạm vi hoạt động, lĩnh vực hoạt động, đối

tượng phục vụ, hình thức sở hữu và quản lý, sự ứng dụng công nghệ thông tin và mục tiêu phát triển.

Có thể sử dụng các chỉ tiêu định tính và định lượng nhằm đánh giá sự phát triển của một hợp tác xã nói chung và hợp tác xã tiêu dùng nói riêng bao gồm các nhóm: tiêu chí kinh tế, sự quản lý và điều hành, lợi ích mang lại cho thành viên và cộng đồng và tiêu chí phát triển bền vững. Tuy nhiên, trong các tiêu chí cụ thể, đánh giá sự phát triển của hợp tác xã tiêu dùng có sự khác biệt như khả năng đáp ứng nhu cầu của thành viên về số lượng, giá cả và chất lượng hàng hóa, dịch vụ; mức độ áp dụng công nghệ thông tin trong quản lý, bán hàng; sự thích nghi với sự thay đổi về nhu cầu và thị hiếu của người tiêu dùng.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Birchall J. (2017). The Governance of Large Co-operative Businesses. Technical report. Cooperatives UK.
- Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2020). Thông tư số 01/2020/TT-BKHĐT ngày 19/02/2020 Hướng dẫn phân loại và đánh giá hợp tác xã.
- Bùi Thị Nga (2022). Những vấn đề lý luận về phát triển hợp tác xã. Truy cập từ <https://file.vnua.edu.vn/data/39/documents/2022/01/02/btvkhoaakt/bai-hoi-thao-ly-luan-ve-htx.pdf> ngày truy cập 5/12/2024.
- Coop (2017). The Governance of large cooperative business. Retrieved from: <https://ica.coop/en/media/library/research-and-reviews/governance-large-co-operative-businesses> on Dec 5, 2024.
- Chu Tiến Quang (2024). Giải pháp phát triển hợp tác xã tiêu dùng. Kỷ yếu hội thảo: Tham vấn ý kiến chuyên gia, nhà khoa học, HTX về giải pháp phát triển HTX tiêu dùng. Hà Nội.
- Dương Tuấn Cương (2024). Phát triển hợp tác xã tiêu dùng trên thế giới và bài học kinh nghiệm cho Việt Nam. Kỷ yếu hội thảo: Tham vấn ý kiến chuyên gia, nhà khoa học, HTX về giải pháp phát triển HTX tiêu dùng. Hà Nội.
- Egorov V., Egorova S., Inshakov A. & Markarov A (2020). Consumer cooperation as a tool for sustainable rural development. E3S Web of Conferences. 208: 03003. DOI: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202020803003>.
- Euro Coop (2008). Consumer Co-operatives: Democracy - Development - Employment. Retrieved from: <http://www.eurocoop.org/>

- dmdocuments/publication\_report/ConsumerCooperatives08.pdf. on December 5, 2024.
- ICA (2024). Statement on the co-operative identity. Retrieved from: <https://ica.coop/en/cooperatives/cooperative-identity> on December 5, 2024.
- JCCU (2010). A Brief Chronicle of the Modern Japanese Consumer Cooperative Movement. Retrieved from: [https://jccu.coop/eng/public/pdf/a\\_brief\\_chronicle.pdf](https://jccu.coop/eng/public/pdf/a_brief_chronicle.pdf) on December 5, 2024.
- Karakas C. (2019). Cooperative: Characteristics, activities, status, challenges. European Parliamentary Research Service. PE. 635. 541 - February 2019.
- Kim S., Lee Y., Shin H. & Jan S. (2020). Korea's consumer cooperatives and civil society: the cases of iCOOP and Hansalim. In: *Waking the Asian Pacific Co-Operative Potential*. Academic Press. pp. 225-233.
- Luu Ngọc Lương (2024). Kinh nghiệm phát triển hợp tác xã tiêu dùng trên thế giới và gợi ý chính sách cho Việt Nam. Kỷ yếu hội thảo: Tham vấn ý kiến chuyên gia, nhà khoa học, HTX về giải pháp phát triển HTX tiêu dùng. Tổ chức tại Hà Nội, 2024.
- Macbabima P. (1991). ICA and the Development of Consumer Co-operative in Asia and the Pacific. Retrieved from [103.181.200.54:8080/jspui/bitstream/123456789/426/1/ICA\\_00070.pdf](http://103.181.200.54:8080/jspui/bitstream/123456789/426/1/ICA_00070.pdf) on March 16, 2025.
- Massimo B. & Nora A. (2022). Barriers to organizational learning and sustainability: The case of a consumer cooperative. *Journal of Co-operative Organization and Management*. 10(2): 100182.
- Nguyễn Quang Hợp (2021). Lý luận của thế giới về HTX. Truy cập từ <http://viennckti.edu.vn/bai-viet/Ly-Luan-Cua-The-Gioi-Ve-Hop-Tac-Xa-110.html> ngày 5/12/2024.
- Nguyễn Tiến Định (2024). Kinh nghiệm phát triển hợp tác xã tiêu dùng trên thế giới và gợi ý phát triển ở Việt Nam. Kỷ yếu hội thảo: Tham vấn ý kiến chuyên gia, nhà khoa học, HTX về giải pháp phát triển HTX tiêu dùng. Tổ chức tại Hà Nội, 2024.
- Nguyễn Thị Minh Hiền (2024). Hợp tác xã tiêu dùng ở Nhật Bản và bài học kinh nghiệm phát triển hợp tác xã cho Việt Nam. Kỷ yếu hội thảo: Tham vấn ý kiến chuyên gia, nhà khoa học, HTX về giải pháp phát triển HTX tiêu dùng. Tổ chức tại Hà Nội.
- Nguyễn Thị Ngọc Thủy (2024). Kinh nghiệm của Hàn Quốc trong việc xây dựng và hoạt động của mô hình hợp tác xã tiêu dùng. Kỷ yếu hội thảo: Tham vấn ý kiến chuyên gia, nhà khoa học, HTX về giải pháp phát triển HTX tiêu dùng. Tổ chức tại Hà Nội.
- Phạm Thị Tố Oanh (2024). Mô hình Hợp tác xã tiêu dùng - Xu hướng phát triển. Truy cập từ [https://vnbusiness.vn/mo-hinh/mo-hinh-hop-tac-xa-tieu-dung-xu-huong-phat-trien-1104407.html?gidzl=a15bHoT7kZQM3MT98b-xDfmAO4arLxivWW0sGpTLxpg50JOGD5FeEu1KDXX\\_1kDkZ](https://vnbusiness.vn/mo-hinh/mo-hinh-hop-tac-xa-tieu-dung-xu-huong-phat-trien-1104407.html?gidzl=a15bHoT7kZQM3MT98b-xDfmAO4arLxivWW0sGpTLxpg50JOGD5FeEu1KDXX_1kDkZ) ngày 05/12/2024.
- Quốc hội (2023). Luật Hợp tác xã. Truy cập từ <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Doanh-nghiep/Luat-Hop-tac-xa-2003-18-2003-QH11-51700.aspx> ngày 05/12/2024.
- Sadowski B.M. (2017). Consumer cooperatives as an alternative form of governance: The case of the broadband industry. *Economic Systems*. 41(1): 86-97.
- Talonen A., Jussila I., Saarijärvi H. & Rintamäki T. (2016). Consumer cooperatives: uncovering the value potential of customer ownership. *Academy of Marketing Science Review*. 6(3-4): 142-156. DOI: 10.1007/s13162-016-0083-2.
- Tuominen T., Tuominen P., Tuominen H. & Jussila I. (2013). Social capital: a source of sustained competitive advantage for consumer co-operatives. *International Business Research*. 6(12). 60-73.
- Wahn I.L (2023). The moralities of consumption and interactions among consumer cooperatives in East Asia. *Journal of Rural Studies*. Vol. 100. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2023.103018>.
- Yure M. & Deyganto K.O. (2024). Assessing the Role of Consumer Cooperatives in Improving Livelihood of the Members of Hawassa Zuria Woreda, Sidama Regional State, Ethiopia. *Qeios*, CC-BY 4.0. DOI:10.32388/84D4ZH.