HUTECH
Đại học Công nghệ Tp.HCM

29 HUTECH

# Kỷ yếu

# HỘI NGHỊ CÁC NHÀ KHOA HỌC TRẺ, HỌC VIÊN CAO HỌC VÀ NGHIÊN CỨU SINH LẦN THỨ NHẤT - NĂM 2024

TP. HCM, 12 tháng 4 năm 2024

NHÀ XUẤT BẢN GIAO THÔNG VẬN TẢI

HUTECH
Đại học Công nghệ Tp.HCM

# KỶ YẾU HỘI NGHỊ

## CÁC NHÀ KHOA HỌC TRẺ, HỌC VIÊN CAO HỌC VÀ NGHIÊN CỨU SINH LẦN THỨ NHẤT - NĂM 2024

TP. Hồ Chí Minh, ngày 12 tháng 4 năm 2024

NHÀ XUẤT BẢN GIAO THÔNG VẬN TẢI

**HỘI NGHỊ CÁC NHÀ KHOA HỌC TRẺ, HỌC VIÊN CAO HỌC VÀ NGHIÊN CỨU SINH LẦN THỨ NHẤT - NĂM 2024**

## CÁC MỐC THỜI GIAN

- Hạn tác giả gửi bài: **05/01/2024**;
- Hạn thông báo kết quả phản biện: **30/01/2024**;
- Hạn gửi bài hoàn chỉnh: **05/03/2024**;
- Ngày tổ chức: **12/04/2024**.

### BAN CHỈ ĐẠO

TS. Kiều Xuân Hùng
PGS. TS. Bùi Xuân Lâm
GS. TSKH. Hồ Đắc Lộc
PGS. TS. Võ Đình Bảy
PGS. TS. Ngô Cao Cường
GS. TS. Nguyễn Trung Kiên
PGS. TS. Nguyễn Thanh Phương
PGS. TS. Phan Đình Nguyên
TS. Bùi Văn Thế Vinh
TS. Nguyễn Quốc Anh

### BAN TRUYỀN THÔNG

ThS. Nguyễn Thị Xuân Dung
ThS. Nguyễn Trần Ngọc Phương
TS. Nguyễn Thành Luân
ThS. Lê Thị Ngọc Trâm

### BAN TỔ CHỨC

PGS. TS. Phạm Văn Việt
PGS. TS. Thái Văn Nam
TS. Kiều Lan Hương
TS. Lê Đình Lương
ThS. Hồ Đức Sinh
ThS. Nguyễn Quang Vinh
TS. Nguyễn Thành Luân
TS. Lê Ngô Ngọc Thu
PGS. TS. Nguyễn Phú Tụ
TS. Nguyễn Văn Nhanh
TS. Nguyễn Lệ Hà
TS. Võ Minh Thiện
TS. Huỳnh Quốc Bảo
PGS. TS. Trần Văn Tùng
TS. Trần Thị Trang
PGS. TS. Nguyễn Quyết Thắng
TS. Nguyễn Thị Kiều Thu
TS. Nguyễn Thành Đức
TS. Nguyễn Hoài Hương
ThS. Lê Thị Ngọc Trâm
CN. Nguyễn Hoàng Bảo Long

# LỜI MỞ ĐẦU

Hội nghị **Các Nhà khoa học trẻ, Học viên cao học và Nghiên cứu sinh** lần thứ nhất - năm 2024 do Trường Đại học Công nghệ TP. Hồ Chí Minh tổ chức là dịp gặp gỡ, trao đổi, chia sẻ kinh nghiệm và hoàn thiện các kỹ năng nghiên cứu cho các Nhà khoa học trẻ, Học viên cao học và Nghiên cứu sinh. Hội nghị là dịp để các nhà quản lý giáo dục đại học và các Nhà khoa học trẻ, Học viên cao học và Nghiên cứu sinh nhìn nhận vai trò quan trọng của nghiên cứu khoa học, chuyển giao công nghệ từ quá trình học tập ra đời sống và ứng dụng thực tiễn.

Các bài báo được chọn đăng trong Kỷ yếu Hội nghị tập trung vào các nội dung chính sau:

- *Tiểu ban Kỹ thuật - Công nghệ bao gồm:* Kỹ thuật Ô tô và Cơ - Điện - Điện tử; Công nghệ Sinh học và Tài nguyên - Môi trường; Xây dựng.
- *Tiểu ban Kinh tế - Xã hội bao gồm*: Tài chính - Thương mại; Quản trị Kinh doanh; Tiếng Anh; Luật học; Khoa học Xã hội.

Hội nghị năm nay thu hút được 76 bài báo khoa học toàn văn của hơn 220 tác giả đến từ các Trường Đại học và các đơn vị nghiên cứu trên toàn quốc. Điều đáng mừng không phải là số lượng mà chính là chất lượng của các bài viết đã được nâng lên đáng kể qua cách thực hiện các công đoạn nghiên cứu công phu và qua những giải pháp đề xuất có đầy đủ cơ sở khoa học.

Ban biên tập chân thành cảm ơn sự đóng góp nhiệt tình của các tác giả có bài in trong Kỷ yếu Hội nghị. Kính chúc các tác giả sức khỏe và gặt hái được nhiều thành công trong học tập và nghiên cứu khoa học.

Xin cảm ơn các thành viên trong Ban tổ chức đã làm việc hết sức trách nhiệm trong công tác bình duyệt các bài báo và chuẩn bị xuất bản cuốn Kỷ yếu này.

*TP. Hồ Chí Minh ngày 12 tháng 04 năm 2024*

**TM. Ban tổ chức**

**PGS. TS. Phạm Văn Việt**

# MỤC LỤC

## TIỂU BAN KỸ THUẬT - CÔNG NGHỆ
### PHÂN BAN KỸ THUẬT Ô TÔ VÀ CƠ - ĐIỆN - ĐIỆN TỬ

1. GIẢI PHÁP KHỬ MÙI DIỆT KHUẨN HỆ THỐNG ĐIỀU HÒA KHÔNG KHÍ Ô TÔ, *Nguyễn Hữu Thạnh , Lê Thắng, Nguyễn Văn Nhanh*…….....…...9

2. THIẾT KẾ THIẾT BỊ GIÁM SÁT TÌNH TRẠNG KỸ THUẬT CỦA CÁC DÒNG XE THƯƠNG MẠI TỪ XA, *Cao Gia Bảo, Nguyễn Văn Nhanh*…….....15

3. XÂY DỰNG QUY TRÌNH ĐÁNH GIÁ CHẤT LƯỢNG Ô TÔ ĐÃ QUA SỬ DỤNG, *Nguyễn Văn Ngọc, Lê Trí Hiếu, Nguyễn Văn Nhanh*…….....22

4. KHẢO SÁT ĐỘ ÊM DỊU CHUYỂN ĐỘNG CỦA Ô TÔ SEDAN TRÊN ĐIỀU KIỆN MẶT ĐƯỜNG THEO TIÊU CHUẨN ISO 2631-1:1997, *Nguyễn Hữu Thuận, Nguyễn Văn Giao*.....33

5. THIẾT KẾ TÍNH TOÁN THỜI GIAN DỊCH VỤ BẢO DƯỠNG SỬA CHỮA NÂNG CAO HIỆU QUẢ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ KHÁCH HÀNG TẠI ĐẠI LÝ Ô TÔ MITSUBISHI LÂM ĐỒNG, *Nguyễn Văn Đạt, Lê Trí Hiếu*……..…….43

6. CHUYỂN ĐỔI VÀ ĐÁNH GIÁ XE MÁY SỬ DỤNG NHIÊN LIỆU LPG, *Hồ Trọng Du*..……..…….....52

7. XÂY DỰNG HỆ THỰC HÀNH BIẾN TẦN – ĐỘNG CƠ KHÔNG ĐỒNG BỘ BA PHA GIAO TIẾP MÁY TÍNH SỬ DỤNG GIAO DIỆN LABVIEW, *Trương Bảo Long, Phạm Mạnh Toàn*……60

8. NGHIÊN CỨU ỨNG DỤNG CÁC MÔ HÌNH CHUỖI THỜI GIAN CÓ XÉT TÍNH MÙA VỤ TRONG DỰ BÁO SẢN LƯỢNG ĐIỆN NĂNG HÀNG THÁNG, *Hoàng Trung Thông, Hoàng Mạnh Hùng, Trần Anh Hải, Trần Nam Anh*……..67

## PHÂN BAN CÔNG NGHỆ SINH HỌC VÀ TÀI NGUYÊN - MÔI TRƯỜNG

9. ĐÁNH GIÁ RỦI RO MÔI TRƯỜNG DO KHÍ THẢI CÔNG NGHIỆP TỪ KHU CÔNG NGHIỆP PHÚ MỸ 1, TỈNH BÀ RỊA - VŨNG TÀU, *Đinh Đức Hoà, Trịnh Trọng Nguyễn, Võ Thanh Huy, Thái Văn Nam*……79

10. NGHIÊN CỨU CƠ SỞ KHOA HỌC VÀ THỰC TIỄN NHẰM XÂY DỰNG CƠ CHẾ KÝ QUỸ MÔI TRƯỜNG ĐỐI VỚI CÁC DỰ ÁN KHAI THÁC, CHẾ BIẾN KHOÁNG SẢN VÙNG ĐÔNG NAM BỘ, *Đinh Thị Minh Hương, Thái Văn Nam*……88

11. DỰ BÁO LỚP PHỦ SỬ DỤNG ĐẤT BẰNG MÔ HÌNH CA - MARKOV TẠI HUYỆN DẦU TIẾNG, TỈNH BÌNH DƯƠNG, *Hà Tuấn Cường, Trần Lê Quang, Trần Hà Phương, Trần Thị Lập Xuân*……97

12. KHẢO SÁT CÁC CHỈ TIÊU HOÁ LÝ VÀ THÀNH PHẦN HOÁ HỌC CỦA CỦ ĐẠI KÍCH BIỂN *(Pouzolzia Zeylanica)* TRỒNG TRÊN VÙNG CÁT BIỂN TẠI HUYỆN THẠNH PHÚ, TỈNH BẾN TRE, *Ngô Trần Thuỳ Trang, Quách Thanh Thanh, Phù Tường Nguyên Dũng, Phạm Minh Nhựt*……107

13. KHẢO SÁT KHẢ NĂNG SINH CÁC HỢP CHẤT BAY HƠI (VOCS) HỖ TRỢ TĂNG TRƯỞNG CÂY TRỒNG VÀ KHÁNG NẤM *Aspergillus Flavus* TỪ CÁC CHỦNG *Bacillus* RỄ CÂY ĐẬU PHỘNG, *Lê Kim Ngọc, Lê Lâm Hoàng Anh, Trịnh Lai Lợi, Nguyễn Hoài Hương*……113

14. NGHIÊN CỨU TRÍCH XUẤT MÀU TỰ NHIÊN TỪ LÁ CÂY VÀ ÁP DỤNG IN TRÊN VẢI BẰNG KỸ THUẬT IN SINH THÁI, *Nguyễn Hồng Khiêm*……120

## PHÂN BAN XÂY DỰNG

15. VAI TRÒ CỦA CÁC CƠ QUAN THANH TRA ĐỐI VỚI CÔNG TÁC QUẢN LÝ TRẬT TỰ XÂY DỰNG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH, *Trần Quốc Hoàng, Nguyễn Văn Giang*……135

16. ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG GIÁM SÁT XÂY DỰNG THÔNG QUA NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP CỦA CÔNG TY TƯ VẤN Ở THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH, *Nguyễn Thanh Duy, Trần Hải Sơn, Nguyễn Trọng Đức, Nguyễn Văn Giang*……144

17. PHÂN TÍCH ỔN ĐỊNH MÁI DỐC SỬ DỤNG PHƯƠNG PHÁP CÂN BẰNG GIỚI HẠN VÀ PHƯƠNG PHÁP PHẦN TỬ HỮU HẠN, *Nguyễn Trường An, Võ Minh Thiện*……148

18. SỬ DỤNG MÁY BAY KHÔNG NGƯỜI LÁI (UAV) ĐỂ NÂNG CAO HIỆU QUẢ KIỂM SOÁT GIAO THÔNG VẬN TẢI TẠI THÀNH PHỐ THỦ ĐỨC, *Trần Hoàng Yến, Nguyễn Sơn Lâm* ……156

# TIỂU BAN KINH TẾ - XÃ HỘI

## PHÂN BAN TÀI CHÍNH - THƯƠNG MẠI

19. HOÀN THIỆN CÔNG TÁC KẾ TOÁN TẠI BỆNH VIỆN ĐẠI HỌC Y DƯỢC THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH, *Nguyễn Thùy Dương*……169

20. NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CHẤT LƯỢNG THÔNG TIN KẾ TOÁN TRÊN BÁO CÁO TÀI CHÍNH CỦA CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOÀI CÔNG LẬP TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH, *Phạm Khả Vy*……177

21. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN KẾ TOÁN QUẢN TRỊ CHI PHÍ THEO PHƯƠNG PHÁP KAIZEN COSTING TẠI CÁC DOANH NGHIỆP NHẬT BẢN TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH, *Trần Phúc Hậu*……186

22. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CÔNG TÁC KẾ TOÁN QUẢN TRỊ TẠI CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOÀI CÔNG LẬP TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH, *Trương Quang Hiếu*……197

23. HOÀN THIỆN TỔ CHỨC CÔNG TÁC KẾ TOÁN TẠI BỆNH VIỆN BỆNH NHIỆT ĐỚI, *Nguyễn Thị Ngọc Hiếu*……..207

24. HOÀN THIỆN HỆ THỐNG KIỂM SOÁT NỘI BỘ THEO HƯỚNG QUẢN TRỊ RỦI RO TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN QUÂN ĐỘI – CHI NHÁNH BẮC SÀI GÒN, *Phạm Thị Thu Phương*……218

25. THỰC TRẠNG CHI PHÍ TUÂN THỦ THUẾ THU NHẬP DOANH NGHIỆP TẠI CÁC DOANH NGHIỆP TRÊN ĐỊA BÀN QUẬN TÂN BÌNH, THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH, *Nguyễn Trọng Tân*……226

26. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN VIỆC VẬN DỤNG KẾ TOÁN QUẢN TRỊ TẠI CÁC CÔNG TY SẢN XUẤT THÉP TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH, *Nguyễn Thị Diệu*……..233

27. THỰC TRẠNG VẬN DỤNG KẾ TOÁN QUẢN TRỊ TẠI CÁC DOANH NGHIỆP SẢN XUẤT THỰC PHẨM KHU VỰC THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH, *Trần Thị Kiều Oanh*……..241

28. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN VIỆC LỰA CHỌN CÔNG TY DỊCH VỤ KẾ TOÁN CỦA CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH, *Huỳnh Tấn Lực*……..248

29. VẬN DỤNG THẺ ĐIỂM CÂN BẰNG ĐỂ ĐÁNH GIÁ THÀNH QUẢ HOẠT ĐỘNG TẠI BỆNH VIỆN NHI ĐỒNG 2, *Hà Thị Kim Cúc*……257

30. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CHI PHÍ TUÂN THỦ THUẾ CỦA CÁC DOANH NGHIỆP FDI TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH, *Phan Công Luận*……270

31. CÁC NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN CHẤT LƯỢNG THÔNG TIN TRÊN BÁO CÁO TÀI CHÍNH CỦA CÁC CHI NHÁNH NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH, *Nguyễn Thị Thắm*……277

32. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN KẾ TOÁN QUẢN TRỊ DỰA TRÊN PHƯƠNG PHÁP PHÂN BỔ CHI PHÍ ƯỚC TÍNH THEO MỨC ĐỘ HOẠT ĐỘNG (ABC) CHO CÁC DOANH NGHIỆP SẢN XUẤT TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH, *Trần Phúc Hậu, Trương Quang Hiếu*……285

33. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN VẬN DỤNG KẾ TOÁN QUẢN TRỊ CHI PHÍ TẠI CÁC CÔNG TY CHẾ BIẾN THỰC PHẨM TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH, *Phạm Thị Ngọc Hiền*……296

34. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CHẤT LƯỢNG THÔNG TIN KẾ TOÁN TẠI CÁC DOANH NGHIỆP NGÀNH THỜI TRANG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH, *Nguyễn Cao An Nguyên, Trần Phúc Hậu*……307

35. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN VẬN DỤNG KẾ TOÁN QUẢN TRỊ TẠI CÁC CÔNG TY XÂY LẮP TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH LONG AN, *Trần Thị Ngọc Châu*……..316

36. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ LỰA CHỌN DỊCH VỤ KẾ TOÁN CỦA CÁC DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI KHU VỰC THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH, *Nguyễn Như Ý*

……323

37. VẬN DỤNG THẺ ĐIỂM CÂN BẰNG ĐỂ XÁC ĐỊNH CHỈ TIÊU ĐO LƯỜNG THÀNH QUẢ HOẠT ĐỘNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM (BIDV), *Phạm Long Giang*……333

38. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN VẬN DỤNG KẾ TOÁN QUẢN TRỊ TẠI CÁC DOANH NGHIỆP KINH DOANH GỖ TRÊN ĐỊA BÀN TÌNH BÌNH DƯƠNG, *Lâm Thải Ngọc*……..344

## PHÂN BAN QUẢN TRỊ KINH DOANH

39. GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN HẢI QUAN ĐIỆN TỬ ĐỐI VỚI HÀNG HÓA XUẤT NHẬP KHẨU TẠI CHI CỤC HẢI QUAN MỸ PHƯỚC TỈNH BÌNH DƯƠNG, *Nguyễn Thành Phong, Lê Ngô Ngọc Thu, Phạm Duy Anh, Trần Đình Lâm Anh*……..355

40. PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG SẢN XUẤT VÀ KINH DOANH XUẤT KHẨU HÀNG PHỤ TRỢ - TRƯỜNG HỢP CÔNG TY LIDOVIT, *Huỳnh Chí Giỏi, Nguyễn Ngọc Quỳnh , Nguyễn Hoàng Cẩm Tú* ……..364

41. MỘT SỐ GIẢI PHÁP CẢI THIỆN HOẠT ĐỘNG GIAO NHẬN HÀNG NHẬP KHẨU NGUYÊN CONTAINER TUYẾN TRUNG QUỐC - VIỆT NAM BẰNG ĐƯỜNG BIỂN TẠI CÔNG TY TNHH GIAO NHẬN TOÀN CẦU GS, *Huỳnh Chí Giỏi, Mai Thị Trà My, Nguyễn Thị Tuyết*……..373

42. THỰC TRẠNG QUY TRÌNH GIAO NHẬN HÀNG HÓA XUẤT KHẨU BẰNG ĐƯỜNG HÀNG KHÔNG CỦA CÔNG TY VIETRANS SAIGON LOGISTICS TẠI KHO TCS (CÔNG TY CỔ PHẦN DỊCH VỤ HÀNG HÓA TÂN SƠN NHẤT), *Võ Thị Như Thảo, Đào Thăng Long, Nguyễn Thị Thanh Diệu*……....380

43. THỰC TRẠNG QUY TRÌNH KHAI BÁO HẢI QUAN XUẤT KHẨU CHO HÀNG HÓA BẰNG ĐƯỜNG HÀNG KHÔNG TẠI CÔNG TY TNHH ADDICON LOGISTICS MANAGEMENT (VN), *Võ Thị Như Thảo, Nguyễn Thị Kim Huệ , Hồ Ngọc Mỹ Linh*……391

44. MỘT SỐ GIẢI PHÁP THÚC ĐẨY HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU HẠT ĐIỀU VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG CHÂU ÂU, *Đàm Phương Nam, Huỳnh Chí Giỏi*……....398

45. NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HÀNH VI ĐỊNH GIÁ CỦA ĐỊNH GIÁ VIÊN TRONG QUÁ TRÌNH XÁC ĐỊNH GIÁ ĐẤT, *Bùi Thị Diệu, Nguyễn Thanh Lân*……407

46. NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN ĐỘNG LỰC LÀM VIỆC THÔNG QUA SỰ HÀI LÒNG CỦA NGƯỜI LAO ĐỘNG TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VIỆT Á LAND, *Huỳnh Thị Kim Loan, Nguyễn Quyết Thắng*……418

47. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN TÀI SẢN THƯƠNG HIỆU TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH THEO CẢM NHẬN CỦA SINH VIÊN: CƠ SỞ LÝ LUẬN, *Nguyễn Kiều Oanh, Bùi Nhật Lê Uyên* ……...428

48. DỊCH VỤ CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG QUA TRANG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TẠI CÔNG TY SHOPEE, *Nguyễn Thanh Trường An* ……437

49. GIẢM DƯ LƯỢNG THUỐC BẢO VỆ THỰC VẬT TRÊN NÔNG SẢN SAU THU HOẠCH – GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG NÔNG SẢN VIỆT NAM, *Võ Văn Nhật Thành, Võ Thị Như Thảo*……445

50. THỰC TRẠNG VÀ MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẰM NÂNG CAO QUYẾT ĐỊNH MUA HÀNG TRÊN ỨNG DỤNG MUA SẮM LAZADA CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH, *Phạm Thị Thanh Loan, Vũ Đức Trọng, Nguyễn Phước Trường, Nguyễn Hoàng Tuấn, Lê Ngọc Út* ……453

51. HOÀN THIỆN QUY TRÌNH BÁN HÀNG TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN TRUYỀN THÔNG 198X, *Nguyễn Thị Kim Ngân, Nguyễn Dương Linh, Nguyễn Ngọc Bích Trâm, Tôn Thị Thanh Tuyền*……460

52. HOÀN THIỆN QUY TRÌNH TỔ CHỨC SỰ KIỆN TẠI CÔNG TY TNHH YAH SOLUTION, *Nguyễn Thị Kim Ngân, Nguyễn Dương Linh, Nguyễn Tấn Đạt, Vũ Thị Thúy Hoài*……468

53. GIẢI PHÁP THÔI THÚC MUA HÀNG NGẪU HỨNG CỦA SINH VIÊN TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH THÔNG QUA LIVESTREAM. TRƯỜNG HỢP NGHIÊN CỨU TRÊN NỀN TẢNG MẠNG XÃ HỘI TIKTOK SHOP, *Nguyễn Dương Linh, Huỳnh Thị Yến Nhi, Trần Hữu Kiên*……474

54. GIẢI PHÁP THÚC ĐẨY Ý ĐỊNH MUA SẮM TRỰC TUYẾN TRÊN TIKTOK SHOP CỦA SINH VIÊN TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH, *Nguyễn Dương Linh, Lý Ân Ân, Lê Minh Thân* ……483

55. NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN TÍNH MINH BẠCH THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG BẤT ĐỘNG SẢN NHÀ Ở ĐÔ THỊ HÀ NỘI, *Phạm Thị Ngọc Anh, Nguyễn Thanh Lân*……493

56. GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN QUY TRÌNH CUNG CẤP DỊCH VỤ DIGITAL MARKETING TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN BEYOND COMMUNICATION, *Hồ Thị Bích Tuyền, Phan Thị Ngọc Ánh, Ngô Thị Diễm Quỳnh*……504

57. THỰC TRẠNG CÁC CÔNG CỤ DIGITAL MARKETING TẠI CÔNG TY TNHH CÔNG NGHỆ ENMASYS, *Hà Thị Thùy Trang, Phạm Hồng Hạnh, Lê Trung Tiến*……510

58. ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ CONTENT MARKETING TRÊN FANPAGE TẠI CÔNG TY TNHH CÔNG NGHỆ ENMASYS, *Hà Thị Thùy Trang, Nguyễn Thị Tuyết Nhung, Nguyễn Thị Diễm Huỳnh*……518

59. GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN MARKETING ONLINE TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VNO, *Phạm Ngọc Hiển, Nguyễn Ngọc Bảo Châu, Nguyễn Đoan Bảo Vy* ……...528

60. THỰC TRẠNG NGUỒN NHÂN LỰC HOẠT ĐỘNG DU LỊCH NÔNG NGHIỆP: NGHIÊN CỨU TẠI HUYỆN PHONG ĐIỀN, THÀNH PHỐ CẦN THƠ, *Trương Trí Thông, Nguyễn Trọng Nhân, Nguyễn Huỳnh Phước Thiện*……533

## PHÂN BAN TIẾNG ANH

61. THE EMPLOYMENT OF ESP VOCABULARY LEARNING STRATEGIES OF NON ENGLISH MAJORS AT VIETNAM AVIATION ACADEMY, *Tran Thi Hong Phuc, Nguyen Thi Kieu Thu*……...541

62. A LITERATURE REVIEW OF IMPLEMENTING BLENDED LEARNING IN TEACHING ENGLISH SPEAKING SKILLS IN HIGHER EDUCATION, *Truong Anh Linh*……550

63. STUDENT AGENCY IN INTERCULTURAL COMMUNICATIVE COMPETENCE DEVELOPMENT: A LITERATURE REVIEW, *Phan Thi Thuy Tram*……...558

64. APPLYING TECHNOLOGICAL DEVICES IN THE ASSESSMENT OF ENGLISH LISTENING SKILLS AT HO CHI MINH CITY COLLEGE OF TRANSPORT, *Le Ho Minh Giang*……568

65. STUDENT COURSE EVALUATION: A LITERATURE REVIEW, *Bui Ngoc Thanh*.....576

66. AN EVALUATION OF ESP TEXTBOOK "AVIATION ENGLISH FOR ICAO COMPLIANCE" FOR AIR TRAFFIC CONTROLLER STUDENTS AT VIETNAM AVIATION ACADEMY, *Do Thi Thanh Truc, Nguyen Thi Kieu Thu* ……...582

67. A COMPARATIVE REVIEW OF FACTORS INFLUENCING MASTERY IN ENGLISH PRONUNCIATION AMONG ENGLISH MAJOR STUDENTS AT THE UNIVERSITY LEVEL, *Tu Tieu Cam*……591

## PHÂN BAN LUẬT HỌC

68. HOÀN THIỆN KHUNG PHÁP LÝ VỀ NGƯỜI CÓ KHÓ KHĂN TRONG NHẬN THỨC VÀ LÀM CHỦ HÀNH VI TRONG BỘ LUẬT DÂN SỰ 2015, *Trần Minh Chiến, Lê Văn Sơn*……601

69. PHÁP LUẬT VỀ HỢP NHẤT, SÁP NHẬP, MUA LẠI TỔ CHỨC TÍN DỤNG, *Nguyễn Thị Mỹ Linh*……...608

70. XÂY DỰNG KHUNG PHÁP LÝ PHÁT TRIỂN DU LỊCH XANH - DU LỊCH BỀN VỮNG TỪ THỰC TIỄN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH, *Nguyễn Thị Mỹ Linh*……..…….616

71. GIẢI QUYẾT TRANH CHẤP GIỮA NHÀ ĐẦU TƯ NƯỚC NGOÀI VỚI NƯỚC TIẾP NHẬN ĐẦU TƯ THEO ICSID, *Bùi Thị Yến Nhi, Phan Lê Khánh Trang, Lê Phạm Hoàng Phát*……..623

72. CÁC TRANH CHẤP ĐIỂN HÌNH LIÊN QUAN PHẠM VI BẢO HIỂM VÀ LOẠI TRỪ TRÁCH NHIỆM BẢO HIỂM, *Lê Phạm Hoàng Phát, Phan Lê Khánh Trang, Bùi Thị Yến Nhi*……630

73. THỰC TRẠNG VÀ KIẾN NGHỊ NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG VÀ HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG CỦA ĐẠI LÝ BẢO HIỂM, *Lê Phạm Hoàng Phát, Phan Lê Khánh Trang, Bùi Thị Yến Nhi*……636

74. THỰC TIỄN THỰC HIỆN CHÍNH SÁCH TIỀN TỆ QUỐC GIA CỦA NGÂN HÀNG NHÀ NƯỚC VIỆT NAM TRONG NĂM 2018 ĐẾN NAY – KHUYẾN NGHỊ, *Phan Lê Khánh Trang, Bùi Thị Yến Nhi, Lê Phạm Hoàng Phát*……642

## PHÂN BAN KHOA HỌC XÃ HỘI

75. VẬN DỤNG CHIẾN THUẬT ĐỌC "SQ3R" VÀO DẠY HỌC ĐỌC HIỂU CHO HỌC SINH THPT THEO ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN NĂNG LỰC, *Trịnh Văn Sỹ*……..651

76. TIỂU THUYẾT "XA NGOÀI KIA NƠI LOÀI TÔM HÁT" VÀ PHIM ĐIỆN ẢNH CÙNG TÊN NHÌN TỪ LÝ THUYẾT VĂN HÓA ĐẠI CHÚNG, *Dương Thị Út Giàu*……..659

# TIỂU BAN: KỸ THUẬT - CÔNG NGHỆ

## PHÂN BAN
## KỸ THUẬT Ô TÔ VÀ CƠ - ĐIỆN - ĐIỆN TỬ

# GIẢI PHÁP KHỬ MÙI DIỆT KHUẨN HỆ THỐNG ĐIỀU HÒA KHÔNG KHÍ Ô TÔ

**Nguyễn Hữu Thạnh*, Lê Thắng, Nguyễn Văn Nhanh**
Viện Kỹ thuật, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: thanh2008.toanphat@gmail.com.

## TÓM TẮT

Tác giả đưa ra giải pháp khử mùi diệt khuẩn hệ thống điều hòa không khí bằng đèn cực tím chiếu xạ tia UVC với các kết quả tính toán tham chiếu và số liệu thực nghiệm có độ tin cậy và chính xác cao, giải pháp khử mùi diệt khuẩn này có những ưu điểm nổi bật là không chỉ khử mùi diệt khuẩn môi trường không khí xử lý ô nhiễm bề mặt mà còn được khẳng định bởi tính năng tự làm sạch dàn lạnh, giải pháp khử mùi diệt khuẩn bằng đèn cực tím giải quyết vấn đề ô nhiễm môi trường không khí phát sinh từ bên trong và bên ngoài xe ô tô để đưa vào cabin xe ô tô không khí sạch tốt cho sức khỏe con người, bằng phương pháp nghiên cứu tính toán và thực nghiệm, tác giả đã đưa ra giải pháp khử mùi diệt khuẩn hệ thống điều hoà không khí ô tô.
*Từ khóa:* Tia UVC; khử mùi diệt khuẩn; hệ thống điều hoà không khí; dàn lạnh; cabin xe.

## 1. Tổng quan

Điều hòa không khí xe ô tô là một thiết bị kỹ thuật can thiệp vào môi trường không khí trong không gian cần điều hòa để làm thay đổi môi trường không khí bên trong cabin ô tô. Ngoài mục đích thay đổi và tuần hoàn không khí ra hệ thống điều hòa không khí ô tô còn làm thay đổi nhiệt độ và độ ẩm môi trường không khí bên trong cabin xe ô tô trong phạm vi cho phép nhằm giảm sự khó chịu bực bội cho con người. [3] Ô nhiễm môi trường không khí hiện nay rất nghiêm trọng và được quan tâm đặc biệt từ mỗi cá nhân mỗi gia đình, xã hội và mỗi quốc gia, cách riêng ô nhiễm môi trường không khí trong không gian cabin xe ô tô là nguồn ô nhiễm môi trường không khí từ bên ngoài được quạt dàn lạnh hút vào bên trong xe, hoặc do chính các đồ vật bên trong xe ô tô gây ra hay do chính những vật dụng mà chính con người mang lên xe, ô nhiễm môi trường không khí từ chính dàn lạnh của hệ thống điều hòa không khí ô tô gây ra đây là mối nguy hại, ảnh hưởng đến sức khỏe con người mà ít được người sử dụng quan tâm chú ý đến, chính vì lý do trên mà tác giả nghiên cứu giải pháp khử mùi diệt khuẩn hệ thống điều hòa không khí trên xe ô tô.

Với cơ sở lý thuyết về hệ thống điều hòa không khí ô tô, về sự biến đổi môi trường không khí theo hướng ô nhiễm môi trường không khí ngày càng tăng, về các giải pháp xử lý khử mùi diệt khuẩn môi trong không khí đã được tìm hiểu và so sánh tác giả đưa ra giải pháp khử mùi diệt khuẩn hệ thống điều hòa không khí bằng đèn cực tím chiếu xạ tia UVC, với các kết quả tính toán và số liệu thực nghiệm có độ tin cậy và chính xác cao, giải pháp này có những ưu điểm nổi bậc là không chỉ khử mùi diệt khuẩn môi trường không khí mà còn được khẳng định bởi chức năng tự làm sạch dàn lạnh. Với ưu điểm nổi bậc của tia cực tím chiếu xạ tia UVC có tính năng kiềm hãm và tiệt tiêu các mầm bệnh tìm ẩn có nguy cơ gây nguy hại cho sức khỏe con ngườin, đặc biệt đối với dàn lạnh trong hệ thống điều hòa không khí xe ô tô khi hoạt động luôn luôn ẩm ướt đây chính là môi trường thuận lợi để vi khuẩn, mầm bệnh và nấm mốc sinh sôi nảy nở, cần thiết phải xử lý ô nhiễm môi trường không khi này nhằm tạo ra không khí sạch trong lành hơn góp phần bảo vệ sức khỏe của chính những người trên xe. Kết quả của giải pháp này có ý nghĩa thực tiễn cao, cần được nghiên cứu phát triển.

## 2. Phương pháp

### *2.1 Xác định mức độ bực bội của con người khi môi trường không khí thay đổi*

Có thể xác định mức độ cảm nhận về sự thích nghi của con người ứng với từng thông số

trạng thái môi trường bên ngoài đến cơ thể sao cho phù hợp nhất, các nhà nghiên cứu Mỹ *(The Natioal Weather Service of National Oceanic and Atmospheric Administration)* đề nghị công thức sau:[3]

$$DI = 0,72(t_0 + t_{ur}) + 40,6 \quad (1)$$

**Trong đó:**

DI: là chỉ số bực bội

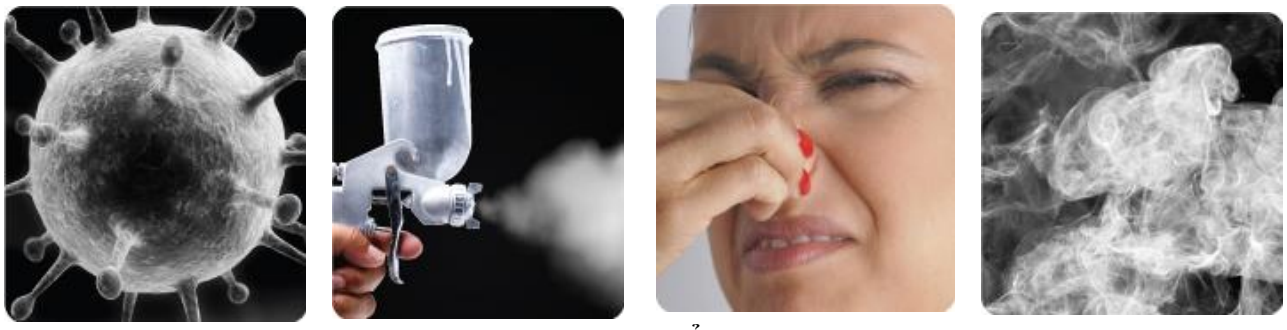
$t_0$: đo bằng nhiệt kế khô, là nhiệt độ không khí xung quanh, $^0C$

$t_{ur}$: là nhiệt độ nhiệt kế ướt, $^0C$

Tham khảo các số liệu sau đối với cơ thể con người Châu Á: Khi DI $\geq$ 75 : hơi nóng, Khi DI $\geq$ 80 : đủ nóng để đổ mồ hôi, Khi DI $\geq$ 85: rất nóng

### *2.2 Tính năng khử mùi diệt khuẩn bằng đèn cực tím UVC*

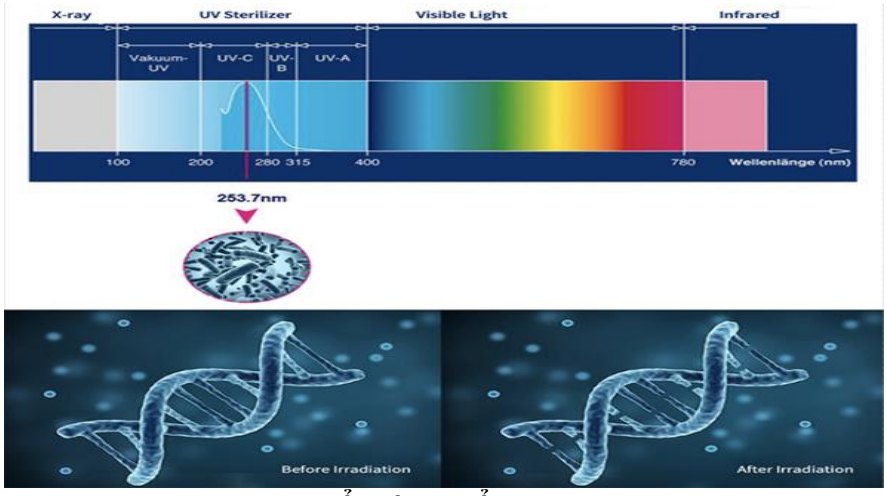
| | | | |
|---|---|---|---|
| Loại bỏ các vi sinh vật gây hại trong không khí và bề mặt dàn lạnh ĐHKK xe ô tô | Khả năng phân hủy hợp chất hữu cơ bay hơi (VOC) và các hợp chất hữu cơ khác | Loại bỏ các khí hóa học nguy hiểm khác. | Giảm mùi khó chịu |



**Hình 1. Tính năng diệt khuẩn, khử mùi**

**của tia UV** ***2.3 Tính toán thời gian chiếu xạ đèn UV***

Ở bước sóng **254 nm** tia UVC được khẳng định có khả năng khử mùi diệt khuẩn cao nhất




**Hình 2. Quang phổ diệt khuẩn, khử mùi của tia UV**

Công thức tính liều lượng tia UV đây chính là lượng năng lượng tia trên một diện tích đơn vị được tính tia UV trên bề mặt. [2]

**Liều lượng = Cường độ x Thời gian (mJ/cm²) *** **(2)**

**Trong đó:** * Cường độ là đại lượng được xác định bởi công suất của đèn UV và thời gian tiếp xúc với tia UV.

Môi trường không khí luôn luôn tuần hoàn khi hệ điều hòa không khí hoạt động nhằm tuần hoàn không khí trong không gian cabin xe ô tô, vì vậy không thể tất cả các phần tử không khí hoặc sinh vật đều có cùng thời gian tiếp xúc với đèn UV để diệt khuẩn, dựa vào yêu cầu về liều lượng tia cực tím – trên cm vuông (mJ/cm$^2$) ta tính toán được thời gian chiếu xạ tia UVC với cường độ đo được là **610$\mu w/cm^2$** theo công thức sau:

**Tính toán thời gian chiếu đèn để UV như sau:**

$$\textbf{Thời gian chiếu xạ} = \frac{\textbf{Liều lượng tia uvc}}{\textbf{Cường độ tia uvc}} \qquad \textbf{(3)}$$

Trong đó liều lượng tia UVC với từng loại vi rút, vi khuẩn xác định theo bảng tham chiếu sau:

**Bảng 1. Liều lượng tia UV đối với từng loại vi khuẩn, vi rút**

| Loại | Tác động lũy thừa | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **PATHOGENS** | 0.5 | 1.0 | 1.5 | 2.0 | 3.5 | 3.0 | 3.5 | 4.0 |
| **CRYPTOSPORIDIUM** | 1.6 | 2.5 | 3.9 | 5.8 | 8.5 | 12 | 15 | 22 |
| **GIARDIA** | 1.5 | 2.1 | 3.0 | 5.2 | 7.7 | 11 | 15 | 22 |
| **VI-RÚT** | 39 | 58 | 79 | 100 | 121 | 143 | 163 | 186 |

Cụ thể tính thời gian chiếu xạ của virut ở tác động lũy thừa với số liệu tham chiếu (121 mJ / cm 2 = 121000$\mu w/cm2$) xác định được thời gian chiếu xạ như sau:

$$\textbf{Thời gian chiếu xạ} = \frac{\textbf{Liều lượng tia uvc}}{\textbf{Cường độ tia uvc}} = \frac{121000}{610} = \textbf{198,36s = 3,3 phút}$$

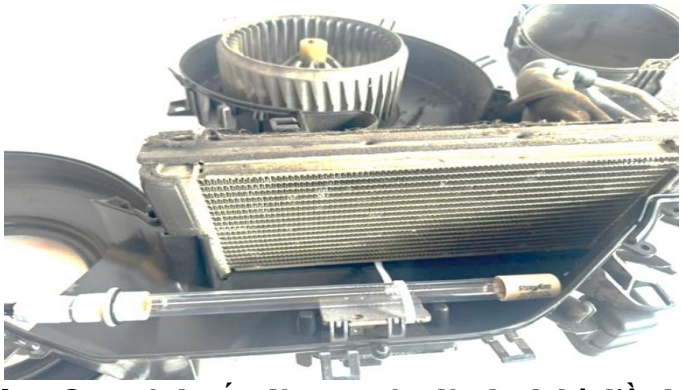
***2.4 Phương pháp thực nghiệm***

Tác giả đã nghiên cứu lắp đặt đèn UV vào dàn lạnh hệ điều hòa không khí trên xe ô tô Kia carens để tiến hành công tác thực nghiệm như sau:

- Tiến hành tháo Taplo xe Kia Carens để lắp đặt đèn UV vào dàn lạnh xe ô tô

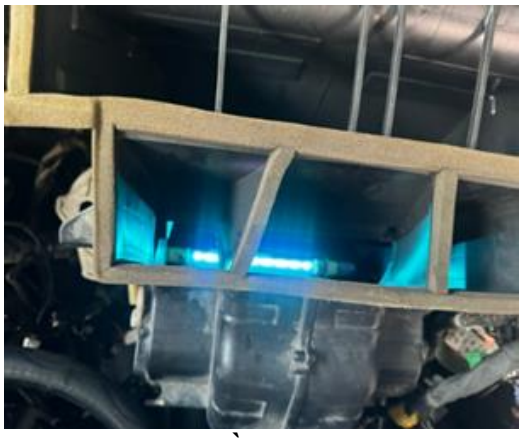
**Hình 3. Quy trình tháo lắp dàn lạnh gắn đèn UV**

- Lắp đặt đèn UV vào dàn lạnh xe ô tô Kia carens



**Hình 4. Quy trình gắn đèn UV vào dàn lạnh hệ điều hòa không khí**

- Kiểm tra hoạt động của đèn để tiến hành thực nghiệm và đo số liệu hoạt động thực nghiệm

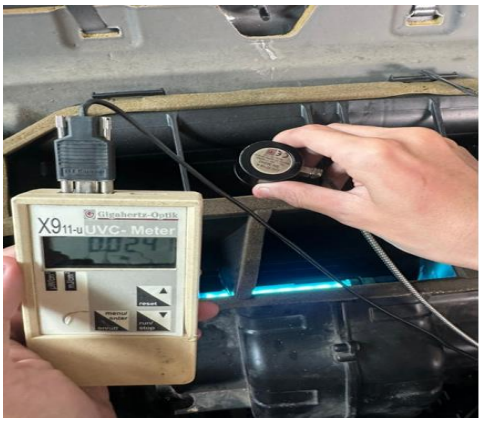


**Hình 5. Quy trình thử đèn UV sau khí vào dàn lạnh hệ điều hòa không khí**

## 3. Kết quả và thảo luận

Kết quả thực nghiệm cho số liệu sau:

- Về an toàn: Giải pháp dùng đèn UV chiếu xạ tia UVC để khử mùi diệt khuẩn hệ thống điều hòa không khí ô tô cho kết quả cường độ tia UV tại cửa ra của các cửa cấp gió vào cabin và các vị trí bên trong cabin xe là **0.029$\mu w/cm^2$ ~ 0** *(bằng 0)*. Điều này chứng tỏ tia UV không lọt ra ngoài, an toàn cho con người.



**Hình 6. Đo cường độ rò tia UV trên xe thực nghiệm**

- Đo đạc tại tâm đèn và 2 vị trí 2 bên có cường độ tương ứng **610$\mu w/cm^2$** tương ứng bức xạ tia UVC 254nm có khả năng diệt khuẩn.

**Hình 7. Đo cường độ tia uv tại tâm đèn trên xe thực nghiệm**

Tổng hợp các kết quả thực nghiệm trong các trường hợp tốc độ thấp, tốc độ trung bình và tốc độ cao hoạt độn của quạt dàn lạnh, ta thống kê được bảng số liệu đo khi hệ thống điều hòa không khí hoạt động có đèn UV như sau:

| Thông số / Nồng độ | Tốc độ thấp | Tốc độ trung bình | Tốc độ cao |
|---|---|---|---|
| Vận tốc gió (m/s) | 3.2 | 5.27 | 8.17 |
| Nhiệt độ (0 C ) | 20 | 21.5 | 20.5 |
| Cường độ UV tại tâm đèn (μ w/cm2) | 596 | 610 | 608 |
| Cường độ UV tại buồng lạnh(μw/cm2) | 210 | 223 | 208 |

**Bảng 2. Số liệu đo kết quả thực nghiệm trong 3 trường hợp khác nhau**

- ✓ Kết quả đo trước và sau khi thực nghiệm, so sánh kết đạt được đối chiếu kết quả tham chiếu tác giả đánh giá tính khả thi của việc khử mùi diệt khuẩn bằng đèn UVC cho hệ thống điều hoà không khí ô tô.
- ✓ Kết quả đo là khách quan, trung thực và tin cậy không ảnh hưởng đến thiết kế chung và kết cấu của xe Kia carrens đã thực nghiệm.
- ✓ Vận hành thực nghiệm không ảnh hưởng đến kết cấu cũng như các thông số kỹ thuật của xe.
- ✓ Các số liệu đo cho thấy tính hiệu quả của đèn cực tím chiếu xạ tia UVC trong việc khử mùi diệt khuẩn hệ thống điều hoà không khí xe ô tô.
- ✓ Tăng tuổi thọ cho hệ điều hòa không khí bởi chức năng tự làm sạch của đèn cực tím trên bề mặt của dàn lạnh.
- ✓ Không làm thay đổi và tổn thất lưu lượng quạt gió khi hoạt động hệ thống điều hoà không khí xe ô tô vì vậy không làm tổn thất nhiệt trong quá trình hoạt động của xe.

**4. Kết luận**

Giải pháp khử mùi diệt khuẩn tính toán chính xác được thời gian chiếu xạ đèn UV đối với từng loại vi sinh vật, vi khuẩn và mầm bệnh trong môi trường không khí và mầm bệnh bám vào bề mặt dàn lạnh của hệ thống điều hòa không khí xe ô tô sau quá trình hoạt động.

Giải pháp khử mùi diệt khuẩn bằng đèn UV không gây nguy hại cho sức khỏe con người vì cường độ tia UV đo được trong quá trình thực nghiệm không thoát ra môi trường bên ngoài xe.

Kết quả đánh giá cho thấy ở bước sóng 253.7nm, bức xạ tia cực tím mang lại hiệu quả diệt khuẩn cao nhất, bước sóng này không đổi khi đo cường độ tia ucv trong thời gian 30 phút như kết quả thực nghiệm trên xe Kia carens.

Cường độ tia UV không đổi chứng minh khả năngkhử mùi diệt khuẩn hiệu quả, đồng thời khả tự làm sạch dàn lạnh có tác dụng tăng thêm hiệu quả trao đổi nhiệt giữa dàn lạnh và môi trường không khí bên trong cabin ô tô.

Không làm tổn thất nhiệt của dàn lạnh, không làm tổn thất lưu lượng, áp suất của quạt. Trong quá trình lắp đặt vận hành cũng không làm thay đổi kết cấu ban đầu của nhà sản xuất, các thông số đo biểu hiện tính khả thi của giải pháp khử mùi diệt khuẩn bằng đèn cực tím cho hệ điều hòa không khí xe ô tô.

**TÀI LIỆU THAM KHẢO**


1. Surface-range. From: https://bsg-uv.com/products/air-range.
2. Copyright © Steril-Aire, Inc. 2013 All Rights Reserved, Written by: Robert Scheir, PhD, Uri Rainisch, & Robert Culbert. <From: http:// Steril-Aire.com.vn>.
3. Lê Chí Hiệp (2007), Kỹ thuật Điều Hòa Khí, NXB Khoa học và Kỹ thuật.

4. H. Schleibinger, "*Growth of microorganisms and production of MVOC on air filters of HVAC systems in two different polluted areas,"* presented at the Indoor Air 99/Conference of IAIAS, Edinburgh, Scotland, 1999.uv
5. (2009) Steril-Aire UVC Emitters Provide Microbial Control. Infection Control Today. Available: http://www.infectioncontroltoday.com/articles/microbial-control-steril-aire.html
6. ASHRAE, *"Ultraviolet Lamp Systems,"* in 2008 ASHRAE Handbook, Heating, Ventilating and AirConditioning Systems and Equipment I-P ed, 2008'.
7. American Society of Heating and Air-Conditioning Engineers Inc, *"2011 ASHRAE Handbook HVAC Applications,"* in Heating, Ventilating, and Air-Conditioning Applications, I-P ed Atlanta: American Society of Heating and Air-Conditioning Engineers Inc. , 2011**.**
8. The Construction Specification Institute, *"MasterFormat,"* in 2004 Edition - Numbers & Titles, ed. Alexandria,VA, 2004 Copyright © 2019. Created by VCAP. This website is funded by the US Agency for International Development (USAID) via the Clean Air Green Cities project.

# THIẾT KẾ THIẾT BỊ GIÁM SÁT TÌNH TRẠNG KỸ THUẬT CỦA CÁC DÒNG XE THƯƠNG MẠI TỪ XA

**Cao Gia Bảo*, Nguyễn Văn Nhanh**
Viện Kỹ thuật, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: caogiabao4068@gmail.com.

## TÓM TẮT

Đề tài này nghiên cứu, thiết kế thiết bị giám sát tình trạng kỹ thuật từ xa của các dòng xe thương mại dựa trên việc truyền các tín hiệu của các cảm biến trên ô tô ECU, thông qua giao thức CAN. Bộ thiết bị sử dụng bo mạch Arduino để thu thập dữ liệu từ phương tiện thông qua cổng DLC3 của hệ thống OBD-II. Kết hợp với ứng dụng IoT, bộ thiết bị giúp hiển thị và cảnh báo trạng thái xe nếu có bất thường từ xa cho tài xế biết bao gồm tốc độ xe, vòng quay động cơ, lưu lượng khí nạp, nhiệt độ khí nạp, nhiệt độ nước làm mát động cơ và mã sự cố chẩn đoán. Theo kết quả thực nghiệm, thiết bị có thể giúp người quản lí và nhân viên kỹ thuật theo dõi được các tình trạng kỹ thuật của xe từ xa (khi xe rời bến). Vì vậy, thiết bị có thể giảm được thời gian và nhân công giúp người quản lí phát hiện và xử lý kịp thời các sự cố khi đang hoạt động và chủ động bảo dưỡng xe định kì.
*Từ khóa:* CAN; OBD-II; IoT; Thiết bị giám sát; Tốc độ xe.

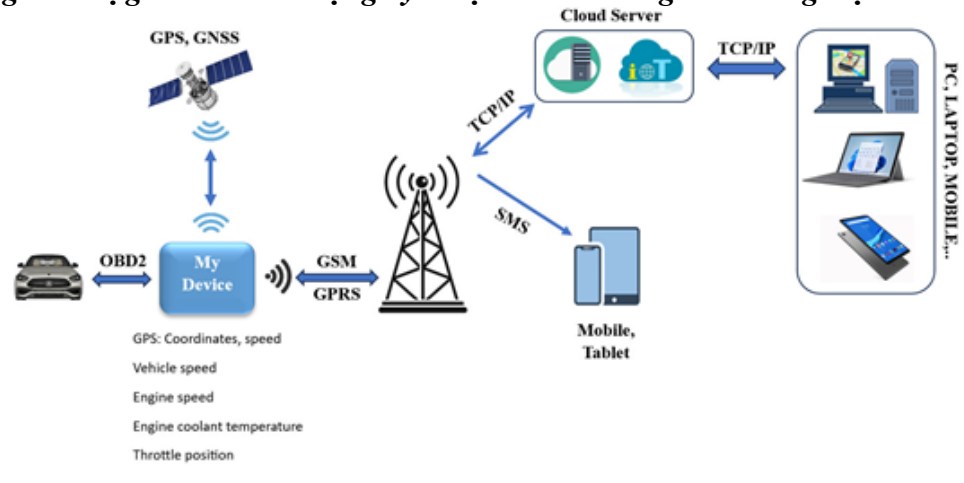
## 1. Tổng quan

### *1.1 Giới thiệu đề tài*

Ô tô ngày nay là một phương tiện được mọi người sử dụng phổ biến và rộng rãi, do tính chất đặc thù của ô tô là hoạt động xuyên suốt nên độ an toàn và tin cậy về khả năng vận hành cao. Đặc biệt là ô tô thương mại về việc an toàn và tin cậy khi vận hành lại đòi hỏi cao hơn so với ô tô sử dụng cho mục đích cá nhân, bởi vì những phương tiện này được sử dụng với tầng suất vô cùng cao nhưng độ tin cậy lại phải đảm bảo, do các dòng xe ô tô thương mại nếu xảy ra các vấn đề về kỹ thuật hay những yếu tố khách quan khác mà xe không vận hành được sẽ ảnh hưởng rất nhiều đến kinh tế và đứt chuỗi cung ứng cho doanh nghiệp vận tải và khách hàng của họ, ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ của các công ty vận tải. Bởi những phương tiện đang hoạt động kinh doanh vận tải mà gặp về vấn đề kỹ thuật mà phải dừng hoạt động để khắc phục sự cố thì ảnh hưởng lớn đến doanh thu cho doanh nghiệp, thông thường mỗi xe kinh doanh xe đem về lợi nhuận cho doanh nghiệp từ 1 triệu đến 3 triệu đồng/xe/ngày.

Căn cứ vào Điều 65 Luật Giao thông đường bộ 2008 [1] quy định như sau: Đối với doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực vận tải, họ phải đối mặt với rủi ro bị xử phạt và thu hồi phù hiệu, biển hiệu của phương tiện nếu dữ liệu từ thiết bị giám sát hành trình cho thấy có từ 05 lần vi phạm tốc độ/1000 km xe chạy trong một tháng (loại trừ các trường hợp vi phạm tốc độ dưới 05 km/h). Các quy định này áp dụng cho các đơn vị kinh doanh vận tải và đòi hỏi họ phải:Theo dõi và giám sát hoạt động của lái xe và phương tiện trong suốt quá trình kinh doanh vận tải.Thực hiện kiểm tra an toàn giao thông của xe ô tô và lái xe trước khi bắt đầu hành trình, đặc biệt là đối với các đơn vị kinh doanh vận tải hành khách bằng xe taxi, họ phải thực hiện kiểm tra theo kế hoạch sản xuất kinh doanh.Tuân thủ quy định về thời gian lái xe liên tục và thời gian làm việc trong ngày của lái xe.Thực hiện đúng chế độ bảo dưỡng sửa chữa đối với xe ô tô kinh doanh vận tải.Thực hiện kiểm tra và giám sát hoạt động của xe ô tô và lái xe trong suốt hành trình. Đảm bảo có phương án kiểm soát để đảm bảo rằng không còn hành khách trên xe khi hành trình đã kết thúc, đặc biệt là đối với các xe kinh doanh vận tải hành khách.

*1.2 Hệ thống thiết bị giám sát tình trạng kỹ thuật của các dòng xe thương mại từ xa*




**Hình 1. Sơ đồ hệ thống giám sát tình trạng kỹ thuật của xe**

Sơ đồ hệ thống thiết bị giám sát tình trạng kỹ thuật của các dòng xe thương mại từ xa là bộ đọc dữ liệu (My device) được giao tiếp với xe để đọc các thông số dữ liệu của xe thông qua cổng DLC3 của chuẩn chẩn đoán OBD-II [2]. Sau đó, bộ đọc dữ liệu sẽ đẩy các thông số vận hành của xe lên điện toán đám mây nhờ giao thức truyền thông TCP/IP [3], tác giả đọc dữ liệu các thông số vận hành của xe được trên máy tính hoặc điện thoại mà không cần trực tiếp đến xe.

**2. Phương pháp**

- Phương pháp nghiên cứu lý thuyết:

+ Nghiên cứu tổng quan về thiết bị giám sát tình trạng kỹ của ô tô, từ đó làm tiền đề cơ sở cho việc thiết kế thiết bị giám sát tình trạng kỹ thuật của các dòng xe thương mại từ xa.

+ Nghiên cứu lý thuyết truyền dữ liệu mạng CAN trên ô tô [4] với các thiết bị đọc dữ liệu động của xe có trên thị trường và thiết lập cách đọc dữ liệu cho bộ đọc dữ liệu mà tác giả cần nghiên cứu, thiết kế.

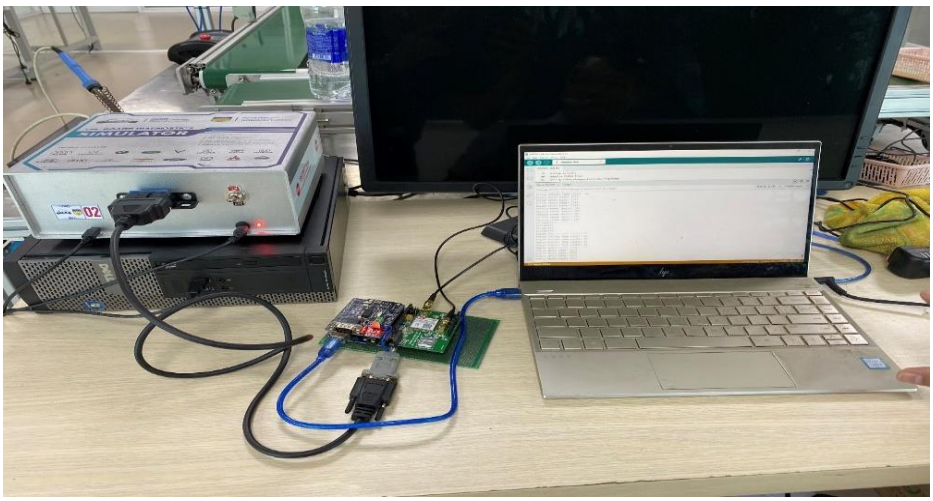
- Phương pháp tính toán, thiết kế: Nghiên cứu xây dựng mô hình thiết kế thiết bị giám sát tình trạng kỹ thuật của các dòng xe thương mại từ xa, để đưa ra phương án thiết kế tối ưu bằng phần mềm Arduino IDE [5].

- Phương pháp thực nghiệm: Nghiên cứu thực nghiệm bằng thiết bị mô phỏng Cartek Simulator, xe Toyota Fortuner, xe ô tô khách giường nằm nhằm đánh giá tính năng hoạt động của thiết bị có đạt yêu cầu của tác giả, qua đó xây dựng phương án tối ưu thiết kế thiết bị để có thể đưa vào thương mại hóa.

**3. Kết quả và thảo luận**

***3.1 Kết quả thực nghiệm trên mô hình mô phỏng Simulator Cartek tại Trường đại học Công nghệ TP. Hồ Chí Minh***

**Hình 2. Kết nối thiết bị với mô hình mô phỏng Simulator Cartek**



Thiết bị được kết nối với bộ mô hình mô phỏng Simulator Cartek thông qua cổng DLC3 của hệ thống OBD II trên mô hình.

Thiết bị được cấp nguồn 9V để thiết bị sử dụng nguồn điện các bo mạch hoạt hộng.

Đầu tiên thiết bị sẽ scan các PID các thông số ECU có hỗ trợ, thiết bị sẽ đọc các thông số đó gửi các thông số thu được đẩy dữ liệu lên hệ thống điện toán đám mây.

Các lưu ý:

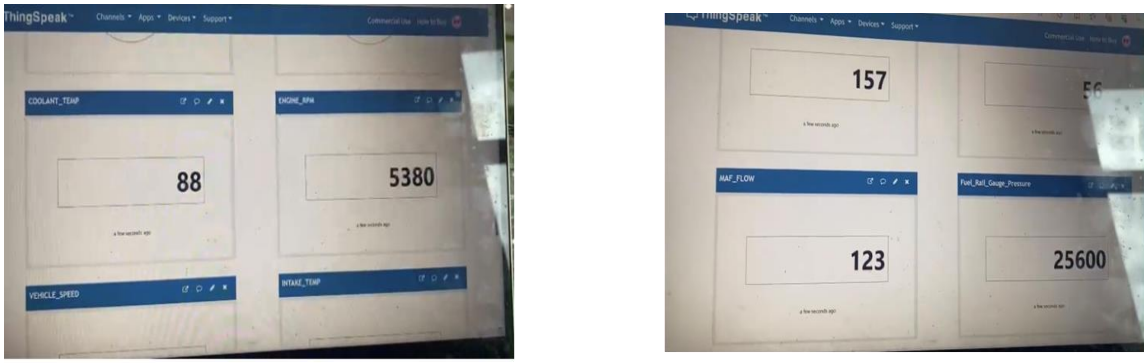
+ Do thiết bị được nối dây để gắn vào cổng DLC3 nên cần lưu ý không gian bố trí bộ đọc hợp lý đảm bảo an toàn kỹ thuật.

+ Kiểm tra phần cứng phải đảm bảo kỹ thuật, các dây nối phải được hàn cố định trên module đảm bảo không xảy ra hiện tượng ngắn mạch trong quá trình vận hành.

Khi kết nối thành công giữa bộ đọc thiết bị với mô hình mô phỏng Simulator Cartek thì chúng ta sẽ nhận được kết quả như sau:

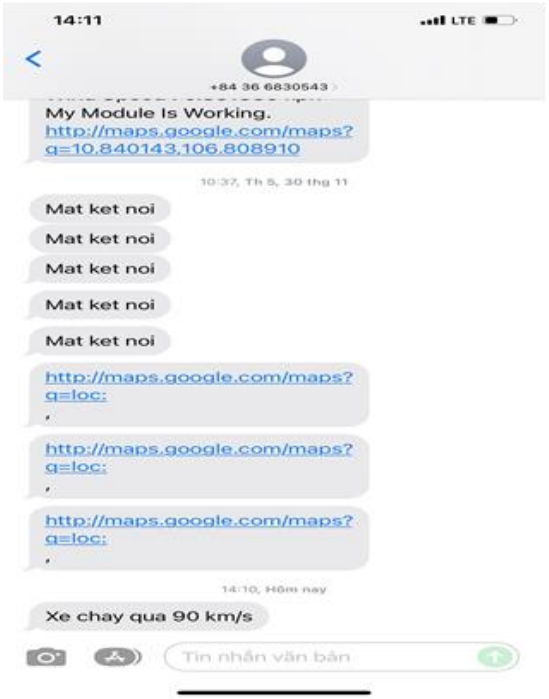
Các thông số trả về tốc độ xe bằng: 0 km/h, Lưu lượng khí nạp: 123 g/s, Nhiệt độ khí nạp 56 $^0$C, Tốc độ động cơ 5380 vòng/phút, Nhiệt độ nước làm mát 88$^0$C, mã lỗi của xe P0174 và P0110.

**Và kết quả được thể hiện trên Thingspeak như sau:**




**Hình 3. Các thông số hiển thị trên ứng dụng Thingspeak [6]**

Các thông số thu được trên ứng dụng Thingspeak hoàn toàn chính xác với giả lập ban đầu mà tác giả đã đặt ra với phần mềm mô phỏng Simulator Cartek.




**Hình 4. Thông báo SMS khi xe mất kết nối với thiết bị**

Ngoài những thông số đã thu thập được như trên thì thiết bị có thêm phần thông báo khi mất kết nối với cổng giao tiếp DLC3 của hệ thống OBD II thông qua tin nhắn SMS, tin nhắn này sẽ gửi về người quản lí phương tiện để thông báo biết được thiết bị không còn kết nối với phương tiện để người quản lí kiểm tra, khắc phụ thiết bị đảm bảo thiết bị không bị ngắt quản trong quá trình vận hành phương tiện. Không những thông báo phương tiện mất kết nối mà còn cho biết thêm vị trí phương tiện gặp vấn đề khi xảy ra sự cố. Từ đó, giúp người quản lí biết được vị trí chính xác của phương tiện mà họ đưa ra được phương án xử lí hiệu quả hơn, tiết kiệm được thời gian và chi phí.

Thiết bị còn có thêm phần giới hạn tốc độ quy định khi chủ phương tiện mong muốn,

khi vận tốc của phương tiện đó vượt quá tốc độ giới hạn cho phép mà người chủ phương tiện đặt ra xe thì thiết bị cũng sẽ gửi tin nhắn SMS về cho người theo dõi nắm được vận tốc của xe khi vượt quá tốc độ. Đối với những phương tiện kinh doanh vận tải hiện nay khi xe vượt quá tốc độ quy định thì sẽ bị xử lí vi phạm rất nặng.Nếu thiết bị bị mất kết nối với xe thì trên phần mềm Thingspeak sẽ thể hiện kết quả bằng 0.

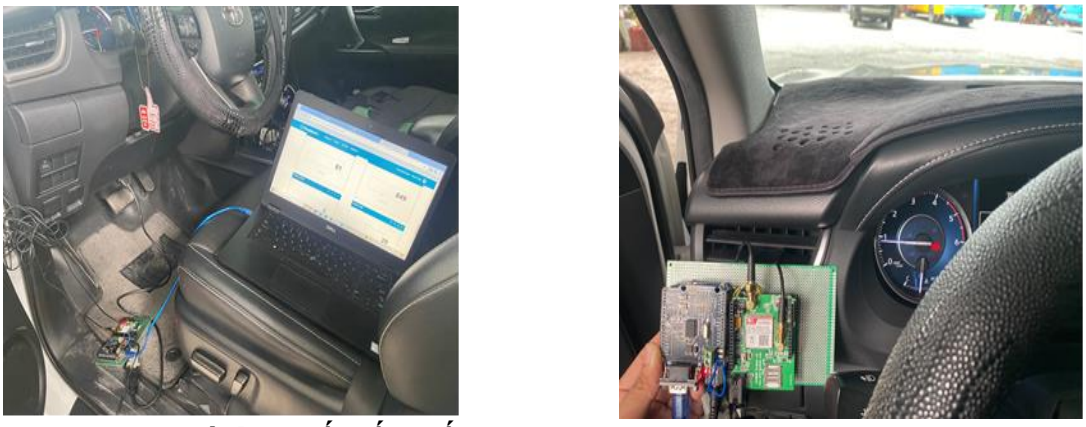
**Hình 6. Dữ liệu báo mất kết nối giữa Server và thiết bị.**

Nếu người quản lí không xem được tin nhắn báo tin nhắn SMS về điện thoại, thì chỉ cần nhìn vào ứng dụng Thingspeak các thông số đều quay về 0, giúp người quản lí biết được xe và thiết bị đã bị ngắt kết nối lúc này giúp người quản lí liên hệ với người điều khiển xe để khắc phục xem lí do mất kết nối thiết bị đảm bảo thiết bị luôn được kết nối với xe. Và các thông số luôn được gửi về ứng dụng Thingspeak đảm bảo thiết bị vận hành tốt nhất khi xe đang hoạt động.

### *3.2 Kết quả thực nghiệm trên dòng xe Toyota Fortuner 2019*

**Thực nghiệm trên xe Toyota Fortuner 2019**

Tiến hành thực nghiệm kết nối thiết bị với xe Toyota Fortuner, thông qua cổng DLC3 trên xe. Cổng DLC3 trên các dòng xe hầu hết được đặt phía dưới bên trái vô lăng người điều khiển xe.

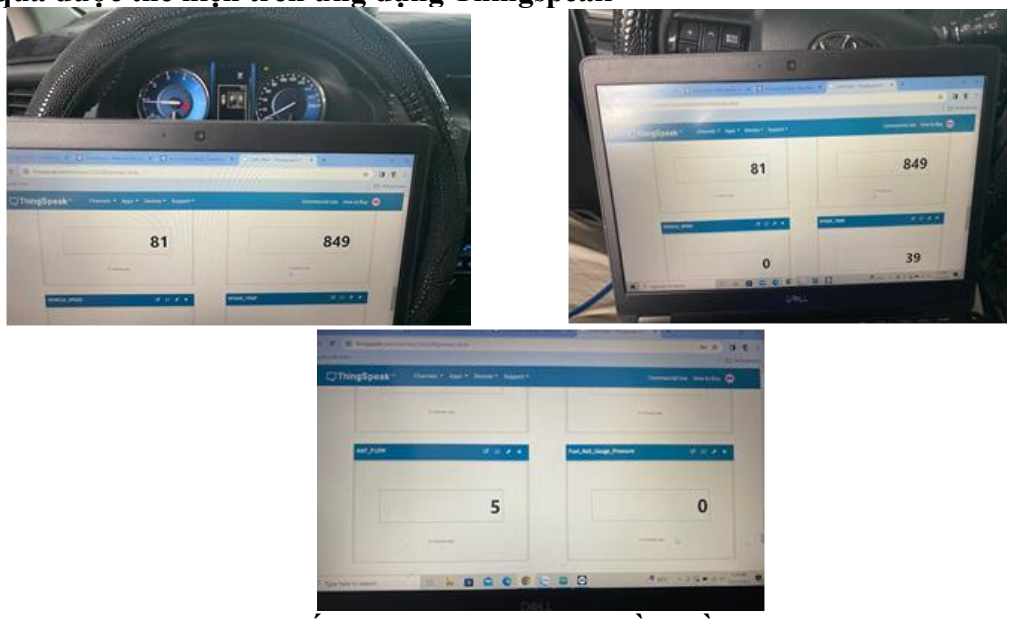


**Hình 7. Kết nối thiết bị với xe Toyota Fortuner 2019**

Kết nối thiết bị với xe chúng ta cần chú ý đến vấn đề đặt thiết bị để đảm bảo an toàn kỹ thuật và điều kiện vận hành trong quá trình hoạt động của xe. Ngoài ra, để thiết bị không bị ảnh hưởng để thiết bị được vận hành liên tục không bị ngắt quản đảm bảo các thông số lỹ thuật luôn được cập nhật liên tục gửi về cho người quản lí theo dõi.

Khi thiết bị đã kết nối thành công với xe thì chúng ta sẽ nhận được kết quả như sau: Các thông số trả về tốc độ xe bằng: 0 km/h, Lưu lượng khí nạp: 6 g/s, Nhiệt độ khí nạp 40 $^0$C, Tốc độ động cơ 850 vòng/phút, Nhiệt độ nước làm mát 82$^0$C, mã lỗi của xe P0000 chứng minh được xe không bị lỗi.

**Kết quả được thể hiện trên ứng dụng Thingspeak**




**Hình 8. Kết quả thu được trên phần mềm Thingspeak**

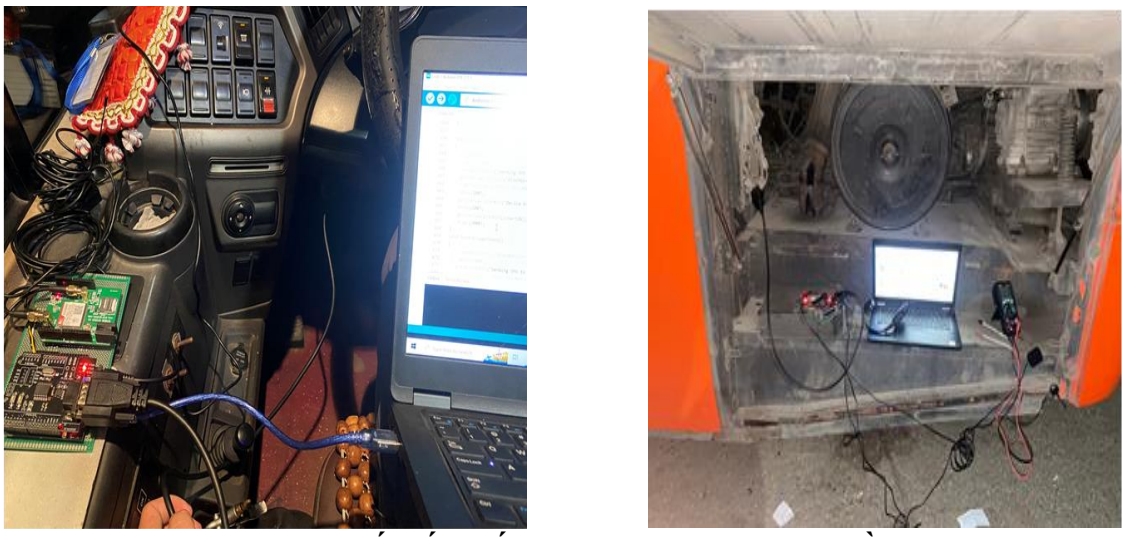
Kết quả tác giả thu được so với thông số thực tế trên xe thì thấy được kết quả thể hiện trên ứng dụng Thingspeak gần bằng với thông số thực tế. Sai số của của các thông số trên đã đạt được yêu cầu đề ra của tác giả.

***3.3 Kết quả thực nghiệm trên dòng xe khách giường nằm Thaco HB120SL 2015***

**Thực nghiệm trên xe khách giường nằm Thaco HB120SL 2015**

Kết nối thiết bị với cổng DLC3 của chuẩn chẩn đoán OBD II trên xe khách giường nằm, trên xe này thì cổng chẩn đoán DLC3 nó được đặt ở hai vị trí.

+ Vị trí thứ nhất được đặt ở dưới bên trái vô lăng tài xế.
+ Vị trí thứ hai được đặt ở dưới khoang động cơ.

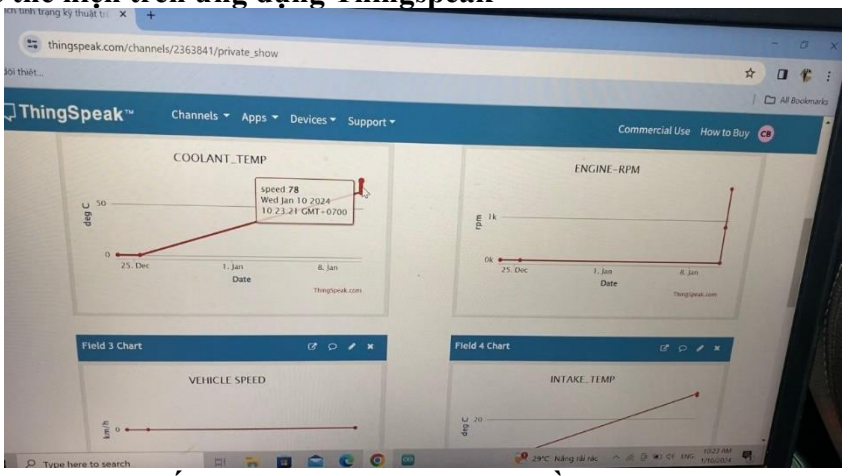


**Hình 9. Kết nối thiết bị với xe khách giường nằm**

+ Khi thực nghiệm trên xe khách giường nằm chúng ta cần lưu ý do xe khách thương mại nên cổng DLC3 của chuẩn chẩn đoán OBD-II, chân 16 của cổng DLC3 điện áp của chân đó điện áp đến 24V, khi kết nối thiết bị với cổng DLC3 cần thêm đầu chuyển điện áp từ 24V xuống 12V để đảm bảo thiết bị không bị ảnh hưởng cháy mạch khi hoạt động.

Các thông số trả về tốc độ xe bằng: 0 km/h, lưu lượng khí nạp: 26 g/s, nhiệt độ khí nạp 31 $^0$C, tốc độ động cơ 1030 vòng/phút, nhiệt độ nước làm mát 60$^0$C.

**Kết quả được thể hiện trên ứng dụng Thingspeak**




**Hình 10. Kết quả từ xe khách giường nằm trên Thingspeak**

Kết quả tác giả thu được so với thông số thực tế trên xe thì thấy được kết quả thể hiện trên ứng dụng Thingspeak gần bằng với thông số thực tế. Sai số của của các thông số trên đã đạt được yêu cầu đề ra của tác giả, do dữ liệu đọc là dữ liệu động nên phần sai số luôn xảy ra.

***Bảng 1. Bảng đánh giá thực nghiệm của thiết bị***

| Tên xe<br>Thiết bị mô phỏng | Tốc độ động cơ | Nhiệt độ khí nạp | Lưu lượng khí nạp | Tốc độ xe | Nhiệt độ nước làm mát |
|---|---|---|---|---|---|
| Simulator Cartek | 5380 | 56 | 123 | 0 | 88 |
| Xe Toyota Fortuner | 850 | 40 | 6 | 0 | 82 |
| Xe khách giường nằm | 1030 | 31 | 26 | 0 | 60 |

Qua ba trường hợp thực nghiệm trên chứng minh được bộ thiết bị giám sát tình trạng kỹ thuật của các dòng xe đã đạt được yêu cầu mà tác giả mong muốn trong mục tiêu đề án. Thành công trong việc đọc được cái thông số kỹ thuật thực trên của xe là tiền đề để hướng phát triển đề án sau này sẽ đọc được tất cả dữ liệu của phương tiện.

## 4. Kết luận

- Thiết bị giám sát thông số tình trạng kỹ thuật của các dòng xe thương mại đã đáp ứng được mục tiêu đề ra, hiển thị được các thông số cơ bản trên xe như: tốc độ xe, tốc độ vòng tua máy, nhiệt độ nước làm mát, lưu lượng khí nạp, mã lỗi DTC và giám sát được hành trình.

- Thiết bị đọc được dữ liệu kết nối tốt, trong suốt hành trình xe không bị gián đoạn, thiết bị đọc dữ liệu không sinh quá nhiều nhiệt, đảm bảo tuổi thọ lâu bền.

- Kết nối được với phần mềm Thinkspeak thể hiện được khả năng thời gian thực, đảm bảo đọc được dữ liệu từ xa không cần đến trực tiếp xe.

- Các thông số dữ liệu hiển thị rõ ràng, có thể mở được ở các chương trình phần mềm thông dụng.

- Thiết bị đọc dữ liệu thử nghiệm và đáp ứng tốt trên nhiều dòng xe khác nhau. Phát hiện và biên dịch tốt các thông số yêu cầu đưa ra.

Qua các đánh giá trên đã chứng tỏ bộ đọc dữ liệu đã đáp ứng đầy đủ các nội dung mục tiêu đề ra của đề tài nghiên cứu này, mặc dù còn giới hạn bởi yếu tố công nghệ và tính bảo mật ở các hãng xe nên bộ đọc dữ liệu vẫn còn hạn chế và phát triển thêm.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Luật giao thông đường bộ 2008. Truy xuất từ: https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Giao-thong-Van-tai/Luat-giao-thong-duong-bo-2008-23-2008-QH12-82203.aspx
2. Keith McCord, 2011. Automotive Diagnostic Systems: Understanding OBD I and OBD II. Part of: Workbench.
3. TCP-IP. Truy xuất từ: www.techtarget.com/searchnetworking/definition/TCP-IP.
4. Konrad Reif, 2015. Automotive Mechatronics: Automotive Networking, Driving Stability Systems, Electronics. Bosch Professional Automotive Information (BPAI).
5. Arduino Documentation. Truy xuất từ: https://docs.arduino.cc/software/ide-v2/tutorials/ide-v2-serial-plotter/.
6. Hamza Benyezza; Mounir Bouhedda; Khaoula Djellout; Amina Saidi. 2019. “Smart Irrigation System Based Thingspeak and Arduino”. DOI: 10.1109/ICASS.2018.8651993. Date Added to IEEE Xplore: 28 February 2019.

# XÂY DỰNG QUY TRÌNH ĐÁNH GIÁ CHẤT LƯỢNG Ô TÔ ĐÃ QUA SỬ DỤNG

**Nguyễn Văn Ngọc*, Lê Trí Hiếu, Nguyễn Văn Nhanh**
Viện Kỹ Thuật, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: ngocauto2007@gmail.com.

## TÓM TẮT

Trong thời đại hiện nay, xu hướng mua ô tô đang trở nên đặc trưng và phổ biến trong thị trường ngành công nghiệp ô tô. Tại việt nam, thị trường mua bán ô tô đã qua sử dụng mang theo nhiều thách thức và khó khăn do việc đánh giá chất lượng không mang lại tính khách quan và còn phụ thuộc vào yếu tố kinh nghiệm của người đánh giá, từ đó dẫn đến giá trị xe bị thay đổi. Do vậy, bài báo nghiên cứu và xây dựng quy trình đánh giá chất lượng xe đã qua sử dụng một cách hiệu quả, dễ dàng, nhanh chóng, tiện lợi có thể sử dụng làm cơ sở đánh giá cho người mua và chủ xe. Quy trình đánh giá trong bài bào có thể áp dụng trên một số mẫu xe phổ biến tại việt nam đồng thời là cơ sở để xây dựng phần mềm đánh giá chất lượng, định giá và tính phí bảo hiểm vật chất ô tô đã qua sử dụng.
*Từ khóa:* Ô tô cũ; Định giá; thị trường ô tô; bảo hiểm ô tô; chất lượng ô tô.

## 1. Tổng quan

Ngày nay, nhu cầu đi lại của người dân ngày càng cao trong khi mức thu nhập của người dân còn nhiều hạn chế. Chính vì vậy không phải gia đình nào cũng có khả năng sắm dược một chiếc ô tô mới, sang trọng và đắt tiền. Đây cũng chính là cơ hội phát triển cho thị trường ô tô cũ tại Việt Nam có thể cung cấp bất cứ thương hiệu, mẫu xe ô tô nào và đặc biệt đáp ứng được mọi nhu cầu của người mua. Hầu hết mọi người đều có mối bận tâm lớn về vấn đề chất lượng khi chọn mua ô tô đã qua sử dụng. Nhưng điều này không còn là mối lo ngại hàng đầu khi chính phủ và các doanh nghiệp ô tô tại Việt Nam đang có những bước tiến đáng kể nhằm bảo vệ người tiêu dùng ô tô đã qua sử dụng.

Theo thống kê từ chuyên trang Chợ Tốt, số lượng người liên hệ mua xe cũ tại mỗi tin đăng trong 3 tháng đầu năm 2022 đã tăng 33% so với quý 4/2021. Trong tháng 3/2022, số lượng người tìm mua ô tô cũ tăng 18% và số bài đăng tin bán xe cũ cũng tăng tới 46% so với hồi tháng 1/2022 (Tang, 2022). Từ đó cho thấy việc mua bán xe đã qua sử dụng đang diễn ra vô cùng sôi nổi. Cả người bán lẫn người mua đều cần phải hợp lý, người bán thì được giá và người mua thì cần mua đúng giá với chất lượng xe. Độ chênh lệch giữa người bán và người mua khá lớn về quan điểm nên chưa đánh giá đúng giá trị của xe đã qua sử dụng. Bên cạnh đó, tại các trạm đăng kiểm cũng chưa có đầy đủ công cụ để định giá được giá trị của xe đã qua sử dụng một cách chuẩn xác. Hoặc tại các công ty bảo hiểm, khi chủ phương tiện mua bảo hiểm thì công ty bảo hiểm phải báo giá ngay, nhưng việc định giá chất lượng xe vẫn còn cảm tính và công thức truyền thống chung chung, nên thường dẫn đến việc định giá sai.

Tác giả Chetna Longani và Sai Prasad Potharaju (Longani et al., 2021) đã thực hiện nghiên cứu: "Price Prediction For Pre-Owned Cars Using Ensemble Machine learning Techniques". Tác giả đã thu thập dữ liệu ô tô đã qua sử dụng trong khu vực Mumbai. Sau đó sử dụng thuật toán machine learning để phân tích dữ liệu đó. Đối với nghiên cứu này sử dụng kỹ thuật ensemble machine learning có thể cung cấp hiệu suất dự đoán cao hơn so với các phương pháp đơn lẻ.

Ensemble models thường có khả năng được điều chỉnh để tối ưu hóa hiệu suất, giúp tùy chỉnh tham số mô hình theo yêu cầu cụ thể của bài toán. Nhược điểm của nghiên cứu là Ensemble techniques thường phức tạp trong việc hiểu và diễn giải, yêu cầu lượng dữ liệu lớn để đạt được hiệu suất tốt, và điều này có thể là một thách thức nếu nguồn dữ liệu có hạn. Tác giả Enci Liu và cộng sự (Liu et al., 2022) đã thực hiện nghiên cứu: "Research on the Prediction Model of the Used Car Price in View of the PSO-GRA-BP Neural Network". Tác giả đã thu thập dữ liệu của 10.260 ô tô cũ ở Trung Quốc. Sau đó phân tích các biến liên quan đến giá xe như thương hiệu, loại xe, hộp số, động cơ, số ODO, thời gian sử dụng… Những biến này sẽ được đưa vào Neural Network để tiến hành xác minh, so sánh và phân tích kết quả dữ liệu thu thập được. Ưu điểm của nghiên cứu này là Sự kết hợp của Particle Swarm Optimization (PSO), Grey Relational Analysis (GRA), và Backpropagation Neural Network (BPNN) có thể mang lại hiệu suất dự đoán cao hơn thông qua quá trình tối ưu hóa và tính linh hoạt của các phương pháp này. Nhược điểm là độ phức tạp của mô hình, làm cho việc triển khai và duy trì trở nên khó khăn hơn; đòi hỏi một lượng lớn dữ liệu để đào tạo và tối ưu hóa hiệu suất. Tác giả Magri và các cộng sự (Magri et al., 2019) đã thực hiện nghiên cứu; "An analysis of the Risk Factors Determining Car Insurance Premium in a small island state". Tác giả đã đưa ra được các yếu tố ảnh tác động đến phí bảo hiểm như loại xe, thời gian sử dụng xe... Đồng thời sử dụng dữ liệu và công nghệ tiến bộ để thực hiện đánh giá rủi ro. Ưu điểm của bài báo là tạo ra một mô hình xác định giá bảo hiểm xe hơi cụ thể cho người lái xe trong ngữ cảnh địa lý cụ thể. Nhược điểm là nghiên cứu tập trung quá nhiều vào một địa điểm nhỏ có thể hạn chế áp dụng của kết quả cho các bối cảnh khác trong và ngoài nước.

Hiện nay chưa có nghiên cứu trong nước nào liên quan đến lĩnh vực đánh giá chất lượng và định giá ô tô đã qua sử dụng. Phạm vi lĩnh vực này chỉ được thực hiện bằng các phương pháp truyền thống. Những phương pháp này có thể dựa trên một số yếu tố cụ thể để xác định giá trị của xe như tình trạng ngoại thất, nội thất, dòng xe và thương hiệu…. Kết quả đánh giá phụ thuộc lớn vào khả năng đánh giá của người chấm điểm và không có số liệu cụ thể. Điều này có thể tạo ra độ chệch chủ quan. Ngoài ra, Có hai phương pháp định giá xe ô tô đã qua sử dụng: Định giá theo thương hiệu và định giá theo năm. Nhược điểm của phương pháp đánh giá theo năm là không thể áp dụng đồng đều cho tất cả các dòng xe vì sự khác biệt về mô hình và tính năng và có thể dẫn đến việc đánh giá chưa chính xác nếu không xem xét cụ thể từng loại xe. Còn phương pháp định giá theo năm xác định giá giảm theo tuổi của xe, thường áp dụng tốt cho thị trường ô tô đã qua sử dụng, nhưng không tính đến các yếu tố khác như trạng thái chất lượng, mức độ sửa chữa, và lịch sử bảo dưỡng của xe, điều này có thể bỏ qua các yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến giá trị thực sự của xe.

Từ những phân tích ưu điểm cũng như nhược điểm của các phương pháp định giá ô tô đã qua sử dụng trong nước và các nghiên cứu nước ngoài. Tác giả nhận thấy được chưa có sự thống nhất cũng như quy trình cụ thể để đánh giá chất lượng ô tô đã qua sử dụng, Và phương pháp thực hiện còn mang tính chất thủ công. Còn đối với các nghiên cứu nước ngoài có sự phức tạp trong quá trình nghiên cứu và vận hành Chi phí để phát triển phần mềm khá cao. Điều này không phù hợp với điều kiện ở Việt Nam. Chính vì thế, tác giả đã xây dựng quy trình đánh giá chất lượng ô tô đã qua sử dụng. Từ đó làm cơ sở để xây dựng được phần mềm đánh giá chất lượng, định giá, và tính phí bảo hiểm ô tô.

## 2. Những yếu tố ảnh hưởng đến giá trị ô tô đã qua sử dụng

### *2.1 Thương hiệu xe ô tô*

Thương hiệu ô tô chính là tập hợp những cảm nhận của khách hàng về các hãng xe hoặc sản phẩm, dịch vụ đầy đủ các khía cạnh như: Nhận diện thương hiệu, giá trị, cá tính… Một thương hiệu ô tô mạnh là yếu tố tác động đầu tiên đến hành vi mua hàng. Theo tác giả bài nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua xe ô tô tại Việt Nam cũng chỉ ra tầm quan trọng của thương hiệu đến việc mua xe.

Theo công bố của tạp chí tiêu dùng Consumer Report công bố danh sách các thương hiệu ô tô đáng tin cậy nhất trong năm 2022 với xếp hạng tổng cộng 24 thương hiệu đang bán ở thị trường Mỹ (Nguyễn, 2022). Dựa vào số liệu bảng trên cho thấy các thương hiệu xe Châu Á đang dẫn đầu về độ tin cậy trong ngành công nghiệp ô tô của thế giới. Điều này cũng tương tự đối với thị trường ô tô Việt Nam. Các thương hiệu như Toyota, Honda, Lexus đã quá quen thuộc đối với người tiêu dùng Việt Nam.

**Bảng 1. Bảng số liệu danh sách các thương hiệu ô tô đáng tin cậy nhất năm 2022 tại Mỹ [3]**

| Xếp hạng | Hãng xe | Điểm số | Xếp hạng | Hãng xe | Điểm số |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Toyota | 72 | 13 | Hyundai | 46 |
| 2 | Lexus | 72 | 14 | Volvo | 45 |
| 3 | BMW | 65 | 15 | Nissan | 44 |
| 4 | Mazda | 65 | 16 | Ram | 42 |
| 5 | Honda | 62 | 17 | Cadillac | 42 |
| 6 | Audi | 60 | 18 | Ford | 41 |
| 7 | Subaru | 59 | 19 | Tesla | 40 |
| 8 | Acura | 57 | 20 | Chevrolet | 40 |
| 9 | KIA | 54 | 21 | GMC | 36 |
| 10 | Lincoln | 54 | 22 | Volkswagen | 31 |
| 11 | Bulck | 54 | 23 | Jeep | 30 |
| 12 | Genesis | 52 | 24 | Mercedes-Benz | 26 |

Theo bài viết những hãng bán ô tô con nhiều nhất Việt Nam năm 2022, ở ngôi đầu, Toyota bán 27 295 chiếc, đứng thứ 2 là Kia gần 24.000 xe, Hyundai gần 22.000 xe và Honda 15.305 (Nhạn, 2022). Những con số này đang chứng minh cho người tiêu dùng thấy những thương hiệu nào đang thống lĩnh thị trường tại Việt Nam. Điều này cũng giúp cho người tiêu dùng hình dung được cộng đồng những người sử dụng chung hãng xe với mình lớn hay nhỏ. Cộng đồng lớn hay nhỏ cũng là yếu tố ảnh hưởng đến tính thanh khoản của xe sau này. Khi xe được nhiều người sử dụng thì sau này dễ dàng bán lại và giá trị sẽ không bị mất quá nhiều so với các dòng xe ít người sử dụng.

### *2.2 Thời gian sử dụng xe*

Thời gian sử dụng của một chiếc xe đóng vai trò quan trọng trong việc thể hiện giá trị còn lại của nó sau một khoảng thời gian sử dụng. Đối với mỗi chiếc xe, thời gian sử dụng càng lâu, tuổi thọ của nó sẽ giảm đi. Sự bền bỉ của xe phụ thuộc nhiều vào độ bền của từng chi tiết và bộ phận trên xe.

Nghiên cứu mới từ iSeeCars đã phân tích mức độ mất giá của các mẫu xe sau 1 năm sử dụng tại Mỹ. Trung bình, xe đã qua sử dụng trong vòng 1 năm mất khoảng 17% giá so với giá mua mới. Tuy nhiên, sự chênh lệch giữa mức giảm giá thấp nhất và cao nhất là rất lớn, chỉ khoảng 2,1% đối với mức giảm thấp nhất và lên tới 36,4% đối với mức giảm cao nhất. Tesla Model 3 nổi bật với mức giảm giá thấp nhất, chỉ 2,1%, giúp người mua tiết kiệm 923 USD so với việc mua xe mới. Xếp sau là Toyota Tacoma, giảm giá 4,2%, tiết kiệm 1.557 USD. Trong khi đó, một số mẫu xe lại có mức giảm giá rất mạnh sau 1 năm sử dụng, với số tiền tiết kiệm được so với mua xe mới lên tới 20.000 USD. Đó là trường hợp của BMW 5 Series, mất giá 36,4% và rẻ hơn 24.207 USD so với việc mua xe mới. Hyundai Sonata cũng là một món hời khi giảm giá 36,1% (Hoàng, 2021).

Với xe trên 10 năm tuổi thì thường phải thay hết các bộ phận này, cùng với nhiều bộ phận liên quan đến động cơ như bơm nước, bơm xăng, dầu, két làm mát… Khi thay thế linh kiện hoặc

các bộ phận khác sẽ làm ảnh hưởng đến độ nguyên bản của xe, điều này làm ảnh hưởng đến giá trị xe khi bán. Giá trị xe sẽ giảm đi theo thời gian.

### *2.3 Tình trạng thực tế của xe*

Tình trạng thực tế của xe là những giá trị vật chất còn lại của một chiếc xe thông qua ngoại thất (sơn xe, hệ thống đèn xe…), nội thất (hệ thống ghế xe, điều hoà, hệ thống giải trí…). Khung gầm, khả năng vận hành xe. Tất cả các yếu tố trên đều phản ảnh được thói quen sử dụng của chủ xe. Giá trị xe cao hay thấp đều phụ thuộc vào tình trạng xe hiện tại.

### *2.4 Số ODO*

Số ODO là số hiển thị trên đồng hồ công tơ mét thể hiện quãng đường đã đi được từ lúc mua xe tới thời điểm hiện tại. Đây cũng là căn cứ để biết được phương tiện đã di chuyển được bao xe. Thông thường số này sẽ giúp cho người mua xe xác định được độ mới của xe. Một người sử dụng ô tô đi được trung bình 25.000 km mỗi năm. Nếu thời gian sử dụng xe khoảng 3 – 6 năm tuổi thì số ODO tương ứng dưới 120.000 km. Số ODO cũng không phải con số chính xác để đánh giá được giá trị thực của xe, đây chỉ là một thông số tham khảo, bởi vì số ODO có thể điều chỉnh được nhằm tăng giá trị xe bán.

### *2.5 Lịch sử bảo trì, bảo dưỡng*

Lịch sử bảo trì, bảo dưỡng là dữ liệu ghi lại quá trình xe tham gia quá trình bảo dưỡng định kì. Dữ liệu này giúp cho người mua xe có thể đánh giá được tình trạng xe hiện tại có đang trong trạng thái tốt hay không hoặc có thể biết được xe đã được thay thế chi tiết nào trên xe. Nếu xe được bảo dưỡng định kì, điều sẽ giúp cho các bộ phận, chi tiết trên xe được đảm bảo, vận hành tốt, giúp cho người mua có cảm giác an toàn hơn. Nếu xe không được bảo dưỡng định kì, thì tuổi thọ các bộ phận trên xe sẽ bị giảm xuống, đồng nghĩa với việc giá trị xe cũng giảm xuống.

Hiện nay dữ liệu này không được sử dụng rộng rãi, chỉ có những xe tham gia bảo dưỡng trong hãng. Còn những xe tham gia bảo hành ở ngoài hãng thì hầu như không có lịch sử bảo dưỡng. Cho nên, việc dựa trên dữ liệu lịch sử bảo dưỡng để đánh giá chất lượng xe là một điều tốt cho những xe nào bảo dưỡng trong hãng.

### *2.6 Xuất xứ xe*

Hiện nay các xe nhập khẩu được ưa chuộng hơn các xe lắp ráp trong nước bởi có chất lượng tốt, độ bền cao, được sản xuất theo dây chuyền công nghệ hiện đại. Xe trải qua nhiều công đoạn kiểm tra khắt khe đảm bảo chất lượng tốt. Các xe sản xuất trong nước thì chất lượng tương đối so với xe nhập khẩu, xe được trang bị ít tính năng hiện đại hơn, các linh kiện lắp ráp không được chất lượng so với xe nhập khẩu. Đa số người dân Việt Nam tin tưởng vào chất lượng xe ô tô nhập khẩu hơn. Điều này cũng làm cho giá trị xe nhập khẩu tại thị trường Việt Nam tăng cao. Việc xuất xứ của một chiếc xe cũng đóng vai trò giúp tăng hay giảm giá trị của xe đo trong quá trình mua bán xe cũ. Ví dụ như giá bán của Toyota Camry nhập khẩu 2 phiên bản có giá 1.029 và 1.235 tỷ đồng còn giá Toyota Camry lắp ráp trong nước có giá là 997 triệu đồng, 1,161 tỷ đồng [1].

## 3. Xây dựng quy trình đánh giá chất lượng ô tô đã qua sử dụng

### *3.1 Kiểm tra pháp lý*

Kiểm tra pháp lý ô tô là quá trình xác minh và đánh giá các tài liệu và thông tin liên quan đến tình trạng pháp lý của chiếc ô tô. Mục tiêu của việc kiểm tra này là đảm bảo rằng xe ô tô đang ở trong tình trạng pháp lý tốt và không gặp vấn đề pháp lý nào có thể tác động đến quyền sở hữu và việc sử dụng xe. Khi kiểm tra pháp lý của ô tô đã qua sử dụng, cần kiểm tra một số yếu tố quan trọng để đảm bảo rằng xe đang ở trong tình trạng pháp lý tốt và không gặp vấn đề nào sau này. Một số nội dung cần phải kiểm tra:

- **Hồ sơ đăng ký và chủ sở hữu**: Kiểm tra xem thông tin trên hồ sơ đăng ký của xe có chính xác không, bao gồm tên chủ sở hữu, địa chỉ, và thông tin về xe. Kiểm tra xem có nợ ngân hàng hay không và xác định xem tình trạng nợ như thế nào.

- **Bảo hiểm ô tô**: Xác định xem xe có đang được bảo hiểm không, và nếu có, kiểm tra tình trạng bảo hiểm và xem có bất kỳ vấn đề nào đã được báo cáo không. Nếu có thể, kiểm tra xem xe đã từng tham gia vào các tai nạn hay không và mức độ nghiêm trọng của chúng.

- **Số VIN của xe**: So sánh số VIN trên hồ sơ đăng ký với số VIN trên xe để đảm bảo chúng khớp nhau. Đồng thời, kiểm tra xem số VIN có bị làm giả hay không. Sử dụng các dịch vụ VIN check để kiểm tra lịch sử xe, bao gồm thông tin về tai nạn, dịch vụ bảo dưỡng, và tình trạng pháp lý.

- **Chứng chỉ kiểm định tiêu chuẩn khí thải và an toàn**: Kiểm tra xem xe đã được kiểm định và đáp ứng tiêu chuẩn khí thải địa phương hay không. Xác minh xem xe đã qua kiểm định an toàn và có chứng chỉ an toàn hiện hành không.

***3.2 Kiểm tra ngoại thất***

**Hình 1. Hình ảnh minh họa các hư hỏng bề mặt sơn ô tô, hư hỏng biến dạng của chi tiết, và hư hỏng, vết nứt, lỗ thủng, đứt gãy của chi tiết**

Hư hỏng ngoại thất thường liên quan tới sơn bề mặt chi tiết: Khi xe ô tô va chạm hoặc cọ xát với vật thể cứng như cột, tường, đinh hoặc các vật dụng khác có khả năng xuất hiện vết trầy xước. Một số lỗi đồng sơn có thể gây hại đến bề mặt sơn: Vết nứt, bọt sơn, Lớp sơn không đều, dột sơn, bong tróc sơn. Bay màu sơn là việc bay màu sơn trên bề mặt ô tô là quá trình mà lớp sơn trên xe mất màu hoặc đổi màu so với ban đầu. Điều này có thể xảy ra khi sơn không chịu được tác động của các yếu tố môi trường như ánh sáng mặt trời, mưa, nhiệt độ cao, hoặc khi sử dụng các chất tẩy rửa mạnh có thể gây hại cho sơn. Khi chiếc ô tô đã qua sử dụng có hiện tượng bay màu sơn, thường là dấu hiệu của quá trình lão hóa tự nhiên của lớp sơn. Điều này cũng chứng minh cho việc ô tô đã trải qua nhiều năm sử dụng và nhiều điều kiện khắc nghiệt. Ngoài ra còn liên quan đến quá trình bảo dưỡng không đúng cách.

Khi kiểm tra ô tô đã qua sử dụng, việc có một góc nhìn tỉ mỉ và chi tiết là quan trọng để đảm bảo bạn nhận ra mọi vấn đề tiềm ẩn và đưa ra quyết định thông tin. Trong quá trình đánh giá, nên kiểm tra ở nhiều góc nhìn khác nhau, như vậy sẽ giảm thiểu được việc bỏ sót và có được cái nhìn tổng thể về chiếc xe.

**Hình 2. Hình ảnh minh họa các góc nhìn khi kiểm tra ngoại chất**

Việc kiểm tra ngoại thất cơ bản được thực hiện trong 2 vòng:

- Vòng kiểm tra đầu tiên hết khoảng 30 giây để có cái nhìn tổng thể về chiếc xe. Kiểm tra các yếu tố như: bay màu; hư hại hay rạn nứt lớn; sự khác biệt về màu sắc giữa bên trái và bên phải ở phía trước và phía sau; khoảng cách giữa các bộ phận ở phần ghép nối; và các bộ phận bị mất.

- Vòng kiểm tra chi tiết hết khoảng 3 phút để kiểm tra các hư hại trên từng chi tiết.

- Việc kiểm tra được thực hiện qua việc quan sát và sử dụng đầu ngón tay để có thể cảm nhận được các vế trầy, xước, nứt hoặc bất thường.

- Các vị trí kiểm tra bao gồm: *Tăng cứng lườn xe; Hai bên trái và phải*: kiểm tra cả cửa xe, nắp capô, cánh cửa, và các bộ phận khác. Kiểm tra đèn chiếu sáng, đèn xi-nhan và kính chắn gió phía bên trái. Đảm bảo rằng tất cả các đèn hoạt động đúng cách và không có vết trầy hoặc nứt nẻ; *Tai xe; Nóc xe; Kính chắn gió; Cánh cửa; kính sườn xe; Sườn xe; Nắp capo, lưới tản nhiệt và cụm đèn trước; Cản trước.*

***3.3*** **Kiểm tra nội thất**

Kiểm tra nội thất là một bước quan trọng cần làm khi mua ô tô cũ bởi sẽ giúp đánh giá chính xác mức độ sử dụng và tình trạng thực tế xe. Nội thất xe có thể bị các hư hỏng liên quan tới sơn hay bề mặt chi tiết, hư hỏng thay đổi hình dạng và các vết rách, đứt, lỗ hoặc mất chi tiết. Nguyên nhân có thể tới từ việc xe xe không được chăm sóc và bảo dưỡng, được sử dụng trong điều kiện khắc nghiệt, bị lão hóa tự nhiên bởi thời gian, ảnh hưởng bởi môi trường, bị va chạm với các vật thể cứng.

Công việc kiểm tra nội thất có thể được thực hiện bằng cách: Kiểm tra tổng thể các vết bẩn, mùi hương, vết ố; kiểm tra kỹ lưỡng toàn bộ, đặc biệt là hộp điều khiển, các cạnh của nó và các thảm trải sàn, tránh bỏ sót; kiểm tra phát hiện các hư hại trong khoang lái.

- *Kiểm tra hư hại tại cửa xe:* Đứng bên ngoài và quan sát tổng quan cửa xe từ mọi góc độ để xem có dấu hiệu nứt, trầy xước hoặc lõm nào không. Kiểm tra nút và cần điều chỉnh cửa xe để đảm bảo rằng chúng hoạt động đúng cách mà không gặp khó khăn. Kiểm tra bản lề của cửa để đảm bảo rằng chúng không bị lỏng hoặc hỏng, và cửa mở đóng một cách mượt mà. Kiểm tra khe cửa để đảm bảo rằng chúng kín đáo và không có khe hở lớn, giúp ngăn chặn nước và gió từ việc xâm nhập vào xe.

- *Kiểm tra tấm lót trần xe từ phía ghế lái:* Quan sát tổng quan tấm lót trần để kiểm tra có dấu hiệu nứt, rách, hay bong tróc không. Nếu tấm lót quá mềm, có thể là dấu hiệu của vết nứt hoặc sự hỏng hóc. Đảm bảo tấm lót vẫn giữ được độ bền và sự đàn hồi mong muốn.

- *Kiểm tra hư hại tại ghế lái, ghế sau và thảm trải sàn:* Quan sát tổng quan của các ghế ngồi để xem có dấu hiệu nứt, rách, hoặc lỏng lẻo. Nghiêng và lật ghế qua lại để kiểm tra xem có tiếng kêu lạ hoặc sự không ổn định nào không. Ngồi lên ghế một cách nhẹ nhàng và kiểm tra xem ghế có giữ chặt không, không nên có chuyển động lớn. Nếu ghế có các công nghệ điều chỉnh như điều chỉnh độ cao, độ nghiêng, kiểm tra xem chúng có hoạt động đúng cách hay không. Kiểm tra tính nguyên vẹn của thảm bằng cách chạy tay qua bề mặt để cảm nhận có vết lõm, nứt, hay bất kỳ điểm yếu nào không.

- *Kiểm tra hư hại tại bảng táp-lô:* Ngồi trong xe và quan sát tổng quan bảng táp-lô. Xem xét từ mọi góc độ để kiểm tra có dấu hiệu nứt, trầy xước, hoặc bất kỳ hư hỏng nào khác. Nếu xe có màn hình hoặc bảng điều khiển trên bảng táp-lô, kiểm tra chúng để đảm bảo rằng màn hình hoạt động đúng cách và không có vết trầy hoặc hư hại. Quan sát đèn cảnh báo trên bảng táp-lô khi bật khởi động. Đảm bảo rằng tất cả các đèn cảnh báo đều sáng lên và tắt sau khi khởi động xe. Kiểm tra khe cửa và các liên kết giữa bảng táp-lô và cột lái để đảm bảo rằng không có khe hở lớn hay sự chênh lệch đáng kể. Kiểm tra bảng đồng hồ để đảm bảo rằng mọi chỉ số hoạt động đúng cách và không có vấn đề về đèn nền hay hiển thị. Nếu có kính bảo vệ đồng hồ, kiểm tra xem nó có sạch sẽ và không có vết trầy hoặc mờ mờ không mong muốn.

- *Kiểm tra hư hại tại cửa sau:* Đứng bên ngoài và quan sát tổng quan của cửa sau từ mọi góc độ. Tìm kiếm dấu hiệu của nứt, trầy xước xuất hiện trên bề mặt của cửa xe. Kiểm tra nút và cần điều chỉnh cửa sau để đảm bảo rằng chúng hoạt động đúng cách mà không gặp khó khăn. Kiểm tra bản lề của cửa để đảm bảo rằng chúng không bị lỏng hoặc hỏng, và cửa mở đóng một cách mượt mà. Nếu cửa sau có kính, kiểm tra kính để đảm bảo rằng không có vết trầy hoặc nứt. Nếu có cửa sổ điện, kiểm tra xem cửa sổ có hoạt động đúng cách không. Kiểm tra khe cửa để đảm bảo rằng chúng kín đáo và không có khe hở lớn, giúp ngăn chặn nước và gió từ việc xâm nhập vào xe.

- *Kiểm tra tấm lót trần xe từ phía ghế sau:* Mở cửa phía sau và quan sát tổng quan của tấm lót trần từ ghế sau. Kiểm tra có dấu hiệu nứt, trầy xước, ẩm mốc trên bề mặt tấm lót trần. Kiểm tra nút và các phụ kiện trên tấm lót trần để đảm bảo rằng chúng hoạt động đúng.

- *Kiểm tra hư hại trong khoang hành lý*: Mở cửa khoang hành lý để có thể kiểm tra toàn bộ không gian bên trong. Xem xét các bề mặt trong và xem có bất kỳ vết nứt hoặc hỏng hóc nào không. Đảm bảo rằng hệ thống khóa và cơ cấu đóng mở của cửa khoang hoạt động đúng cách. Kiểm tra các bản lề và bộ phận kết nối để đảm bảo chúng không bị lỏng lẻo.

***3.4 Kiểm tra động cơ và hệ thống điện***

*3.4.1 Kiểm tra phía trong khoang lái*

- Sau khi kiểm tra chìa khóa từ, khởi động động cơ.

- Kiểm tra động cơ và hoạt động của các đèn báo, các đồng hồ đo, và còi. Bật ignition để kiểm tra xem tất cả các đèn báo trên bảng điều khiển có sáng không. Khởi động động cơ và theo dõi đồng hồ nhiệt độ nước và đồng hồ dầu. Bật đèn pha và đèn hậu để kiểm tra xem chúng hoạt động đúng không. Nhấn còi để kiểm tra âm thanh còi. Nếu còi tạo ra âm thanh kỳ lạ hoặc yếu, có thể cần thay thế. Thử lùi xe và kiểm tra âm thanh còi lùi (nếu có)

- Kiểm tra hệ thống điều hòa: Khởi động động cơ và bật hệ thống điều hòa lạnh. Đặt nhiệt độ mong muốn và kiểm tra xem có sự giảm nhiệt độ đáng kể không. Đưa tay gần ống dẫn khí lạnh để kiểm tra xem có không khí lạnh không. Đảm bảo rằng tất cả các tốc độ của quạt hoạt động đúng. Kiểm tra điều hòa ở các chế độ khác nhau. Kiểm tra chế độ điều chỉnh chế độ chân không để đảm bảo là không khí được phân phối đúng.

- Kiểm tra các chi tiết hoạt động bằng điện như: cửa kính, hệ thống âm thanh... Kiểm tra xem tất cả các cửa kính có thể được điều khiển bằng nút hoặc công tắc tương ứng không. Bật hệ thống âm thanh và kiểm tra xem có tiếng âm ra từ tất cả các loa không. Bật đèn nội thất và kiểm tra xem chúng có hoạt động đúng cách không.

- Kiểm tra tay lái bằng cách đánh hết lái sang phải và trái và âm thanh lạ. Kiểm tra độ quay của bánh lái để đảm bảo rằng nó không quá lớn hay quá nhỏ. Đảm bảo vô lăng ở vị trí trung tâm khi lái xe thẳng.

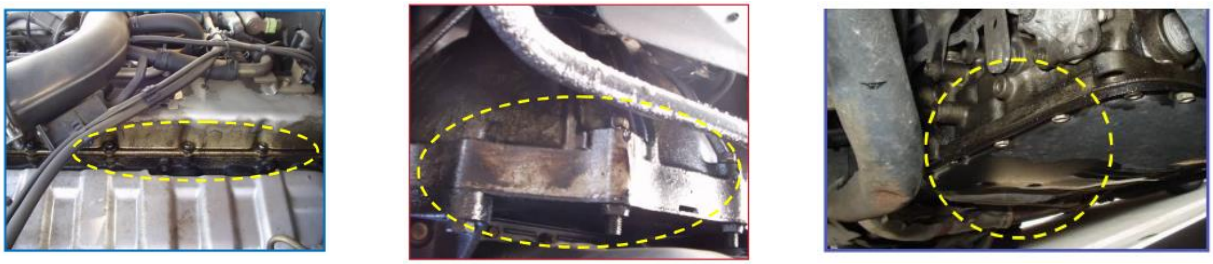
- Kiểm tra hộp số. Di chuyển cần số từ vị trí "N" (Nơi) sang các số khác một cách mượt mà. Đảm bảo rằng không có sự khó khăn hoặc tiếng kêu lạ. Lắng nghe xem có bất kỳ tiếng kêu nào đến từ hộp số khi di chuyển cần số. Cảm nhận xem có bất kỳ rung lắc nào khi thực hiện các thao tác với cần số.

- Kiểm tra dây đai an toàn có bị rách hay đứt không.

- Kiểm tra khói trắng hay khói đen, vòng quay động cơ và độ rung lắc.

*3.4.2 Các hạng mục kiểm tra phía ngoài khoang lái*

Công việc kiểm tra bên ngoài khoang lái bao gồm kiểm tra sự rò rỉ dầu tại động cơ, hộp số, gioăng nắp máy, phớt đuôi hộp số, gioăng các te, vi sai, thước lái; rò rỉ ở két nước làm mát; kiểm tra các dây curoa và quan sát các chi tiết hệ thống treo có hư hỏng không.



**a** **b** **c**

**Hình 3. Hình ảnh rò rỉ dầu gioăng nắp máy (a), phớt đuôi hộp số (b), gioăng các te (c)**

- Xe bị nghiêng: Xe bị nghiêng là một yếu tố cho thấy việc lạm dụng xe. Nguyên nhân khiến xe nghiêng có thể gợi ý cho những hư hại khác. Trong trường hợp có nghi vấn, cần kiểm tra khoảng cách giữa lốp xe và tai xe ở cả 2 bên.Bên cạnh đó chúng ta có thể kiểm tra được tình trạng động cơ qua màu sắc của khí xả cũng như bugi.

- Kiểm tra xi-lanh tổng phanh và vết rò rỉ dầu xung quanh động cơ và ống dẫn dầu. Mở nắp bình chứa dầu phanh và kiểm tra mức dầu. Đảm bảo mức dầu ở mức an toàn. ật động cơ và nhấn đều chân phanh. Đảm bảo áp suất phanh tăng lên và giữ ổn định. Kiểm tra xem có dầu rò rỉ xung quanh động cơ không. Đặc biệt chú ý đến khu vực phía dưới động cơ và xem xét có vết dầu hay không. Kiểm tra từng đoạn ống dẫn dầu từ bình chứa đến xi-lanh tổng phanh để đảm bảo không có vết rò rỉ dầu.

- Kiểm tra hư hại tại két nước và rò rỉ nước. Mở nắp két nước nước làm mát và kiểm tra mức nước. Đảm bảo mức nước ở mức an toàn. Kiểm tra kết nối xung quanh két nước để xem có dấu hiệu rò rỉ nước hay không.

- Kiểm tra các vết rạn trên dây curoa.

- Kiểm tra các hư hại tại gầm xe. Kiểm tra khu vực dưới bánh xe và xem xét có bất kỳ vết thương, nứt, hay độ rụt nào không. Kiểm tra ống xả để đảm bảo chúng không bị gỉ sét, nứt, hoặc rò rỉ. Kiểm tra khu vực quanh hộp số để xem có dấu hiệu của dầu rò rỉ không.

- Kiểm tra rò rỉ dầu tại gioăng đáy các-te và gioăng hộp số. Sử dụng thiết bị nâng để nâng xe lên để có thể kiểm tra dễ dàng ở khu vực dưới động cơ. Quan sát khu vực xung quanh gioăng đáy các-te để xem có bất kỳ vết rò rỉ dầu nào không. Nếu thấy dầu hoặc ẩm ướt, đó có thể là dấu hiệu của rò rỉ.

- Kiểm tra hư hại tại hệ thống giảm chấn và trục láp. Đồng thời kiểm tra xô lệch của giá đỡ động cơ.

- Kiểm tra vết cắt, rạn tại chụp láp và chụp thước lái.

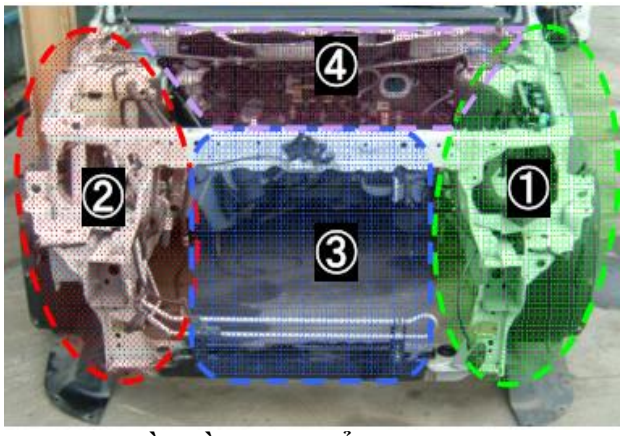
- Kiểm tra hư hại và rò rỉ dầu tại vi sai. Quan sát khu vực xung quanh vi sai để xem có bất kỳ vết rò rỉ dầu nào không. Lắng nghe xem có bất kỳ tiếng kêu nào đến từ vi sai khi di chuyển xe.

### *3.5 Kiểm tra khung xe*

#### *3.5.1 Phương pháp kiểm tra khung xe phía trước*

Quy trình kiểm tra:

1. Phần khung xe phía trước bên trái
2. Phần khung xe phía trước bên phải
3. Phần khung xe phía trước
4. Phần khung xe gần tấm chắn khoang động cơ.




**Hình 4. Vị trí các phần cần phải kiểm tra tại khung xe phía trước**

Mở nắp ca-pô, lùi lại một bước chân và kiểm tra hiện trạng và sự khác biệt về màu sắc tại các chi tiết tại khoang động cơ. Kiểm tra sự thay thế của nắp ca-pô, sử dụng quy trình BSI. Kiểm tra sự thay thế của tai xe.

Kiểm tra tất cả các chi tiết phía sau cụm đèn trước, bao gồm giá đỡ trên, giá đỡ bên và khu vực tai trong xe. Kiểm tra tai trong xe bên trái và khu vực dầm dọc trước, bắt đầu từ đầu dầm dọc trước lên tới tấm chắn khoang động cơ.

Kiểm tra phần ghép nối giữa "tai xe trong và giá đỡ bên" và "giá đỡ bên và dầm ngang trước" từ đường ghép với tai xe. Kiểm tra hư hại tại hốc lốp. Kiểm tra phần bên phải tuân theo quy trình tương tự ở bên trái.

Kiểm tra giá đỡ trên, giá đỡ bên và dầm ngang trước trong khoang động cơ. Kiểm tra dầm ngang từ khe thoáng tại cản trước và từ phía dưới gầm xe…

Kiểm tra tấm chắn khoang động cơ: Không được bỏ qua việc kiểm tra các vị trí ghép nối giữa tấm chắn khoang động cơ với dầm dọc trước và tải trọng đặc biệt là khi phát hiện các dấu tích của tai nạn.

*3.5.2 Phương pháp kiểm tra hai bên khung xe*

Kiểm tra sự thay thế của các cánh cửa và tăng cứng lườn xe.

Kiểm tra các cột: Kiểm tra các hư hại xung quanh các bản lề. Bóc tách gioăng ở các mép để kiểm tra các mối hàn lại hoặc vết sơn lại.

**Hình 5. Kiểm tra các cột trụ của xe**

Kiểm tra thay thế hông xe: Bóc tách gioăng ở các mép để kiểm tra các điểm hàn. Kiểm tra các điểm hàn và keo làm kín tại hốc lốp.

Kiểm tra độ bóng của sơn tại hốc lốp: Các hình ảnh bên dưới là những ví dụ minh họa được lấy từ chiếc nguyên bản và đã được sơn lại nhưng cùng mẫu và kiểu xe.

*3.5.3 Phương pháp kiểm tra khung xe phía sau*

Kiểm tra sự thay thế của nắp khoang hành lý và hông xe từ phía trong khoang hành lý

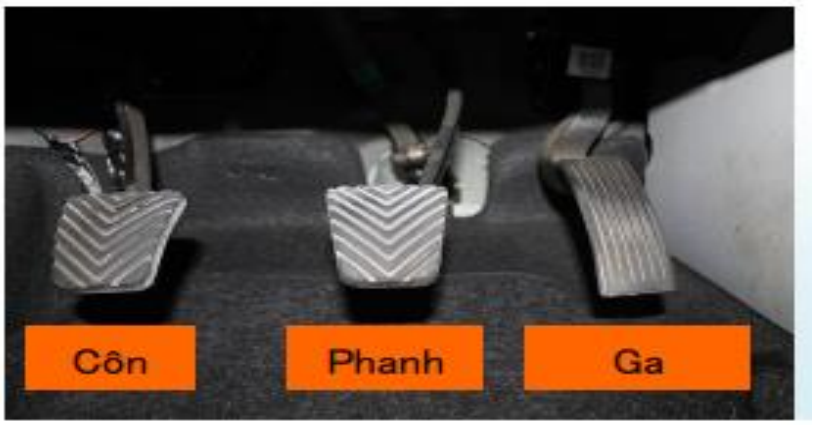
**Hình 6. Kiểm tra khu vực khoang hành lý phía sau**

Kiểm tra hư hại của tấm chắn khoang hành lý và sàn sau xe từ phía trong khoang hành lý. Kiểm tra kỹ lưỡng các mối ghép nối, đặc biệt là mối ghép nối giữa tấm chắn khoang hành lý và sàn sau xe.

Kiểm tra từ phía dưới của xe các chi tiết sau: Tấm chắn khoang hành lý, sàn sau, dầm dọc phía sau. Kiểm tra phần đầu của các dầm dọc.

***3.6 Lái thử***

Điều chỉnh xe chạy thẳng, kiểm tra ga và tăng tốc.




**Hình 7. Hình ảnh minh họa vị trí các chân ga, chân phanh, chân côn**

Dẫm chân phanh và kiểm tra hiệu quả phanh. Đồng thời, kiểm tra các dấu hiệu bất thường.

Kiểm tra tay lái khi đánh lái tại các đoạn đường vòng, lưu ý các âm thanh lạ. Đồng thời, kiểm tra nếu có tiếng láp đối với các xe dẫn động cầu trước.

Vào hết các số của xe, kiểm tra cần số, chức năng côn và lưu ý các âm thanh lạ từ hộp số.

Kiểm tra độ ổn định: cân bằng bánh xe, có lắc lư không ...

Điều khiển xe đi trên các gờ giảm tốc hoặc đường gồ ghề để kiểm tra hiệu quả của hệ thống treo, giảm xóc và các tiếng động lạ.

Kiểm tra vận hành của xe khi vào số lùi.

**4. Kết luận**

Thị trường ô tô cũ tại Việt Nam có thể cung cấp bất cứ thương hiệu, mẫu xe ô tô nào và đặc biệt đáp ứng được mọi nhu cầu của người mua tuy nhiên vấn đề chất lượng khi chọn mua ô tô đã qua sử dụng luôn là mối bận tâm lớn. Việc xây dựng quy trình đánh giá chất lượng chung có thể mang lại nhiều lợi ích cho các doanh nghiệp đang khai thác ngành dịch vụ liên quan đến ô tô. Trong bài báo này, nhóm tác giả đã đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến giá trị của ô tô cũ bao gồm: thương hiệu ô tô; thời gian sử dụng xe; tình trạng thực tế của xe; số ODO; lịch sử bảo trì

bảo dưỡng; và xuất xứ xe. Bên cạnh đó, quy trình kiểm tra và đánh giá chất lượng của từng hạng mục riêng và của tổng thế của ô tô đã qua sử dụng được xây duwngj và hướng dẫn chi tiết trong bài báo này bao gồm: kiểm tra pháp lý, kiểm tra ngoại thất và nội thất của xe; kiểm tra phần động cơ và hệ thống điện được chia ra kiểm tra trong và ngoài khoang lái; kiểm tra khung xe; và lái thử. Dựa trên quy trình đánh giá trên, nhóm tác giả sẽ tiến hành xây dựng phần mềm đánh giá chất lượng ô tô đã qua sử dụng, đồng thời định giá và tính chi phí bảo hiểm vật chất cho xe.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Hoàng, V. (2021). Ô tô mất giá ra sao sau 1 năm sử dụng? *Tienphong.Vn*. https://tienphong.vn/o-to-mat-gia-ra-sao-sau-1-nam-su-dung-post1325487.tpo#:~:text=TPO - Những ô tô mất,17%25 so với mua mới.
2. Liu, E., Li, J., Zheng, A., Liu, H., & Jiang, T. (2022). Research on the Prediction Model of the Used Car Price in View of the PSO-GRA-BP Neural Network. *Sustainability (Switzerland)*, *14*(15). https://doi.org/10.3390/su14158993.
3. Longani, C., Potharaju, S. P., & Deore, S. (2021). Price prediction for pre-owned cars using ensemble machine learning techniques. *Advances in Parallel Computing*, *39*, 178–187. https://doi.org/10.3233/APC210194.
4. Magri, A., Farrugia, A., Valletta, F., & Grima, S. (2019). An Analysis of the Risk Factors Determining Motor Insurance Premium in a Small Island State: The Case of Malta*. *International Journal of Finance, Insurance and Risk Management*, *IX*(2), 63–85.
5. Nguyễn, H. (2022). *Consumer Reports: Xếp hạng các thương hiệu ô tô đáng tin cậy nhất*. Vnmedia.Vn. https://vnmedia.vn/xe-va-cong-nghe/202211/consumer-reports-xep-hang-cac-thuong-hieu-o-to-dang-tin-cay-nhat-c825e53/
6. Nhạn, T. (2022). Những hãng bán ôtô con nhiều nhất Việt Nam 2022. *Vnexpress.Net*. https://vnexpress.net/nhung-hang-ban-oto-con-nhieu-nhat-viet-nam-2022-4464667.html
7. Tang, T. (2022). Thị trường ô tô cũ nhộn nhịp trở lại. *Xe.Chotot.Com*. https://xe.chotot.com/kinh-nghiem/thi-truong-o-to-cu-nhon-nhip-tro-lai.html.

# KHẢO SÁT ĐỘ ÊM DỊU CHUYỂN ĐỘNG CỦA Ô TÔ SEDAN TRÊN ĐIỀU KIỆN MẶT ĐƯỜNG THEO TIÊU CHUẨN ISO 2631-1:1997

**Nguyễn Hữu Thuận, Nguyễn Văn Giao***
Viện Kỹ thuật, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: nv.giao82@hutech.edu.vn.

**TÓM TẮT**

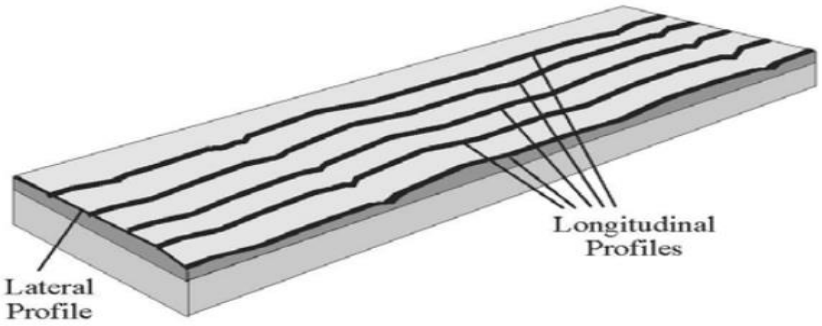
Bài báo thực hiện khảo sát dao động của ô tô trên dòng sedan hạng B với điều kiện mặt đường ngẫu nhiên trong môi trường simulink, từ kết quả khảo sát tiến hành phân tích kết quả và so sánh với tiêu chuẩn ISO 2631-1:1997 (Marjanen & Mansfield, 2010). Tác giả, tiến hành xây dựng mô hình dao động ½ với nhiều bậc tự do trong không gian để tiến hành xây dựng phương trình dao động với các phần tử ghế ngồi, khung xe, hệ thống treo cầu trước và cầu sau. Sử dụng phần mềm Matlab-Simulink để thực hiện khảo sát dao động với các vận tốc: 20 ,40 và 60 (km/h). Kết quả khảo sát cho thấy với dãy tốc độ trên thì người lái có cảm giác rõ rệt về sự không thoải mái khi lái xe trên điều kiện mặt đường ngẫu nhiên này. Như vậy xe không đáp ứng được yêu cầu về độ êm dịu chuyển động.
*Từ khóa:* Ô tô Sedan; dao động; ISO 2631-1:1997; giá trị r.m.s; mặt đường ngẫu nhiên.

## 1. Tổng quan

Khi ô tô chuyển động, sự dao động xảy ra và nó ảnh hưởng trực tiếp đến độ êm dịu chuyển động của ô tô, dao động này tác động trực tiếp lên người dưới dạng sóng cơ học. Từ các kết quả, của các công trình nghiên cứu trước đây và khảo sát về độ êm dịu chuyển động ta giả thuyết rằng xem cơ thể con người được là một hệ dao động cơ học đàn hồi với khoảng tần số dao động riêng từ (3 - 30)Hz và đặc biệt hệ cơ học cơ thể người này có khả năng chịu được sự dao động có tần số rất cao khoảng 8000Hz (Bùi Quốc Vĩnh, 2011). Các bộ phận của cơ thể người sẽ xuất hiện các chuyển động tương đối khi chịu các kích thích từ dao động.

Cơ sở đánh giá độ êm dịu của ô tô khi chuyển động là so sánh với tần số dao động được sinh ra khi con người đi bộ. Con người được xem là đang thực hiện một dao động khi thực hiện các bước đi, chạy, nhảy với nhiều hình thức với sự thay đổi về tốc độ theo thời gian. Theo các nghiên cứu, đã chứng minh rằng thông thường con người sẽ thực hiện khoảng (60 - 90) bước đi trong mỗi phút, tương ứng với đó thì tần số dao động sẽ là từ (1 - 1.5)Hz. Như vậy, tần số dao động từ (1 - 1.5)Hz được xem là êm dịu → cho nên khi ô tô chuyển động trên nhiều điều kiện mặt đường khác nhau mà tần số dao động riêng nằm trong khoảng từ (1 - 1.5)Hz thì được xem là chuyển động êm dịu.

Hiện nay, phương pháp mô tả độ mấp mô mặt đường bằng hàm ngẫu nhiên (Tyan et al., 2009) đã được chuẩn hóa theo tiêu chuẩn ISO 8606 (Tyan et al., 2009) được ứng dụng vào các công trình nghiên cứu, khảo sát độ êm dịu chuyển động của ô tô. Vì vậy, tác giả sử dụng hàm kích thích từ mặt đường này để tiến hành khảo sát.



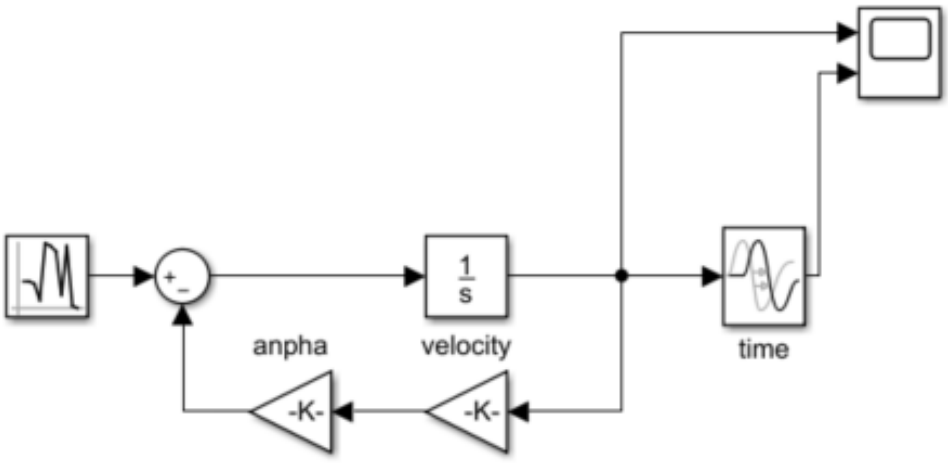

**Hình 1. Profile mặt đường (Tyan et al., 2009)**

**Bảng 1. Độ lệch chuẩn độ gồ ghề của đường (Tyan et al., 2009).**

| **Loại đường** | $\boldsymbol{\sigma(10^{-3}m)}$ | $\boldsymbol{\Phi(\Omega_0)(10^{-6}m^3)}$ $\boldsymbol{\Omega_0 = 1}$ | $\boldsymbol{\alpha(rad/m)}$ |
|---|---|---|---|
| A (rất tốt) | 2 | 1 | 0.127 |
| B (tốt) | 4 | 4 | 0.127 |
| C (trung bình) | 8 | 16 | 0.127 |
| D (xấu) | 16 | 64 | 0.127 |
| E (rất xấu) | 32 | 256 | 0.127 |

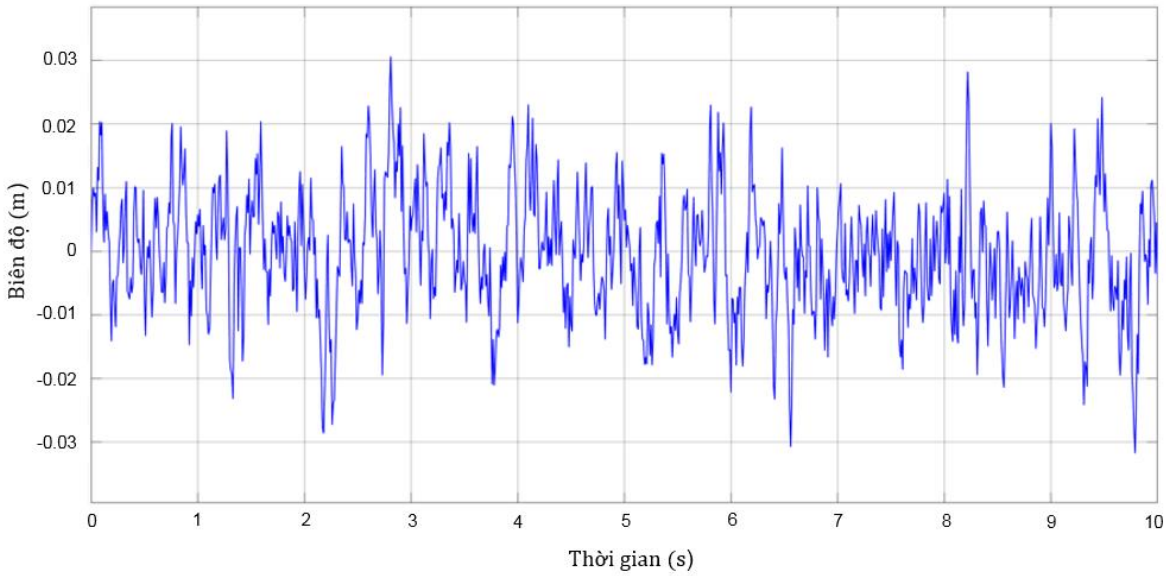
Phương trình vi phân hàm mặt đường ngẫu nhiên mà nhóm tác giả xây dựng trong điều kiện xe chạy dọc trên một con đường với hằng số vận tốc V = $\frac{ds}{dt}$, tín hiệu từ profile mặt đường $z_R(t)$, tần số kích thích từ mặt đường theo thời gian là $\omega(t)$ (rad/s), góc α phụ thuộc vào trên từng loại mặt đường.

$$\frac{ds}{dt}\, z_R\,(t) = -\alpha V z_r(t) + \omega(t) \qquad (1)$$




**Hình 2. Mô hình Simulink theo công thức (1)**

Từ phương trình, tác giả đưa ra đồ thị kích thích dao động ngẫu nhiên từ mặt đường với giá trị $\alpha = 0.127$, trong môi trường Simulink.

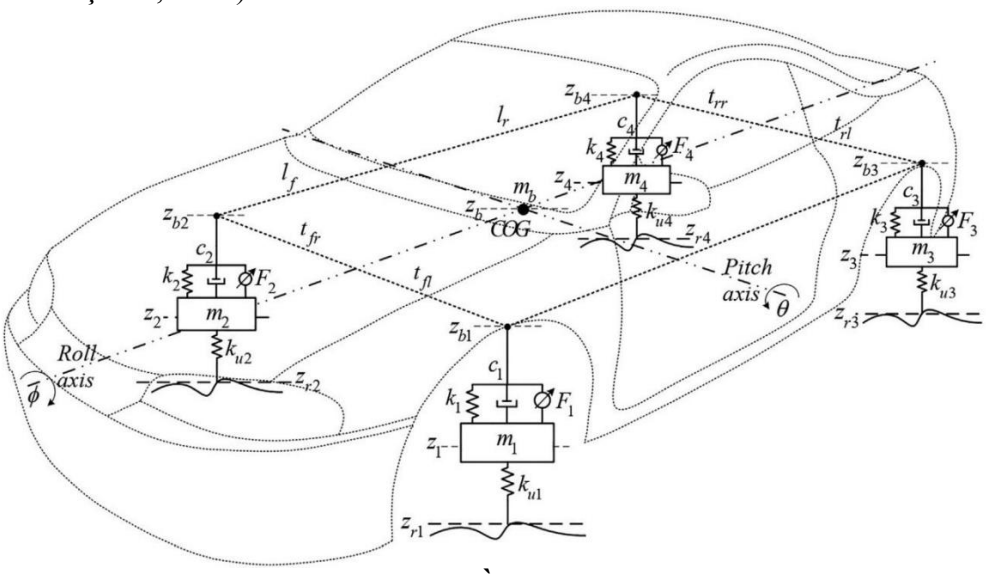



**Hình 3. Đồ thị biên độ dao động theo thời gian**

Từ đồ thị biên độ của hàm kích thích dao động ngẫu nhiên, ta có thể nhận thấy giá trị biên độ của mặt đường là luôn luôn thay đổi không tuân một quy luật cụ thể nào, giá trị này nó còn phụ thuộc vào biên dạng mặt đường, vận tốc của xe và các yếu tố môi trường khác.

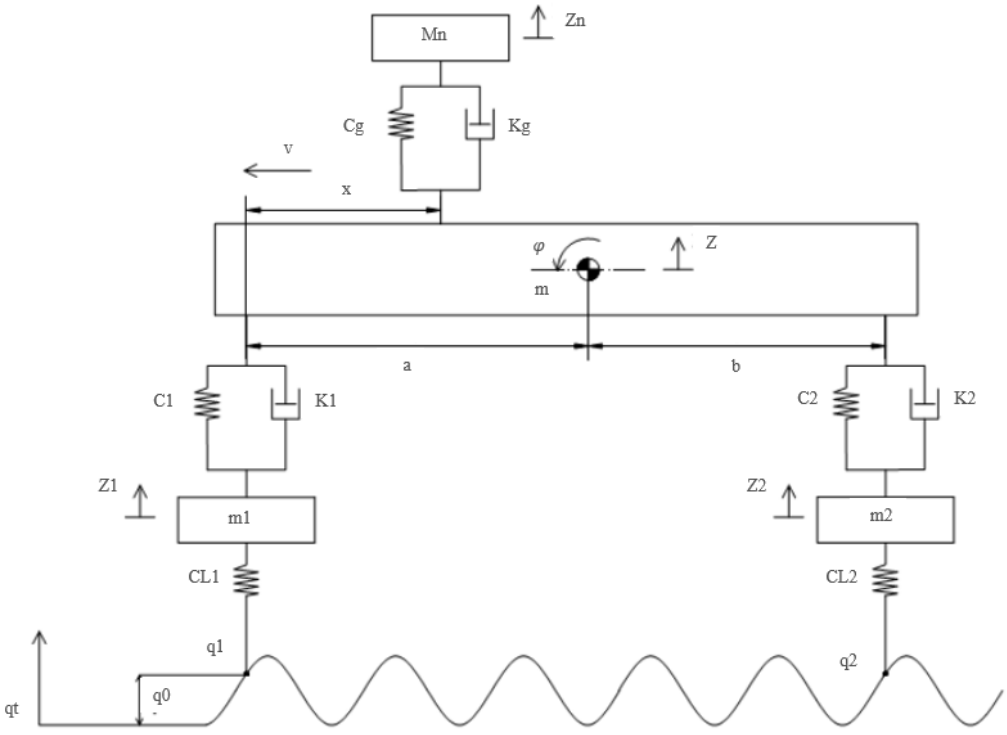
**2. Mô hình khảo sát**

Giả sử, chúng ta đi xét dao động của một chiếc xe sedan với hệ thống treo trước là độc lập và hệ thống treo sau là phụ thuộc và được mô hình hóa thành mô hình dao động nhiều bậc tự do (Yatak & Şahin, 2021).




**Hình 4. Mô hình dao động ô tô nhiều bậc tự do (Yatak & Şahin, 2021)**

Từ mô hình trên, để giải bài toán hệ dao động trên là rất phức tạp và chưa phù hợp với mục tiêu hướng đến. Bên cạnh đó, với mục tiêu có kết quả khảo sát độ êm dịu chuyển động gần nhất với thực tế, tác giả đưa ra mô hình dao động ô tô ½ với hệ dao động như hình 5, từ đó tiến hành xây dựng mô hình toán và xử lí bài toán dao động với Simulink.




**Hình 5. Mô hình toán dao động trong mặt phẳng theo biên dạng của mặt đường điều hòa**

**Phương trình dao động:**

Phương trình dao động ghế ngồi tài xế:

$$M_n\ddot{Z}_n + K_g\dot{Z}_n + C_gZ_n - K_g\dot{Z} - C_gZ + K_g(a-x)\dot{\varphi} + C_g(a-x)\varphi = 0$$

Phương trình khối lượng được treo (sàn xe):

$$M\ddot{Z} + (K_1 + K_2 + K_g)\dot{Z} + (C_1 + C_2 + C_g)Z + [K_1a - K_2b - K_g(a-x)]\dot{\varphi} + [C_1a - C_2b - C_g(a-x)]\varphi - K_1\dot{Z}_1 - C_1Z_1 - K_2\dot{Z}_2 - C_2Z_2 - K_g\dot{Z}_n - C_gZ_n = 0$$

Phương trình moment quán tính tại trọng tâm xe:

$$J_y\ddot{\varphi} + [K_1a^2 + K_2b^2 + K_g(a-x)^2]\dot{\varphi} + [C_1a^2 + C_2b^2 + C_g(a-x)^2]\varphi + [K_1a - K_2b - K_g(a-x)]\dot{Z} + [C_1a - C_2b - C_g(a-x)]Z - K_1a\dot{Z}_1 - C_1aZ_1 + K_2b\dot{Z}_2 - C_2bZ_2 + K_g(a-x)\dot{Z}_n + C_g(a-x)Z_n = 0$$

Phương trình khối lượng không được treo cầu trước:

$$m_1\ddot{Z}_1 + K_1\dot{Z}_1 + (C_{L1} + C_1)Z_1 - K_1\dot{Z} - C_1Z - K_1a\dot{\varphi} - C_1a\varphi - C_{L1}q_1 = 0$$

Phương trình khối lượng không được treo cầu sau:

$$m_2\ddot{Z}_2 + K_2\dot{Z}_2 + (C_{L2} + C_2)Z_2 - K_2\dot{Z} - C_2Z - K_2b\dot{\varphi} - C_2b\varphi - C_{L2}q_2 = 0$$

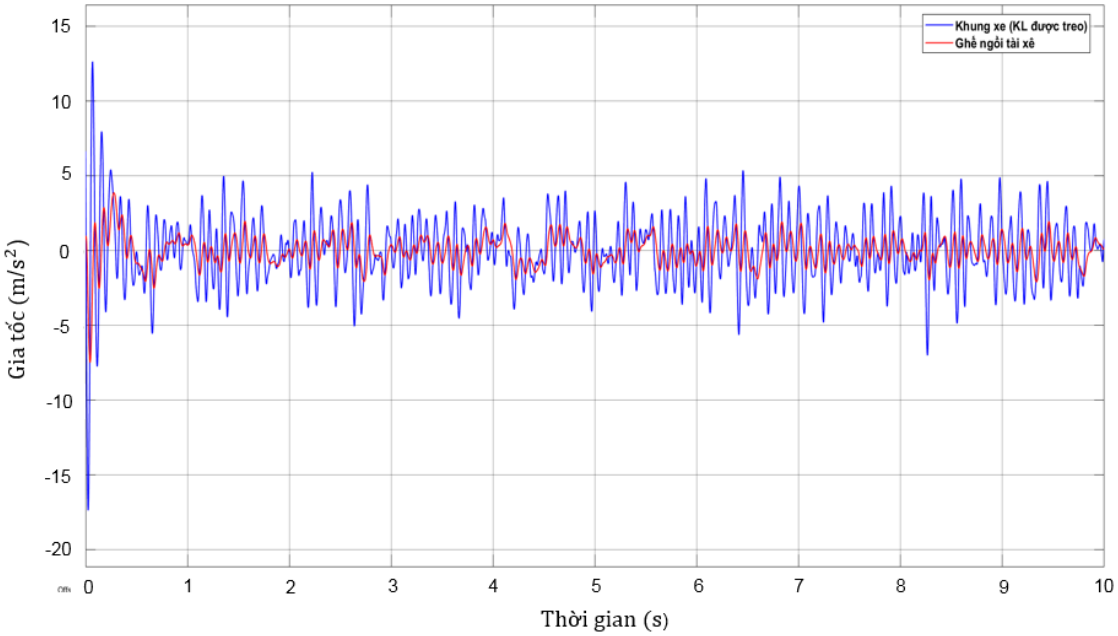
**Bảng 2. Các thông số liên quan trong mô hình khảo sát**

| | |
|---|---|
| Khối lượng người ngồi $M_n$ (kg) | 75 |
| Chiều dài cơ sở của xe L (m) | 2,550 |
| Khoảng cách từ tọa độ trọng tâm đến cầu trước a (m) | 1,11 |
| Khoảng cách từ tọa độ trọng tâm đến cầu sau b (m) | 1,44 |
| Khoảng cách từ trọng tâm ghế ngồi người lái đến cầu trước x (m) | 0,8 |
| Độ cứng của ghế $C_g$ (N/m) | 11000 |
| Hệ số giảm chấn ghế $K_g$ (N-s/m) | 1550 |
| Độ cứng lò xo hệ thống treo phía trước $C_1$ (N/m) | 50270 |
| Hệ số giảm chấn hệ thống treo phía trước $K_1$ (N-s/m) | 1280 |
| Khối lượng không được treo hệ thống treo phía trước $m_1$ (kg) | 110 |
| Độ cứng lò xo hệ thống treo phía sau $C_2$ (N/m) | 41080 |

| | |
|---|---|
| Hệ số giảm chấn hệ thống treo phía sau $K_2$ (N-s/m) | 1070 |
| Khối lượng không được treo hệ thống treo phía trước $m_2$ (kg) | 150 |
| Khối lượng được treo M (kg) | 915 |
| Mô-men quán tính theo chiều dọc trục của xe $J_y$ (kg$m^2$ ) | 2900 |
| Độ cứng lốp xe trước $C_{L1}$ (N/m) | 2131190 |
| Độ cứng lốp xe sau $C_{L2}$ (N/m) | 2121980 |

## 3. Kết quả và thảo luận

**Trường hợp 1:** Điều kiện khảo sát $S_0 = 1$ m, $V = 20$ km/h, $t = 10$s.

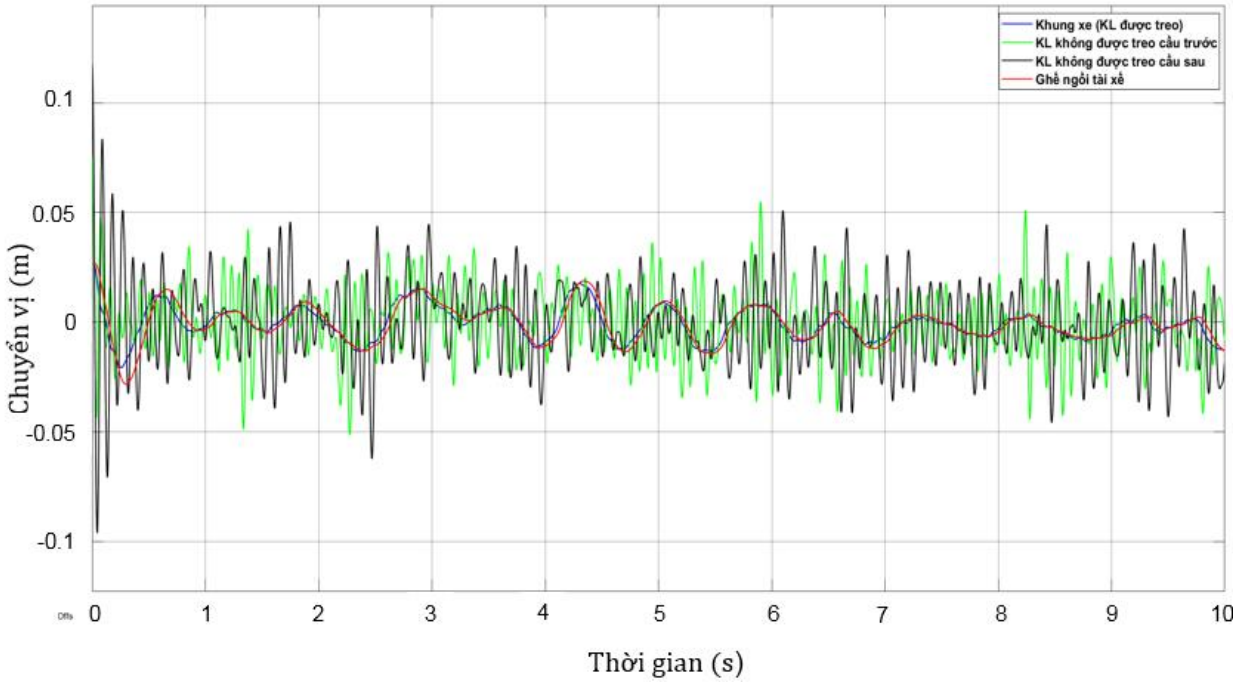



**Hình 6. Gia tốc dao động của các phần tử với vận tốc 20 km/h**

Từ kết quả hình 6 ta thấy với vận tốc 20 km/h thì trọng số R.M.S [$a_w(m/s^2)$] của ghế là 0.9805 $m/s^2$ nằm trong vùng dao động tác động đến con người ở trạng thái là có cảm giác rõ rệt về sự không thỏa mái khi so với tiêu chuẩn ISO 2631-1:1997. Tuy nhiên, tần số dao động riêng của ghế là 0.753Hz nằm trong vùng tần số an toàn đối với người lái.

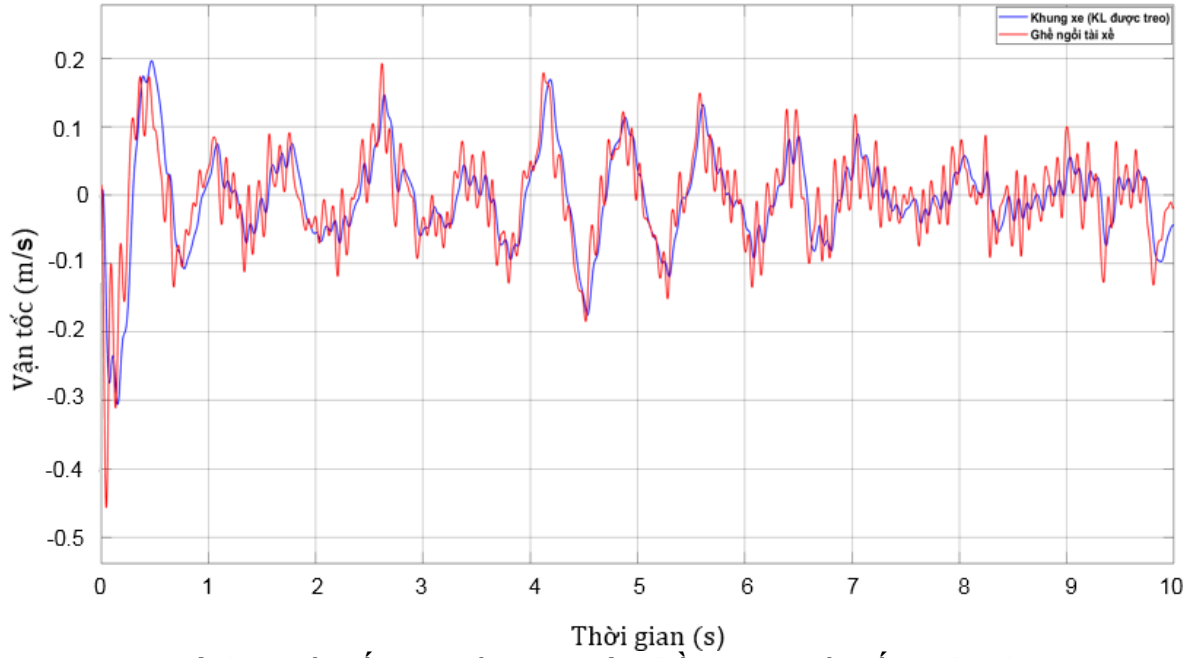
**Bảng 3. Phản ứng về tiện nghi với môi trường dao động (Thi, 2016)**

| | |
|---|---|
| Nhỏ hơn 0,315 m/$s^2$ | Không có cảm giác khó chịu |
| Từ 0,315 m/$s^2$ đến 0,63 m/$s^2$ | Có cảm giác một phần về sự không thoải mái |
| Từ 0,5 m/$s^2$ đến 1 m/$s^2$ | Có cảm giác rõ rệt về sự không thoải mái |
| Từ 0,8 m/$s^2$ đến 1,6 m/$s^2$ | Không thoải mái |
| Từ 1,25 m/$s^2$ đến 2,5 m/$s^2$ | Rất không thoải mái |
| Lớn hơn 2,5 m/$s^2$ | Cực kỳ không thoải mái |




**Hình 7. Chuyển vị của các phần tử với vận tốc 20 km/h**

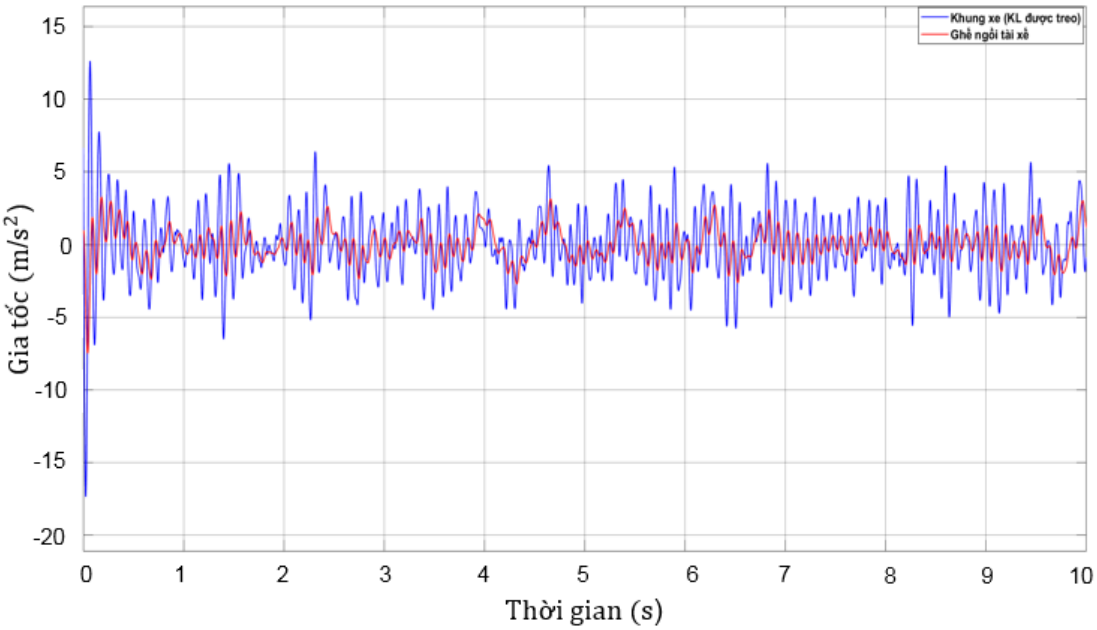
Trên đồ thị chuyển vị của các phần tử khi xe di chuyển với vận tốc 20 km/h ta thấy giá trị chuyển vị của khối lượng không được treo cầu trước cao nhất là 0.0762m, chuyển vị của khối lượng không được treo cầu sau cao nhất đạt 0.117m và chuyển vị của ghế và khung xe tương đối bằng nhau và rơi vào khoảng 0.0267m.




**Hình 8. Vận tốc dao động của các phần tử với vận tốc 20 km/h**

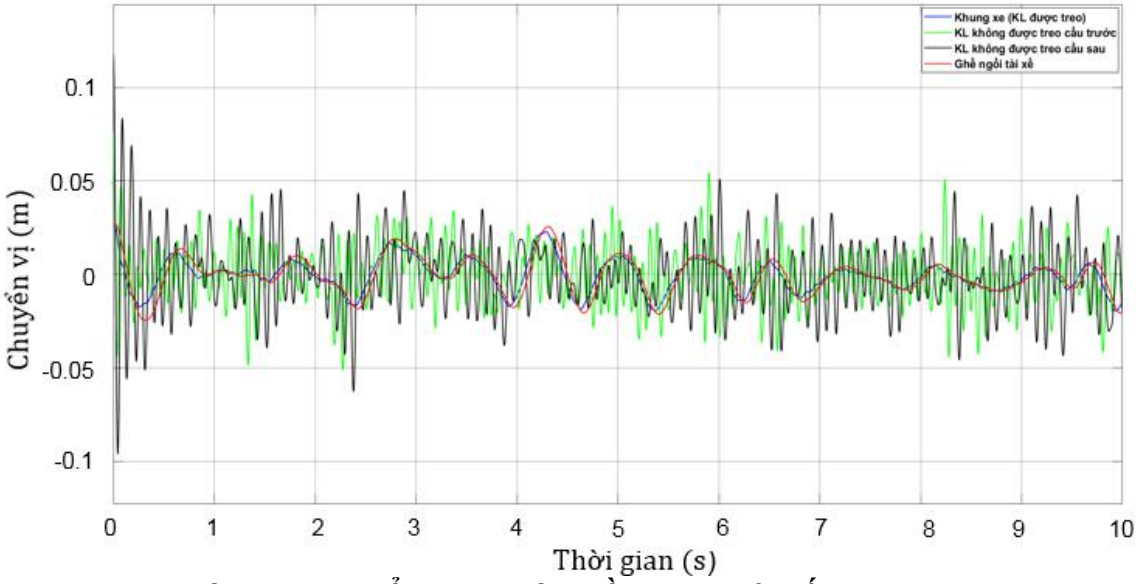
Vận tốc chuyển vị của ghế và khung xe khi xe di chuyển với vận tốc 20 km/h lần lượt là 0.193 m/s và 0.196 m/s.

**Trường hợp 2**: Điều kiện khảo sát $S_0 = 1$ m, $V = 40$ km/h, $t = 10$s.



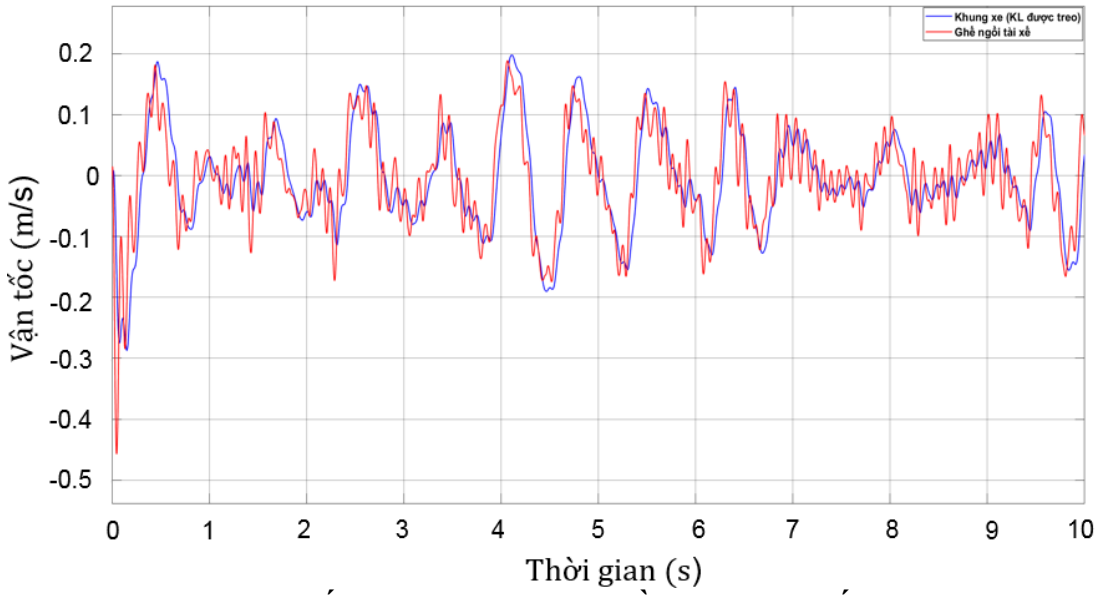

**Hình 9. Gia tốc dao động của các phần tử với vận tốc 40 km/h**

Từ kết quả hình 9 ta thấy với vận tốc 40 km/h thì trọng số R.M.S [$a_w(m/s^2)$] của ghế là 1.105 $m/s^2$ nằm trong vùng dao động tác động đến con người ở trạng thái là có cảm giác không thỏa mái khi so với tiêu chuẩn ISO 2631-1:1997. Tuy nhiên tần số dao động riêng của ghế là 0.925 Hz nằm trong vùng tần số an toàn đối với người lái.




**Hình 10. Chuyển vị của các phần tử với vận tốc 40 km/h**

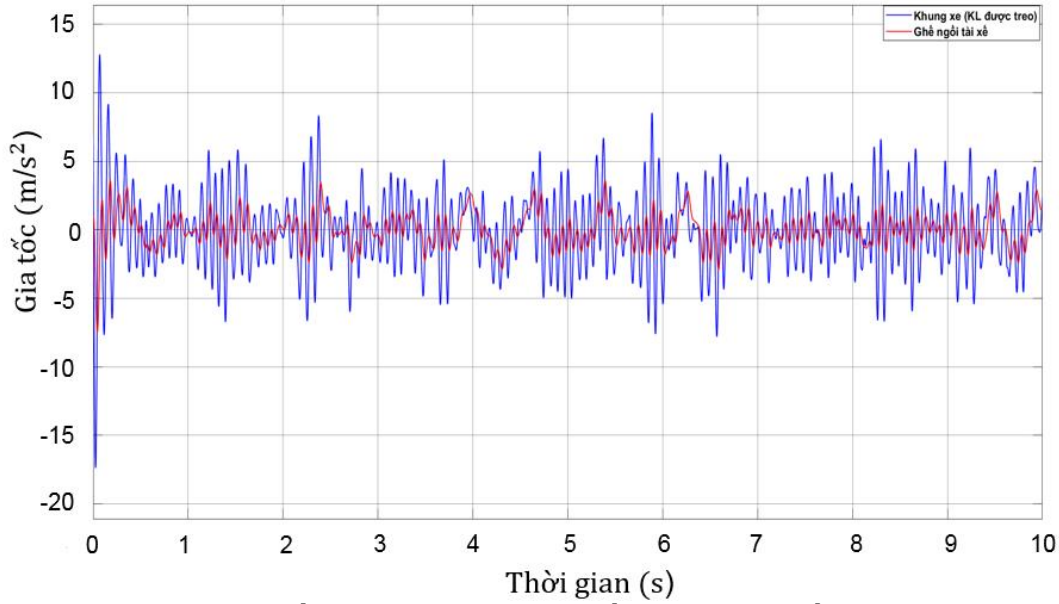
Trên đồ thị chuyển vị của các phần tử khi xe di chuyển với vận tốc 40 km/h (hình 10) ta thấy giá trị chuyển vị của khối lượng không được treo cầu trước cao nhất là 0.0756m, chuyển vị của khối lượng không được treo cầu sau cao nhất đạt 0.117m và chuyển vị của ghế và khung xe tương đối bằng nhau và rơi vào khoảng 0.0267m.




**Hình 11. Vận tốc dao động của các phần tử với vận tốc 40 km/h**

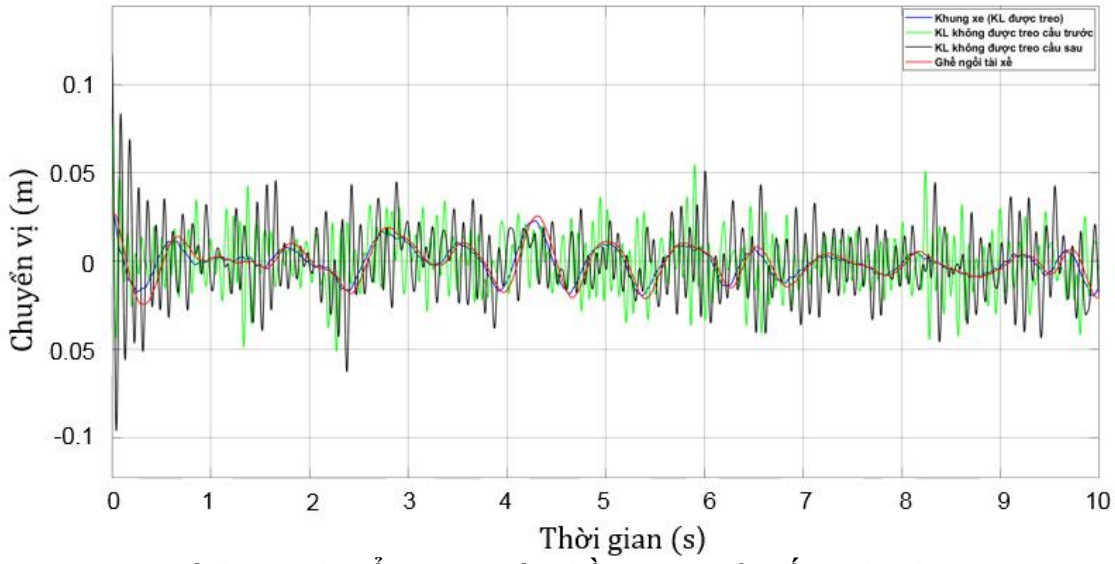
Vận tốc chuyển vị của ghế và khung xe khi xe di chuyển với vận tốc 40 km/h lần lượt là 0.189 m/s và 0.198 m/s.

**Trường hợp 3**: Điều kiện khảo sát $S_0 = 1$ m, $V = 60$ km/h, $t = 10$ s.



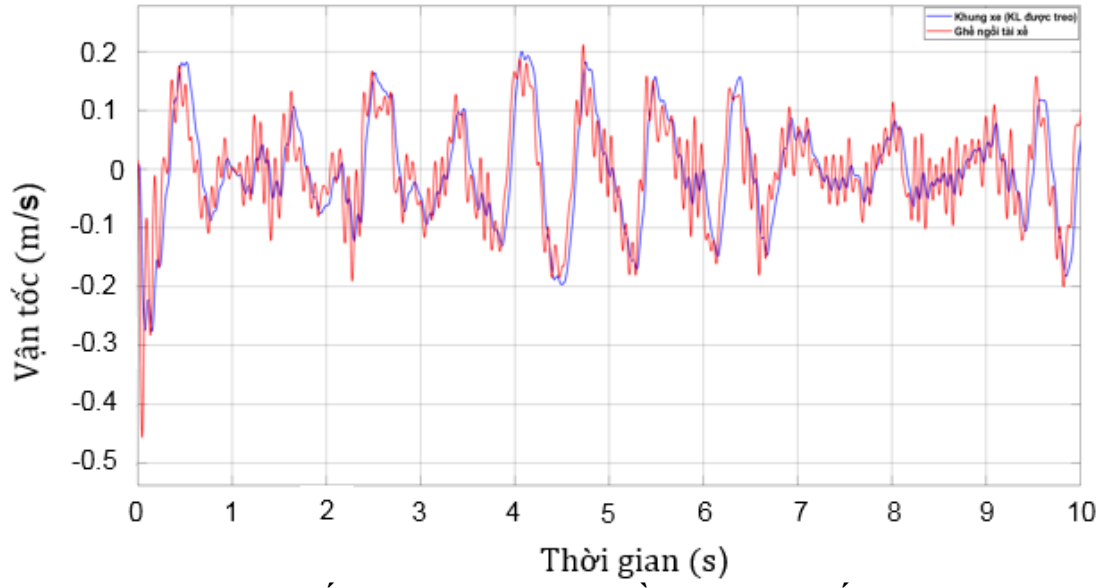

**Hình 12. Gia tốc dao động của các phần tử với vận tốc 60 km/h**

Từ kết quả hình 12 ta thấy với vận tốc 60 km/h thì trọng số gia tốc R.M.S $[a_w(m/s^2)]$ của ghế là 1.201 $m/s^2$ nằm trong vùng dao động tác động đến con người ở trạng thái là có cảm giác cực kỳ không thỏa mái khi so với tiêu chuẩn ISO 2631-1:1997. Tuy nhiên, tần số dao động riêng của ghế là 1.039 Hz nằm trong vùng tần số an toàn đối với người lái.




**Hình 13. Chuyển vị của các phần tử với vận tốc 60 km/h**

Trên đồ thị chuyển vị của các phần tử khi xe di chuyển với vận tốc 60 km/h (hình 13) ta thấy giá trị chuyển vị của khối lượng không được treo cầu trước cao nhất là 0.0856m, chuyển vị của khối lượng không được treo cầu sau cao nhất đạt 0.127m và chuyển vị của ghế và khung xe tương đối bằng nhau và rơi vào khoảng 0.0287m.




**Hình 14. Vận tốc dao động của các phần tử với vận tốc 60 km/h**

Vận tốc chuyển vị của ghế và khung xe khi xe di chuyển với vận tốc 60 km/h lần lượt là 0.212 m/s và 0.200 m/s.

**4. Kết luận**

Khi xe chuyển động với vận tốc 20, 40 và 60 (km/h) thì trọng số trung bình bình phương gia tốc r.m.s $[a_w(m/s^2)]$ của ghế lần lượt là 0.9805, 1.105 và 1.201 $m/s^2$ và tần số dao động lần lượt là 0.753 Hz, 0.925 và 1.039 Hz khi so sánh với tiêu chuẩn ISO 2631-1:1997 thì người lái có cảm giác rõ rệt về sự không thoải mái khi lái xe trên điều kiện mặt đường này. Như vậy xe không đáp ứng được yêu cầu về độ êm dịu chuyển động.

**TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. Marjanen, Y., & Mansfield, N. (2010). *Validation and improvement of the ISO 2631-1 (1997) standard method for evaluating discomfort from whole-body vibration in a multi-axis environment. Ph.D.*, 283.

2. Bùi Quốc Vĩnh. (2011). *Nghiên cứu đánh giá độ êm dịu của ô tô khách 29 chỗ ngồi sản xuất tại Việt Nam*.
3. Thi, M. (2016). *Mô phỏng độ êm dịu của xe khách giường nằm*. *11*(108), 25–30.
4. Tyan, F., Hong, Y.-F., Tu, S.-H., & Jeng, W. S. (2009). Generation of random road profiles. *Journal of Advanced Engineering*, *4*(2), 151–156.
5. Yatak, M. Ö., & Şahin, F. (2021). Ride Comfort-Road Holding Trade-off Improvement of Full Vehicle Active Suspension System by Interval Type-2 Fuzzy Control. *Engineering Science and Technology, an International Journal*, *24*(1), 259–270. https://doi.org/10.1016/j.jestch.2020.10.006.

# THIẾT KẾ TÍNH TOÁN THỜI GIAN DỊCH VỤ BẢO DƯỠNG SỬA CHỮA NÂNG CAO HIỆU QUẢ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ KHÁCH HÀNG TẠI ĐẠI LÝ Ô TÔ MITSUBISHI LÂM ĐỒNG

**Nguyễn Văn Đạt*, Lê Trí Hiếu**
Viện Kỹ thuật, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: datnguyen.sats@gmail.com.

## TÓM TẮT

Dịch vụ bảo dưỡng sửa chữa là một trong các thước đo thực tế nhất giúp khách hàng đánh giá về doanh nghiệp đồng thời cũng là lợi thế cạnh tranh của các hãng xe và đại lý để duy trì lượng khách hàng thân thiết cũng như hấp dẫn khách hàng mới. Vì vậy, để nâng cao chất lượng dịch vụ bảo dưỡng ô tô tại đại lý mitsubishi lâm đồng, bài báo thiết kế phần mềm tính toán thời gian bảo dưỡng sửa chữa ô tô dựa trên điều kiện thực tế trên phần mềm matlab giude. Phần mềm được thiết kế tính toán trong ba trường hợp bao gồm dịch vụ bảo dưỡng (5 cấp bảo dưỡng); dịch vụ sửa chữa các hệ thống truyền động, hệ thống khung gầm, hệ thống điện thân xe, hệ thóng điều hòa, và động cơ; và dịch vụ đồng sơn. Nghiên cứu ước lượng thời gian dịch vụ bảo dưỡng và sửa chữa ô tô nhằm giúp khách hàng có thể quản lý thời gian của mình hiệu quả đồng thời giúp đánh giá năng lực làm việc của kỹ thuật viên.
*Từ khóa:* Chất lượng dịch vụ; Dịch vụ bảo dưỡng; Dịch vụ sửa chữa; Đại lý ô tô; service CRM.

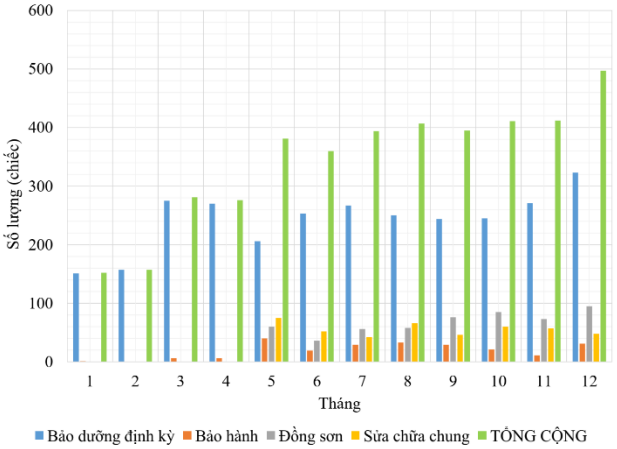
## 1. Tổng quan

Ngành kinh doanh ô tô hiện nay đang diễn ra sự cạnh tranh gay gắt. Các doanh nghiệp, đại lý ô tô liên tục đưa ra các chương trình khuyến mãi, giảm chi phí mua xe, đưa các chi phí dịch vụ vào như một phần khuyến mãi trong chương trình bán hàng, điều này giúp khách hàng có lựa chọn đa dạng hơn trong cùng phân khúc. Chính vì vây, bên cạnh chất lượng sản phẩm và giá cả, nâng cao chất lượng dịch vụ tốt hơn cũng là một trong các lợi thế cạnh tranh được các hãng xe trong và ngoài nước chú ý để giữ chân khách hàng thân thiết và hấp dẫn khách hàng mới. Bởi vì dịch vụ bảo dưỡng sẽ theo khách hàng lâu dài, và là thước đo thực tế nhất, giúp khách hàng đánh giá về doanh nghiệp. Không những thế, dịch vụ bảo dưỡng sửa chữa chính là một trong những nguồn tài chính ổn định của công ty. Do đó, việc mất khách hàng vào tay các đối thủ hoàn toàn có thể xảy ra và là một trong những vấn đề lớn đối với các hãng xe ô tô nếu như không nâng cao chất lượng dịch vụ. Cạnh tranh bằng chất lượng dịch vụ dần trở thành phương thức cạnh tranh hữu hiệu nhất trong lĩnh vực kinh doanh xe ô tô nói riêng và trong kinh doanh tại Việt Nam nói chung. Hiện tại quy trình bảo dưỡng sửa chữa xe và dịch vụ khách hàng sau bán hàng chưa được quản lý và tận dụng hiệu quả.

Có rất nhiều các nghiên cứu cả trong và ngoài nước được thực hiện để nâng cao hiệu quả chất lượng dịch vụ bảo dưỡng sửa chữa các phương tiện giao thông. Tác giả Giang Hoàng Nam và các cộng sự (Hoang et al., 2018) đã thực hiện nghiên cứu: "Xác định chu kỳ bảo dưỡng sửa chữa bằng phương pháp thống kê xác suất". Tác giả đã đưa ra được phương pháp xác định chu kỳ bảo dưỡng xe dựa vào thời gian làm việc giữa hai lần bảo dưỡng, sửa chữa trên cơ sở chọn và xử lý số liệu về độ mòn, tuổi thọ hoặc các thông số kỹ thuật của cụm chi tiết. Đối với phương pháp này có ưu điểm cho kết quả chính xác, nhất là khi thống kê tỉ mỉ trong thời gian dài và số lượng xe lớn. Nhược điểm của đề tài là chỉ áp dụng được cho một nhóm xe cùng loại, không áp dụng

được các nhóm xe khác nhau. Tác giả (Ngô, 2016) đã thực hiện nghiên cứu: " Chất lượng dịch vụ bảo dưỡng xe ô tô tại công ty Mitsubishi An Dân". Tác giả đã đưa ra được mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ bảo dưỡng xe ô tô với sự hài lòng của khách hàng. Các yếu tố tác động đến sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ và đưa ra một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ bảo dưỡng xe ô tô tại công ty. Tác giả Puripunyavanich và các cộng sự (Puripunyavanich et al., 2024) đã thực hiện nghiên cứu: "Estimating the maintenance and repair cost in life cycle cost calculation: a case of automobile ownership". Tác giả đã tính toán được chi phí bảo dưỡng của các xe phổ biến tại Hoa Kỳ giai đoạn 1992 – 1999. Tác giả đã thu thập dữ liệu chi phí bảo dưỡng của các loại xe phổ bến, đưa ra chi phí sửa chữa cho từng hệ thống và tỷ lệ chi phí sữa chữa cho từng hãng xe. Tác giả C K Gomathy (Gomathy, 2022) đã thực hiện nghiên cứu: "The vehicle service management system". Tác giả đã xây dựng được phần mềm quản lý dịch vụ phương tiện nhằm mục đích theo dõi tình trạng sửa chữa xe, cập nhật phí bảo dưỡng, duy trì nhật ký bảo dưỡng. Tác giả Rusama (Rusama, 2012) đưa ra khái niệm thiết kế dịch vụ, một kỹ thuật đổi mới dịch vụ tập trung vào trải nghiệm của người tiêu dùng. Bản thiết kế trong dịch vụ nghiên cứu này cung cấp hình ảnh trực quan về quy trình dịch vụ, có thể xác định các giai đoạn trong quá trình phát triển sản phẩm hoặc dịch vụ mới liên quan đến quan điểm của khách hàng, và cơ cấu tổ chức. Vujanović (Vujanović et al., 2012) và các cộng sự đề cập đến tầm quan trọng của quy trình quản lý bảo trì để tăng hiệu quả sử dụng của đội xe đồng thời đề xuất một mô hình đánh giá sự phụ thuộc lẫn nhau của các chỉ số có trọng số tương đối được tính toán. Mô hình đề xuất đã được triển khai ở một số công ty có đội xe đường bộ. Các kết quả thu thập đánh giá của các nhà quản lý đều đồng ý rằng hiệu quả sử dụng đội xe của họ đều bị ảnh hưởng của quy trình quản lý bảo trì.

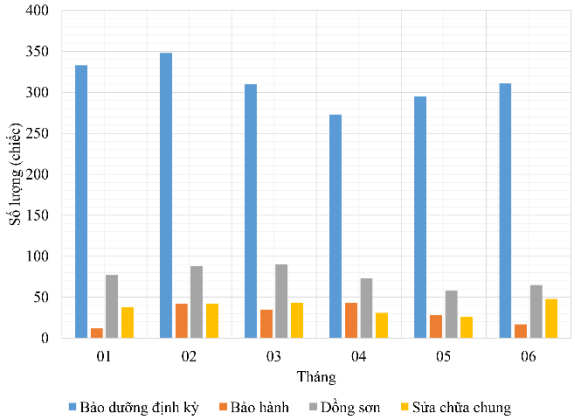
Qua khảo sát, đại lý ủy quyền tại Mitsubishi Lâm Đồng từ khi bắt đầu hoạt động vào tháng 1 năm 2020 đến tháng 6 năm 2023, lượng xe ô tô vào bảo dưỡng sửa chữa ngày càng tăng. Số lượt xe vào bảo dưỡng – sửa chữa theo từng tháng tại đại lý Mitsubishi trong năm 2022, và 6 tháng đầu năm 2023 được biểu diễn trong Hình 1 và Hình 2.




**Hình 1. Số lượng xe vào đại lý Mitsubishi Lâm Đồng bảo dưỡng sửa chữa theo tháng trong năm 2022**

Ta nhận thấy phần lớn số lượt xe vào Đại lý Mitsubishi Lâm Đồng để tiến hành bảo dưỡng định kỳ. Về sửa chữa, số lượng xe phần lớn vào sửa chữa đồng sơn và sửa chữa chung. Có thể thấy số lượng xe vào đại lý bảo dưỡng sửa chữa có biến đổi theo từng tháng trong 1 năm, và trong các năm với nhau. So sánh 6 tháng đầu năm, có thể thấy số lượng xe vào bảo dưỡng sửa chữa trong năm 2023 nhiều hơn năm 2022, tăng 42.5%. Đồng thời trong năm 2022, số lượng xe vào bảo dưỡng tại Đại lý 6 tháng cuối năm tăng so với đầu năm. Dự báo nhu cầu đi lại và sử dụng phương tiện ô tô sẽ còn tăng khi nhu cầu việc nền kinh tế đang dần hồi phục và tăng trưởng trở

lại. Chính vì vậy có thể thấy nhu cầu bảo dưỡng sửa chữa xe ô tô được dự đoán sẽ tiếp tục tăng. Trong các tháng trong 1 năm có số lượng lượt xe vào tương đối đồng đều, nhưng các tháng cuối năm (tháng 11, tháng 12), và tháng đầu năm (tháng 1) thì lượng xe vào đại lý có tăng cao hơn, do nhu cầu đi lại trong các tháng này của người dân tăng cao, do đó các cụm máy, bộ phận của xe phát sinh nhiều hư hỏng nên số lần bảo dưỡng – sửa chữa cũng tăng lên so với các tháng trong năm. Do đó yêu cầu đặt ra của đại lý Mitsubishi Lâm Đồng trong thời gian tới là phải phát triển, tăng tính hiệu quả trong dịch vụ bảo dưỡng và chăm sóc khách hàng để đáp ứng được nhu cầu bảo dưỡng – sửa chữa chính hãng cho các khách hàng của mình.




**Hình 2. Số lượng xe vào đại lý Mitsubishi Lâm Đồng bảo dưỡng sửa chữa 6 tháng đầu năm 2023**

Thông qua việc tham khảo các nghiên cứu trong và ngoài nước, nhóm tác giả thấy có rất ít nghiên cứu chú ý tới việc quản lý thời gian cho dịch vụ bảo dưỡng và công việc sửa chữa tại các đại lý ô tô. Chính vì vậy, để nâng cao chất lượng dịch vụ bảo dưỡng ô tô của công ty Mitsubishi Lâm Đồng cung như giúp khách hàng quản lý thời gian công việc, tác giả đã ứng dụng phần mềm service CRM và thiết kế phần mềm tính toán thời gian bảo dưỡng ô tô dựa trên điều kiện thực tế để nâng cao chất lượng dịch vụ bảo dưỡng và sửa chữa tại công ty.

## 2. Phương pháp

MATLAB, viết tắt của Matrix Laboratory, là một môi trường tính toán và lập trình đa chức năng. Được thiết kế chủ yếu để thực hiện các phép toán số và ma trận, MATLAB cung cấp nền tảng mạnh mẽ cho việc xử lý dữ liệu, phân tích số liệu, giúp người dùng dễ dàng tạo ra các ứng dụng với giao diện người dùng đồ họa. Guide trong MATLAB là một công cụ giúp bạn tạo và tương tác với giao diện người dùng (GUI), thiết kế các ứng dụng có giao diện đồ họa để tương tác với người dùng một cách dễ dàng hơn, thuận tiện hơn, giúp tăng tương tác và hiệu quả trong quá trình làm việc với dữ liệu và thuật toán.

### *2.1 Xây dựng công thức và sơ đồ logic tính toán thời gian bảo dưỡng sửa chữa ô tô*

Công thức tính toán thời gian như sau:

$$T = T_{BD} + T_{SC} + T_{ĐS} \quad (2.1)$$

$$T_{BD} = \sum_{i}^{n} t_{BDi} \quad (2.2)$$

$$T_{SC} = \sum_{i}^{n} (1.2 \times t_{SCi}) \quad (2.3)$$

$$T_{ĐS} = \sum_{i}^{n} t_{ĐSi} \quad (2.4)$$

Trong đó:

T – Tổng thời gian bảo dưỡng sửa chửa xe.

$T_{BD}$ – Tổng thời gian cho việc bảo dưỡng xe.

$T_{SC}$ – Tổng thời gian tiến hành sửa chữa hư hỏng trên xe.

$T_{ĐS}$ – Tổng thời gian tiến hành đồng sơn cho xe.

$t_i$ – Định mức giờ công cho từng công việc cụ thể.

Công thức tính toán chi phí bảo dưỡng:

$$P = P_{BD} + P_{SC} + P_{ĐS} \quad (2.5)$$

$$P_{BD} = \sum_{i}^{n} p_{BDi} \quad (2.6)$$

$$P_{SC} = \sum_{i}^{n} p_{SCi} \quad (2.7)$$

$$P_{ĐS} = \sum_{i}^{n} p_{ĐSi} \quad (2.8)$$

Trong đó:

P – Chi phí tính toán được.

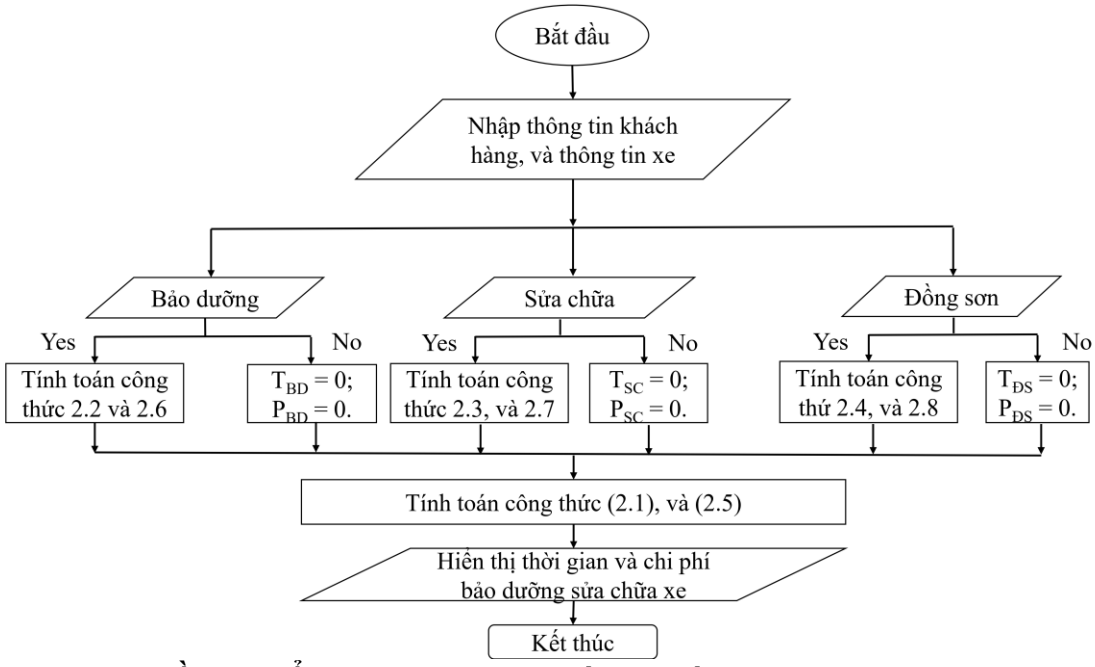
$P_{BD}$ – Tổng chi phí cho việc bảo dưỡng xe.

$P_{SC}$ – Tổng chi phí tiến hành sửa chữa hư hỏng trên xe.

$P_{ĐS}$ – Tổng chi phí tiến hành đồng sơn cho xe.

$p_i$ – Chi phí của các phụ tùng và công việc tương ứng.

Trong bài báo này, ba dòng xe phổ biến nhất và bán chạy nhất của đại lý Mitsubishi Lâm Đồng được sử dụng để nghiên cứu bao gồm: Expander, Pajero, và Triton. Sơ đồ logic tính toán thời gian và chi phí bảo dưỡng sửa chữa cho các dòng xe hãng Mitsubishi được biểu diễn trên hình 3




**Hình 3. Sơ đồ logic để xác định thời gian và chi phí bảo dưỡng sửa chữa xe tại đại lý Mitsubishi Lâm Đồng**

**Giao diện phần mềm**

**Hình 4. Giao diện phần mềm tính toán thời gian sửa chữa và bảo dưỡng ô tô**

Giao diện phần mềm tính toán thời gian và chi phí sửa chữa bảo dưỡng cho xe ô tô hãng Mitsubishi thiết kết trên công cụ Guide Matlab được miêu tả trên Hình 4. Nội dung chương trình gồm các phần chính như:

- Thông tin khách hàng bao gồm: tên khách hàng, số điện thoại, biển số xe, số khung, số máy, mã số thuế.

- Thông tin xe gồm có ba loại xe Tritton, Pajero, Xpander, trong mỗi loại xe có thêm thông tin phiên bản và năm sản xuất.

- Nội dung công việc gồm các hạng mục như:

+ Tên công việc: bảo dưỡng, sửa chữa, đồng sơn.

+ Mốc bảo dưỡng: bảo dưỡng cấp 1, bảo dưỡng cấp 2, bảo dưỡng cấp 3, bảo dưỡng cấp 4 và bảo dưỡng cấp 5.

+ Công việc và phụ tùng bảo dưỡng: gồm các các công việc như thay lọc gió, lọc nhớt, dầu bôi trơn động cơ.

+ Hệ thống: Khi hành khách chọn dịch vụ sửa chữa thì sẽ hiện ra các hệ thống cần sửa chữa như hệ thống truyền động, hệ thống điện, hệ thống khung gầm, hệ thống điều hòa, hệ thống làm mát.

+ Ứng với mỗi hệ thống thì sẽ có những bộ phận tương ứng như: hệ thống truyền động (động cơ, hộp số), hệ thống điều hòa (lạnh cơ, điện lạnh), hệ thống điện (điện động cơ, điện hộp số, điện thân xe, điện gầm, điện hệ thống lái, hệ thống gầm (hệ thống lái, hệ thống phanh, hệ thống treo).

+ Tên phụ tùng: trong mục này sẽ thể hiện các phụ tùng khi cần sửa chữa hoặc thay thế của các hệ thống.

+ Hư hỏng: đưa ra một số hư hỏng thường gặp của các chi tiết trên như: biến dạng/tiếng kêu, định kỳ, rò rỉ, nổ, hở mạch/báo sai, mòn/rơ lỏng, bó cứng.

+ Phương án: khi đã xác định được chi tiết cũng như loại hư hỏng thì tiếp tục chọn phương án thay thế bao gồm sửa chữa hoặc thay thế.

+ Thời gian: ở nội dung này hiển thị kết quả sau khi thực hiện phép tính ở trên, kết quả sẽ hiển thị số phút thực hiện cộng việc.

+ Chi phí: chi phí được tính toán khi chọn các công việc của các mức bảo dưỡng, phần mềm sẽ tính toán ra chi phí cần phải thoanh toán khi chọn mức bảo dưỡng.

+ Tính toán: khi chọn nút này thì sẽ thực hiện công việc tính toán thời gian khi sửa chữa hoặc bảo dưỡng chi tiết, hệ thống.

+ Reset: khi chọn nút này, dữ liệu sẽ được reset trở về giá trị 0.

Khi khởi động giao diện, hộp thoại thông tin khách hàng và thông tin xe sẽ xuất hiện. Như hình trên thể hiện xe được chọn là xe xpander. Sau khi chọn xpander thì hai hộp thoại khác sẽ

xuất hiện bao gồm năm sản xuất và phiên bản của xe. Tiếp tục chọn phiên bản xe là AT sẽ xuất hiện hộp thoại nội dung công việc, thời gian, nút tính toán. Trong hộp thoại nội dung công việc xuất hiện hộp thoại tên công việc. Bắt đầu từ hộp thoại này, người dùng sẽ bắt đầu chọn tên công việc cần làm như bảo dưỡng, sửa chữa hoặc đồng sơn.

Phần mềm cũng cho phép người dùng chọn cùng một lúc nhiều công việc như vừa chọn công việc bảo dưỡng và chọn công việc sửa chữa. Trong hạng mục hệ thống, cũng có thể chọn tính toán sửa chữa nhiều hệ thống cùng một lúc như vừa chọn hệ thống điện vừa chọn hệ thống truyền động.

## 3. Kết quả và thảo luận

Khi khởi động giao diện, hộp thoại thông tin khách hàng và thông tin xe sẽ xuất hiện. Như hình trên thể hiện xe được chọn là xe xpander. Sau khi chọn xpander thì hai hộp thoại khác sẽ xuất hiện bao gồm năm sản xuất và phiên bản của xe. Tiếp tục chọn phiên bản xe là AT sẽ xuất hiện hộp thoại nội dung công việc, thời gian, nút tính toán. Trong hộp thoại nội dung công việc xuất hiện hộp thoại tên công việc. Bắt đầu từ hộp thoại này, người dùng sẽ bắt đầu chọn tên công việc cần làm như bảo dưỡng, sửa chữa hoặc đồng sơn.

### *3.1 Trường hợp chỉ chọn công việc bảo dưỡng*

**Hình 5. Trường hợp chọn công việc bảo dưỡng**

Sau khi điền thông tin khách hàng và thông tin xe đầy đủ thì sẽ xuất hiện hạng mục tên công việc. Trường hợp đang xét, xe của khách hàng là xe xpander, phiên bản AT năm sản xuất 2023 vào hãng để thực hiện công việc bảo dưỡng cấp 1. Tiếp theo chọn công việc cần phải thực hiện khi bảo dưỡng cấp 1 như thay dầu bôi trơn động cơ, lọc nhớt bôi trơn… Khi chọn đầy đủ các thông tin và dữ kiện thì bắt đầu tính toán ra thời gian cần để thực hiện công việc bảo dưỡng này là 60 phút và chi phí phải thanh toán cho quá trình này là 1.796.300 VND. Kết quả được thể hiện ở hình trên. Ngoài ra khi khách hàng chọn các mức bảo dưỡng khác và quy trình làm cũng tương tự như cấp bảo dưỡng 1.

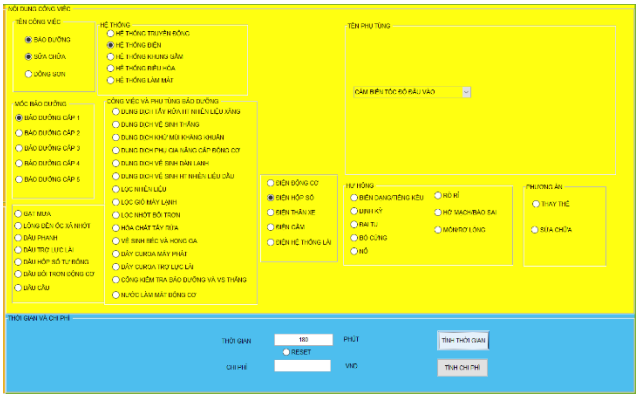
### *3.2 Trường hợp chỉ chọn công việc sửa chữa*

Trường hợp xe khách hàng hư hỏng cần phải sửa chữa, thì chọn vào hạng mục sửa chữa thì nó sẽ hiện ra các hiện thống cần sửa chữa. Trường hợp cũng chủ xpander cũ xe đang gặp vấn đề về cảm biến tốc độ đầu vào bị hở mạch. Lúc này, mình sẽ chọn hệ thống điện, tiếp theo chọn điện hộp số, trong mục tên phụ tùng sẽ chọn chi tiết cảm biến tốc độ đầu vào, chọn loại hư hỏng và phương án xử lý như thay thế ở trường hợp này. Sau khi ấn nút tính toán kết quả hiện ra là 120 phút cho công việc thay thể cảm biến tốc độ đầu vào hộp số.

**Hình 6. Trường hợp chỉ chọn công việc sửa chữa**

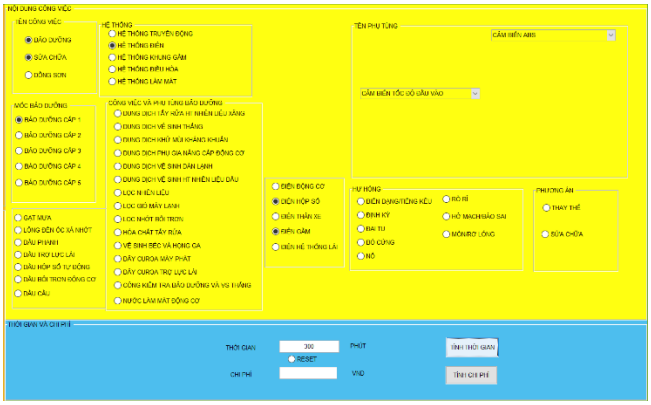
### *3.3 Trường hợp vừa bảo dưỡng vừa sửa chữa*

Trong trường hợp xe tới đại lý bảo dưỡng và tiens hành sửa chữa hư hỏng thì nhân viên chỉ cần tích hai hạng mục công việc cần làm. Sau khi tích đầy đủ thì các hệ thống cũng như các mức bảo dưỡng sẽ xuất hiện trên giao diện. Trong trường hợp ví dụ, xe xpander vào hãng để thực hiện công việc bảo dưỡng cấp 1 và sửa chữa hư hỏng cảm biến đầu vào hộp số như hình minh họa bên dưới. Sau khi chọn các thông tin đầy đủ thì ấn nút tính toán. Kết quả hiển thị trên màn hình là 180 phút cho công việc bảo dưỡng cấp 1 và thay thế cảm biến tốc độ đầu vào hộp số.



**Hình 7. Trường hợp vừa chọn bảo dưỡng và sửa chữa**

Trong trường hợp khác xe khách hàng đang gặp trường hợp lỗi cảm biến ABS, sau khi xác định được lỗi cảm biến do báo sai và phải thay thể cảm biến. Tích vào hạng mục điện gầm và chọn vào cảm biến ABS, sau khi chọn phương án tính toán tiếp thì nó hiện ra 360 cho cả công việc thay thế cảm biến ABS và những công việc trước.



**Hình 8. Trường hợp vừa chọn bảo dưỡng và sửa chữa (tiếp theo)**

### *3.4 Nhận xét đánh giá phần mềm tính toán thời gian bảo dưỡng sửa chữa ô tô*

*+ Hiệu suất của phần mềm*

Phần mềm tính toán thời gian bảo dưỡng sửa chữa ô tô này không chỉ đơn thuần là một công cụ, mà còn là một công cụ hỗ trợ cho người quản trị và kỹ thuật viên ô tô. Phần hiệu suất của phần mềm không chỉ nằm ở khả năng tính toán và dự đoán, mà còn tại cách nó tương tác với người sử dụng thông qua giao diện người dùng thông minh.

Giao diện người dùng không chỉ là một nơi để hiển thị thông tin mà còn là một công cụ tương tác mạnh mẽ. Thiết kế giao diện này không chỉ đẹp mắt mà còn tối ưu hóa không gian và sắp xếp thông tin một cách logic. Điều này giúp người dùng nhanh chóng tiếp cận thông tin quan trọng về thời gian bảo dưỡng và sửa chữa.

Tính tương tác của phần mềm đủ linh hoạt để đáp ứng đa dạng nhu cầu của người sử dụng. Khả năng tương tác nhanh chóng không chỉ giúp người dùng tiết kiệm thời gian mà còn tạo ra một trải nghiệm người dùng tích cực. Bất kỳ thay đổi hay cập nhật nào đều được áp dụng mà không làm gián đoạn quá trình làm việc.

*+ Độ chính xác của phần mềm*

Phần mềm tính toán thời gian bảo dưỡng sửa chữa ô tô này dựa vào công thức tính toán. Điều này mang lại một cấp độ độ chính xác cao, tập trung vào tính toán chính xác và khả năng đáp ứng linh hoạt với các biến động trong dữ liệu.

Người sử dụng có thể có khả năng điều chỉnh các tham số trong công thức tính toán để phản ánh các yếu tố đặc biệt trong môi trường làm việc của họ. Điều này giúp đảm bảo rằng phần mềm có thể linh hoạt đáp ứng với các yêu cầu cụ thể của người sử dụng.

Độ chính xác của phần mềm dựa trên khả năng tính toán chính xác và độ ổn định của công thức. Sự độc lập và khả năng điều chỉnh tạo ra một công cụ mạnh mẽ, chính xác và linh hoạt để quản lý thời gian bảo dưỡng và sửa chữa ô tô một cách hiệu quả.

*+ Khả năng tích hợp của phần mềm*

Phần mềm này không chỉ đơn thuần là một công cụ đứng riêng lẻ mà còn là một thành phần tích hợp mạnh mẽ vào hệ thống quản lý tổng thể của đại lý. Phần mềm sẽ tích hợp với ứng dụng chăm sóc khách hàng đang sử dụng tại công ty. Khả năng tích hợp của nó là một yếu tố quan trọng, đảm bảo rằng thông tin liên quan đến bảo dưỡng và sửa chữa ô tô được chia sẻ và sử dụng một cách hiệu quả trong đại lý Mitsubishi Lâm Đồng.

*+ Giao diện phần mềm*

Giao diện của phần mềm đóng một vai trò quan trọng trong trải nghiệm người sử dụng và ảnh hưởng đến hiệu quả sử dụng phần mềm. Phần mềm tính toán thời gian bảo dưỡng sửa chữa ô tô này đã chú trọng vào việc phát triển một giao diện người dùng thông minh và dễ sử dụng để tối ưu hóa sự hiểu quả và sự hài lòng của người sử dụng.

Giao diện người dùng được thiết kế để có giao diện khoa học và dễ hiểu. Các yếu tố như màu sắc, biểu tượng và cấu trúc bố cục đều được tối ưu hóa để tạo ra trải nghiệm người dùng tích cực và thuận tiện.

Các nội dung công việc cũng như các nội dung khác có trong phần mềm được tổ chức một cách có logic để giúp người sử dụng dễ dàng tương tác.

*+ Ưu điểm và nhược điểm của phần mềm*

* Ưu điểm:

- Phần mềm tính toán dựa trên công thức có sẵn, mang lại độ chính xác cao trong ước lượng thời gian bảo dưỡng và sửa chữa ô tô.

- Phần mềm dễ tích hợp với các hệ thống khác trong môi trường làm việc tại công ty tạo ra một sự thống nhất trong quá trình làm việc.

- Giao diện người dùng được thiết kế thông minh, thân thiện và dễ sử dụng.

* Nhược điểm:

- Việc phần mềm dựa hoàn toàn vào công thức đã thiết lập có thể làm giảm tính linh hoạt khi cần điều chỉnh theo yêu cầu cụ thể của người sử dụng.

- Để duy trì độ chính xác, phần mềm đòi hỏi dữ liệu lớn và cập nhật liên tục.

**4. Kết luận**

Cạnh tranh bằng chất lượng dịch vụ dần trở thành phương thức cạnh tranh hữu hiệu nhất đối với môi trường cạnh tranh gay gắt trong kinh doanh tại Việt Nam nói chung và lĩnh vực kinh doanh xe ô tô nói riêng. Dịch vụ bảo dưỡng sửa chữa chính là một trong những nguồn tài chính ổn định của công ty và việc nâng cao chất lượng dịch vụ giúp duy trì gắn kết giữa khách hàng và các hãng xe ô tô. Dịch vụ bảo dưỡng sửa chữa cũng chính là một trong những nguồn tài chính ổn định của công ty, tuy nhiên, hiện tại quy trình bảo dưỡng sửa chữa xe và dịch vụ khách hàng sau bán hàng chưa được quản lý và tận dụng hiệu quả. Bài nghiên cứu đã thiết kế dự toán thời gian cho công việc bảo dưỡng sửa chữa tại đại lý ô tô Mitsubisshi Lâm Đồng giúp khách hàng quản lý công việc bản thân tốt hơn trong thời gian xe bảo dưỡng sửa chữa tại đại lý. Từ đó nâng cao hiệu quả dịch vụ khách hàng, đồng thời đánh giá được năng lực làm việc của các kỹ thuật viên hiện có tại đại lý. Phần mềm tính toán dựa trên công thức có sẵn, mang lại độ chính xác cao trong ước lượng thời gian bảo dưỡng và sửa chữa ô tô, đồng thời có thể tích hợp với các hệ thống khác như hệ thống service CRM trong môi trường làm việc tại công ty tạo ra một sự thống nhất trong quá trình làm việc, và giao diện người dùng được thiết kế thông minh, thân thiện và dễ sử dụng. Bên cạnh đó nhược điểm của phần mềm là làm giảm tính linh hoạt khi cần điều chỉnh theo yêu cầu cụ thể của người sử dụng, và để duy trì độ chính xác, phần mềm đòi hỏi dữ liệu lớn và cập nhật liên tục.

**TÀI LIỆU THAM KHẢO**


1. Furch, J., & Obrany, U. (2009). Determination of Vehicle maintenance period. *Advances in Military Technology*, *4*(2), 1–17.
2. Gomathy, C. K. (2022). The vehicle service management system. *The Vehicle Service Management System*, *14*(5). https://doi.org/DOI:10.9756/INTJECSE/V14I5.66.
3. Hoang, G. N., Nguyễn, V. D., Vũ, B. Q., & Vũ, N. T. (2018). Xác định chu kỳ bảo dưỡng sửa chữa bằng phương pháp thống kê xác suất. *Tạp Chí Cơ Khí Việt Nam*, *7*, 35–39.
4. Ngô, T. H. Q. (2016). *Chất lượng dịch vụ bảo dưỡng xe ô tô tại công ty Mitsubishi An Dân*.
5. Puripunyavanich, V., Myojo, S., & Kanazawa, Y. (2024). Estimating the in Life Myojo Yuichiro Consumer. *The Japanese Association of Management Accounting*.
6. Rusama, J. (2012). *Developing a Car Maintenance Service Concept for Business Customers : A Case Study of Veho Autotalot Oy*.
7. Vujanović, D., Momčilović, V., Bojović, N., & Papić, V. (2012). Evaluation of vehicle fleet maintenance management indicators by application of DEMATEL and ANP. *Expert Systems with Applications*, *39*(12), 10552–10563. https://doi.org/10.1016/j.eswa.2012.02.159

# CHUYỂN ĐỔI VÀ ĐÁNH GIÁ XE MÁY SỬ DỤNG NHIÊN LIỆU LPG

**Hồ Trọng Du***
Khoa Công nghệ Động lực, Trường Đại học Công nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: hotrongdu@iuh.edu.vn.

## TÓM TẮT

Mục tiêu chính của nghiên cứu là chuyển đổi động cơ xe máy Wave RSX 110 sử dụng nhiên liệu xăng sang dùng nhiên liệu khí LPG; đánh giá mức độ phát thải, tiêu hao nhiên liệu và công suất. Hệ thống phun xăng điện tử được thay thế bằng hệ thống phun nhiên liệu khí LPG trên đường ống nạp. Lưu lượng phun, thời điểm phun được tính toán và điều khiển bằng bộ xử lý trung tâm tinh chỉnh. Kết quả thử nghiệm trên bệ thử và trên đường cho thấy động cơ hoạt động ổn định, lượng nhiên liệu phun ra đáp ứng tốt các chế độ làm việc; phát thải khí CO, $CO_2$, HC giảm lần lượt 49,6%, 16,5%, 43,9%. Động cơ sử dụng nhiên liệu LPG tiết kiệm nhiên liệu hơn so với nhiên liệu xăng, suất tiêu hao nhiên liệu giảm 8,83%. Tuy nhiên, công suất và mô men cực đại giảm lần lượt 1,61% và 6,79%, không ảnh hưởng nhiều đến quá trình hoạt động của động cơ. Kết quả nghiên cứu trên đã đóng góp phương pháp chuyển đổi động cơ xe máy sử dụng xăng sang dùng nhiên liệu LPG và cơ sở dữ liệu chứng minh nhiên liệu LPG sử dụng hiệu quả trên động cơ xe gắn máy.
*Từ khóa:* nhiên liệu LPG; phun LPG trên ống góp nạp; xe gắn máy sử dụng LPG.

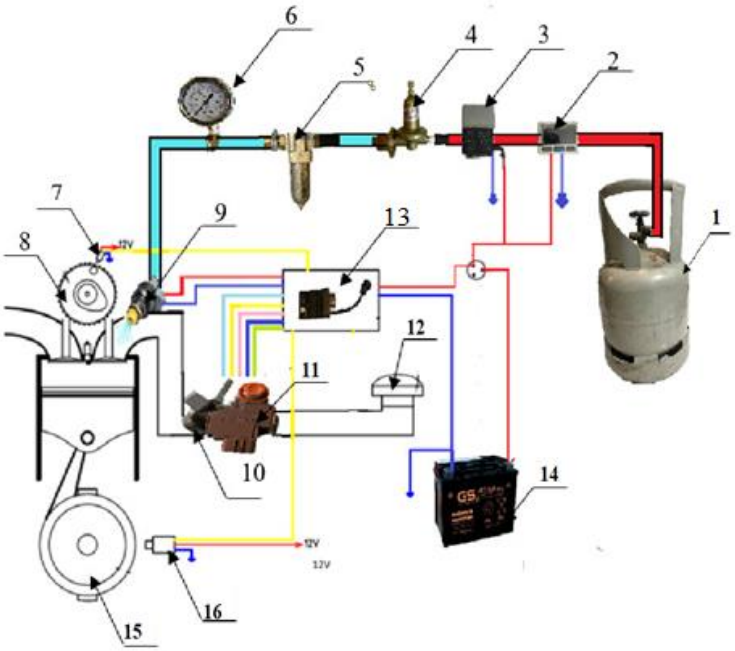
## 1. Giới thiệu

Hiện nay, trên thế giới và Việt Nam phương tiện tham gia giao thông càng tăng cao. Trong số đó, động cơ sử dụng nhiên liệu xăng dầu chiếm phần trăm cao, ô nhiễm môi trường từ khí thải do xăng dầu vẫn đang còn là vấn đề nan giải của nhân loại trong vài thập kỷ qua. Để giải quyết vấn đề trên, gần đây đã có nhiều công trình nghiên cứu chế tạo vận hành thành công động cơ cho các phương tiện giao thông sử dụng nhiên liệu hóa lỏng LPG. Những công trình tiêu biểu trong nước [1],[3],[4],[5] đã tiến hành thực nghiệm, đánh giá mức độ phát thải khí xả của động cơ sử dụng nhiên liệu LPG. Kết quả hàm lượng khí xả CO, $CO_2$ và HC đều giảm đáng kể so với sử dụng nhiên liệu truyền thống. Năm 2022, Hồ Trọng Du cùng các cộng sự [2] đã thiết kế, chế tạo hệ thống nhiên liệu LPG cho xe gắn máy Wave S110 sử dụng bộ chế hòa khí và sử dụng phần mềm Arduino để canh chỉnh. Thông qua quá trình thực nghiệm, cho thấy nhiên liệu LPG hoàn toàn sử dụng được cho động cơ xe gắn máy. Kết quả cho thấy vận hành êm dịu trên đường bằng và đường dốc với mức tiêu hao nhiên liệu nhỏ hơn 57,56 VND/km so với xe xăng sử dụng bộ chế hòa khí truyền thống. Tuy nhiên công trình chưa nghiên cứu đến tính năng phát thải khí xả của động cơ sử dụng LPG, đây cũng là hướng phát triển của các công trình về sau. Trên thế giới cũng có những công trình nghiên cứu [6], [7] động cơ xe gắn máy sử dụng nhiên liệu LPG kết quả thu được cũng rất tương đồng với các tác giả trong nước. Nhìn chung tất cả các đề tài nghiên cứu trong và ngoài nước đều chuyển đổi động cơ xe gắn máy sử dụng bộ chế hòa khí hoặc phun xăng điện tử sử dụng nhiên liệu LPG phun trên đường ống nạp có bộ ECU để điều khiển. Tuy nhiên, việc thiết kế và chế tạo ECU gặp rất nhiều khó khăn và chi phí tốn kém. Hiện nay, trên thị trường phụ tùng xe máy Việt Nam có cung cấp ECU tinh chỉnh để phục vụ việc chế tạo, cải tiến xe. ECU tinh chỉnh đã được lập trình, tính toán thời gian mở kim phun và góc đánh lửa sớm tương thích với nhiên liệu xăng. Bằng phương pháp thực nghiệm nhóm nghiên cứu đã điều chỉnh dữ liệu để nó phù hợp với nhiên liệu LPG. Sử dụng ECU tinh chỉnh dùng để điều khiển phun xăng, đánh lửa cho

xe gắn máy sử dụng nhiên liệu LPG là hướng nghiên cứu mới, rút ngắn thời gian và chi phí chế tạo ECU và khắc phục được những hạn chế của các nghiên cứu trước đây.

## 2. Thiết kế hệ thống nhiên liệu lpg

### *2.1 Sơ đồ hệ thống và nguyên lý hoạt động*




**Hình 1. Sơ đồ hệ thống nhiên liệu LPG trên xe WaveS 110**

*1: Bình LPG; 2: đồng hồ đo áp suất điện tử; 3: van điện từ (solenoid); 4: bộ điều áp; 5: lọc LPG; 6: đồng hồ đo áp suất; 7: cảm biến vị trí trục cam; 8: cơ cấu phối khí; 9: kim phun; 10: họng gas; 11: bộ 3 cảm biến: CB vị trí bướm ga, CB áp suất khí nạp, CB nhiệt độ khí nạp; 12: lọc gió; 13: ECU; 14: ắc quy; 15: vô lăng; 16: CB tốc độ động cơ.*

Nguyên lý hoạt động: nhiên liệu LPG được nén trong bình chứa (1) áp suất 6 – 7 (kg/cm$^2$), ngay sau bình gắn một đồng hồ áp suất (2) dùng để đo mức nhiên liệu trong bình. Trước khi sử dụng cần phải mở van tay để nhiên liệu đến và chờ sẵn tại van điện từ (3). Khi mở chìa khóa ở vị trí ON, nguồn điện 12V từ Accu (14) sẽ đi đến mở van điện từ cho nhiên liệu đi qua. Nhiên liệu tiếp tục đi đến bộ điều áp (4), bộ điều áp có nhiệm vụ giảm áp suất nhiên liệu theo mong muốn. Quan sát bằng đồng hồ đo áp (6) với áp suất mong muốn điều chỉnh từ 6 – 7 (kg/cm$^2$) xuống còn khoảng 1,6 (kg/cm$^2$) tương đương 29 (psi) cũng là áp suất đầu vào để kim phun hoạt động ổn định. Bên cạnh bộ điều áp lắp một bộ lọc (5) loại bỏ các tạp chất lẫn trong nhiên liệu. Cuối cùng nhiên liệu di chuyển tới kim phun (9) được lắp đặt trực tiếp trên đường ống nạp tương đồng với kim phun trên hệ thống phun xăng EFI.

Trong quá trình làm việc, bộ điều khiển trung tâm ECU (13) sẽ liên tục nhận tín hiệu từ các cảm biến: vị trí trục cam (7), tốc độ động cơ (16), áp suất khí nạp, nhiệt độ khí nạp, vị trí bướm ga (11). ECU sẽ tự động tổng hợp, phân tích các tín hiệu rồi tính toán xác định được thời điểm phun và thời gian nhấc kim phù hợp với từng chế độ hoạt động của động cơ. Cuối cùng ECU cấp tín hiệu điện áp 12V đến kim phun, nhiên liệu được phun vào đường ống nạp. Cùng lúc đó hệ thống nạp không khí cũng hoạt động, không khí đi qua lọc (12) để loại bỏ bụi bẩn sau đó được hút vào đường ống nạp hòa trộn với LPG tạo thành hỗn hợp hòa khí đi vào buồng đốt của động cơ.

### *2.2 Tinh chỉnh dữ liệu ECU tương thích với nhiên liệu LPG*

ECU Redleo được lập trình sẵn dữ liệu thời gian nhấc kim tương thích với từng chế độ làm việc động cơ (độ mở bướm ga và tốc độ động cơ) khi sử dụng nhiên liệu xăng như hình 2. Nhóm nghiên cứu đã thực nghiệm, tinh chỉnh và xác định thời gian nhấc kim tương thích với nhiên liệu LPG dựa vào tỉ lệ $(A/F)_{tt}$ của nhiên liệu LPG là 15,7. Hệ thống thực nghiệm gồm

ECU kết nối với động cơ xe máy và máy tính đã cài phần mềm REDLEO ECU Pro 9.1X để hiển thị dữ liệu của ECU, cảm biến AFR được gắn trên ống thải xe máy để xác định tỉ lệ $(A/F)_{tt}$. Khi động cơ hoạt động thì phần mềm sẽ hiển thị thời gian nhấc kim phun, căn cứ tỉ lệ $(A/F)_{tt}$ đo được để điều chỉnh thời gian nhấc kim. Nếu tỉ lệ A/F lớn hơn 15,7 có nghĩa là động cơ đang hoạt động với hỗn hợp nghèo nên cần tăng thời gian nhấc kim sao cho A/F đo được là 15,7 và ngược lại thì giảm thời gian nhấc kim. Kết quả thu được bảng thời gian nhấc kim theo từng chế độ làm việc khi sử dụng nhiên liệu LPG như hình 3.

INJ VE | INJ degree | IGN degree | IGN Time | Air fuel ratio | ECT Comp INJ | ECT Comp IGN | MAP Comp INJ | Idle and limit | Options | Sensor voltage | Set and info

Unit | No.1 | No.2 | No.3 | No.4

| TPS | 500 | 1000 | 1500 | 2000 | 2500 | 3000 | 3500 | 4000 | 4500 | 5000 | 5500 | 6000 | 6500 | 7000 | 7500 | 8000 | 8500 | 9000 | 9500 | 10000 | 10500 | 11000 | 11500 | 12000 | 12500 | 13000 | 13500 | 14000 | 14500 | 15000 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 100% | 10.2 | 10.2 | 10.2 | 10.2 | 9.76 | 8.42 | 8.1 | 7.78 | 7.78 | 8.42 | 8.61 | 9.32 | 9.51 | 9.19 | 9.12 | 9.06 | 8.74 | 8.42 | 8.04 | 7.72 | 7.52 | 7.4 | 7.2 | 6.76 | 6.44 | 5.99 | 5.8 | 5.8 | 5.8 | 5.8 |
| 90% | 10.2 | 10.2 | 10.2 | 10.2 | 9.7 | 8.42 | 8.1 | 7.78 | 7.78 | 8.42 | 8.61 | 9.32 | 9.51 | 9.19 | 9.12 | 9.06 | 8.74 | 8.42 | 8.04 | 7.72 | 7.52 | 7.27 | 7.2 | 6.69 | 6.44 | 5.99 | 5.8 | 5.8 | 5.8 | 5.8 |
| 80% | 9.83 | 9.83 | 9.83 | 9.83 | 9.57 | 8.36 | 8.04 | 7.78 | 7.78 | 8.42 | 8.55 | 9.19 | 9.32 | 9.06 | 8.93 | 8.8 | 8.48 | 8.23 | 7.84 | 7.52 | 7.33 | 7.2 | 6.95 | 6.5 | 6.31 | 5.92 | 5.73 | 5.48 | 5.48 | 5.48 |
| 70% | 9.57 | 9.57 | 9.57 | 9.57 | 9.32 | 8.04 | 8.04 | 7.72 | 7.72 | 8.36 | 8.42 | 9.06 | 9.06 | 8.8 | 8.74 | 8.74 | 8.23 | 7.91 | 7.59 | 7.33 | 6.95 | 6.88 | 6.69 | 6.31 | 6.12 | 5.92 | 5.73 | 5.48 | 5.48 | 5.48 |
| 60% | 9.44 | 9.44 | 9.44 | 9.44 | 9.06 | 8.04 | 8.04 | 7.72 | 7.72 | 8.23 | 8.42 | 8.93 | 8.93 | 8.55 | 8.36 | 8.23 | 7.84 | 7.65 | 7.27 | 7.14 | 6.95 | 6.69 | 6.44 | 6.18 | 5.8 | 5.73 | 5.48 | 5.41 | 5.28 | 5.09 |
| 50% | 9.19 | 9.19 | 9.19 | 9.19 | 8.93 | 8.04 | 8.04 | 7.72 | 7.72 | 7.97 | 8.23 | 8.29 | 8.29 | 8.16 | 8.04 | 7.72 | 7.4 | 7.01 | 6.76 | 6.5 | 6.37 | 6.12 | 6.12 | 5.73 | 5.54 | 5.41 | 5.41 | 5.22 | 5.22 | 5.09 |
| 40% | 8.93 | 8.93 | 8.93 | 8.93 | 8.74 | 7.97 | 7.91 | 7.72 | 7.78 | 7.65 | 7.84 | 7.84 | 7.84 | 7.52 | 7.27 | 7.08 | 6.76 | 6.44 | 6.12 | 5.86 | 5.8 | 5.54 | 5.48 | 5.22 | 5.09 | 4.84 | 4.58 | 4.3 | 4.3 | 4.1 |
| 30% | 8.74 | 8.74 | 8.74 | 8.61 | 8.55 | 7.91 | 7.72 | 7.27 | 7.2 | 7.01 | 7.01 | 6.88 | 6.69 | 6.63 | 6.5 | 6.18 | 5.86 | 5.67 | 5.48 | 5.22 | 5.09 | 4.84 | 4.71 | 4.64 | 4.52 | 4.42 | 4.31 | 4.21 | 4.1 | 3.8 |
| 20% | 8.23 | 8.23 | 8.23 | 8.23 | 7.84 | 7.14 | 6.5 | 6.18 | 5.92 | 5.73 | 5.73 | 5.48 | 5.41 | 5.35 | 5.22 | 4.96 | 4.84 | 4.64 | 4.58 | 4.45 | 4.2 | 4.07 | 3.81 | 3.68 | 3.68 | 3.68 | 3.68 | 3.49 | 3.49 | 3.3 |
| 14% | 7.52 | 7.4 | 7.2 | 7.01 | 6.63 | 5.8 | 5.28 | 4.96 | 4.71 | 4.64 | 4.52 | 4.45 | 4.39 | 4.39 | 4.32 | 4.2 | 4.07 | 4 | 3.88 | 3.81 | 3.62 | 3.43 | 3.43 | 3.43 | 3.34 | 3.25 | 3.17 | 3.08 | 2.99 | 2.9 |
| 8% | 6.82 | 6.63 | 5.71 | 5.35 | 5.03 | 4.71 | 4.32 | 4 | 3.94 | 3.94 | 3.81 | 3.68 | 3.49 | 3.43 | 3.24 | 2.98 | 2.92 | 2.92 | 2.92 | 2.92 | 2.92 | 2.92 | 2.92 | 2.92 | 2.79 | 2.79 | 2.72 | 2.5 | 2.5 | 2.5 |
| 5% | 6.12 | 5.8 | 5.1 | 4.71 | 4.52 | 4.01 | 3.81 | 3.61 | 3.3 | 3.17 | 2.98 | 2.79 | 2.79 | 2.66 | 2.6 | 2.6 | 2.6 | 2.47 | 2.4 | 2.28 | 2.21 | 2.21 | 2.21 | 2.21 | 2.21 | 2.21 | 2.21 | 2.21 | 2.21 | 2.21 |
| 2% | 5.16 | 4.58 | 3.5 | 3.2 | 3 | 2.9 | 2.7 | 2.6 | 2.4 | 2.21 | 2.15 | 2.02 | 2.02 | 1.83 | 1.83 | 1.83 | 1.83 | 1.7 | 1.64 | 1.51 | 1.51 | 1.51 | 1.51 | 1.51 | 1.51 | 1.51 | 1.51 | 1.51 | 1.51 | 1.51 |
| IDLE | 5.03 | 3.88 | 2.9 | 2.5 | 2.2 | 2.02 | 1.83 | 1.83 | 1.83 | 1.76 | 1.51 | 1.32 | 1.12 | 1.12 | 1.12 | 1.12 | 1.12 | 1.12 | 1.12 | 1.12 | 1.12 | 1.12 | 1.12 | 1.12 | 1.12 | 1.12 | 1.12 | 1.12 | 1.12 | 1.12 |

**Hình 2. Dữ liệu thời gian nhấc kim của ECU trước khi tinh chỉnh**

| TPS | 500 | 1000 | 1500 | 2000 | 2500 | 3000 | 3500 | 4000 | 4500 | 5000 | 5500 | 6000 | 6500 | 7000 | 7500 | 8000 | 8500 | 9000 | 9500 | 10000 | 10500 | 11000 | 11500 | 12000 | 12500 | 13000 | 13500 | 14000 | 14500 | 15000 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 100% | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.1 | 4.1 | 4.22 | 4.65 | 4.78 | 4.7 | 4.7 | 4.7 | 4.7 | 4.7 | 6.32 | 6.14 | 5.82 | 5.62 | 5.5 | 5.3 | 4.86 | 4.54 | 4.09 | 3.9 | 3.9 | 3.9 | 3.9 |
| 90% | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.1 | 4.1 | 4.22 | 4.65 | 4.78 | 4.7 | 4.7 | 4.7 | 4.7 | 4.7 | 6.32 | 6.14 | 5.82 | 5.62 | 5.37 | 5.3 | 4.79 | 4.54 | 4.09 | 3.9 | 3.9 | 3.9 | 3.9 |
| 80% | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | 4.2 | 4.27 | 4.55 | 4.73 | 4.7 | 4.5 | 4.5 | 4.5 | 4.5 | 6.13 | 5.74 | 5.42 | 5.23 | 5.1 | 4.85 | 4.4 | 4.21 | 3.82 | 3.63 | 3.38 | 3.38 | 3.38 |
| 70% | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | 4.2 | 4.27 | 4.55 | 4.63 | 4.7 | 4.5 | 4.5 | 4.5 | 4.5 | 5.81 | 5.49 | 5.23 | 4.85 | 4.78 | 4.59 | 4.21 | 4.02 | 3.82 | 3.63 | 3.38 | 3.38 | 3.38 |
| 60% | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.1 | 4.2 | 4.3 | 4.4 | 4.51 | 4.32 | 4.14 | 4.13 | 4.11 | 4.1 | 4.1 | 4.1 | 5.55 | 5.17 | 5.04 | 4.85 | 4.59 | 4.34 | 4.08 | 3.7 | 3.63 | 3.38 | 3.31 | 3.18 | 2.99 |
| 50% | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | 4.2 | 4.2 | 4.2 | 4.01 | 3.82 | 3.64 | 3.63 | 3.61 | 3.6 | 3.6 | 3.6 | 4.91 | 4.66 | 4.4 | 4.27 | 4.02 | 4.02 | 3.63 | 3.44 | 3.31 | 3.31 | 3.12 | 3.12 | 2.99 |
| 40% | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3.8 | 3.71 | 3.61 | 3.52 | 3.43 | 3.33 | 3.24 | 3.05 | 2.86 | 2.68 | 2.29 | 2.1 | 4.34 | 4.02 | 3.76 | 3.7 | 3.44 | 3.38 | 3.12 | 2.99 | 2.74 | 2.48 | 2.2 | 2.2 | 2 |
| 30% | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3.4 | 3.31 | 3.21 | 2.98 | 2.75 | 2.53 | 2.3 | 2.29 | 2.29 | 2.19 | 2.29 | 2.1 | 3.57 | 3.38 | 3.12 | 2.99 | 2.74 | 2.61 | 2.54 | 2.42 | 2.32 | 2.21 | 2.11 | 2 | 1.7 |
| 20% | 3.8 | 3.8 | 3.8 | 3.8 | 3.8 | 2.19 | 2.13 | 2.07 | 2.01 | 1.96 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 2.54 | 2.48 | 2.35 | 2.1 | 1.97 | 1.71 | 1.58 | 1.58 | 1.58 | 1.58 | 1.39 | 1.39 | 1.2 |
| 14% | 3.8 | 3.8 | 3.8 | 3.8 | 3.8 | 2 | 2 | 2 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 1.71 | 1.52 | 1.33 | 1.33 | 1.33 | 1.24 | 1.15 | 1.07 | 0.98 | 0.89 | 0.8 |
| 8% | 3.8 | 3.8 | 3.8 | 3.8 | 3.8 | 2 | 2 | 2 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 0.82 | 0.82 | 0.82 | 0.82 | 0.82 | 0.69 | 0.69 | 0.62 | 0.4 | 0.4 | 0.4 |
| 5% | 2.5 | 2.5 | 3.8 | 3.8 | 3.8 | 2 | 2 | 2 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 0.18 | 0.11 | 0.11 | 0.11 | 0.11 | 0.11 | 0.11 | 0.11 | 0.11 | 0.11 | 0.11 |
| 2% | 2.5 | 2.5 | 2.5 | 3.8 | 3.8 | 2 | 2 | 2 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| IDLE | 1.9 | 1.9 | 1.9 | 3.8 | 3.8 | 2 | 2 | 2 | 1.5 | 1.5 | 1.5 | 1.5 | 1.5 | 1.5 | 1.5 | 1.5 | 1.5 | 1.5 | 1.5 | 1.5 | 1.5 | 1.5 | 1.5 | 1.5 | 1.5 | 1.5 | 1.5 | 1.5 | 1.5 | 1.5 |

**Hình 3. Dữ liệu thời gian nhấc kim của ECU sau khi khi tinh chỉnh**

So sánh dữ liệu thời gian nhấc kim của ECU trước khi tinh chỉnh và sau khi tinh chỉnh cho thấy rằng thời gian nhấc kim khi sử dụng nhiên liệu xăng (hình 2) lớn hơn thời gian nhấc kim khi sử dụng nhiên liệu LPG (hình 3) ở phần lớn các chế độ hoạt động. Tuy nhiên, ở chế độ không tải và chế độ bướm ga mở 5% thì thời gian nhấc kim phun khi sử dụng nhiên liệu LPG lớn hơn. Giá trị cực đại, cực tiểu thời gian nhấc kim khi sử dung nhiên liệu xăng là 1,12 ms và 10,2 ms; còn đối với thời gian nhấc kim LPG thì giá trị này là 0,11 ms và 6,32 ms.

## 3. Phương pháp

### *3.1 Đo công suất, mô men và suất tiêu hao nhiên liệu*

Hệ thống thử nghiệm đặc tính động cơ xe gắn máy gồm một động cơ được nối với máy phát thông qua khớp truyền động. Nhiên liệu cung cấp cho động cơ và đo lượng tiêu hao nhiên liệu nhờ cân nhiên liêu. Máy phát điện (máy tạo tải) có chức năng tạo tải và được tiêu thụ bởi bộ nhiệt điện trở. Cảm biến lực loadcell đo lực sinh ra trên vỏ máy phát từ đó tính toán được mô men và công suất của động cơ. Máy tính và tủ điều khiển thu thập, xử lý dữ liệu từ các cảm biến và điều khiển độ mở bướm ga cũng như dòng kích từ (thay đổi tải cho động cơ). Hệ thống đo được bố trí như hình 4, và điều kiện đo như bảng 1

Nguyên lý đo: khi động cơ hoạt động kéo rô to của máy phát quay sinh ra điện được nhiệt điện trở tiêu thụ. Thay đổi tải tác dụng lên động cơ bằng cách thay đổi độ lớn dòng kích từ. Mô men và công suất có ích của động cơ được tính thông qua lực đo được từ cảm biến lực. Suất tiêu hao nhiên liệu được tính theo lượng tiêu hao nhiên liệu và công suất có ích của động cơ.

**Hình 4. Hệ thống đo công suất, mô men và suất tiêu hao nhiên liệu**

**Bảng 1. Bảng điều kiện thử nghiệm mô men, công suất và suất tiêu hao nhiên liệu**

| **Thông số** | **Nhiên liệu** | |
|---|---|---|
| | Xăng | LPG |
| Tốc độ động cơ (vòng/phút) | 3000 – 7000 vòng/phút | 3000 – 7000 vòng/phút |
| Độ mở bướm ga | Cố định 70% | Cố định 70% |
| Bước nhảy (vòng/phút) | 500 vòng/phút | 500 vòng/phút |
| Thời gian đo (phút) | 3 phút | 3 phút |
| Thông số thu thập từ bệ thử | Mô men loadcell ($M_{loadcell}$) | Mô men loadcell ($M_{loadcell}$) |

Từ $M_{Loadcell}$ đo được từ thực nghiệm, mô men đông cơ được tính toán theo công thức sau:

$$M_{đc} = \frac{M_{Loadcell}}{i_0.i_3}\eta_{mp}.\eta_{ob}.\eta_{kn} \qquad (1)$$

Trong đó:
$M_{đc}$ (N.m): Mô men động cơ
$M_{loadcell}$ (N.m): Mô men máy phát
$i_0$: Tỷ số truyền chính
$i_3$: Tỷ số truyền số 3
$\eta_{mp}$: hiệu suất máy phát ($\eta_{mp} = 0{,}99$)
$\eta_{ob}$: Hiệu suất ổ bi ($\eta_{mp} = 0{,}96$)
$\eta_{kn}$: Hiệu suất khớp nối ($\eta_{kn} = 0{,}95$)
Công suất động cơ được tính toán dựa vào $M_{đc}$ theo công thức sau:

$$N_{đc} = \frac{2\pi.M_{đc}.n}{60000} \quad [8] \qquad (2)$$

Trong đó:
$N_{đc}$ (kW): Công suất có ích của động cơ
$M_{đc}$ (N.m): Mô men động cơ
n (vòng /phút): Tốc độ động cơ
Công thức tính suất tiêu hao nhiên liệu.

Suất tiêu hao được tính toán dựa vào lượng nhiên liệu tiêu thụ của động cơ ($G_{nl}$) đo được và công suất $N_{đc}$ tính được ở công thức (2)

$$g_e = \frac{G_{nl}}{N_{đc}} (g/Kw.p) \quad [8] \qquad (3)$$

### *3.2 Đo nồng độ khí thải*

Thử nghiệm được thực hiện tại Trạm đăng kiểm xe cơ giới 50-05V của Cục đăng kiểm Việt Nam, điều kiện thử nghiệm như bảng 2. Thiết bị phân tích khí xả là máy MGT 5, được sản xuất bởi hãng MAHA, chuyên phân tích khí xả cho động cơ xăng. Sơ đồ bố trí thực nghiệm đo nồng độ khí xả được bố trí như hình 5.

**Bảng 2. Bảng điều kiện thử nghiệm đo nồng độ khí xả**

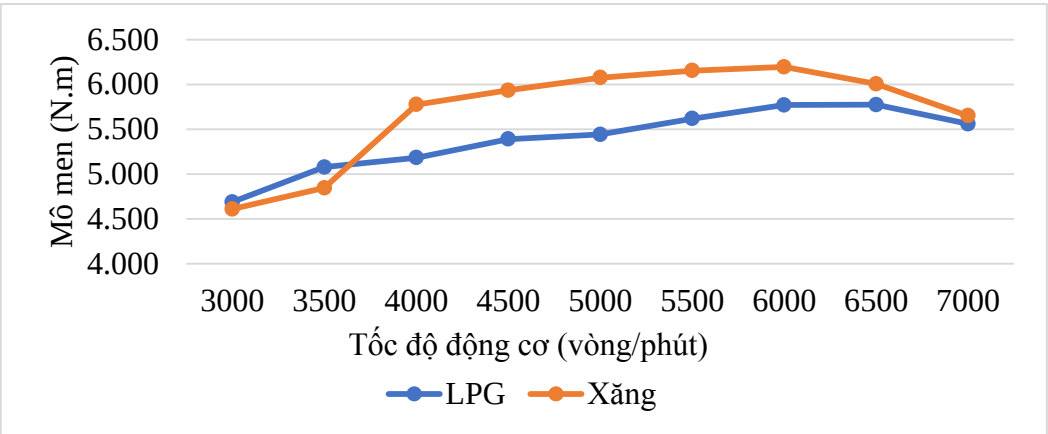
| Thông số | Nhiên liệu | |
|---|---|---|
| | xăng | LPG |
| Tốc độ động cơ (vòng/phút) | 2000 | 2000 |
| Độ mở bướm ga | Không tải | Không tải |
| Số lần đo (lần) | 3 | 3 |
| Thông số thu thập từ bệ thử | $CO_2$ (%vol), CO (%vol), HC (ppm) | $CO_2$ (%vol), CO (%vol), HC (ppm) |

**Hình 5. Sơ đồ bố trí thực nghiệm đo nồng độ khí thải**

## 4. Kết quả và thảo luận

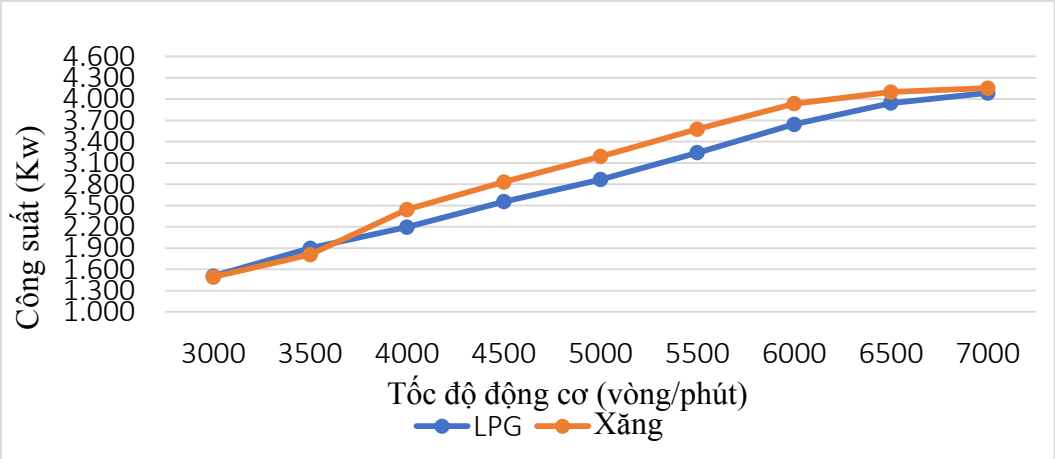
### *4.1 Mô men, công suất, suất tiêu hao nhiên liệu*

Kết quả thực nghiệm được tính toán và được trình bày dưới dạng đồ thị như hình 6, hình 7, hình 8.



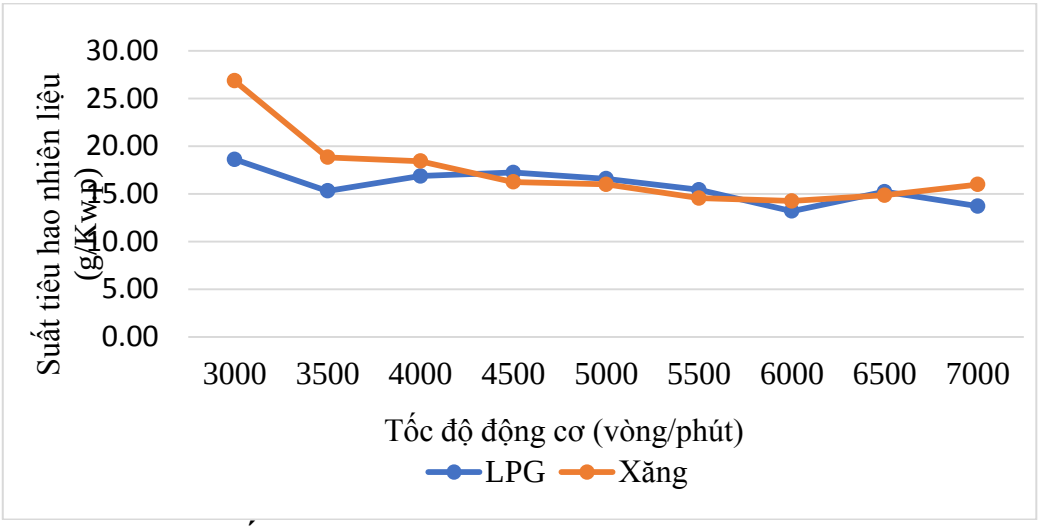

**Hình 6. Mô men của động cơ LPG so với động cơ xăng.**

Từ đồ thị hình 6, ta thấy mô men của động cơ xăng tại 3000 (vòng/phút) đến 3500 (vòng/phút) thấp hơn động cơ LPG nhưng sau 3500 (vòng/phút) động cơ xăng đạt mô men vượt trội hơn động LPG. Ở điều kiện đo này, động cơ xăng đạt mô men cao nhất $M_{đc}$= 6,195 (N.m) tại vòng tua 6063 (vòng/phút), cao hơn so với động cơ LPG có mô men cực đại $M_{đc}$= 5,774 (N.m) tại vòng tua 6522 (vòng/phút). Với việc sử dụng nhiên liệu LPG, momen cực đại của động cơ giảm xuống khoảng 6,79% so với khi sử dụng nhiên liệu xăng.




**Hình 7. Công suất của động cơ LPG so với động cơ xăng.**

Từ đồ thị hình 7, ta thấy công suất của động cơ xăng lớn hơn công suất của động cơ LPG ở tốc độ động cơ 3500 – 7000 (vòng/phút); còn ở tốc độ nhỏ hơn 3500 (vòng/phút) thì công suất động cơ LPG cao hơn. Ở điều kiện đo này, động cơ xăng đạt công suất cao nhất $N_{đcmax}$= 4,154 (kW) tại tốc độ động cơ 7016 (vòng/phút); động cơ LPG có $N_{đcmax}$= 4,087 (kW) tại tốc độ động cơ 7021 (vòng/phút). Với việc sử dụng nhiên liệu LPG, công suất cực đại của động cơ giảm xuống khoảng 1,61% so với khi sử dụng nhiên liệu xăng.




**Hình 8. Suất tiêu nhiên liệu động cơ LPG so với động cơ xăng.**

Từ đồ thị hình 8 cho thấy rằng, suất tiêu hao nhiên liệu của động cơ xăng (14-26 g/kW.p) cao hơn so với động cơ LPG (13-18 g/kW.p) ở các mức tốc độ tương đương. Với việc sử dụng nhiên liệu LPG, suất tiêu hao nhiên liệu của động cơ giảm xuống khoảng 8,83% so với khi sử dụng nhiên liệu xăng.

***4.2 Nồng độ khí xả***

Kết quả nồng độ CO, $CO_2$ và HC được đo ở 2 loại nhiên liệu xăng và LPG, mỗi loại nhiên liệu đo 3 lần sau đó lấy giá trị trung bình như bảng 3 và bảng 4. So sánh mức độ phát thải khi dùng 2 loại nhiên liệu trên bằng phương pháp tính % hàm lượng khí xả giảm so với

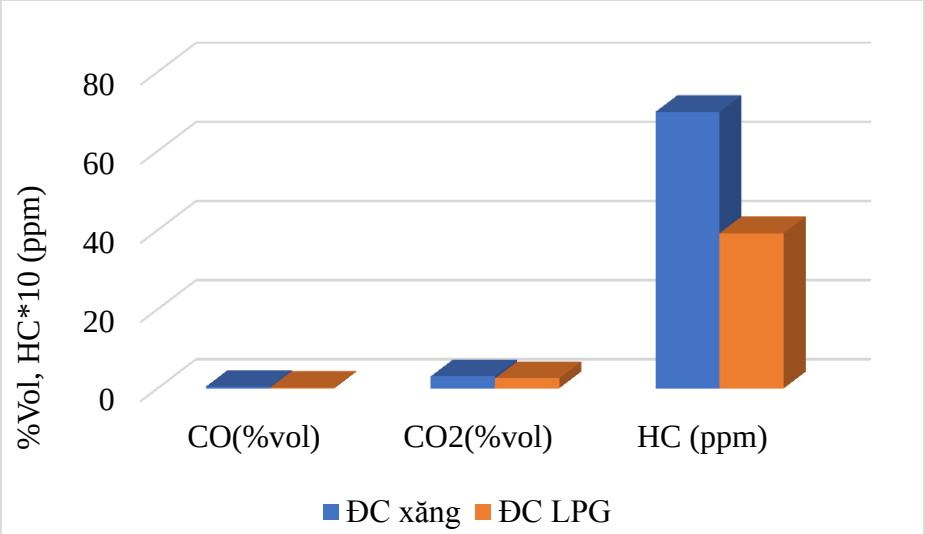
nhiên liệu xăng. Kết quả cho thấy rằng khí xả CO, $CO_2$, HC giảm lần lượt 49,6%, 16,5%, 43,9% như đồ thị hình 9.

**Bảng 3. Kết quả đo nồng độ phát thải của xe gắn máy Wave S 110 khi chạy nhiên liệu xăng**

| Loại nhiên liệu | Lần | $CO_2$ (%vol) | CO (%vol) | HC (ppm) | n (vòng/phút) |
|---|---|---|---|---|---|
| Xăng | 1 | 3,2 | 0,46 | 718 | 2130 |
| | 2 | 2,8 | 0,37 | 696 | 2016 |
| | 3 | 3,1 | 0,44 | 683 | 2005 |
| | Trung bình | 3,03 | 0,42 | 699 | 2017 |

**Bảng 4. Kết quả đo nồng độ phát thải của xe gắn máy Wave S 110 khi chạy nhiên liệu LPG**

| Loại nhiên liệu | Lần | $CO_2$ (%vol) | CO (%vol) | HC (ppm) | n (vòng/phút) |
|---|---|---|---|---|---|
| LPG | 1 | 2,6 | 0,25 | 416 | 2125 |
| | 2 | 2,3 | 0,16 | 389 | 2026 |
| | 3 | 2,7 | 0,23 | 372 | 2015 |
| | Trung bình | 2,53 | 0,21 | 392,3 | 2015 |




**Hình 9. Nồng độ khí thải ĐC LPG và xăng**

## 5. Kết luận

Xe gắn máy sử dụng nhiên liệu xăng truyền thống đã được chuyển đổi hoàn toàn sang sử dụng nhiên liệu LPG, được điều khiển bởi ECU tinh chỉnh. Kết cấu của xe sau khi chuyển đổi không có sự thay đổi đáng kể. Kết quả thử nghiệm trên bệ thử và trên đường cho thấy động cơ hoạt động ổn định, lượng nhiên liệu phun ra đáp ứng tốt các chế độ làm việc; phát thải khí CO, $CO_2$, HC giảm lần lượt 49,6%, 16,5%, 43,9%. Bên cạnh đó, động cơ sử dụng nhiên liệu LPG tiết kiệm nhiên liệu hơn so với nhiên liệu xăng, (giảm 8,83%) vì nhiên liệu LPG có nhiệt trị cao hơn và có thể cháy với hỗn hợp nghèo hơn. Tuy nhiên, công suất và mô men cực đại giảm lần lượt 1,61% và 6,79%, không ảnh hưởng nhiều đến quá trình hoạt động của động cơ. Với kết quả trên, LPG là nhiên liệu thay thế hiệu quả cho xăng trên động cơ xe máy, góp phần giảm phát thải của động cơ đốt trong. Hướng nghiên cứu tiếp theo của nhóm là hoàn thiện chương trình điều khiển hệ thống phun nhiên liệu, tối ưu hoá lượng phun LPG ở chế độ đầy tải và tăng tốc đột ngột.

**TÀI LIỆU THAM KHẢO**


1. Duy, V. N., Duc, K. N., & Van, N. C. (2021). Real-time driving cycle measurements of fuel consumption and pollutant emissions of a bi-fuel LPG-gasoline motorcycle. *Energy Conversion and Management: X*, *12*, 100135.
2. Du, H. T., Mến, T. V., & Dư, P. Q. (2022). *Thiết kế, chế tạo và đánh giá hệ thống phun nhiên liệu LPG cho xe gắn máy.* Tạp chí khoa học trường đại học Trà Vinh; ISSN: 2815-6072; E-ISSN: 2815-6080, 47-54.
3. Deshmukh, N., & Yelve, N. P. (2006). Investigation on feasibility of LPG as a fuel for motorcycle. *In Proceedings of National Conference on Applications of Advanced Quality Methods in Engineering & Technology (pp. 23-24).*
4. Van Ga, B., Tuan, C. X., Van Hung, B., Xuan, N. T. T., & Van Tan, B. (2022). Performance and Emissions of Motorcycle Engine Fueled with LPG-Ethanol by Port Injection. *In CIGOS 2021, Emerging Technologies and Applications for Green Infrastructure: Proceedings of the 6th International Conference on Geotechnics, Civil Engineering and Structures (pp. 1673-1682). Springer Singapore..*
5. Phan Tấn Tài. (2011). Nghiên cứu chế tạo hệ thống LPG trên xe gắn máy. *Báo cáo tổng kết đề tài khoa học công nghệ cấp trường, Trường Đại Học Trà Vinh.*
6. Suthisripok, T., Phusakol, N., & Sawetkittirut, N. (2017, October). Bi-fuel system-Gasoline/LPG in a used 4-stroke motorcycle-fuel injection type. *In IOP Conference Series: Materials Science and Engineering (Vol. 241, No. 1, p. 012021). IOP Publishing..*
7. Singh, H., Kumar, C., Yadaf, K. D., Yadav, K. A., Nishad, A., Verma, K. A., & Pandey, K. A. (2015). Conversion of petrol bike into LPG and emission check. *International Journal Of Mechanical Engineering And Technology (IJMET,)*, *6*(4), 65-71.
8. Nguyễn Tất, T. (2003). Nguyên lý động cơ đốt trong.

# XÂY DỰNG HỆ THỰC HÀNH BIẾN TẦN – ĐỘNG CƠ KHÔNG ĐỒNG BỘ BA PHA GIAO TIẾP MÁY TÍNH SỬ DỤNG GIAO DIỆN LABVIEW

**Trương Bảo Long, Phạm Mạnh Toàn***
Viện Kỹ thuật và Công nghệ, Trường Đại học Vinh.
*Tác giả liên hệ, Email: toandhv79@gmail.com.

**TÓM TẮT**

Trong bài báo này trình bày một phương pháp xây dựng module thực hành biến tần – động cơ không đồng bộ 3 pha giao tiếp máy tính PC sử dụng giao diện được thiết kế trên phần mềm LabVIEW. Nghiên cứu này nhằm giúp tiếp cận công nghệ truyền thông công nghiệp với hệ truyền động điện hiện đại, dễ dàng cập nhật thông tin và cài đặt cho hệ biến tần qua máy tính PC. Kết quả nghiên cứu đã xây dựng một hệ thực hành biến tần - động cơ với giao diện giám sát và điều khiển được thiết kế trên máy tính trực quan, cập nhật được thông số cài đặt, hiển thị được đầy đủ thông tin hoạt động của hệ thống. Ngoài ra, kết quả thực nghiệm cũng cho thấy tính hiệu quả được nâng cao trong việc áp dụng module vào giảng dạy thực hành truyền động điện tự động công nghiệp.
*Từ khóa:* Biến tần; công nghệ truyền thông công nghiệp; động cơ không đồng bộ; giao tiếp máy tính; LabVIEW.

## 1. Tổng quan

Đối với chương trình đào tạo đại học của khối ngành kỹ thuật, các học phần thực hành đóng vai trò thực tiễn, đem lại kiến thức thực tế, người học có thể kiểm tra lý thuyết thông qua các thao tác thí nghiệm, hình thành những ý tưởng mới thực tế hơn và vận hành được công nghệ. Vấn đề đặt ra là phải xây dựng mô hình trong phòng thí nghiệm đầy đủ tính chất của một mô hình vật lý, là cơ sở lý giải cho lý thuyết đã học, tạo điều kiện hình thành những ý tưởng và phát minh [1].

Hiện nay, các nghiên cứu về ghép nối truyền thông công nghiệp được phát triển rất mạnh mẽ với các thiết bị điện - điện tử công suất, truyền động điện hiện đại [2],… Trong các thiết kế hệ thống người ta thường sử dụng màn hình HMI, PLC kết nối với các thiết bị [6], [7], [8], việc phát triển các ứng dụng như trên chủ yếu được áp dụng cho những điều khiển trực tiếp tại hệ thống, thực hiện các thao tác đơn giản, không giám sát từ khoảng cách xa như thể hiện trong Hình 1 là một sản phẩm module thực hành PLC S7 -300 giao tiếp máy tính HMI có trên thị trường. Việc tự phát triển các phần mềm kết nối và điều khiển bằng máy tính PC với thiết bị điện - điện tử công nghiệp bằng giao thức Modbus vẫn còn là vấn đề cần phải quan tâm nhiều hơn [2], [3], [4]. Ngoài ra, việc tự phát triển phần mềm còn giúp kỹ sư, sinh viên, học viên nghiên cứu sâu hơn về truyền thông công nghiệp, khai thác có hiệu quả hơn các thiết bị điện tử công nghiệp hiện đại.

**Hình 1. Bộ thực hành PLC S7 -300 giao tiếp máy tính HMI.**

Trên cơ sở các lí do trên, nhóm tác giả đề xuất tự xây dựng một module thực hành biến tần – động cơ không đồng bộ 3 pha giao tiếp máy tính PC sử dụng giao diện được thiết kế trên phần mềm LabVIEW. Giao diện giám sát và điều khiển được thiết kế trên máy tính trực quan, cập nhật được thông số cài đặt, hiển thị được đầy đủ thông tin hoạt động của hệ thống.

## 2. Phương pháp

**a. Thiết kế phần cứng**

- **Sơ đồ hệ thống**

Sơ đồ khối của hệ thống được mô tả như Hình 2. Hệ thống bao gồm máy tính cá nhân cài đặt phần mềm LabVIEW, biến tần INVT GD20, động cơ không đồng bộ 3 pha, bộ giao tiếp chuyển đổi USB to RS485, các khí cụ điện phụ trợ.

PC: máy tính cá nhân được sử dụng ở vị trí cấp giám sát giữ vai trò thu thập, hiển thị các thông tin được gửi lên từ cấp điều khiển và gửi yêu cầu điều khiển xuống cấp điều khiển.

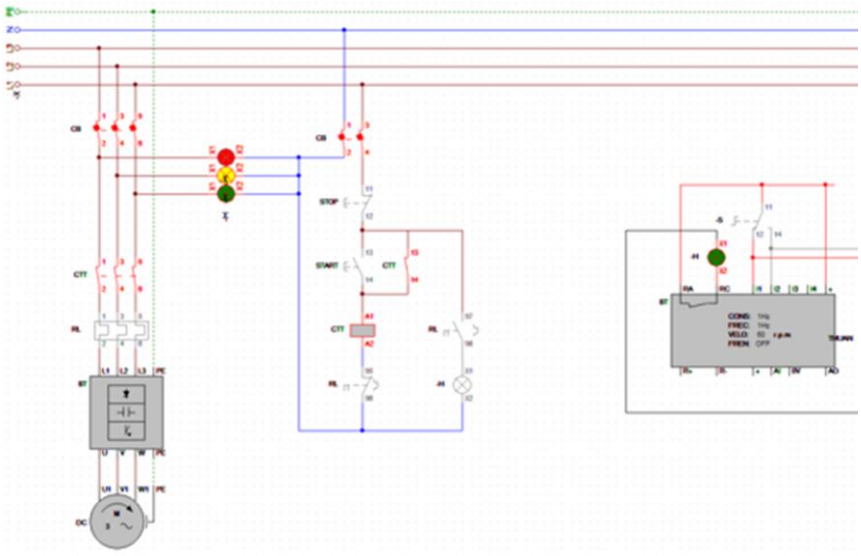
Giao tiếp giữa PC và biến tần INVT GD20 sử dụng bộ chuyển đổi USB to RS485 thông qua giao thức truyền thông Modbus RTU. Giao diện giám sát điều khiển được thiết kế trên phần mềm LabVIEW.

Biến tần, động cơ: Đây là cơ cấu chấp hành, giữ vai trò nhận tín hiệu từ PC hoặc panel điều khiển trên biến tần để thay đổi tần số cấp vào động cơ.

**Hình 2. Sơ đồ hệ thống.**

- **Một số sơ đồ đấu dây điều khiển động cơ trong module thực hành**

Điều khiển động cơ thuận nghịch bằng công tắc 2 vị trí: chức năng điều khiển biến tần chạy thuận nghịch bằng công tắc 2 vị trí, thay đổi tốc độ bằng biến trở ngoài hoặc trên giao diện LabVIEW. Ngõ ra relay 1 kết nối với quạt làm mát khi biến tần chạy và relay 2 nối một đèn vàng dùng để báo lỗi. Sơ đồ đấu dây được vẽ như Hình 3. Thiết lập điều khiển:



**Hình 3. Điều khiển động cơ thuận nghịch bằng công tắc 2 vị trí.**

- P00.01 = 1 chọn lệnh chạy bằng công tắc ngoài.
- P00.05 = 1 chọn chân S1 có chức năng chạy thuận.
- P00.06 = 2 chọn chân S2 có chức năng chạy nghịch.

+ Thiết lập điều khiển tốc độ bằng biến trở:

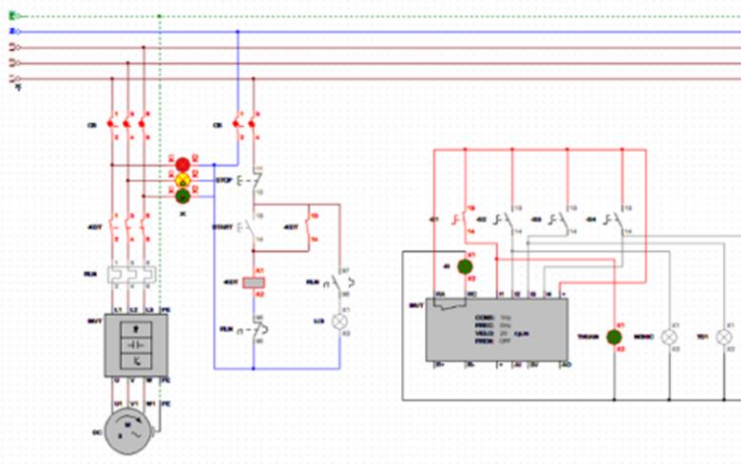
- P00.06 = 2 chọn nguồn cài đặt tần số là biến trở nối với chân AI2, nếu chọn bằng 1 là điều khiển bằng biến trở trên panel.

+ Thiết lập điều khiển quạt và đèn:

- P06.03 = 1 kích ON relay 1 khi biến tần chạy thuận hoặc nghịch.
- P06.04 = 5 kích ON relay 2 khi biến tần báo lỗi.

+ Thiết lập cài đặt nâng cao:

- P00.11 = 5 đặt thời gian tăng tốc của biến tần, chức năng này của biến tần như khởi động mềm.
- P00.12 = 5 cài đặt thời gian giảm tốc.
- P00.03 = 50 Hz tần số lớn nhất.
- P00.04 = 50 Hz tần số giới hạn trên.



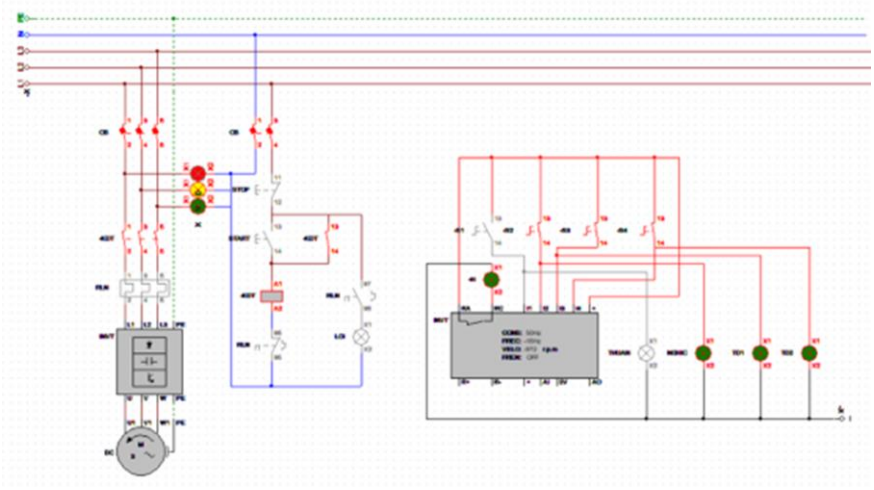
**Hình 4. Điều khiển động cơ chạy thuận nghịch bằng nút nhấn.**

Điều khiển động cơ chạy thuận nghịch bằng nút nhấn: Chức năng điều khiển biến tần cho phép động cơ chạy thuận, nghịch bằng nút nhấn, thay đổi tốc độ bằng biến trở ngoài hoặc trên giao diện LabVIEW. Ngõ ra relay 1 kết nối với đèn báo chạy thuận, relay 2 nối một đèn khác dùng để báo chạy nghịch. Sơ đồ đấu dây biến tần mô tả như trên Hình 4. Cài đặt thông số điều khiển như sau:

- P00.18 = 1 Thiết lập thông số về mặc định nhà sản xuất.

+ Cài đặt chạy thuận, nghịch, dừng biến tần bằng nút nhấn.

- P00.01 = 1 cài đặt chạy biến tần chạy bằng lệnh ngoài.
- P05.01 = 1 sử dụng chân S1 để chạy thuận
- P05.02 = 2 sử dụng chân S2 để chạy nghịch
- P05.03 = 3 sử dụng chân S3 làm chức năng cho phép chạy, S3 hở thì biến tần dừng.
- P05.13 = 3 sử dụng chức năng điều khiển 3 dây.



**Hình 5. Điều khiển biến tần chạy cấp tốc độ.**

+ Thiết lập cài đặt relay ngõ ra điều khiển đèn:

- P06.03 = 2 kích relay 1 khi chạy thuận.
- P06.04 = 3 kích relay 2 khi chạy nghịch.

Điều khiển biến tần chạy cấp tốc độ có sơ đồ như Hình 5. Thiết lập cài đặt thông số điều khiển chạy cấp tốc độ:

- P00.18 = 1 trả thông số về mặc định của biến tần.

+ Cài đặt tần số lớn nhất phù hợp với động cơ:

- P00.03 = 50 Hz cài đặt tần số lớn nhất.

P00.04= 50 Hz cài đặt tần số giới hạn trên.

+ Cài đặt chạy cấp tốc độ thuận, nghịch bằng 4 công tắc 2 vị trí:

- P00.01=1 cài chạy bằng lệnh ngoài.
- P05.01 = 1 cài chân S1 chức năng chạy thuận.
- P05.02 = 2 cài chân S2 chức năng chạy nghịch.

- P05.03 = 16 cài chân S3 chức năng chạy cấp tốc độ 1.
- P05.04 = 17 cài chân S4 chức năng chạy cấp tốc độ 2.
- P00.06 = 6 chọn tần số điều khiển bằng cấp tốc độ.

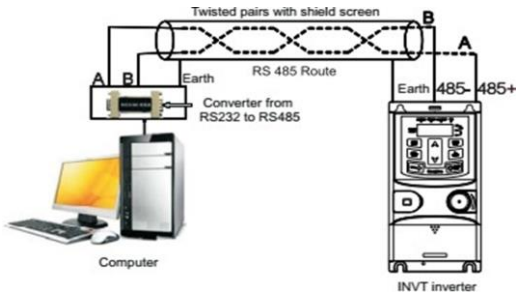
+ Cài đặt tần số cho 2 cấp tốc độ:

- P10.04 = 15% của tốc độ lớn nhất P00.03
- P10.06 = 40% của tốc độ lớn nhất P00.03

**b. Ghép nối truyền thông máy tính PC với biến tần INVT GD20**

- **Giao thức truyền thông Modbus**

Truyền thông Modbus là một giao thức truyền thông phổ biến trong công nghiệp, các thiết bị có thể giao tiếp với nhau thông qua giao thức truyền thông này qua cổng truyền RS485. Trong nghiên cứu này, truyền thông Modbus với biến tần INVT GD20 được cấu hình ở chế độ RTU. Một thiết bị Master điều khiển các Slave, thiết bị Master sẽ gửi tín hiệu lệnh, yêu cầu tới các thiết bị Slave khác và thực thi lệnh đó. Trong nghiên cứu này, nhóm tác giả sử dụng thiết bị Master là máy tính PC, thiết bị Slave là biến tần INVT GD20, có sơ đồ ghép nối như Hình 6 [2], [4].




**Hình 6. Sơ đồ ghép nối Modbus giữa máy tính PC với biến tần INVT GD20.**

- **Cấu hình truyền thông Modbus với biến tần INVT GD20**

Truyền thông Modbus của biến tần INVT GD20 sử dụng chế độ RTU được cài đặt như sau:

- P00.01 = 2 điều khiển động cơ qua RS485
- P00.06 = 8 thiết lập tần số qua RS485
- P00.09 = 0 lựa chọn tần số
- P14.00 = 1 định địa chỉ
- P14.01 = 3 thiết lập tốc độ baud 9600bps
- P14.02 = 1 cấu hình Modbus-RTU 8/E/1
- P14.03 = 5
- P14.04 = 0

Thiết lập địa chỉ điều khiển được mô tả như Bảng I.

**Bảng 1. Thiết lập địa chỉ điều khiển**

| Chức năng | Địa chỉ | Lệnh | Thực hiện |
|---|---|---|---|
| Lệnh điều khiển truyền thông | 2000H | 0001H: chạy thuận | Ghi dữ liệu |
| | | 0002H: chạy ngược | |
| | | 0003H: chạy thuận (jogging) | |
| | | 0004H: chạy ngược (jogging) | |
| | | 0005H: dừng | |
| | | 0006H: dừng khẩn cấp | |
| | | 0007H: reset lỗi | |
| | | 0008H: dừng (jogging) | |
| | 2001H | Thiết lập tần số truyền thông | |

Thiết lập địa chỉ điều khiển động cơ:

- MCA = 2000 (hex) = 8192 (dec)
- W8192 = 1 chạy thuận
- W8192 = 2 chạy nghịch
- W8192 = 5 dừng
- FSA = 2001 (hex) = 8193 (dec)

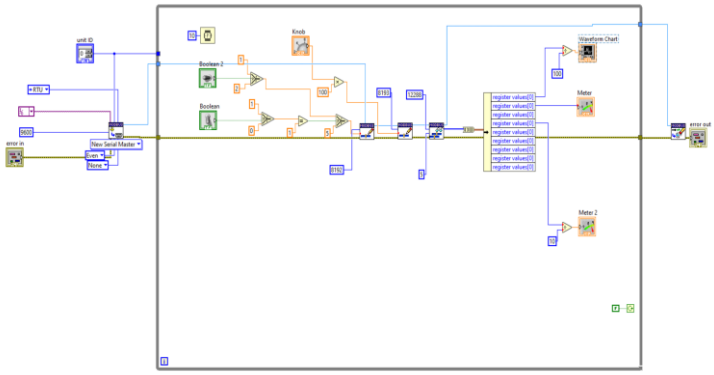
Thiết lập địa chỉ giám sát được mô tả như Bảng II.

**Bảng 2. Thiết lập địa chỉ giám sát**

| Chức năng | Địa chỉ | Lệnh | Thực hiện |
|---|---|---|---|
| Tần số hoạt động | 3000H | Dải: 0.00Hz – P00.03 | Đọc dữ liệu |
| Thiết lập tần số | 3001H | Dải: 0.00Hz – P00.03 | Đọc dữ liệu |
| Bus điện áp | 3002H | Dải: 0 – 2000V | Đọc dữ liệu |
| Điện áp ra | 3003H | Dải: 0 – 1200V | Đọc dữ liệu |
| Dòng điện ra | 3004H | Dải: 0.0 – 3000.0A | Đọc dữ liệu |

**c. Thiết kế giao diện và lập trình ghép nối truyền thông trên máy tính PC**

Việc thiết kế một giao diện trên máy tính PC sử dụng hệ điều hành Windows có thể dùng nhiều ngôn ngữ lập trình khác nhau như LabVIEW, Visual C++, Visual C#, Visual Basic, Delphi,… [3]. Trong bài báo này, nhóm tác giả sử dụng ngôn ngữ LabVIEW, là môi trường ngôn ngữ đồ họa hiệu quả trong việc giao tiếp đa kênh giữa con người, thuật toán và các thiết bị. LabVIEW là ngôn ngữ đồ họa hiệu quả vì về cách thức lập trình, LabVIEW khác với các ngôn ngữ C (hay Python, Basic, vv.) ở điểm thay vì sử dụng các từ khóa cố định thì LabVIEW sử dụng các khối hình ảnh sinh động và các dây nối để tạo ra các lệnh và các hàm như trong Hình 7. Vì sự khác biệt này mà LabVIEW đã giúp cho việc lập trình trở nên đơn giản hơn, đặc biệt LabVIEW rất phù hợp đối với kỹ sư, nhà khoa học, hay giảng viên. Chính sự đơn giản, dễ học, dễ nhớ đóng góp cho LabVIEW trở thành một trong những công cụ phổ biến trong các ứng dụng thu thập dữ liệu từ các cảm biến, phát triển các thuật toán, và điều khiển thiết bị tại các phòng thí nghiệm trên thế giới. Hệ thống điều khiển và tự động hóa mà đặc biệt là các hệ thống điều khiển và thu thập dữ liệu (SCADA & DCS) trong các hệ thống tự động hóa tích hợp toàn diện ta hoàn toàn có thể lập trình trên LabVIEW mà không cần dùng thiết bị của hãng.

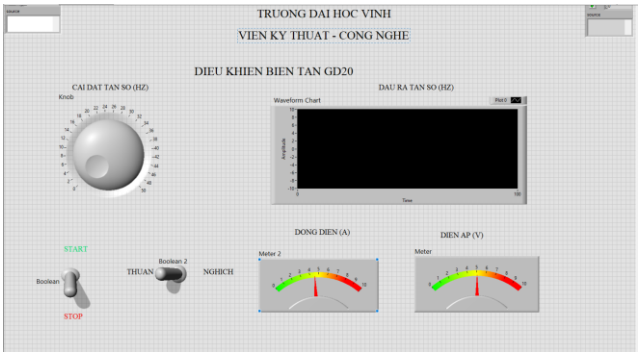


**Hình 7. Mã nguồn viết bằng LabVIEW.**

**2. Kết quả và thảo luận**

Trên cơ sở nghiên cứu và xây dựng thuật sử dụng môi trường thiết kế giao diện LabVIEW, nhóm tác giả đã thiết kế một giao diện truyền thông Modbus RTU trên máy tính PC cho hệ biến tần - động cơ không đồng bộ 3 pha như trong Hình 8. Sau khi kết nối máy tính PC với biến tần bằng chuẩn truyền thông RS485 nhóm tác giả đã hoàn thành hệ thống thực hành truyền thông Modbus máy tính PC - biến tần như trong Hình 9.

Hệ thống hoạt động thực hiện như sau:




**Hình 8. Giao diện giám sát và điều khiển.**

- Thiết lập cổng Comm cho Master là máy tính PC và địa chỉ của Slave là biến tần trên giao diện, xác nhận bằng nút chức năng trên giao diện như trong Hình 8;

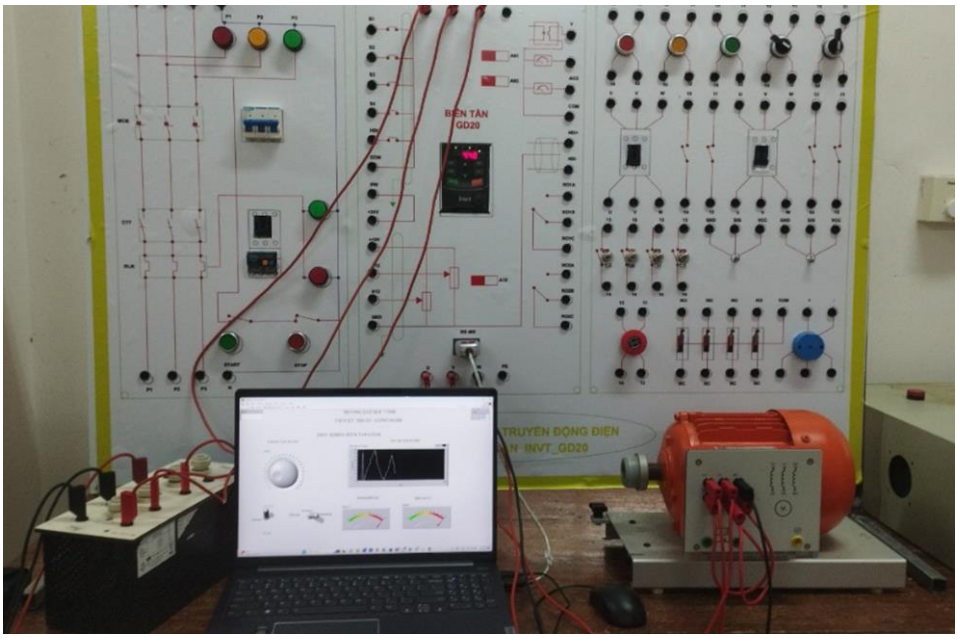
- Thiết lập chế độ vẽ đồ thị, đặt tần số, đo dòng điện và điện áp trên giao diện;

- Muốn khởi động hoặc dừng động cơ nhấn vào nút Start, Stop trên giao diện LabVIEW của máy tính PC.

- Cho hệ thống hoạt động bằng cách nhấn vào nút quay thuận hoặc nút quay nghịch. Khi đó, hệ biến tần - động cơ sẽ hoạt động, động cơ quay thuận hoặc nghịch với các tốc độ khác nhau theo các tần số được thiết lập được thể hiện trong Bảng III;

**Bảng 3. Tần số đặt cho hệ biến tần - động cơ và các thông số đo và hiển thị được trên phần mềm**

| **Tần số đặt** (Hz) | **Dòng điện** (A) | **Điện áp** (V) | **Tốc độ** (RPM) |
|---|---|---|---|
| 20 | 0,6 | 85 | 400 |
| 30 | 0,6 | 125 | 850 |
| 40 | 0,6 | 155 | 1250 |
| 50 | 0,6 | 210 | 1500 |



**Hình 9. Module thực hành biến tần – động cơ không đồng bộ ba pha.**

Để phù hợp thông số trang thiết bị động cơ không đồng bộ 3 pha có sẵn trong phòng thí nghiệm, khảo sát kiểm thử hệ thống thực hiện trong dải tần 20÷50 Hz, kết nối hệ thống thí nghiệm như trong Hình 9, những giá trị đặt tần số như trong Bảng III, các thông tin như điện áp, dòng điện, tốc độ quay được hiển thị, cập nhật thời gian thực trên giao diện. Giao diện đã hiển thị chính xác, nhiều thông tin cập nhật thời gian thực hơn so với màn hình LED của biến tần chỉ hiện thị được một thông tin trong cùng thời điểm.

Ngoài ra, giao diện cũng tự động cập nhật các dữ liệu tần số đặt và tự động đọc chính xác tần số từ hệ thống và vẽ đồ thị đặc tính thay đổi tần số như thể hiện Hình 9. Kết quả cho thấy, từ các tần số đặt khác nhau từ máy tính, hệ thống hoạt động ổn định, các đại lượng đọc được chính xác. Với việc thiết kế hệ thống đơn giản, giao diện được bố trí rõ ràng, trực quan, hiển thị đầy đủ các thông tin hoạt động của biến tần, thuận tiện cho việc giảng dạy trong phòng thực hành.

## 3. Kết luận

Từ các kết quả thí nghiệm và phân tích ở mục trên, có thể nhận thấy hệ thực hành biến tần – động cơ đã thực hiện được tất cả các thí nghiệm mà mục tiêu nghiên cứu đặt ra. Trong bài báo này, hệ biến tần-động cơ được ghép nối thành công với máy tính PC thông qua truyền thông Modbus bằng giao diện LabVIEW, ngôn ngữ đồ họa hiệu quả trong việc giao tiếp đa kênh giữa con người, thuật toán và các thiết bị. Kết quả hoạt động của hệ thống cho thấy hệ thống làm việc ổn định, chính xác, việc thao tác thí nghiệm dễ dàng, phù hợp với giảng viên, sinh viên trong giảng dạy và học tập về truyền thông công nghiệp và điều khiển máy điện.

Tuy nhiên, nghiên cứu còn một số hạn chế sau: thí nghiệm đang chỉ thực hiện trong điều kiện hệ thống hoạt động ở chế độ không tải, giao diện truyền thông được phát triển trong môi trường LabVIEW còn đơn giản. Trong tương lai, nhóm tác giả sẽ tiếp tục nghiên cứu thiết kế giao diện truyền thông phong phú hơn, thí nghiệm với hệ thống hoạt động ở nhiều chế độ tải khác nhau.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Trương Việt Anh, Nguyễn Trung Thắng. (2011). Thiết kế và thi công mô hình thí nghiệm nhà máy điện giữa máy tính PC với hệ biến tần – động cơ không đồng bộ ba pha. *Tạp chí khoa học công nghệ hàng hải, 19,* 64-71.
2. Đào Minh Quân, Đào Quang Khanh. (2020). Thiết kế và thi công mô hình thí nghiệm nhà máy điện giữa máy tính PC với hệ biến tần – động cơ không đồng bộ ba pha. *Tạp chí khoa học công nghệ hàng hải, 62,* 37-41.
3. Bùi Quốc Khánh, Nguyễn Văn Liễn. (2020). Cơ sở truyềnđộng điện, *Nhà xuất bản Khoa học kỹ thuật*.
4. Đinh Anh Tuấn, Đào Minh Quân. (2015). Mạng truyền thông công nghiệp tàu thủy, *Nhà xuất bản Hàng hải*.
5. Shenzhen INVT Electric Co.,Ltd, *Operation Manual Goodrive20 Series Inverter*, 2015.
6. Savas Sahin Modbus - Based SCADA/HMI Applications, *Journal of Information Technology and Application in Education*, 2013.
7. Sachintha Kariyawasam, Real-Time Simulation of a Microgrid Control System using modbus Communication, *RTDS Technologies Inc.*, Winnipeg, Canada, 2018.
8. Traian Turc, Gas Plant SCADA Software Application¸ *University of Targu Mures*, 2015.

# NGHIÊN CỨU ỨNG DỤNG CÁC MÔ HÌNH CHUỖI THỜI GIAN CÓ XÉT TÍNH MÙA VỤ TRONG DỰ BÁO SẢN LƯỢNG ĐIỆN NĂNG HÀNG THÁNG

**Hoàng Trung Thông**[1,*], **Hoàng Mạnh Hùng**[1], **Trần Anh Hải**[1], **Trần Nam Anh**[2]
[1]Viện Kỹ thuật, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
[2]Trường Cao đẳng Lý Tự Trọng Thành phố Hồ Chí Minh.
[*]Tác giả liên hệ, Email: hoangthong.ac@gmail.com.

## TÓM TẮT

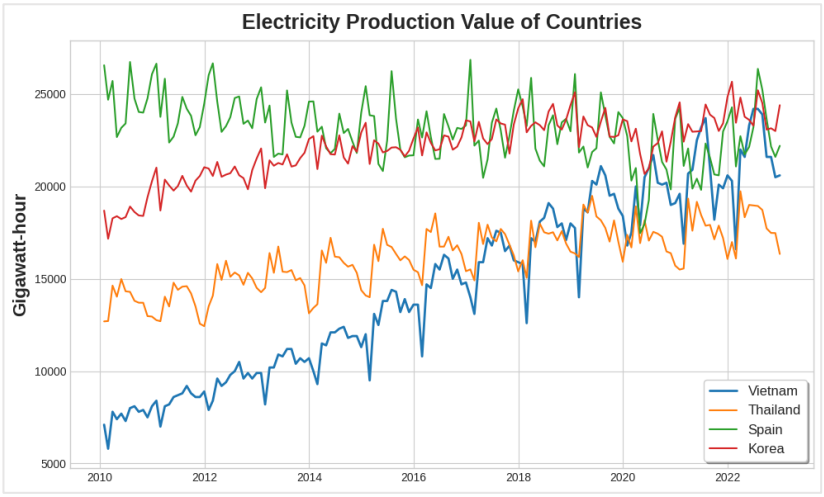
Nghiên cứu này sử dụng bốn mô hình chuỗi thời gian có tính mùa vụ cho dự báo sản lượng điện năng hàng tháng của bốn quốc gia bao gồm Việt Nam, Thái Lan, Tây Ban Nha và Hàn Quốc; Các mô hình được sử dụng là Holt-Winters, SARIMA, PROPHET và mô hình N-BEATS, với số liệu là sản lượng điện năng thực tế trong giai đoạn từ tháng 1 năm 2010 đến tháng 12 năm 2022. Kết quả được đánh giá bằng hệ số MAPE và RMSE với sự hỗ trợ của ngôn ngữ Python trong môi trường Google Colab. Nghiên cứu đã cho thấy rằng với mỗi bộ dữ liệu sẽ có kết quả và mô hình phù hợp khác nhau, Với Việt Nam thì mô hình thống kê cổ điển Holt-winters cho kết quả tốt nhất với MAPE=3.6%; Thái Lan phù hợp với mô hình SARIMA và NBEATS với MAPE=2.8%; Tây Ban Nha phù hợp với 2 mô hình Holt-winters với MAPE=4.7% và NBEATS với MAPE=4.6%; Riêng Hàn Quốc thì mô hình học sâu N-BEATS cho kết quả xuất sắc với MAPE=1.7%.
*Từ khóa:* Machine Learning; Dự báo sản lượng điện năng; Holt-Winters; SARIMA; PROPHET; N-BEATS

## 1. Đặt vấn đề

Quy hoạch Điện VIII của Việt Nam, được thông qua vào ngày 15/05/2023 theo Quyết định số 500/QĐ-TTg, là một bước tiến quan trọng trong việc phát triển ngành điện của quốc gia, với mục tiêu chuyển dịch sang năng lượng tái tạo và cải thiện hệ thống truyền tải điện. Mục tiêu là cung cấp đủ điện cho phát triển kinh tế với tốc độ tăng trưởng GDP khoảng 7%/năm từ 2021-2030 và 6.5-7.5%/năm từ 2031-2050. Quy hoạch cũng hướng đến việc xuất khẩu điện, với mục tiêu đạt 5,000-10,000MW công suất xuất khẩu vào năm 2030. Ưu tiên phát triển các nguồn năng lượng tái tạo như thủy điện, điện gió, điện mặt trời, sinh khối, cũng như năng lượng mới và sạch như hydro và amoniac xanh. Đặc biệt, khuyến khích việc sử dụng điện mặt trời mái nhà tự sản xuất, tự tiêu thụ.

Theo nhiều nghiên cứu khác nhau, dự báo điện năng được chia thành bốn loại tương ứng với từng khung thời gian (Berk, 2015; Cầu, 2022; Singh et al., 2013): *Điều độ (Real-Time Operation):* Dự báo mỗi chu kỳ điều độ (nửa giờ hoặc một giờ) cho các ứng dụng vận hành theo thời gian thực. Mục đích để quản lý vận hành hệ thống điện linh hoạt và hiệu quả (Khải et al., 2023); *Ngắn hạn (STLF):* Dự báo cho mỗi chu kỳ giao dịch từ vài ngày cho đến vài tuần. Điều này quan trọng cho các ứng dụng như thị trường giao ngay, điều độ kinh tế, quản lý phụ tải, và lập kế hoạch cam kết tổ máy (Khải et al., 2023; Tuấn & Ngọc, 2022; Vững, 2019; Zhang et al., 2023); *Trung hạn (MTLF):* Dự báo điện năng tiêu thụ cho chu kỳ tuần hoặc tháng, từ vài tháng tới cho đến vài năm. Điều này hỗ trợ trong việc lập kế hoạch vận hành trung hạn, kế hoạch cung ứng nhiên liệu và bảo trì sửa chữa. Có thể cần dự báo cho từng chu kỳ giao dịch (Liễu, 2016; Nhân, 2022); *Dài hạn (LTLF):* Dự báo tổng điện năng tiêu thụ, công suất cực đại và cực tiểu cho mỗi năm, từ 5 đến 25 năm tới. Điều này giúp hỗ trợ trong

lập quy hoạch công suất nguồn, lưới điện, đầu tư và kế hoạch tài chính cho hệ thống điện và các công ty, nhà đầu tư điện lực (Minh, 2023; Trị, 2009).




**Hình 1. Đồ thị sản lượng điện năng các Quốc Gia**

Với đặc trưng mùa vụ thể hiện khá rõ của thị trường điện Việt nam như Hình 1, cũng như sự biến động liên tục của giá điện và giá nhiên liệu, cùng với nhu cầu sử dụng thay đổi thường xuyên của khách hàng và tính không ổn định trong sản xuất năng lượng mặt trời, gió hoặc thủy điện đặt ra khá nhiều rủi ro cho các công ty sản xuất điện, việc nghiên cứu và áp dụng các mô hình dự báo chuỗi thời gian có tính mùa vụ là cần thiết, không chỉ để đáp ứng nhu cầu tiêu thụ trong nước mà còn phục vụ cho các hoạt động phát triển kinh tế - xã hội. Đặc biệt, việc dự báo sản lượng điện năng hàng tháng đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo cung ứng điện ổn định, giúp cho các đơn vị sản xuất điện có thể quản lý và phân phối năng lượng một cách kịp thời và hiểu quả.

Trong những năm gần đây, đã có nhiều phương pháp dự báo điện năng có xét tới yếu tố mùa vụ được phát triển. Các phương pháp dự báo thường được chia thành hai nhóm: các phương pháp thống kê truyền thống và kỹ thuật dựa trên trí tuệ nhân tạo (AI) (Sun et al., 2019). Nhóm đầu tiên bao gồm các phương pháp giản đơn, san bằng theo hàm mũ - ETS, hồi quy tuyến tính hoặc logistic, các phương pháp dựa trên chuỗi thời gian, v.v. Nhóm dựa trên AI bao gồm các mô hình mạng nơ-ron nhân tạo (ANN), máy vectơ hỗ trợ (SVM) - Tuyến tính, Mạng Lưới Đàn Hồi, LSTM, TCN, N-Beats v.v. Trong một số trường hợp, các phương pháp lai (Hybrid) được phát triển bằng cách kết hợp nhiều phương pháp lại với nhau (Ünlü, 2019; Zhang et al., 2023).

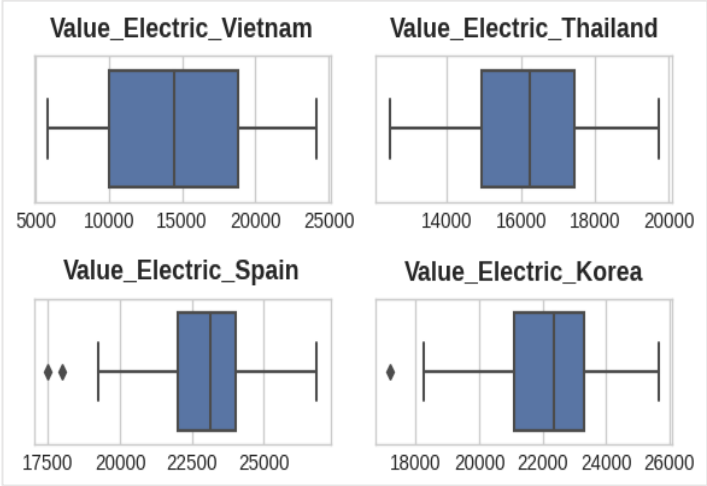
Quá trình tìm hiểu cho thấy dự báo trung hạn và dài hạn ít công trình nghiên cứu hơn so với dự báo ngắn hạn. Theo (Xia et al., 2010), dự báo trung hạn đặc biệt khó khăn do yếu tố tiêu dùng, quyết sách chính trị và kinh tế, cũng như quản lý ngành năng lượng. Trong (Khuntia et al., 2016) cho thấy MTLF và LTLF yêu cầu xem xét nhiều yếu tố phức tạp, đòi hỏi dữ liệu chính xác và kinh nghiệm sâu rộng về ngành, bao gồm cả sự phụ thuộc vào công nghệ mới và tích hợp các nguồn năng lượng. Trong khi đó, dữ liệu STLF chi tiết hơn, phản ánh rõ các thay đổi ngắn hạn như thói quen tiêu dùng và thời tiết. Ngược lại, LTLF tập trung vào dự báo nhu cầu năng lượng dài hạn, ít chi tiết và chủ yếu phân tích xu hướng kinh tế, dân số, chính sách năng lượng và phát triển hạ tầng (Krstve et al., 2023). Như vậy, cho thấy rằng việc ứng dụng các mô hình và phương pháp khác nhau trong dự báo MTLF đang còn hạn chế. Cho nên việc sử dụng các mô hình chuỗi thời gian có tính thời vụ cho dự báo sản lượng điện năng hàng tháng sẽ góp phần mang lại góc nhìn chi tiết hơn về khoảng trống này.

Nghiên cứu này tập trung vào việc phân tích và áp dụng bốn mô hình dự báo chuỗi thời gian phổ biến là Holt-Winters, SARIMA, Prophet và N-BEATS để dự báo sản lượng điện năng hàng tháng ở Việt Nam cũng như so sánh với các quốc gia khác như Thái Lan, Tây Ban Nha và Hàn Quốc, với dữ liệu là sản lượng điện năng hàng tháng từ năm 2010 đến 2022. Theo (Liễu, 2016) mô hình Holt-Winters là tốt nhất, mô hình SARIMA cũng đã được chứng minh là công cụ hiệu quả trong việc dự báo dài hạn (Krstve et al., 2023; Sun et al., 2019). Trong khi đó, Prophet và N-BEATS là những mô hình học sâu mới hơn, cũng đã ghi nhận được những thành công nhất định (Nhân, 2022; Oreshkin et al., 2021; Tuấn & Ngọc, 2022; Zhang et al., 2023).

## 2. Dữ liệu và phương pháp nghiên cứu

*2.1 Dữ liệu nghiên cứu*

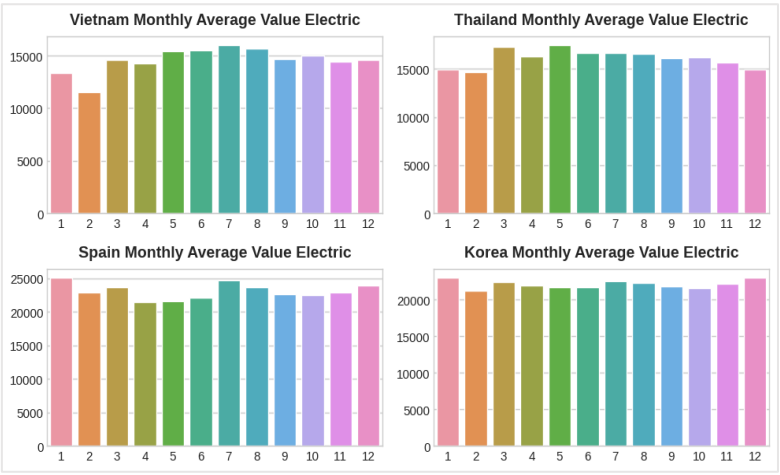
Trong nghiên cứu này, dữ liệu được sử dụng là sản lượng điện năng hàng tháng từ tháng 01 năm 2010 đến tháng 12 năm 2022 của 4 quốc gia bao gồm Việt Nam, Thái Lan, Tây Ban Nha và Hàn Quốc. Dữ liệu được thu thập từ Tổng cục thống kê (GSO), EVN và Trading Economics. Đồ thị sản lượng của các quốc gia được thể hiện như Hình 1.




**Hình 2. Biểu đồ khám phá giá trị ngoại lai.**

*Xử lý dữ liệu:*

Đầu tiên, dữ liệu được khám phá để tìm kiếm các giá trị ngoại lai. Phương pháp phát hiện giá trị ngoại lai là Phạm vị tứ phân vị (IQR), IQR được tính bằng cách lấy hiệu số giữa tứ phân vị thứ ba (Q3) và tứ phân vị thứ nhất (Q1) của tập dữ liệu. Q1 là giá trị mà 25% dữ liệu nằm dưới nó, và Q3 là giá trị mà 75% dữ liệu nằm dưới nó. Sau khi loại bỏ các giá trị ngoại lai, các giá trị còn thiếu được điền bằng Phương pháp tương ứng, lấy giá trị tương ứng của tháng liền kề trước. Hình 2 cho thấy dữ liệu các giá trị ngoại lai được phát hiện và trình bày bằng biểu đồ boxplot. Xử lý ngoại lai sẽ được áp dụng cho mô hình Holt-winters và SARIMA vì tính nhạy cảm với biến động lớn làm sai lệch ước lượng mô hình, mô hình PROPHET được thiết kế để tự phát hiện và xử lý ngoại lai, mô hình N-BEATS là mô hình học sâu nên có khả năng tự học từ dữ liệu có độ phức tạp cao. Từ biểu đồ cho thấy dữ liệu của Việt Nam và Thái Lan không có ngoại lai, của Tây Ban nha có 2 giá trị và Hàn Quốc có 1 giá trị ngoại lai.




**Hình 3. Biểu đồ thể hiện xu hướng và mùa vụ**

Khi phân rã dữ liệu của các quốc gia, cho thấy sự tồn tại của xu hướng và mùa vụ trong chuỗi thời gian khá rõ ràng, như thể hiện của Hình 3. Trong hình thể hiện được tính mùa vụ của Việt Nam và Thái Lan khá rõ ràng, của Tây Ban Nha không rõ bằng nhưng cũng có sự chênh lệch rõ giữa các tháng, riêng Hàn Quốc biểu hiện này không được rõ.

*2.2 Phương pháp nghiên cứu*

*a) Mô hình Holt-Winters*

Mô hình san bằng mũ Holt-Winters được phổ biến từ những năm 60 của thế kỷ trước bởi Winters. Mô hình Holt-Winters được mở rộng từ mô hình Exponential Smoothing đơn giản bằng cách thêm vào các thành phần xu hướng và mùa vụ. Mô hình bao gồm ba thành phần chính:

- Thành phần Cấp độ (Level component): Đại diện cho giá trị trung bình của chuỗi thời gian.

$$L_t = \alpha \times (Y_t - S_{t-m}) + (1-\alpha) \times (L_{t-1} + T_{t-1}) \qquad (1)$$

Trong đó:

- $L_t$ là ước lượng cấp độ tại thời điểm *t.*
- $Y_t$ là giá trị thực tế của chuỗi thời gian tại thời điểm *t.*
- $S_{t-m}$ là thành phần mùa vụ của chuỗi thời gian tại thời điểm *t-m,* với *m* là độ dài chu kỳ mùa vụ.
- $\alpha$ là hệ số làm mịn cho cấp độ, nằm trong khoảng [0,1].

• Thành phần Xu hướng (Trend component): Mô tả xu hướng tăng hoặc giảm của chuỗi thời gian.

$$T_t = \beta \times (L_t - L_{t-1}) + (1-\beta) \times T_{t-1} \qquad (2)$$

Trong đó:

- $T_t$ *là ước lượng xu hướng tại thời điểm t.*
- $\beta$ *là hệ số làm mịn cho xu hướng.*

• Thành phần Mùa vụ (Seasonal component): Mô tả các mẫu lặp lại theo mùa.

$$S_t = \gamma \times (Y_t - L_t) + (1-\gamma) \times S_{t-m} \qquad (3)$$

Trong đó:

- $S_t$ *là ước lượng mùa vụ tại thời điểm t.*
- $\gamma$ *là hệ số làm mịn cho mùa vụ.*

Mô hình Holt-Winters có hai biến thể chính dựa trên cách xử lý xu hướng và mùa vụ: (i) *Additive:* Sử dụng khi các biến động mùa vụ là cố định và không thay đổi theo thời gian. (ii) *Multiplicative:* Phù hợp khi các biến động mùa vụ thay đổi và tương quan với mức của chuỗi thời gian.

*b) Mô hình SARIMA*

Mô hình SARIMA (Seasonal Autoregressive Integrated Moving Average) là một sự mở rộng của mô hình ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average), tích hợp thêm các thành phần mùa vụ. Mô hình *SARIMA* được biểu diễn qua ký hiệu $SARIMA(p,d,q)(P,D,Q)m$, với:

- *p*: Số lần trễ (lags) của mô hình tự hồi quy (AR).
- *d*: Số lần sai phân cần thiết để làm cho chuỗi thời gian trở nên dừng.
- *q*: Số lần trễ của mô hình trung bình trượt (MA).
- *P*: Số lần trễ của mô hình tự hồi quy mùa vụ.
- *D*: Số lần sai phân mùa vụ cần thiết.
- *Q*: Số lần trễ của mô hình trung bình trượt mùa vụ.
- *m*: Chu kỳ mùa vụ.

SARIMA kết hợp các phần tự hồi quy (AR), sai phân (I) và trung bình trượt (MA), cả trong phiên bản thông thường và phiên bản mùa vụ:

- *Tự hồi quy (AR)*: Phần tự hồi quy mô tả sự phụ thuộc của giá trị hiện tại vào các giá trị trước đó: $AR: Y_t = \varnothing_1 Y_{t-1} + \varnothing_2 Y_{t-2} + \cdots + \varnothing_p Y_{t-p} + \cdots$
- *Sai phân (I):* Sử dụng để làm cho chuỗi thời gian trở nên dừng, thường qua việc lấy sai phân của chuỗi $I: (1-\mathrm{B})^d Y_t$; Trong đó *B* là toán tử sai phân.
- *Trung bình trượt (MA):* Mô hình MA tích hợp thông tin về lỗi trong quá khứ: $MA: \theta_1 \varepsilon_{t-1} + \theta_2 \varepsilon_{t-2} + \cdots + \theta_p \varepsilon_{t-p} + \cdots$
- *Thành phần Mùa vụ:* Tương tự như trên, nhưng áp dụng cho dữ liệu có chu kỳ mùa vụ: $SAR: \Phi_1 Y_{t-m} + \cdots + \Phi_p Y_{t-pm}; SMA: \Theta_1 \varepsilon_{t-m} + \cdots + \Theta_Q \varepsilon_{t-Qm}$

*a) Mô hình PROPHET*

*Mô hình Prophet dựa trên ba thành phần chính:*

- *Thành phần Xu hướng (Trend component):* Mô hình này linh hoạt trong việc bắt các xu hướng tăng, giảm hoặc thay đổi không đều trong chuỗi thời gian. Xu hướng có thể được mô hình hóa bằng các hàm khác nhau, như hàm tuyến tính hoặc hàm logistic.
- *Thành phần Mùa vụ (Seasonal component):* Prophet có khả năng mô hình hóa các yếu tố mùa

vụ theo chu kỳ hàng ngày, hàng tuần, hàng tháng hoặc hàng năm. Mùa vụ được mô hình hóa bằng cách sử dụng Fourier series để linh hoạt bắt lấy các mẫu mùa vụ phức tạp.

- *Ngày lễ và Sự kiện (Holiday and events component):* Prophet cho phép người dùng tùy chỉnh các ngày lễ và sự kiện đặc biệt, giúp mô hình dự báo chính xác hơn trong các khoảng thời gian này.

*Phương trình mô hình:* Mô hình Prophet được biểu diễn qua phương trình sau:

$$y(t) = g(t) + s(t) + h(t) + \varepsilon_t \quad (4)$$

Trong đó:

- $y(t)$: Giá trị dự báo tại thời điểm $t$.
- $g(t)$: Thành phần xu hướng.
- $s(t)$: Thành phần mùa vụ.
- $h(t)$: Thành phần ngày lễ và sự kiện.
- $\varepsilon_t$: Lỗi của mô hình.

*Điều chỉnh tham số:* Prophet cung cấp khả năng tinh chỉnh nhiều tham số để phù hợp với đặc điểm cụ thể của dữ liệu:

- *Chỉnh sửa Xu hướng*: Các tham số như "*changepoint_prior_scale"* cho phép điều chỉnh độ nhạy của mô hình đối với sự thay đổi trong xu hướng.
- *Chỉnh sửa Mùa vụ*: Các tham số như *"seasonality_prior_scale"* cung cấp khả năng điều chỉnh độ nhạy của mô hình đối với mùa vụ.
- *Thêm Ngày lễ và Sự kiện*: Có thể thêm các ngày lễ cụ thể và điều chỉnh ảnh hưởng của chúng đến dự báo.

*c) Mô hình N-BEATS*

N-BEATS (Neural Basis Expansion Analysis for Time Series) là một mô hình dự báo chuỗi thời gian sử dụng mạng nơ-ron sâu. N-BEATS được giới thiệu như một cách tiếp cận mới trong việc dự báo chuỗi thời gian. Khác biệt lớn nhất của N-BEATS so với các mô hình dự báo chuỗi thời gian truyền thống là việc không sử dụng các cấu trúc dựa trên thời gian (như RNN hoặc LSTM)(Oreshkin et al., 2019), thay vào đó, tập trung vào việc học một bộ hàm cơ sở để biểu diễn dữ liệu.

*Khối N-BEATS (N-BEATS Block):*

- *Cấu trúc Cơ bản:* Mỗi khối trong N-BEATS là một mạng nơ-ron sâu đầy đủ kết nối (fully connected deep neural network).
- *Đầu vào và Đầu ra: Đầu vào của mỗi khối là dữ liệu quá khứ, $X \in RT$, với T là độ dài của chuỗi thời gian quan sát; Đầu ra gồm hai phần: dự đoán cho tương lai ($\hat{Y}$) và một vector gốc (backcast, B), dùng để tái cấu trúc đầu vào.*
- *Chức năng:* Thực hiện tính toán $\hat{Y}, B=f(X;\theta)$, với $f$ là mạng neural và $\theta$ là các tham số mạng.

*Mở rộng cơ sở (Basis Expansion):* N-BEATS sử dụng ý tưởng mở rộng cơ sở để dự báo. Nó học một tập hợp các hàm cơ sở (như đa thức, lượng giác) và kết hợp chúng để tạo ra dự đoán cho chuỗi thời gian. Mục đích của phần này là để biểu diễn dự đoán $(\hat{Y})$ như là tổ hợp tuyến tính của các hàm cơ sở. Công thức: $\hat{Y} = \sum_{i-1}^{P} V_i g_i(H;\theta)$, với $V_i$ là các hệ số tối ưu hóa và $g_i$ là các hàm cơ sở, được học qua quá trình huấn luyện.

*Dự báo đa bước:* Mô hình được thiết kế để thực hiện dự đoán hồi quy đa bước. Có nghĩa là nó có khả năng dự đoán nhiều điểm dữ liệu trong tương lai cùng một lúc.

*Kiến trúc xếp chồng:* Mô hình N-BEATS bao gồm việc xếp chồng nhiều khối N-BEATS lên nhau. Mỗi khối học một phần của dự đoán, và dự đoán cuối cùng, $\hat{Y}_{final}$, là kết quả của việc kết hợp đầu ra từ tất cả các khối: $\hat{Y}_{final} = \sum_{j=1}^{K} \hat{Y}_j$ . Phương pháp này giúp tăng cường khả năng biểu diễn của mô hình và khả năng dự đoán chính xác hơn.

*Khối xu hướng và mùa vụ:* Có hai loại khối chính: khối xu hướng (học các xu hướng dài hạn trong dữ liệu) và khối mùa vụ (học các mẫu lặp lại theo chu kỳ).

*Học sâu và học chuyển giao:* Mô hình tận dụng các kỹ thuật học sâu và có khả năng học chuyển giao, nghĩa là được huấn luyện trên một tập dữ liệu và sau đó được áp dụng cho

tập dữ liệu khác.

## 3. Kết quả và thảo luận

### *3.1 Phương pháp đánh giá kết quả*

Trong nghiên cứu dự báo, luôn tồn tại sai số giữa giá trị đầu ra của mô hình và giá trị thực tế. Thông thường có hai nguyên nhân. Nguyên nhân đầu tiên là lỗi mẫu, có thể giảm bớt thông qua xử lý ngoại lai. Nguyên nhân thứ hai là lỗi mô hình, bị hạn chế bởi khả năng tổng quát hóa của mô hình. Trong nghiên cứu dự báo, độ chính xác dự báo được sử dụng để đo lường mức độ phù hợp của mô hình với giá trị. Trong việc lựa chọn chỉ số, sai số tuyệt đối trung bình (MAE), sai số tương đối trung bình và sai số bình phương trung bình (RMSE) thường được sử dụng làm hàm đánh giá, trong khi MAE có thể dẫn đến lệch trong việc đánh giá mô hình dự báo chuỗi thời gian đa biến, và MAPE khắc phục được hạn chế này. Công thức tính cụ thể được trình bày trong (5) và (6).

$$RMSE = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^{n}\left(y(i) - y^{'}(i)^2\right)}{n}} \quad (5) \qquad MAPE = 100 \times \frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n}\left|\frac{y(i) - y^{'}(i)}{y_i}\right| \quad (6)$$

Trong đó, $y(i)$ đại diện cho giá trị thực tế của tháng thứ $i$, $y'(i)$ đại diện cho giá trị dự đoán của tháng thứ $i$, và $n$ đại diện cho độ dài của chuỗi thời gian.

### *3.2 Mô hình Holt-winters*

Mô hình được xây dựng với các bước: (i) đọc và chuẩn bị dữ liệu; (ii) tách dữ liệu bằng phương pháp Time series Cross-Validation (TSCV) thành 5 phần (n_splits = 5) để thực hiện kiểm định chéo, phương pháp này tối ưu hơn cách chia truyền thống (train/test split); (iii) Tìm tham số tốt nhất bằng phương pháp Gridsearch cho các siêu tham số: xu hướng (trend), mùa vụ (seasonal) và chu kỳ mùa vụ (seasonal_periods); (iv) đánh giá hiệu suất mô hình bằng MAPE và RMSE; (v) dự báo kết quả cho split cuối của dữ liệu; (vi) trực quan hóa kết quả.

### *3.3 Mô hình SARIMA*

Mô hình được xây dựng với các bước: (i) đọc và chuẩn bị dữ liệu; (ii) tách dữ liệu bằng phương pháp Time series Cross-Validation (TSCV) thành 5 phần để thực hiện kiểm định chéo; (iii) Tìm tham số tốt nhất bằng phương pháp Auto-arima cho việc tìm các siêu tham số: bao gồm các tham số như *p, d, q* cho phần không mùa vụ và *P, D, Q, m* cho phần mùa vụ, Lựa chọn mô hình dựa trên tiêu chí thông tin AIC (Akaike Information Criterion); (iv) huấn luyện mô hình với tham số tốt nhất và đánh giá hiệu suất mô hình bằng MAPE và RMSE; (v) dự báo kết quả cho split cuối của dữ liệu; (vi) trực quan hóa kết quả.

### *3.4 Mô hình PROPHET*

Mô hình được xây dựng với các bước: (i) đọc và chuẩn bị dữ liệu; (ii) tách dữ liệu bằng phương pháp Time series Cross-Validation (TSCV) thành 5 phần để thực hiện kiểm định chéo, (iii) Gán tham số cho mô hình với một số tham số cố định như *yearly_seasonality, weekly_seasonality, daily_seasonality, seasonality_mode='multiplicative', changepoint_prior_scale=0.01, seasonality_prior_scale=10* và thành phần *holidays* của quốc gia tương ứng, Lựa chọn mô hình dựa trên tiêu chí thông tin tham số tốt nhất; (iv) huấn luyện mô hình với tham số tốt nhất và đánh giá hiệu suất mô hình bằng MAPE và RMSE; (v) dự báo kết quả cho split cuối của dữ liệu; (vi) trực quan hóa kết quả.

### *3.5. Mô hình N-BEATS*

Mô hình được xây dựng với các bước: (i) đọc và chuẩn hóa dữ liệu bằng *MinMaxScaler*; (ii) định nghĩa mô hình với 2 lớp là Lớp NBeatsBlock: Đây là lớp cơ bản tạo nên khối xây dựng cho mô hình N-BEATS. Mỗi NBeatsBlock là một mô-đun chịu trách nhiệm cho việc dự báo một phần của chuỗi thời gian, xử lý backcast và forecast thông qua các hàm *trend* hoặc *seasonality* tùy thuộc vào *block_type*, Lớp NBeatsNet: tạo mô hình N-BEATS tổng thể bằng cách kết hợp nhiều NbeatsBlock; (iii) tách dữ liệu bằng *prediction-window=12*, tạo tệp train/valid; (iv) khởi tạo với các tham số cụ thể như *input_size, theta_size, layer_sizes, EPOCHS, và horizon,* lựa chọn thuật toán tối ưu là *adam*, với *early-*

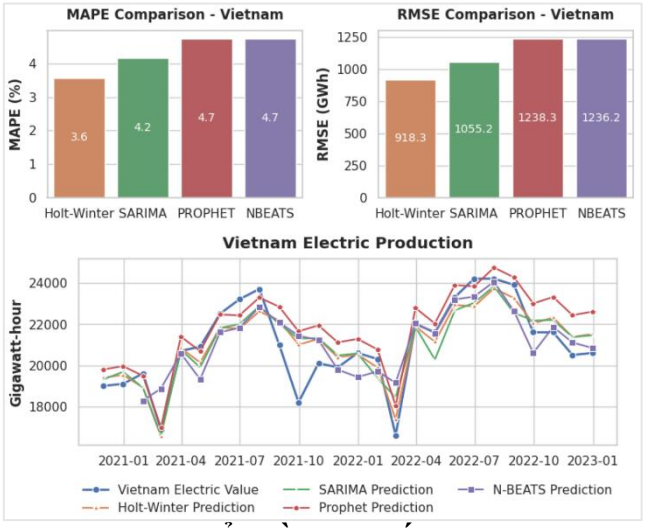
*stopping* nhằm tránh quá khớp (overfitting); (v) huấn luyện mô hình với tham số tốt nhất và đánh giá hiệu suất mô hình bằng MAPE và RMSE; (vi) dự báo kết quả cho 24 điểm cuối của dữ liệu; (vii) trực quan hóa kết quả.

***3.6 Thảo luận kết quả***

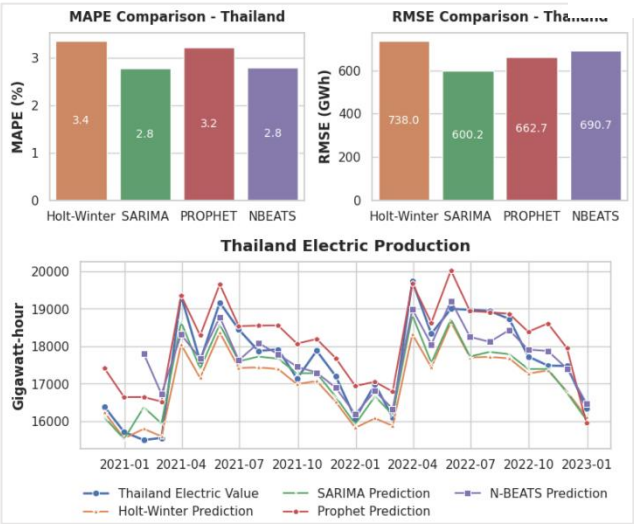
Sau đây là kết quả của 4 mô hình cho 4 quốc gia với 2 phương pháp tính hiệu suất là MAPE và RMSE. Mục tiêu của dự báo là tối thiểu hóa sai số. Tùy theo loại dự báo và đầu ra là hệ thống hay phân loại khách hàng, các dự báo phụ tải ngắn hạn có yêu cầu sai số MAPE thường dưới 5%. Các dự báo trung dài hạn có sai số cao hơn và thường có mục tiêu sai số 10% (Cầu, 2022). Như vậy, tất cả các dự báo cho thấy cả 4 mô hình đều phù hợp để tiến hàng dự báo cho dữ liệu điện năng hàng tháng của cả 4 quốc gia.

*Việt Nam:*

- *Holt-Winter*: MAPE là 3.6% và RMSE là 918.2(GWh), cho thấy mô hình này có hiệu suất tốt nhất.
- *SARIMA*: Với MAPE là 4.2% và RMSE là 1055.2(GWh), SARIMA kém hiệu quả hơn Holt-Winter nhưng cũng hoạt động rất tốt.
- *PROPHET*: MAPE là 4.7% và RMSE là 1238.3(GWh), cho thấy mô hình này phù hợp với dữ liệu của Việt Nam.
- *NBEATS*: Có MAPE là 4.7% và RMSE là 1236.2(GWh), cho thấy mô hình này có hiệu suất tương đương PROPHET.




**Hình 4. Biểu đồ hiệu suất Việt Nam**




**Hình 5. Biểu đồ hiệu suất Thái Lan**

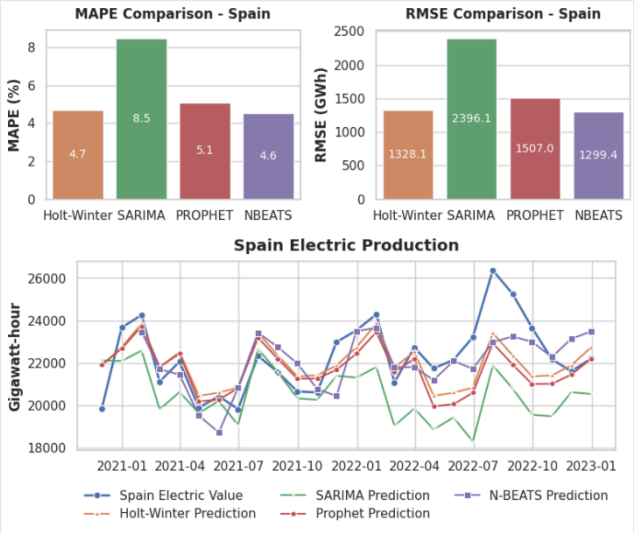
*Thái Lan:*

*Holt-Winter*: MAPE là 3.4% và RMSE là 738.0(GWh), cho thấy mô hình này có hiệu suất tốt với số liệu của Thái Lan.

*SARIMA*: Mô hình rất tốt với MAPE là 2.8% và RMSE thấp nhất là 600.2(GWh).

*PROPHET*: MAPE là 3.2% và RMSE là 662.7(GWh), có hiệu suất rất tốt.

*NBEATS*: MAPE là 2.8% và RMSE là 690.7(GWh), cho thấy hiệu suất tương đương SARIMA.




**Hình 6. Biểu đồ hiệu suất Tây Ban Nha**

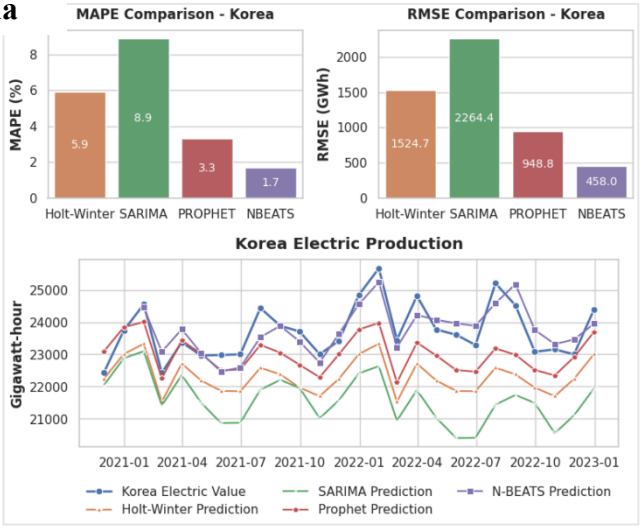
*Tây Ban Nha:*

*Holt-Winter*: MAPE là 4.7% và RMSE là 1328.0(GWh), có hiệu suất rất tốt chỉ đứng sau NBEATS.

*SARIMA*: Hiệu suất kém nhất trong 4 mô hình với MAPE là 8.5% và RMSE là 2396.1(GWh).

*PROPHET*: MAPE là 5.1% và RMSE là 1507.0(GWh), cho thấy hiệu suất khá tốt.

*NBEATS*: Cho hiệu suất tốt nhất và phù hợp nhất với dữ liệu, có MAPE là 4.6% và RMSE là 1299.4(GWh).




**Hình 7. Biểu đồ hiệu suất Hàn Quốc**

*Hàn Quốc:*

- *Holt-Winter*: MAPE là 5.9% và RMSE là 1524.7(GWh), cho thấy mô hình này khá hiệu quả ở Hàn Quốc.
- *SARIMA*: Cho ra hiệu xuất khá kém với MAPE là 8.9% và RMSE là 2264.4(GWh).
- *PROPHET*: Có hiệu suất rất tốt với MAPE là 3.3% và RMSE là 948.8(GWh).
- *NBEATS*: Đạt hiệu suất tốt nhất với MAPE thấp nhất là 1.7% và RMSE thấp nhất là 458.0(GWh).

*So Sánh Tổng Quan:*

- *Hiệu suất theo Quốc gia*: Mỗi quốc gia có một mô hình phù hợp nhất, chẳng hạn Việt Nam phù hợp với mô hình thống kê truyền thống, với mô hình học sâu như NBEATS xuất sắc ở Hàn Quốc, trong khi SARIMA lại rất tốt ở Thái Lan. Điều này cho thấy tính đa dạng của dữ liệu và phải tùy chỉnh cho từng mô hình dựa trên từng trường hợp cụ thể.
- *Sự đa dạng của Mô hình*: Không có một mô hình nào *vượt trội* trong mọi trường hợp. Mỗi mô hình có những ưu điểm và hạn chế riêng, phụ thuộc vào đặc trưng của dữ liệu.
- *Lựa chọn Mô hình*: Việc lựa chọn mô hình phải cân nhắc đến đặc tính cụ thể của dữ liệu. Ví dụ, mô hình NBEATS có thể phù hợp với dữ liệu có tính mùa vụ không rõ ràng như ở Hàn Quốc, trong khi đó Holt-winters và SARIMA có thể tốt hơn với dữ liệu có xu hướng và tính chu kỳ ổn định như Việt Nam và Thái Lan.

**4. Kết luận**

Qua kết quả nghiên cứu có được cho thấy, khi so sánh kết quả hiệu suất của từng mô hình với 4 phương pháp dự báo trên mỗi bộ dữ liệu khác nhau sẽ cho ra kết quả khác nhau, một phân tích chi tiết với số lượng mô hình và quốc gia đủ lớn để tạo sự tin cậy trong xây dựng phương pháp dự báo. Phân tích này có thể hữu ích cho công tác phân tích và cải thiện các phương pháp dự báo chuỗi thời gian khác cho các mục đích ngắn hạn và dài hạn, đồng thời cung cấp một sự hỗ trợ khá tốt cho các đơn vị vận hành cũng như công ty mua bán điện để có kế hoạch hoạt động trong thị trường điện cạnh tranh.

Hiệu quả của các mô hình được công khai về hiệu suất cụ thể, có thể ứng dụng trong hoạt động thực tế, do đó nghiên cứu này có tính đại diện đóng góp cho giới nghiên cứu và cộng đồng năng lượng. Từ kết quả nghiên cứu, có thể kết luận rằng các mô hình thống kê cổ

điển vẫn có thể hoạt động tốt và có tính cạnh tranh với các mô hình học máy hiện đại, mặc dù kết quả không được tốt bằng.

So với các công trình nghiên cứu khác, mặc dù chưa thực hiện được cách kết hợp các mô hình để cho ra kết quả tốt hơn, nhưng với nhiều bộ dữ liệu khác nhau cũng như cách xây dựng mô hình khác nhau nên chưa thể đưa ra kết luận và so sánh cuối cùng, cần phải có chung một nguồn số liệu để có thể so sánh một cách chính xác nhất. Công việc trong tương lai sẽ là kết hợp sử dụng chung một thuật toán để chọn ra một mô hình phù hợp cho dự báo sản lượng điện năng hàng tháng trên nhiều bộ dữ liệu khác nhau, tích hợp thêm nhân tố ngoại sinh cũng như cải thiện được chất lượng dữ liệu và tốc độ thực thi.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Berk, K. (2015). *Modeling and Forecasting Electricity Demand: A Risk Management Perspective* (p. 115). Springer Spectrum. https://doi.org/10.1007/978-3-658-08669-5.
2. Cầu, T. D. H. (2022). *Thị trường điện—Các vấn đề cơ bản và chuyên đề kinh tế, thương mại, quản lý chiến lược*. Nhà xuất bản Khoa học và Kỹ thuật.
3. Khải N. P., Long T. K., Cường H. P., Huy N. M., & Hưng H. C. (2023). Dự báo ngắn hạn sản lượng điện năng điện mặt trời mái nhà sử dụng mạng neuron nhân tạo. *Tạp chí Khoa học Đại học cần Thơ, 59*, 251–260. https://doi.org/10.22144/ctu.jvn.2023.051
4. Khuntia, S. R., Rueda, J. L., & Meijden, M. A. M. M. van der. (2016). Forecasting the load of electrical power systems in mid- and long-term horizons: A review. *IET Generation, Transmission & Distribution*, *10*(16), 3971–3977. https://doi.org/10.1049/iet-gtd.2016.0340.
5. Krstve, S., Forcan, J., & Krneta, D. (2023). An Overview of Forecasting Methods for Monthly Electricity Consumption. *Tehnicki Vjesnik - Technical Gazette*, *30*(3), 993–1001. https://doi.org/10.17559/TV-20220430111309.
6. Liễu, H. T. (2016). *Dự báo nhu cầu tiêu thụ điện năng trên địa bàn huyện Phú Vang, Tỉnh Thừa Thiên Huế*. Hội thảo quốc tế dành cho các nhà khoa học trẻ khối kinh tế và kinh doanh, Hue University.
7. Minh Đ. T. (2023). *Dự báo nhu cầu điện năng tỉnh Phú Thọ giai đoạn 2020-2030*. Tạp chí Công Thương. https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/du-bao-nhu-cau-dien-nang-tinh-phu-tho-giai-doan-2020-2030-102607.htm.
8. Nhân N. T. (2022). *Ứng dụng chuỗi thời gian trong dự báo nhu cầu phụ tải điện ở công ty điện lực Tây Ninh*. Học Viện Công nghệ Bưu chính Viễn Thông.
9. Oreshkin, B. N., Carpov, D., Chapados, N., & Bengio, Y. (2019, September 23). *N-BEATS: Neural basis expansion analysis for interpretable time series forecasting*. International Conference on Learning Representations. https://openreview.net/forum?id=r1ecqn4YwB.
10. Oreshkin, B. N., Dudek, G., Pełka, P., & Turkina, E. (2021). N-BEATS neural network for mid-term electricity load forecasting. *Applied Energy*, *293*, 116918. https://doi.org/10.1016/j.apenergy.2021.116918
11. Singh, A. K., Ibraheem, S. K., & Muazzam, M. (2013). An Overview of Electricity Demand Forecasting Techniques. *Network and Complex Systems*, *3*(3), 38–48.
12. Sun, T., Zhang, T., Teng, Y., Chen, Z., & Fang, J. (2019). Monthly Electricity Consumption Forecasting Method Based on X12 and STL Decomposition Model in an Integrated Energy System. *Mathematical Problems in Engineering*, *2019*, e9012543. https://doi.org/10.1155/2019/9012543
13. Trị, T. M. (2009). *Áp dụng mô hình toán kinh tế để phân tích các yếu tố ảnh hưởng và dự báo sản lượng điện trong tương lai*.
14. Tuấn, N. A., & Ngọc, L. A. (2022). Ứng dụng mô hình N-BEATS cho dự báo phụ tải điện ngắn hạn ở Việt Nam. *Tạp Chí Khoa Học và Công Nghệ Năng Lượng - Trường*

*Đại Học Điện Lực*, *28*, 2–37.
15. Ünlü, R. (2019). A Comparative Study of Machine Learning and Deep Learning for Time Series Forecasting: A Case Study of Choosing the Best Prediction Model for Turkey Electricity Production. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, *23*(2), 635–646. https://doi.org/10.19113/sdufenbed.494396.
16. Vững, Đ. V. (2019). Dự báo nhu cầu phụ tải điện năng dùng mạng Neural. *Đại Học Sư Phạm Kỹ Thuật TPHCM*. https://thuvienso.hcmute.edu.vn/doc/du-bao-nhu-cau-phu-tai-dien-nang-dung-mang-neural-507205.html.
17. Xia, C., Wang, J., & McMenemy, K. (2010). Short, medium and long term load forecasting model and virtual load forecaster based on radial basis function neural networks. *International Journal of Electrical Power & Energy Systems*, *32*(7), 743–750. https://doi.org/10.1016/j.ijepes.2010.01.009.
18. Zhang, B., Song, C., Jiang, X., & Li, Y. (2023). Electricity price forecast based on the STL-TCN-NBEATS model. *Heliyon*, *9*(1), e13029. https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13029.

# PHÂN BAN
# CÔNG NGHỆ SINH HỌC VÀ TÀI NGUYÊN MÔI TRƯỜNG

# ĐÁNH GIÁ RỦI RO MÔI TRƯỜNG DO KHÍ THẢI CÔNG NGHIỆP TỪ KHU CÔNG NGHIỆP PHÚ MỸ 1, TỈNH BÀ RỊA - VŨNG TÀU

**Đinh Đức Hoà[1], Trịnh Trọng Nguyễn[2], Võ Thanh Huy[2], Thái Văn Nam[2,*]**
[1]Viện Đào tạo Sau đại học, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
[2]Viện Khoa học Ứng dụng, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
* Tác giả liên hệ, Email: tv.nam@hutech.edu.vn.

## TÓM TẮT

Mục tiêu chính của nghiên cứu này là đánh giá mức độ ô nhiễm không khí do các Nhà máy hoạt động trong Khu công nghiệp Phú Mỹ 1 tạo ra và đồng thời đánh giá rủi ro về sức khỏe đối với cộng đồng trong khu vực lân cận. Dựa trên dữ liệu khí thải quan trắc định kỳ thu thập từ một số nhà máy trong KCN Phú Mỹ 1, kết quả quan trắc môi trường và điều tra khảo sát 68 hộ dân sống trong phường Phú Mỹ, nghiên cứu đã đạt được những kết quả quan trọng. Cụ thể, các kết quả quan trắc không khí xung quanh khu vực KCN Phú Mỹ 1 đều đều nằm trong giới hạn cho phép (GHCP) theo QCVN 05:2023/BTNMT - Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về chất lượng không khí. Tại tất cả các vị trí lấy mẫu, không phát hiện nồng độ bụi PM10 trong không khí và nồng độ bụi tổng duy trì ở mức thấp hơn 2,1 – 2,7 lần so với GHCP. Ý kiến của cộng đồng được khảo sát tại phường Phú Mỹ cho thấy tỷ lệ cao nhất về các vấn đề sức khỏe liên quan đến ô nhiễm bụi chiếm 44,1%, theo sau là bệnh do ô nhiễm $SO_2$ (17,6%), bệnh do ô nhiễm CO (13,2%), và cuối cùng là do ô nhiễm $NO_2$ (8,8%). Những số liệu này có thể được giải thích bằng tình trạng hoạt động của nhiều nhà máy luyện phôi thép tại KCN Phú Mỹ 1, là nguyên nhân chính gây ra ô nhiễm bụi. Kết quả đánh giá rủi ro môi trường chỉ ra rằng rủi ro môi trường do ô nhiễm không khí xung quanh KCN Phú Mỹ 1 có mức độ trung bình, với tất cả các hệ số rủi ro RQ đều dưới 1.
*Từ khoá:* Khí thải công nghiệp; Khu công nghiệp; Ô nhiễm không khí; Rủi ro môi trường; Rủi ro sức khoẻ.

## 1. Đặt vấn đề

Tại Việt Nam, theo báo cáo tình hình thành lập và phát triển khu công nghiệp (KCN), khu kinh tế (KKT) 9 tháng năm 2021 thì Việt Nam hiện có khoảng 397 KCN, riêng địa bàn tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu có 17 KCN với diện tích hơn 9.000 ha, trong đó có 13 KCN đã và đang đầu tư hạ tầng, 2 KCN đang hoàn thiện thủ tục đầu tư, 2 KCN đang chờ Thủ tướng Chính phủ quyết định chủ trương đầu tư [1]. Các KCN đã và đang đóng một vai trò quan trọng đối với sự phát triển kinh tế ở nhiều quốc gia, trong đó có Việt Nam. Các doanh nghiệp (DN), nhà máy (NM) trong KCN được hưởng lợi từ cơ sở hạ tầng, dịch vụ, năng lượng và tài nguyên dùng chung,… Tuy nhiên, hoạt động của các Nhà máy trong KCN có nguy cơ phát thải rất nhiều các chất ô nhiễm có thể đe dọa đến sức khỏe con người và môi trường xung quanh [2]. Do đó, việc quản lý và kiểm soát rủi ro môi trường có ý nghĩa rất quan trọng đối với các KCN, đặc biệt là các KCN nặng.

Hiện nay trên thế giới đã có một số nghiên cứu về tác động sức khỏe, đánh giá rủi ro sức khỏe do khí thải công nghiệp. Năm 2022, Hong Chen và cộng sự đã nghiên cứu đặc điểm và đánh giá rủi ro sức khỏe con người của kim loại nặng trong bụi đường phố từ một khu công nghiệp điển hình ở thành phố Vũ Hán, miền Trung Trung Quốc. Chỉ số rủi ro không gây ung thư của kim loại nặng đối với trẻ em và người lớn được xếp hạng là Cr > Cu > Ni > Cd > Zn. Rủi ro về sức khỏe đối với trẻ em thông qua các con đường phơi nhiễm khác nhau cao

hơn so với người lớn. Ăn qua đường miệng là con đường phơi nhiễm nguy hiểm nhất đối với nguy cơ không gây ung thư. Ngoài ra, Cr, Ni và Cd không gây nguy cơ gây ung thư cho người dân [3]. Năm 2020, Na Zheng và cộng sự đã đánh giá rủi ro sức khỏe của kim loại nặng trong bụi đường xung quanh nhà máy luyện kẽm ở Trung Quốc dựa trên sinh khả dụng và khả năng tiếp cận sinh học. Thứ tự xếp hạng về khả năng tiếp cận sinh học trong giai đoạn dạ dày và ruột lần lượt là Cd (58,13%) > Pb (50,00%) > Cu (19,19%) và Cd (20,36%) > Cu (15,67%) > Pb (5,08%). Việc lây nhiễm từ tay đi vào trong cơ thể qua miệng có nguy cơ phơi nhiễm không gây ung thư lớn nhất so với các con đường phơi nhiễm khác. Khi tính đến sinh khả dụng, trẻ em có nguy cơ tiếp xúc với bụi không gây ung thư và gây ung thư cao hơn so với người lớn và các hạt < 63 μm gây ra rủi ro lớn hơn các hạt <100 μm [4]. Hay nghiên cứu về Đánh giá khí thải công nghiệp $SO_2$ về nguy cơ sức khỏe của dân" của Shurong Han năm 2017. Kết quả nghiên cứu cho thấy, rủi ro sức khỏe hàng năm do ô nhiễm $SO_2$ trong khí quyển là $0{,}0078\times10^{-6}$. So với tỷ lệ tử vong do bệnh đường hô hấp và ung thư phổi, tỷ lệ tử vong do $SO_2$ gây ra là rất nhỏ trong các bệnh đường hô hấp và tử vong do ung thư phổi. Do đó, có thể coi mối nguy hại đối với sức khỏe của ô nhiễm $SO_2$ là tương đối nhỏ [5]. Tại Việt Nam cũng đã có một số nghiên cứu về đánh giá rủi ro môi trường và rủi ro sức khỏe. Năm 2009, Trân và cộng sự đã đánh giá rủi ro sinh thái cho nước thải công nghiệp và rủi ro sức khỏe do ô nhiễm không khí đối với công nhân giới hạn tại KCN Vĩnh Lộc và KCN Tân Thới Hiệp [6]. Hay gần đây là nghiên cứu đánh giá rủi ro môi trường do không khí ô nhiễm từ nhà máy Nhiệt điện Vĩnh Tân 2 của Tình và cộng sự (2023) đã đánh giá rủi ro môi trường do không khí ô nhiễm từ nhà máy nhiệt điện Vĩnh Tân 3 bằng phương pháp: tính toán chỉ số AQI, phương pháp đánh giá mức độ ô nhiễm môi trường do tác động đồng thời của nhiều yếu tố và phương pháp đánh giá rủi ro môi trường và rủi ro sức khoẻ do ô nhiễm không khí [7].

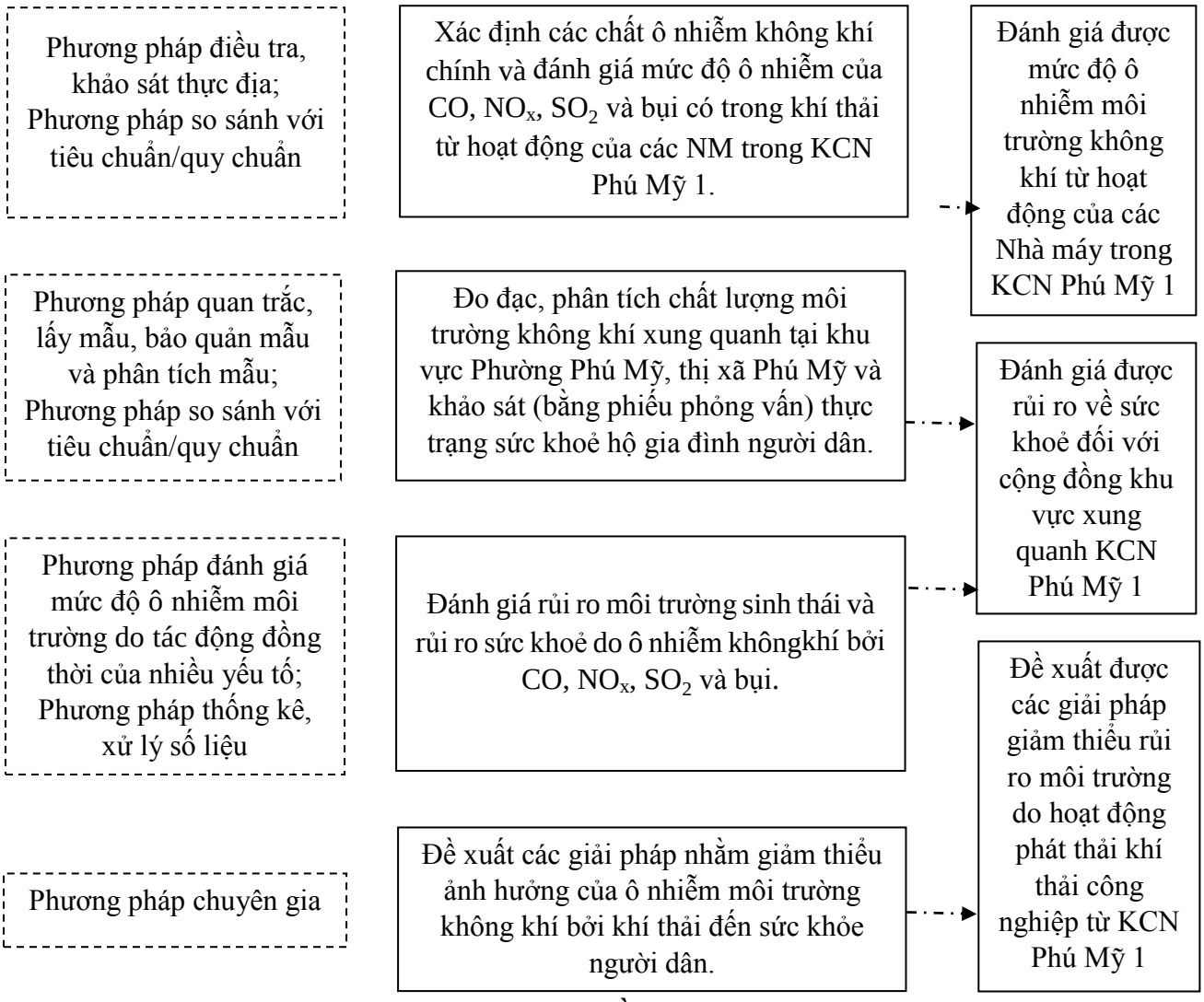
Khu công nghiệp Phú Mỹ I là KCN trọng điểm của tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu được quy hoạch với mục tiêu phát triển các ngành công nghiệp nặng cần tới Cảng nước sâu, công nghiệp điện, sắt thép, phân bón, vật liệu xây dựng, ngành công nghiệp hóa chất, kho tàng, bến bãi… cùng với các hệ thống KCN khác tại Phú Mỹ đã tạo thành tổ hợp công nghiệp sầm uất, phát triển đa dạng ngành nghề, định hướng phát triển công nghiệp nặng và tận dụng tốt thế mạnh cảng biển tại khu vực cụm Cảng Cái Mép. Hiện nay, KCN Phú Mỹ 1 đã lấp đầy đến 95% với các dự án hoạt động trong lĩnh vực công nghiệp điện, sắt thép, phân bón, hóa chất,… điển hình như NM Nhiệt điện Phú Mỹ, NM Thép Vina Kyoei, NM thép Miền Nam, NM Thép Pomina, NM tôn Hoa Sen, NM Phân bón Baconco, NM Bột mì Mê Kông, NM Dầu Tường An, NM Thép SMC,… Có thể thấy với các ngành nghề công nghiệp nặng như vậy thì các loại chất thải phát sinh trong quá trình hoạt động có nguy cơ gây ô nhiễm rất lớn đến môi trường, trong đó khí thải công nghiệp là một trong những nguồn thải ảnh hưởng trực tiếp đến hệ sinh thái, sức khỏe công nhân lao động và người dân xung quanh KCN [8].

Với những tác hại nghiêm trọng của khí thải từ các nhà máy trong KCN Phú Mỹ 1 như đã trình bày trên thì cần phải có đánh giá rủi ro môi trường và rủi ro về sức khoẻ do ô nhiễm không khí từ các Nhà máy ảnh hưởng đến công nhân lao động và người dân xung quanh KCN. Nghiên cứu này tập trung vào việc phân tích hàm lượng khí CO, $NO_x$, $SO_2$ và bụi có trong khí thải từ hoạt động sản xuất của các Nhà máy trong KCN Phú Mỹ 1, từ đó đánh giá rủi ro về môi trường và rủi ro về sức khoẻ đối với người dân sinh sống lân cận khu vực xung quanh KCN Phú Mỹ 1.

## 2. Phương pháp nghiên cứu

### *2.1 Sơ đồ nghiên cứu*

Sơ đồ nội dung nghiên cứu được trình bày trong Hình 1:




**Hình 1. Sơ đồ nghiên cứu**

***2.2 Phương pháp nghiên cứu cụ thể***

*2.2.1 Phương pháp phỏng vấn*

Phương pháp phỏng vấn người dân nhằm thu thập thông tin và các số liệu để đánh giá mức độ ảnh hưởng của ô nhiễm do khí thải công nghiệp từ KCN Phú Mỹ 1 đến khu vực dân cư xung quanh theo hướng gió chủ đạo.

Với hướng gió chủ đạo là Tây Nam thì một phần của phường Phú Mỹ gồm các Khu phố Tân Ngọc, KP.Ngọc Hà và KP.Tân Phú là các khu vực chịu ảnh hưởng lớn của ô nhiễm do khí thải từ KCN Phú Mỹ 1. Số lượng mẫu ước tính đạt 4,5% tỷ lệ số hộ dân tại khu vực này.

❖ Công thức tính cỡ mẫu cần thiết cho khảo sát như sau:

$$n = \frac{Z^2 \times p \times (1-p)}{d^2} \quad (1)$$

**Trong đó:**

+ n là cỡ mẫu cần thiết;
+ Z là giá trị tương ứng với mức tin cậy mong muốn (thường chọn 1,645 cho mức tin cậy 90%);
+ p là Tỷ lệ dự kiến của biến quan trong tất cả dân số (p = 0,5)
+ d là sai số chấp nhận (chọn 0,1 tương đương 10%);

$$n = \frac{1{,}645^2 \times 0{,}5 \times (1-0{,}5)}{0{,}1^2} = 67{,}8$$

Cỡ mẫu cần thiết "n" = 67,8 (làm tròn thành 68).

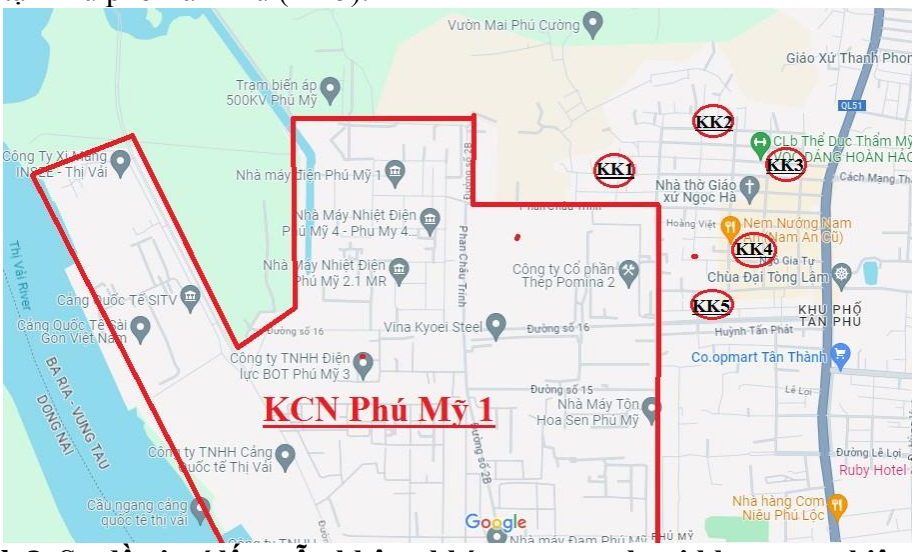
❖ Khu vực khảo sát: Bảng 1. mô tả số phiếu khảo sát cho từng cụm địa điểm lấy mẫu quan trắc và số người được khảo sát. Tổng số phiếu khảo sát tại 3 địa điểm là 68 phiếu.

**Bảng 1. Số lượng phiếu khảo sát**

| TT | Khu vực khảo sát | Số phiếu khảo sát | Số người khảo sát |
|---|---|---|---|
| 1 | Khu phố Tân Ngọc, P. Phú Mỹ, TX. Phú Mỹ | 26 | 26 |
| 2 | Khu phố Ngọc Hà, P. Phú Mỹ, TX. Phú Mỹ | 22 | 22 |
| 3 | Khu phố Tân Phú, P. Phú Mỹ, TX. Phú Mỹ | 20 | 20 |
| **Tổng** | | **68** | **68** |

*2.2.2 Phương pháp quan trắc, lấy mẫu, bảo quản mẫu và phân tích mẫu*

05 mẫu không khí xung quanh được lấy tại khu vực tập trung dân cư chịu ảnh hưởng trực tiếp từ nguồn thải của các NM trong KCN theo hướng gió Tây Nam. Vị trí lấy mẫu gồm 02 điểm tại Khu phố Tân Ngọc (KK1 và KK2), 02 điểm tại Khu phố Ngọc Hà (KK3 và KK4) và 01 điểm tại Khu phố Tân Phú (KK5).




**Hình 2. Sơ đồ vị trí lấy mẫu không khí xung quanh tại khu vực nghiên cứu**

Phương pháp lấy mẫu hiện trường và bảo quản mẫu được trình bày trong Bảng 2:

**Bảng 2. Phương pháp lấy mẫu hiện trường, bảo quản mẫu và đo mẫu**

| TT | Thành phần môi trường | Phương pháp lấy mẫu | Phương pháp đo | Giới hạn phát hiện | Dải đo (mg/Nm3) | Ghi chú |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | CO | TCVN 7242:2003 | HD78-PPDN-CO | - | 0 - 11.400 | Đo tại hiện trường |
| 2 | $SO_2$ | US.EPA Method 6 | HD-PPDN-$SO_2$ | - | 0 - 13.100 | |
| 3 | $NO_x$ | US.EPA Method 7 | HD77-PPDN-NOX | - | 0 - 2.068 | |
| 4 | Bụi | US.EPA Method 5 | US EPA Method 5 | 0,2 (mg/$Nm^3$) | - | Phân tích trong PTN |

*2.2.3 Phương pháp đánh giá mức độ ô nhiễm môi trường do tác động đồng thời của nhiều yếu tố* [9]

- Xác định tỷ lệ ảnh hưởng (a) (Xác định bằng cảm nhận của người được khảo sát) của các yếu tố môi trường và mức độ tác động (R).
- Xác định trọng lượng ô nhiễm của các yếu tố gây ô nhiễm, $\mathbf{G_i = a_i \times R_i}$
- Tính trọng lượng ô nhiễm dư ΔG, $\mathbf{\Delta G = \sum G - G_c}$

- Xác định trị số R của phần dư đó so với tổng tỷ lệ ảnh hưởng thành phần (trừ tỷ lệ ảnh hưởng của yếu tố chính), $\mathbf{R_{dư} = \Delta G/\sum a_i}$
- Xác định trị số R tổng hợp của tất cả các yếu tố tác động, $\mathbf{R_{tổng} = R_c + R_{dư}}$

*2.2.4 Phương pháp đánh giá rủi ro*

*Đánh giá rủi ro môi trường* [10]:

$$\mathbf{RQ = PEC\ (MEC)/PNEC} \quad (3)$$

**Trong đó:**

- PEC: nồng độ môi trường dự báo (Predicted Environmental Concentration)
- MEC: nồng độ môi trường đo được (Monitored Environmental Concentration)
- PNEC: nồng độ không gây ảnh hưởng dự báo (Predicted No effect Environmental Concentration). (**PNEC** lấy các giá trị ngưỡng ghi trong các quy chuẩn môi trường. Trong nghiên cứu này lấy *QCVN 05:2013/BTNMT - Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về chất lượng không khí xung quanh*).
- RQ từ 0,01 đến 0,1: rủi ro thấp; RQ từ 0,1 đến 1: rủi ro trung bình; RQ ≥ 1: rủi ro cao

*Đánh giá rủi ro sức khoẻ* [11]:

$$\mathbf{HQ = CDI/RfD} \quad (4)$$

**Trong đó:**

- HQ là tỷ số rủi ro (HQ < 1: không có ảnh hưởng; HQ > 1: ảnh hưởng bất lợi đến sức khoẻ khi phơi nhiễm)
- CDI: liều lượng đi vào cơ thể hằng ngày (mg.kg/ngày)
- RfD: liều lượng tham chiếu (mg.kg/ngày)
- HQ > 1: có rủi ro đến sức khoẻ; HQ < 1: không có rủi ro đến sức khoẻ

## 3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

### *3.1 Chất lượng không khí xung quanh KCN Phú Mỹ 1*

Kết quả phân tích nồng độ bụi, bụi $PM_{10}$, $SO_2$, $NO_2$ và CO trong không khí xung quanh KCN Phú Mỹ 1 (Bảng 3).

**Bảng 3. Kết quả quan trắc chất lượng không khí xung quanh tại khu vực Phường Phú Mỹ**

| Vị trí đo | Ký hiệu | Tọa độ | Bụi và hơi khí | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | Tổng bụi lơ lửng (TSP) | $NO_2$ | $SO_2$ | CO | $PM_{10}$ |
| | | | mg/Nm$^3$ | mg/Nm$^3$ | mg/Nm$^3$ | mg/Nm$^3$ | mg/Nm$^3$ |
| Không khí xung quanh trên đường Nguyễn Cư Trinh, KP. Tân Ngọc, TT. Phú Mỹ | KK1 | 10.60580N; 107.04687E | 0,11 | 0,062 | 0,060 | < 9 | KPH MDL=0,01 |
| Không khí xung quanh trên đường Ngô Quyền, KP. Tân Ngọc, TT. Phú Mỹ | KK2 | 10.60762N; 107.04890E | 0,12 | 0,065 | 0,062 | < 9 | KPH MDL=0,01 |
| Không khí xung quanh trên đường Phạm Hữu Chí, KP. Ngọc Hà, TX. Phú Mỹ | KK3 | 10.60664N; 107.05068E | 0,13 | 0,060 | 0,063 | < 9 | KPH MDL=0,01 |
| Không khí xung quanh giao giữa đường Phan Châu Trinh và đường Phạm Hữu Chí, KP. Ngọc Hà, TX. Phú Mỹ | KK4 | 10.60421N; 107.05069E | 0,12 | 0,067 | 0,065 | < 9 | KPH MDL=0,01 |
| Không khí xung quanh trên đường Phan Bội Châu, KP. Tân Phú, TX. Phú Mỹ | KK5 | 10.60088N; 107.05086E | 0,14 | 0,061 | 0,064 | < 9 | KPH MDL=0,01 |
| **QCVN 05:2023/BTNMT** | | | **0,3** | **0,2** | **0,35** | **30** | **-** |

Hơi khí tại tất cả các vị trí lấy mẫu có mật độ dân cư sinh sống đông đúc xung quanh khu vực KCN Phú Mỹ 1 đều nằm trong GHCP của QCVN 05:2023/BTNMT - Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về chất lượng không khí. Trong đó, tại tất cả các vị trí lấy mẫu đều có nồng độ CO < 9 mg/Nm$^3$; nồng độ $NO_2$ dao động từ 0,06 – 0,067 mg/Nm$^3$, thấp hơn GHCP 3 – 3,3 lần; nồng độ $SO_2$ trong không khí dao động từ 0,06 – 0,065 mg/Nm$^3$, thấp hơn GHCP 5,4 – 5,8 lần. Tại tất cả vị trí lấy mẫu đều không phát hiện nồng độ bụi $PM_{10}$ trong không khí. Nồng độ bụi tổng dao động từ 0,11 – 0,14 mg/Nm$^3$, thấp hơn GHCP 2,1 – 2,7 lần.

### 3.2. Đánh giá mức độ ô nhiễm môi trường do tác động đồng thời của nhiều yếu tố

#### *3.2.1 Kết quả khảo sát và phỏng vấn*

Bảng 4 cho thấy kết quả khảo sát nhóm bệnh do ô nhiễm bụi chiếm tỷ lệ cao nhất là 44,1%. Tiếp đến là bệnh do ô nhiễm $SO_2$ (17,6%), bệnh do ô nhiễm CO (13,2%) và cuối cùng là do ô nhiễm $NO_2$ (8,8%). Điều này có thể lý giải do tình trạng hoạt động của nhiều nhà máy luyện phôi thép tại KCN Phú Mỹ 1 là một trong những nguyên nhân chính gây ra tình trạng ô nhiễm bụi tại đây.

**Bảng 4. Thống kê số liệu từ khảo sát và phỏng vấn (tỷ lệ ảnh hưởng, $a_i$ %)**

| Địa điểm | Số người được khảo sát | Số người mắc bệnh do ô nhiễm CO | % mắc bệnh do ô nhiễm CO | Số người mắc bệnh do ô nhiễm $SO_2$ | % mắc bệnh do ô nhiễm $SO_2$ | Số người mắc bệnh do ô nhiễm bụi | % mắc bệnh do ô nhiễm bụi | Số người mắc bệnh do ô nhiễm $NO_2$ | % mắc bệnh do ô nhiễm $NO_2$ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Khu phố Tân Ngọc, P. Phú Mỹ, TX. Phú Mỹ | 26 | 4 | 15,4 | 4 | 15,4 | 12 | 46,2 | 3 | 11,5 |
| Khu phố Ngọc Hà, P. Phú Mỹ, TX. Phú Mỹ | 22 | 5 | 22,7 | 3 | 13,6 | 11 | 50,0 | 2 | 9,1 |
| Khu phố Tân Phú, P. Phú Mỹ, TX. Phú Mỹ | 20 | 2 | 10,0 | 5 | 25,0 | 7 | 35,0 | 1 | 5,0 |
| **Tổng cộng** | **68** | **11** | 16,2 | **12** | 17,6 | **30** | 44,1 | **6** | 8,8 |

Khu vực khảo sát có nhận thức về ảnh hưởng của ô nhiễm không khí đến sức khoẻ. Trong đó, khoảng 60/68 (88,2%) ý kiến cá nhân cho rằng hoạt động của các Nhà máy trong KCN Phú Mỹ 1 ít nhiều có ảnh hưởng đến chất lượng không khí xung quanh. Có 88,2% ý kiến của người dân cho răng nguồn gây ô nhiễm không khí là do bụi, 66,2% do khói và 20,6% là do mùi từ các nhà máy trong KCN Phú Mỹ 1 nhưng không thể phân biệt xuất phát từ nhà máy nào và có ảnh hưởng đến chất lượng cuộc sống của cộng đồng dân cư lân cận.

#### *3.2.2 Đánh giá mức độ ô nhiễm môi trường*

Bảng 5 cho thấy mức độ ô nhiễm tại các khu vực khảo sát đều là ô nhiễm ít. Cụ thể, Khu phố Tân Ngọc với $R_{tổng}$ = 1,478, trong đó thông số gây ô nhiễm chính là bụi, tiếp theo là $SO_2$ và CO, cuối cùng là $NO_2$. Mức độ ô nhiễm tại Khu phố Ngọc Hà với $R_{tổng}$ = 1,476), trong đó thông số gây ô nhiễm chính là bụi, tiếp theo là khí CO, $SO_2$ và $NO_2$. Mức độ ô nhiễm tại Khu phố Tân Phú với $R_{tổng}$ = 1,533, trong đó thông số gây ô nhiễm chính là bụi, tiếp theo là khí $SO_2$, CO và $NO_2$. Như vậy, môi trường xung quanh nhà máy có mức độ ô nhiễm ít, thông số gây ô nhiễm chính là bụi.

**Bảng 5.** Mức độ ô nhiễm môi trường do tác động đồng thời của nhiều yếu tố

| Thông số | Khu phố Tân Ngọc ($C_i$) | QCVN 05:2009 ($L_i$) | Tỷ lệ ($C_i/L_i$) | Xét $R_i$ | Mức độ ô nhiễm | Tỷ lệ ảnh hưởng ($a_i$) | Trọng lượng ô nhiễm ($G_i$) | $G_{max}$ | Tổng $G_i$ | $\Delta G$ | Xét $\Delta G$ | Tổng $a_i$ | $R_{dư}$ | $R_c$ | $R_{tổng}$ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| TSP | 115 | 300 | 0.38 | 1 | HVS | 0.462 | 0.462 | 0.462 | 0.885 | 0.423 | > 0 | 0.885 | 0.478 | 1 | **1.478** |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | 3 | | | | | | | | | | | | |
| $SO_2$ | 61 | 350 | 0.174 | 1 | HVS | 0.154 | 0.154 | | | | | | | | |
| $NO_2$ | 63.5 | 200 | 0.318 | 1 | HVS | 0.115 | 0.115 | | | | | | | | |
| CO | 9000 | 30000 | 0.300 | 1 | HVS | 0.154 | 0.154 | | | | | | | | |
| Bụi $PM_{10}$ | KPH | - | - | - | - | - | - | | | | | | | | |
| Thông số | Khu phố Ngọc Hà | QCVN 05:2009 | Tỷ lệ | Xét $R_i$ | Mức độ ô nhiễm | Tỷ lệ ảnh hưởng ($a_i$) | Trọng lượng ô nhiễm ($G_i$) | $G_{max}$ | Tổng $G_i$ | $\Delta G$ | Xét $\Delta G$ | Tổng $a_i$ | $R_{dư}$ | $R_c$ | $R_{tổng}$ |
| | ($C_i$) | ($L_i$) | ($C_i/L_i$) | | | | | | | | | | | | |
| TSP | 125 | 300 | 0.417 | 1 | HVS | 0.5 | 0.5 | | | | | | | | |
| $SO_2$ | 64 | 350 | 0.183 | 1 | HVS | 0.136 | 0.136 | | | | | | | | |
| $NO_2$ | 63.5 | 200 | 0.318 | 1 | HVS | 0.091 | 0.091 | 0.5 | 0.954 | 0.454 | > 0 | 0.954 | 0.476 | 1 | **1.476** |
| CO | 9000 | 30000 | 0.300 | 1 | HVS | 0.227 | 0.227 | | | | | | | | |
| Bụi $PM_{10}$ | KPH | - | - | - | - | - | - | | | | | | | | |
| Thông số | Khu phố Tân Phú | QCVN 05:2009 | Tỷ lệ | Xét $R_i$ | Mức độ ô nhiễm | Tỷ lệ ảnh hưởng ($a_i$) | Trọng lượng ô nhiễm ($G_i$) | $G_{max}$ | Tổng $G_i$ | $\Delta G$ | Xét $\Delta G$ | Tổng $a_i$ | $R_{dư}$ | $R_c$ | $R_{tổng}$ |
| | ($C_i$) | ($L_i$) | ($C_i/L_i$) | | | | | | | | | | | | |
| TSP | 140 | 300 | 0.467 | 1 | HVS | 0.35 | 0.35 | | | | | | | | |
| $SO_2$ | 64 | 350 | 0.183 | 1 | HVS | 0.25 | 0.25 | | | | | | | | |
| $NO_2$ | 61 | 200 | 0.305 | 1 | HVS | 0.05 | 0.05 | 0.35 | 0.75 | 0.4 | > 0 | 0.75 | 0.533 | 1 | **1.533** |
| CO | 9000 | 30000 | 0.300 | 1 | HVS | 0.1 | 0.1 | | | | | | | | |
| Bụi $PM_{10}$ | KPH | - | - | - | - | - | - | | | | | | | | |

**HVS**: Hợp vệ sinh

***Chú thích:***

HVS: Hợp vệ sinh;

$R_i$: Mức độ tác động ;

$A_i$: Tỷ lệ ảnh hưởng;

$G_i$: Trọng lượng ô nhiễm của yếu tố gây ô nhiễm;

$G_{max}$: Trọng lượng ô nhiễm có giá trị lớn nhất trong các $G_i$;

$\Delta G$: Trọng lượng ô nhiễm dư;

$R_{dư}$: Trị số R của phần dư các yếu tố tác động;

$R_{tổng}$: Trị số R tổng hợp của tất cả các yếu tố tác động;

### *3.3 Đánh giá rủi ro môi trường và rủi ro sức khoẻ người dân sinh sống khu vực lân cận*

*3.3.1 Rủi ro môi trường*

Kết quả đánh giá rủi ro môi trường theo công thức (9) cho thấy, rủi ro môi trường do ô nhiễm không khí xung quanh KCN Phú Mỹ 1 có mức độ rủi ro trung bình, tất cả các hệ số rủi ro RQ đều < 1. Tuy nhiên, rủi ro môi trường do ô nhiễm bụi có giá trị cao hơn so với khí $SO_2$, $NO_2$ và CO.

**Bảng 6. Hệ số rủi ro môi trường (RQ)**

| Địa điểm quan trắc | RQ Bụi | RQ $SO_2$ | RQ $NO_2$ | RQ CO |
|---|---|---|---|---|
| Khu phố Tân Ngọc | 0.383 | 0.174 | 0.318 | 0.300 |
| Đánh giá RQ | 0,1 - 1 | 0,1 - 1 | 0,1 - 1 | 0,1 - 1 |
| Kết luận | Rủi ro trung bình | Rủi ro trung bình | Rủi ro trung bình | Rủi ro trung bình |
| Khu phố Ngọc Hà | 0.417 | 0.183 | 0.318 | 0.300 |
| Đánh giá RQ | 0,1 - 1 | 0,1 - 1 | 0,1 - 1 | 0,1 - 1 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Kết luận | Rủi ro trung bình | Rủi ro trung bình | Rủi ro trung bình | Rủi ro trung bình |
| Khu phố Tân Phú | 0.467 | 0.183 | 0.305 | 0.300 |
| Đánh giá RQ | 0,1 - 1 | 0,1 - 1 | 0,1 - 1 | 0,1 - 1 |
| Kết luận | Rủi ro trung bình | Rủi ro trung bình | Rủi ro trung bình | Rủi ro trung bình |

*3.3.2 Rủi ro sức khoẻ*

Kết quả đánh giá rủi ro sức khoẻ do ô nhiễm không khí cho thấy, hệ số rủi ro của bụi, $NO_2$ và CO tại 3 khu vực quan trắc đều > 1, trong đó hệ số rủi ro của bụi là cao nhất. Các hệ số rủi ro của bụi tại Khu phố Tân Phú > Khu phố Ngọc Hà > Khu phố Tân Ngọc điều này chứng tỏ người dân sinh sống lân cận khu vực xung quanh KCN Phú Mỹ 1 đặc biệt là trẻ em (từ 1 - 5 tuổi) với hệ số rủi ro cao nhất, có gặp rủi ro sức khoẻ do tiếp xúc với bụi thường xuyên. Các hệ số rủi ro của $NO_2$ và CO tại 3 khu vực đều như nhau, trong đó trẻ em (từ 1 - 5 tuổi) với hệ số rủi ro cao nhất.

Tương tự, đối với chỉ số rủi ro của $SO_2$ của trẻ em (từ 1 - 5 tuổi) tại 3 khu vực quan trắc luôn lớn hơn 1, một lần nữa chứng tỏ rằng trẻ em là đối tượng có rủi ro sức khoẻ nhiều nhất. Đối với thiếu niên và người lớn chỉ số rủi ro của $SO_2$ luôn < 1, nên không có rủi ro sức khoẻ khi tiếp xúc với $SO_2$. Từ kết quả nghiên cứu được cho thấy các hệ số rủi ro tại các điểm quan trắc hầu như đều lớn hơn 1, đặc biệt là đối với bụi và $NO_2$, chứng tỏ có rủi ro sức khoẻ đối với dân cư sinh sống lân cận khu vực KCN Phú Mỹ 1.

**Bảng 7. Chỉ số rủi ro sức khoẻ (HQ)**

| Địa điểm quan trắc | HQ Bụi | | | | HQ $SO_2$ | | | | HQ $NO_2$ | | | | HQ CO | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Trẻ em (1-5 ) tuổi | Trẻ em (6-11) tuổi | Thiếu niên (12-19) tuổi | Người lớn | Trẻ em (1-5 ) tuổi | Trẻ em (6-11) tuổi | Thiếu niên (12-19) tuổi | Người lớn | Trẻ em (1-5 ) tuổi | Trẻ em (6-11) tuổi | Thiếu niên (12-19) tuổi | Người lớn | Trẻ em (1-5 ) tuổi | Trẻ em (6-11) tuổi | Thiếu niên (12-19) tuổi | Người lớn |
| Khu phố Tân Ngọc | 5,828 | 2,842 | 1,624 | 1,624 | 2,650 | 1,292 | 0,738 | 0,738 | 4,827 | 2,354 | 1,345 | 1,345 | 4,561 | 2,224 | 1,271 | 1,271 |
| Khu phố Ngọc Hà | 6,334 | 3,089 | 1,765 | 1,765 | 2,780 | 1,356 | 0,775 | 0,775 | 4,827 | 2,354 | 1,345 | 1,345 | 4,561 | 2,224 | 1,271 | 1,271 |
| Khu phố Tân Phú | 7,094 | 3,459 | 1,977 | 1,977 | 2,780 | 1,356 | 0,775 | 0,775 | 4,637 | 2,261 | 1,292 | 1,292 | 4,561 | 2,224 | 1,271 | 1,271 |

## 4. Kết luận

Qua quá trình thực hiện đề tài, dựa trên kết quả lấy mẫu đo đạc thực tế, kết quả khảo sát ý kiến của người dân, nghiên cứu đã đạt được một số kết quả sau: (1) - Kết quả quan trắc khí thải định kỳ của 3 nhà máy bao gồm Nhà máy Đạm Phú Mỹ, nhà máy phân bón BACONCO và Nhà máy Thép Miền Nam, chỉ ra rằng tất cả các chỉ số quan trắc như bụi tổng, $NO_x$, $SO_2$ và CO đều đều nằm trong GHCP theo QCVN 19:2009/BTNMT, QCVN 21:2009/BTNM và QCVN 51:2013/BTNMT; (2) - Kết quả quan trắc không khí xung quanh khu vực KCN Phú Mỹ 1 đều nằm trong GHCP của QCVN 05:2023/BTNMT - Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về chất lượng không khí. Cụ thể, nồng độ CO dưới 9 mg/$Nm^3$; nồng độ $NO_2$ dao động từ 0,06 – 0,067 mg/$Nm^3$, thấp hơn GHCP 3 – 3,3 lần; nồng độ $SO_2$ trong không khí dao động từ 0,06 – 0,065 mg/$Nm^3$, thấp hơn GHCP 5,4 – 5,8 lần. Tại tất cả các vị trí lấy mẫu, không phát hiện nồng độ bụi $PM_{10}$ trong không khí và nồng độ bụi tổng duy trì ở mức thấp hơn 2,1 – 2,7 lần so với GHCP; (3) - Ý kiến của người dân được khảo sát tại phường Phú Mỹ cho thấy tỷ lệ cao nhất về các vấn đề sức khỏe liên quan đến ô nhiễm bụi chiếm 44,1%, theo sau là bệnh do ô nhiễm $SO_2$ (17,6%), bệnh do ô nhiễm CO (13,2%), và cuối cùng là do ô nhiễm $NO_2$ (8,8%). Điều này có thể được giải thích bởi tình trạng hoạt động của nhiều nhà máy luyện phôi thép tại KCN Phú Mỹ 1, là nguyên nhân chính gây ra ô nhiễm bụi tại đây; (4) - Kết quả đánh giá rủi ro môi trường cho thấy, rủi ro môi trường do ô nhiễm không khí xung quanh KCN Phú Mỹ 1 có mức độ rủi ro trung bình, tất cả các hệ số rủi ro RQ đều < 1.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Báo cáo tình hình thành lập và phát triển KCN, KKT 9 tháng năm 2021. <https://www.mpi.gov.vn/portal/Pages/2021/Bao-cao-tinh-hinh-thanh-lap-va-phat-trien-KCN-KKT--181608.aspx>, accessed: 14/01/2024.
2. Hệ lụy của thảm họa tai biến môi trường. <https://stnmt.thuathienhue.gov.vn/tin-khac/he-luy-cua-tham-hoa-tai-bien-moi-truong.html>, accessed: 14/01/2024.
3. Chen H., Zhan C., Liu S. và cộng sự. (2022). Pollution Characteristics and Human Health Risk Assessment of Heavy Metals in Street Dust from a Typical Industrial Zone in Wuhan City, Central China. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(17), 10970.
4. Zheng N., Hou S., Wang S. và cộng sự. (2020). Health risk assessment of heavy metals in street dust around a zinc smelting plant in China based on bioavailability and bioaccessibility. *Ecotoxicology and Environmental Safety*, 197, 110617.
5. Shurong Han (2017). Evaluation of industrial exhaust so2 on health risk of population. *Chemical Engineering Transactions*, 59, 1129–1134.
6. Lê Thị Hồng Trân và Trần Thị Tuyết Giang (2009). Nghiên cứu bước đầu đánh gía rủi ro sinh thái và sức khỏe cho khu công nghiệp thành phố Hồ Chí Minh. *Science & Technology Development*, 12, 6, 48–59.
7. Huỳnh Thị Tình, Đinh Đức Hoà, Trịnh Trọng Nguyễn và Thái Văn Nam (2023). Đánh giá rủi ro môi trường do không khí ô nhiễm từ nhà máy Nhiệt điện Vĩnh Tân 2. *Tạp chí Công thương*, 1–8.
8. Phu My 1 Industrial Park – Management Board of Industrial Parks of Ba Ria – Vung Tau province. <https://bqlkcn.baria-vungtau.gov.vn/cac-khu-cong-nghiep/khu-cong-nghiep-phu-my-1/>, accessed: 14/01/2024.
9. Thái Văn Nam (2021). Bài giảng môn Đánh giá rủi ro sức khoẻ và môi trường, Chuyên đề 5: Đánh giá rủi ro môi trường hồi cố. Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
10. Lê Thị Hồng Trân (2008). Đánh giá rủi ro môi trường. NXB Khoa học và Kỹ thuật, Hà Nội.
11. Lê Thị Hồng Trân (2008). Đánh giá rủi ro sức khoẻ và rủi ro sinh thái. NXB Khoa học và Kỹ thuật, Hà Nội.

# NGHIÊN CỨU CƠ SỞ KHOA HỌC VÀ THỰC TIỄN NHẰM XÂY DỰNG CƠ CHẾ KÝ QUỸ MÔI TRƯỜNG ĐỐI VỚI CÁC DỰ ÁN KHAI THÁC, CHẾ BIẾN KHOÁNG SẢN VÙNG ĐÔNG NAM BỘ

**Đinh Thị Minh Hương[1,2*], Thái Văn Nam[3]**
[1]Viện Đào tạo Sau đại học, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
[2]Chi cục Kiểm soát Ô nhiễm Môi trường miền Nam, Cục kiểm soát Ô nhiễm Môi trường.
[3]Viện Khoa học Ứng dụng, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: dinhhuong28984@gmail.com.

## TÓM TẮT

Hiện nay, ký quỹ môi trường là một trong các công cụ kinh tế hữu hiệu được áp dụng đối với các ngành kinh tế dễ gây ra ô nhiễm môi trường. Việc đề xuất Đề tài này là rất cần thiết, nhằm xây dựng một công cụ kinh tế hiệu quả áp dụng với các dự án có nguy cơ dễ xảy ra sự cố và ô nhiễm môi trường. Mục tiêu chính của nghiên cứu này là áp dụng thử nghiệm tính toán ký quỹ môi trường đối với dự án khai thác, chế biến khoáng sản đá xây dựng tại Việt Nam. Nghiên cứu sử dụng phương pháp kế thừa, tổng quan tài liệu, điều tra khảo sát, tham vấn ý kiến của chuyên gia và lựa chọn phương pháp tính về công nghệ tốt nhất hiện có (BAT - best available technology) đối với dự án nhằm xác định độ chênh lệch về hiệu quả kinh tế, xã hội, môi trường với các công nghệ đương thời, công nghệ đang áp dụng tại dự án được lựa chọn. Qua 8 bước tính được trình bày, có thể tính toán được mức chênh lệch khi áp dụng hoặc không áp dụng BAT. Từ đó, đánh giá được tính khả thi của việc triển khai ký quỹ theo tính toán vào thực tiễn.
*Từ khóa:* Ký quỹ môi trường; Mỏ đá xây dựng Tân Đông Hiệp.

## 1. Đặt vấn đề

Tại Việt Nam, trong thời gian qua mới chỉ có 4 công cụ kinh tế được quy định trong Luật BVMT 2010 và Luật BVMT 2020 bao gồm: (1) Thuế môi trường/Thuế BVMT; (2) Phí BVMT; (3) Ký quỹ cải tạo, phục hồi môi trường trong hoạt động khai thác tài nguyên thiên nhiên; (4) Ký quỹ bảo đảm phế liệu nhập khẩu. Biện pháp ký quỹ chưa được áp dụng rộng rãi trong lĩnh vực khai thác tài nguyên ở Việt Nam mà mới chỉ áp dụng đối với khai thác khoáng sản (đá xây dựng). Ngày 31/12/2020, Bộ Tài chính đã ban hành Văn bản hợp nhất số 63/VBHN-BTC hướng dẫn về quản lý và sử dụng tiền ký quỹ cải tạo, phục hồi môi trường đối với hoạt động khai thác khoáng sản tại Quỹ Bảo vệ môi trường. Thông tư quy định bên ký quỹ là tổ chức, cá nhân khai thác khoáng sản phải thực hiện ký quỹ cải tạo, phục hồi môi trường đối với hoạt động khai thác khoáng sản tại các Quỹ Bảo vệ môi trường [1]. Trong từng ngành, từng lĩnh vực thì việc quy định nội dung cải tạo, phục hồi môi trường, việc xác định mức tiền ký quỹ,… cũng như việc thanh tra giám sát hoạt động cải tạo, phục hồi cũng còn nhiều bất cập. Do đó, các công cụ kinh tế như thuế, phí liên quan đến môi trường chỉ thực hiện được chức năng tạo nguồn thu ngân sách nhà nước mà chưa phát huy được vai trò điều tiết vĩ mô các hoạt động kinh tế - xã hội theo hướng hài hòa với thiên nhiên, thân thiện với môi trường và phát triển bền vững. Hiện nay, Chính phủ đã ban hành quy định về ký quỹ môi trường cho loại hình khai thác và chế biến khoáng sản. Tuy nhiên, việc tính toán này còn mang tính chủ quan từ nhà đầu tư, từ quá trình thẩm định của địa phương, từ các đơn giá ban hành,... phần nào việc ký quỹ chưa đủ để đảm bảo phục hồi môi trường sau khi kết thúc khai thác mỏ [2]. Đề tài "Nghiên cứu cơ sở khoa học và thực tiễn nhằm xây dựng cơ chế

ký quỹ môi trường đối với các dự án khai thác, chế biến khoáng sản vùng Đông Nam Bộ" mang ý nghĩa sâu rộng, không chỉ trong lĩnh vực bảo vệ môi trường mà còn trong việc cải thiện quản lý kinh tế và tạo ra một môi trường kinh doanh minh bạch, bền vững. Đề tài này đề xuất phát triển một công cụ kinh tế mới, ký quỹ môi trường, nhằm thúc đẩy trách nhiệm và ý thức bảo vệ môi trường trong các doanh nghiệp hoạt động khai thác đá. Với việc yêu cầu các doanh nghiệp đặt cọc một khoản tiền ký quỹ lớn tại ngân hàng trước khi đầu tư, cơ chế này không chỉ đảm bảo cho việc thực hiện nghĩa vụ bảo vệ môi trường mà còn góp phần giảm bớt gánh nặng tài chính cho ngân sách nhà nước trong việc khắc phục hậu quả ô nhiễm.

## 2. Phương pháp

### *2.1 Phương pháp kế thừa, tổng quan tài liệu*

Trong năm 2017, Tổng cục Môi trường đã triển khai nhiệm vụ Xây dựng Đề án kiểm soát đặc biệt đối với cơ sở có nguy cơ gây ô nhiễm môi trường cao (do Văn phòng, Tổng cục Môi trường là đơn vị thực hiện), nhiệm vụ "Khảo sát, đánh giá xây dựng hệ thống tiêu chí về môi trường làm cơ sở lựa chọn, sàng lọc loại hình sản xuất và công nghệ sản xuất trong thu hút đầu tư, phê duyệt các dự án đầu tư" (do Cục Thẩm định và Đánh giá tác động môi trường, Tổng cục Môi trường là đơn vị thực hiện), nhiệm vụ "Rà soát, giám sát việc thực hiện quyết định phê duyệt báo cáo đánh giá tác động môi trường các dự án lớn, tiềm ẩn nguy cơ cao xảy ra sự cố môi trường" (do Cục Thẩm định và Đánh giá tác động môi trường, Tổng cục Môi trường là đơn vị thực hiện). Thông qua các đề tài, nhiệm vụ này, Tổng cục Môi trường đã đề xuất và được Thủ tướng Chính phủ chấp thuận các tiêu chí xác định các dự án có nguy cơ ô nhiễm môi trường cao. Đây là tiêu chí quan trọng, căn cứ vào đó, để xây dựng ký quỹ môi trường cho các dự án này.

Đề tài sẽ thu thập các tài liệu nước ngoài về các nội dung sau: Tiêu chí xác định đối tượng ký quỹ; phương thức ký quỹ và căn cứ xác định số tiền ký quỹ; cách thức tính toán số tiền ký quỹ; phân tích về những thuận lợi và khó khăn, thách thức trong việc thực hiện ký quỹ môi trường.

### *2.2 Phương pháp điều tra khảo sát*

Phương pháp này bao gồm 2 hoạt động chính:

- Khảo sát các doanh nghiệp đang có giấy phép khai thác 05 mỏ khoáng sản (đá xây dựng) tại Bà Rịa - Vũng Tàu, Đồng Nai, Tây Ninh, Bình Phước, Bình Dương (mỏ đá Thường Tân – Bình Dương; mỏ đá Thiện Tân 1 – Đồng Nai, mỏ đá Tân Lập – Bình Phước; mỏ đá Lô 14 Núi Thị Vải – Vũng Tàu; mỏ đá Lộc Trung – Tây Ninh)
- Lấy phiếu điều tra tại 05 mỏ (01 phiếu cho một mỏ; phương pháp điều tra: điền vào các thông tin theo phiếu và phỏng vấn trực tiếp).

### *2.3 Phương pháp tham vấn ý kiến chuyên gia*

Phương pháp tham vấn ý kiến chuyên gia đã được áp dụng rộng rãi trong nhiều nội dung nghiên cứu của Đề tài. Đối với việc xác định các cơ chế đề xuất ký quỹ môi trường cho dự án khai thác đá xây dựng, đề tài cần sự tham gia của các chuyên gia hàng đầu trong lĩnh vực quản lý môi trường, công nghệ môi trường và kinh tế môi trường. Các chuyên gia này đến từ các tổ chức và cơ quan uy tín tại Việt Nam như Viện Khoa học Môi trường và Phát triển Bền vững, Trung tâm Nghiên cứu và Phát triển Công nghệ Môi trường, hay Khoa Môi trường của Đại học Quốc gia Hà Nội, nơi sẽ cung cấp những kiến thức chuyên sâu và quan điểm chuyên môn về cách thức thiết lập và quản lý ký quỹ môi trường hiệu quả, từ đó đưa ra các giải pháp thực tiễn và khoa học. Việc tận dụng kinh nghiệm và sự hiểu biết chuyên sâu từ các chuyên gia liên ngành sẽ giúp Đề tài tránh được những lỗi trùng lặp với các nghiên cứu trước đó, đồng thời kế thừa và phát triển từ các thành quả nghiên cứu đã có, đảm bảo tính khách quan và chính xác trong kết quả nghiên cứu.

## 3. Kết quả và thảo luận

### *3.1 Xây dựng hệ thống tiêu chí xác định đối tượng phải ký quỹ môi trường đối với ngành khai thác, chế biến khoáng sản (đá xây dựng)*

Bảng 1 cho thấy các tiêu chí xác định đối tượng phải ký quỹ cải tạo, phục hồi môi trường của hoạt động khai thác khoáng sản dựa trên quy định của Nghị định số 08/2022/NĐ-CP ngày 10 tháng 01 năm 2022 quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật bảo vệ môi trường [3].

**Bảng 1. Tiêu chí xác định đối tượng phải ký quỹ cải tạo, phục hồi môi trường của hoạt động khai thác khoáng sản**

| STT | Tiêu chí | Ghi chú |
|---|---|---|
| 1 | Chủ dự án đầu tư khai thác khoáng sản lập phương án cải tạo, phục hồi môi trường trong quá trình thực hiện đánh giá tác động môi trường và được thẩm định trong quá trình thẩm định báo cáo đánh giá tác động môi trường; | Mục a, khoản 2, điều 67 |
| 2 | Chủ cơ sở khai thác khoáng sản hoạt động trước ngày Nghị định này có hiệu lực thi hành nhưng không có phương án cải tạo, phục hồi môi trường theo quy định thì bị xử phạt vi phạm hành chính về bảo vệ môi trường. Trường hợp cơ sở thuộc đối tượng phải cấp giấy phép môi trường thì buộc lập hồ sơ đề nghị cấp giấy phép môi trường trong đó có phương án cải tạo, phục hồi môi trường và được thẩm định trong quá trình thẩm định hồ sơ đề nghị cấp giấy phép môi trường; trường hợp cơ sở không thuộc đối tượng phải cấp giấy phép môi trường thì buộc lập phương án cải tạo, phục hồi môi trường và được thẩm định theo quy định tại các khoản 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 và 9 Điều này; | Mục b, khoản 2, điều 67 |
| 3 | Chủ cơ sở khai thác khoáng sản thuộc đối tượng phải cấp giấy phép môi trường có thay đổi nội dung cải tạo, phục hồi môi trường so với phương án đã được phê duyệt thì lập hồ sơ đề nghị cấp giấy phép môi trường, trong đó có phương án cải tạo, phục hồi môi trường với nội dung được thay đổi và được thẩm định trong quá trình thẩm định hồ sơ đề nghị cấp giấy phép môi trường; trường hợp cơ sở không thuộc đối tượng phải cấp giấy phép môi trường thì lập phương án cải tạo, phục hồi môi trường và được thẩm định theo quy định tại các khoản 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 và 9 Điều này; | Mục b, khoản 2, điều 67 |
| 4 | Chủ cơ sở khai thác khoáng sản lập phương án cải tạo, phục hồi môi trường là một phần của đề án đóng cửa mỏ khoáng sản của dự án khai thác khoáng sản và được thẩm định trong quá trình thẩm định đề án đóng cửa mỏ khoáng sản. | Mục c, khoản 2, điều 67 |

*Ghi chú: Dự án có 01 trong các tiêu chí trên thang đánh giá thì thuộc đối tượng ký quỹ môi trường*

***3.2 Đề xuất phương pháp tính toán số tiền ký quỹ môi đối với ngành khai thác, chế biến khoáng sản (đá xây dựng)***

**Bước 1:** Xác định công suất chuẩn đối với từng nhóm ngành khai thác, chế biến khoáng sản (đá xây dựng) (tính theo năm) (n = 3).

**Bước 2:** Tính số tiền ký quỹ chuẩn ($T_{cn}$) (đồng) được tính cho công suất chuẩn ($Q_{cn}$).

**Bước 3:** Tính chỉ số đánh giá mức độ đạt chuẩn BAT ($E_{cn}$) cho doanh nghiệp có công suất chuẩn ($Q_{cn}$) thuộc nhóm ngành khai thác, chế biến khoáng sản (đá xây dựng). Phương pháp tính chỉ số đánh giá mức độ đạt chuẩn BAT ($E_{cn}$). Chỉ số đánh giá kỹ thuật hiện có tốt nhất của doanh nghiệp khi đạt tất cả các tiêu chí BAT là $E_{cn}= E_{c1\text{-}n}+E_{c2\text{-}n}+E_{c3\text{-}n}+E_{c4\text{-}n}+E_{c5\text{-}n}+E_{c6\text{-}n}+E_{c7\text{-}n}+E_{c8\text{-}n}+E_{c9\text{-}n}$.

**Bước 4:** Điều tra thực tế tại doanh nghiệp có công suất $Q_{tn}$ nhằm xác định các thông số đánh giá kỹ thuật hiện có $Y_{ti\text{-}n}$ , tính chỉ số đánh giá mức độ đạt BAT ($E_{ti\text{-}n}$). Phương pháp tính chỉ

số đánh giá mức độ đạt BAT ($E_{tn}$). Chỉ số đánh giá kỹ thuật hiện có của doanh nghiệp là $E_{tn}= E_{t1-n}+E_{t2-n}+E_{t3-n}+E_{t4-n} +E_{t5-n} +E_{t6-n} +E_{t7-n} +E_{t8-n} +E_{t9-n}$.

**Bước 5:** Tính là hệ số ký quỹ cho 1 doanh nghiệp ($K_{tn}$). Dựa trên công suất thực tế ($Q_{tn}$), công suất chuẩn, chỉ số đánh giá kỹ thuật hiện có tốt nhất ($E_{cn}$), chỉ số đánh giá mức độ đạt BAT ($E_{tn}$).

$K_{tn} = (Q_{tn}/Q_{cn}) \times (E_{tn}/E_{cn})$

**Bước 6:** Tính số tiền ký quỹ bảo vệ môi trường cho 1 doanh nghiệp ($T_{tn}$) (đồng) dựa trên số tiền ký quỹ chuẩn ($T_{cn}$) và hệ số ký quỹ cho 1 doanh nghiệp ($K_{tn}$).

$T_{tn}= T_{cn} \times K_{tn}$

**Bảng 2. Phương pháp tính số tiền ký quỹ bảo vệ môi trường cho nhóm ngành khai thác, chế biến khoáng sản (đá xây dựng)**

| Nhóm ngành | Ngành công nghiệp | Đơn vị tính | Công suất chuẩn ($Q_{cn}$) | Số tiền ký quỹ chuẩn ($T_{cn}$) (đồng) | Chỉ số đánh giá mức độ đạt chuẩn BAT ($E_{cn}$) | Chỉ số đánh giá kỹ thuật hiện có ($E_{tn}$) | Hệ số ký quỹ cho 1 doanh nghiệp ($K_{tn}$) | Số tiền ký quỹ bảo vệ môi trường ($T_{tn}$) (đồng) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Nhóm 3 | Khoáng sản (đá xây dựng) | $m^3$/ năm | $Q_{c3}$= 2.000.000 | $T_{c3}$ | $E_{c3}$ | $E_{t3}$ | $K_{t3}$ | $T_{t3}$ |

Nhóm 3 (Khai thác, chế biến khoáng sản (đá xây dựng)) (n=3): Đối với nhóm 3 cần phải xác định số tiền ký quỹ chuẩn ($T_{c3}$) (đồng), chỉ số đánh giá mức độ đạt chuẩn BAT ($E_{c3}$), chỉ số đánh giá kỹ thuận hiện có ($E_{t3}$), hệ số ký quỹ cho 1 doanh nghiệp ($K_{t3}$), số tiền ký quỹ bảo vệ môi trường ($T_{t3}$) (đồng). Đối với từng công nghệ cụ thể (khai thác khoáng sản (đá xây dựng), chế biến khoáng sản (đá xây dựng)), đối với từng loại khoáng sản (đá xây dựng) (bauxite, đá xây dựng, đất sét, than, dầu mỏ, khí đốt …) cần phải xác định số tiền ký quỹ bảo vệ môi trường tương ứng.

***3.3 Lựa chọn dự án khai thác, chế biến khoáng sản (đá xây dựng) áp dụng thử nghiệm***

Cụm mỏ đá xây dựng Tân Đông Hiệp trước đây được Bộ Công nghiệp nặng (nay là Bộ Công thương) và sau này là UBND tỉnh Bình Dương cấp giấy phép khai thác mỏ từ những năm 1996 cho Công ty Cổ phần khoáng sản (đá xây dựng) và xây dựng Bình Dương, Công ty Cổ phần xây dựng Bình Dương, Công ty Cổ phần Trung Thành, Công ty Cổ phần đầu tư xây dựng 3-2. Cụm mỏ đá xây dựng Tân Đông Hiệp thuộc phường Tân Đông Hiệp, thị xã Dĩ An, tỉnh Bình Dương. Khu vực dự án cách thành phố Biên Hòa 5 km về phía Tây, cách thị xã Thủ Dầu Một khoảng 20 km về phía Đông và cách thành phố Hồ Chí Minh 20 km về phía Đông Bắc. Tổng diện tích khu vực khai thác xuống sâu của cụm mỏ đến cote -100 m là 463.472,7 $m^2$. Dự án cụm mỏ đá xây dựng Tân Đông Hiệp là dự án đầu tư nâng công suất và khai thác xuống sâu từ cote -80 m xuống -100 m. Cụm mỏ đá xây dựng Tân Đông Hiệp được bốn chủ đầu tư khai thác, tổng diện tích moong khai thác của toàn cụm là 463.472,70 $m^2$, tổng diện tích các công trình phụ trợ (mặt bằng sân công nghiệp, khu văn phòng, kho tàng, …) là 35,5 ha, công suất khai thác của toàn cụm mỏ hiện này là 2.600.000 $m^3$ đá nguyên khối/năm [4].

Mỏ đá Tân Đông Hiệp, với những đặc điểm nổi bật của mình, được chọn làm đối tượng nghiên cứu chính trong việc tính toán ký quỹ môi trường, vì nhiều lý do quan trọng và thiết thực. Đầu tiên và quan trọng nhất, độ sâu khai thác của mỏ này là lớn nhất trong khu vực, điều này không chỉ đồng nghĩa với việc mỏ có tiềm năng kinh tế lớn, mà còn đặt ra những thách thức không nhỏ trong việc quản lý và bảo vệ môi trường. Khai thác ở độ sâu lớn đòi hỏi việc áp dụng các biện pháp kỹ thuật cao và phức tạp, cũng như cần phải có sự quan tâm đặc biệt đến việc giảm thiểu và quản lý những tác động môi trường tiềm ẩn. Thứ hai, chất lượng đá tại mỏ Tân Đông Hiệp được đánh giá là rất cao, làm tăng thêm giá trị kinh tế của mỏ. Điều này không chỉ tạo ra một lợi ích kinh tế lớn cho khu vực và quốc gia, mà còn thu hút sự quan tâm của các nhà đầu tư và doanh nghiệp khai thác mỏ. Tuy nhiên, mặt trái của việc khai thác một nguồn tài nguyên có

giá trị cao như vậy chính là những tác động môi trường nghiêm trọng hơn, đòi hỏi phải có một kế hoạch quản lý môi trường mạnh mẽ và có hiệu quả. Đây là lý do khiến việc tính toán ký quỹ môi trường cho mỏ đá Tân Đông Hiệp trở nên cực kỳ quan trọng, giúp đảm bảo rằng mọi hoạt động khai thác đều tuân thủ các quy định về bảo vệ môi trường và phát triển bền vững. Hơn nữa, việc lựa chọn mỏ đá Tân Đông Hiệp còn mang ý nghĩa chiến lược trong việc thiết lập một mô hình tiêu chuẩn cho việc quản lý môi trường trong ngành khai thác đá xây dựng. Mỏ này, với quy mô và đặc thù của mình, có thể cung cấp một cơ sở dữ liệu phong phú, giúp các nhà nghiên cứu và quản lý hiểu rõ hơn về các yếu tố ảnh hưởng đến môi trường từ hoạt động khai thác đá, từ đó đề xuất những giải pháp và chính sách quản lý môi trường hiệu quả. Ngoài ra, đây còn là mỏ đá thuộc khu vực nhạy cảm, gần với khu dân cư. Từ đó, việc nghiên cứu và áp dụng các biện pháp bảo vệ môi trường tại mỏ Tân Đông Hiệp cũng góp phần vào việc nâng cao nhận thức và trách nhiệm của cộng đồng và doanh nghiệp trong việc bảo vệ môi trường, đặc biệt là trong lĩnh vực khai thác mỏ.

***3.4 Tính toán số tiền ký quỹ môi trường đối với dự án này và đánh giá tính khả thi của việc triển khai ký quỹ môi trường đối với cơ sở lựa chọn***

**Bảng 3. Tính toán chỉ số đánh giá mức độ đáp ứng BAT ($E_t$ )của dự án**

| Thông số đánh giá | Đơn vị tính (tính trên sản phẩm) | Cụm mỏ đá Tân Đông Hiệp | Giá trị BAT đề xuất | Chỉ số mức độ đáp ứng BAT |
|---|---|---|---|---|
| | | $Y_t$ | $Y_c$ | $E_t= Y_t/Y_c$ |
| **Kỹ thuật** | | | | |
| Dầu DO | lít/ $m^3$ | 1,50856 | 0,97136 | 1,55 |
| Thuốc nổ | kg/$m^3$ | 0,37548 | 0,34270 | 1,10 |
| Kíp phi điện | cái/$m^3$ | 0,02627 | 0,01913 | 1,37 |
| Kíp vi sai điện | cái/$m^3$ | 0,00027 | 0,00018 | 1,50 |
| Mồi nổ | quả/$m^3$ | 0,01314 | 0,01314 | 1,00 |
| Điện | kW/$m^3$ | 2,60383 | 2,60383 | 1,00 |
| Nước | $m^3$/$m^3$ | 0,05869 | 0,05869 | 1,00 |
| **Môi trường** | | | | |
| Bụi | kg/$m^3$ | 0,74976 | 0,28557 | 2,62 |
| $NO_x$ | kg/$m^3$ | 0,00033 | 0,00101 | 0,33 |
| $SO_2$ | kg/$m^3$ | 0,00481 | 0,00008 | 2,67 |
| CO | kg/$m^3$ | 0,00016 | 0,00013 | 1,23 |
| THC | kg/$m^3$ | 0,00036 | 0,00016 | 2,25 |
| **Tổng cộng** | | | | **17,63** |

Số tiền ký quỹ thực tế của dự án được tính như sau theo công thức số 1:

$$T_t = T_c \times K_t \ (1)$$

Với: $K_t = (Q_t/Q_c) \times (E_t/E_c)$

Trong đó : $T_c$ là số tiền ký quỹ chuẩn (đồng) được tính cho công suất chuẩn, được tính theo phương án cải tạo phục hồi môi trường là 7.350.543.798 đồng (Số giả định dựa vào phương án cải tạo phục hồi môi trường của Cụm mỏ đá Tân Đông Hiệp).

$Q_c$ là công suất chuẩn của một loại hình sản xuất (tính theo năm), dự án Cụm mỏ đá Tân Đông Hiệp thuộc mục Dự án khai thác, chế biến khoáng sản (đá xây dựng) bắt buộc phải lập báo cáo Đánh giá tác động môi trường. Chọn $Q_c$ = 2.000.000 $m^3$ sản phẩm/năm (ứng với với hạng

mục tinh chế, chế biến khoáng sản (đá xây dựng) rắn khác).

$E_c$ là chỉ số chuẩn khi doanh nghiệp đạt tất cả các chỉ tiêu BAT, $E_c$ = 12.

$T_t$ là số tiền ký quỹ thực tế của doanh nghiệp (đồng).

$K_t$ là hệ số tính ký quỹ cho 1 doanh nghiệp.

$Q_t$ là công suất thực tế của một loại hình sản xuất (tính theo năm), cụm mỏ đá Tân Đông Hiệp có công suất thực tế là $Q_t$ = 4.026.862 $m^3$ sản phẩm/năm.

$E_t$ là chỉ số thực khi so sánh các chỉ tiêu thực của doanh nghiệp với các chỉ tiêu BAT, theo tính toán $E_t$ = 17,63

Tính được:

$$K_t = \frac{E_t}{E_c} \times \frac{Q_t}{Q_c} = \frac{17,63}{12} \times \frac{4.026.862}{2.000.000} = 1,47x2,01 = 2,95$$

Suy ra:

$T_t = Tc \times K_t = 7.350.543.798 \times 2,95 = 21.684.104.204$ (đồng)

Như vậy, đối với dự án điển hình – cụm mỏ đá Tân Đông Hiệp với công suất khai thác 4.026.862 $m^3$ sản phẩm/năm, số tiền ký quỹ của dự án được tính toán dựa trên phương pháp luận sử dụng kỹ thuật BAT là **21.684.104.204** đồng.

Kết quả cho thấy, so với BAT, số tiền ký quỹ của dự án cao gấp 3 lần.

***3.5 Đánh giá tính khả thi và hiệu quả của việc áp dụng công cụ ký quỹ môi trường đối với các dự án khai thác, chế biến khoáng sản (đá xây dựng)***

Có thể nói, đến nay quy định của pháp luật về khoáng sản, pháp luật về Bảo vệ môi trường đã quy định khá đầy đủ, cụ thể và có tính khả thi về trách nhiệm của tổ chức, cá nhân khai thác khoáng sản trong công tác cải tạo phục hồi môi trường trong khai thác khoáng sản và đóng cửa mỏ khoáng sản. Nhờ đó, thời gian gần đây việc thực hiện trách nhiệm này của tổ chức, cá nhân khai thác khoáng sản đã cải thiện đáng kể. Từ đó cho thấy ký quỹ cải tạo, phục hồi môi trường là một công cụ kinh tế hữu hiệu đối với việc bảo vệ môi trường trong hoạt động khai thác khoáng sản (đá xây dựng). Tuy nhiên, trên thực tế quá trình triển khai những quy định đó còn gặp một số khó khăn. Nhiều chủ dự án khai thác khoáng sản (đá xây dựng) không chịu nộp tiền ký quỹ bảo vệ môi trường nhưng cơ quan nhà nước có thẩm quyền lúng túng tìm cách xử lý. Ở một số địa phương, chính quyền cấp huyện, xã chưa thực sự quan tâm đến công tác quản lý hiện trạng, quản lý quy hoạch nên khi các doanh nghiệp khai thác vượt quá phạm vi, giới hạn được cấp phép hoặc khai thác quá độ sâu nhưng không kịp thời phát hiện, ngăn chặn và báo cáo cấp có thẩm quyền xử lý. Công tác thanh tra, kiểm tra việc chấp hành quy định pháp luật về bảo vệ môi trường chưa thực hiện thường xuyên; xử lý vi phạm còn thiếu kiên quyết, chủ yếu xử phạt vi phạm hành chính, chưa có biện pháp đủ mạnh buộc các đơn vị gây ô nhiễm môi trường thực hiện phương án khắc phục hiện trạng, khôi phục môi trường. hiện nay, pháp luật chưa quy định cụ thể về trường hợp nếu chủ dự án khai thác khoáng sản (đá xây dựng) không thực hiện nghĩa vụ cải tạo, phục hồi môi trường thì cơ quan nhà nước nào sử dụng số tiền ký quỹ và thực hiện nghĩa vụ này. Vì vậy, ở địa phương nào có dự án khai thác khoáng sản (đá xây dựng) không thực hiện cải tạo, phục hồi môi trường thì thông thường Ủy ban nhân dân cấp tỉnh sẽ tiến hành thực hiện. Tuy nhiên, tình trạng các cơ quan đùn đẩy trách nhiệm giữa các đơn vị khiến cho quá trình phục hồi diễn ra chậm hoặc không được phục hồi.

***3.6 Đề xuất giải pháp xây dựng cơ chế ký quỹ môi trường đối với các dự án khai thác, chế biến khoáng sản***

(1) Cơ chế quản lý và sử dụng tiền ký quỹ môi trường

Quỹ bảo vệ môi trường Việt Nam hoặc quỹ bảo vệ môi trường cấp tỉnh hoặc tổ chức tài chính, tín dụng theo quy định của pháp luật là cơ quan quản lý tiền ký quỹ môi trường. Quỹ bảo vệ môi trường Việt Nam hoặc quỹ bảo vệ môi trường cấp tỉnh hoặc tổ chức tài chính, tín dụng theo quy định của pháp luật hoạt động không vì mục đích lợi nhuận nhưng phải bảo toàn vốn

điều lệ và tự bù đắp chi phí quản lý, được miễn nộp thuế và các khoản nộp ngân sách nhà nước đối với các hoạt động trong lĩnh vực bảo vệ môi trường theo quy định của pháp luật về thuế và pháp luật về ngân sách nhà nước. Quỹ chịu sự kiểm tra, thanh tra, kiểm toán về các hoạt động tài chính của cơ quan quản lý nhà nước về tài chính và Kiểm toán Nhà nước. Nhiệm vụ của quỹ bao gồm việc xử lý các vấn đề liên quan tới môi trường, xây dựng hạ tầng kỹ thuật bảo vệ môi trường các khu, cụm công nghiệp làng nghề, xử lý, cải tạo các khu vực môi trường bị ô nhiễm tại các khu công cộng, sản xuất các sản phẩm thân thiện với môi trường được Bộ Tài nguyên và Môi trường gắn Nhãn xanh Việt Nam; sản phẩm từ hoạt động tái chế, xử lý chất thải rắn của cơ sở xử lý chất thải (sinh hoạt, công nghiệp và chất thải nguy hại). Nghiêm cấm quỹ huy động vốn dưới hình thức nhận tiền gửi, phát hành kỳ phiếu, tín phiếu, trái phiếu, vay thương mại của các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước

(2) Xây dựng lộ trình trình áp dụng ký quỹ môi trường đối với các dự án khai thác, chế biến khoáng sản (đá xây dựng) phù hợp với đặc thù phát triển kinh tế xã hội và bảo vệ môi trường tại Việt Nam.

Xác định các cơ sở sở cần thiết cho việc xây dựng công cụ ký quỹ môi trường bao gồm xác định Kỹ thuật tốt nhất hiện có (BAT - best available technology); Tính toán thiệt hại môi trường trong trường hợp xảy ra ô nhiễm, suy thoái môi trường; Tính toán được số tiền ký quỹ môi trường đối với dự án và Ban hành văn bản pháp lý đưa vào thực hiện. Song song với việc thực hiện hướng dẫn kỹ thuật về áp dụng kỹ thuật hiện có tốt nhất đối với các loại hình sản xuất, kinh doanh, dịch vụ chế biến khoáng sản (đá xây dựng) có nguy cơ gây ô nhiễm môi trường, cơ quan chuyên môn là Bộ Tài nguyên Môi trường cần ban hành Thông tư hướng dẫn chi tiết cách tính toán thiệt hại môi trường trong trường hợp xảy ra ô nhiễm, suy thoái môi trường cho các loại hình sản xuất, kinh doanh, dịch vụ chế biến khoáng sản (đá xây dựng) có nguy cơ gây ô nhiễm môi trường.

(3) Đầu tư , xây dựng cơ sở hạ tầng phục vụ công tác quản lý và triển khai áp dụng ký quỹ môi trường đối các dự án khai thác, chế biến khoáng sản (đá xây dựng).

Thành lập cơ quan quản lý vấn đề ký quỹ môi trường, cụ thể là thành lập tổ chức quản lý KQMT trực thuộc Quỹ Bảo vệ Môi trường Việt Nam và thành lập các quỹ bảo vệ môi trường địa phương, đảm bảo mỗi địa phương đều có 1 quỹ bảo vệ môi trường giúp thuận tiện cho chủ dự án thực hiện thủ tục ký quỹ, quản lý tiền ký quỹ. Đầu tư hoàn thiện mạng lưới quan trắc môi trường tự động quốc gia nhằm đánh giá chính xác các tác động môi trường mà dự án gây ra, làm tiền đề phục vụ công tác điều tra, thẩm định số tiền ký quỹ, bồi thường thiệt hại và phục hồi môi trường. Đầu tư, ứng dụng công nghệ thông tin nhằm phục vụ hữu hiệu cho cải cách hành chính, quản lý điều hành tiên tiến. Và những vấn đề khác liên quan để hoàn thiện dần mô hình hoạt động của công tác quản lý, tạo đà cho sự phát triển bền vững. Xây dựng các chiến lược phát triển lâu bền cho cơ quan, bộ phận quản lý công tác ký quỹ môi trường. Xây dựng bản đồ phân vùng môi trường quốc gia trong đó phân rõ các vùng môi trường từ mức độ không nhạy cảm đến mức nhạy cảm cần bảo vệ. Việc xây dựng bản đồ phân vùng phục vụ công tác xác định kinh phí đảm bảo cho việc khắc phục môi trường khi có sự cố xảy ra. Dựa trên kinh nghiệm của Quốc tế, Để có thể triển khai công cụ KQMT đối với nhóm ngành chế biến khoáng sản (đá xây dựng) một cách hiệu quả cần phải có lộ trình nghiên cứu, ứng dụng thử nghiệm trước khi áp dụng rộng rãi. Để triển khai áp dụng KQMT cho nhóm ngành chế biến khoáng sản (đá xây dựng).

## 4. Kết luận

Trên cơ sở nghiên cứu, xác định hệ thống tiêu chí xác định công nghệ tốt nhất hiện có (BAT - best available technology), hệ thống tiêu chí xác định đối tượng phải ký quỹ môi trường, phương pháp tính toán số tiền ký quỹ môi trường để xây dựng được phương pháp tính toán số tiền ký quỹ môi trường đối với nhóm ngành chế biến khoáng sản (đá xây dựng). Phương pháp tính số tiền ký quỹ môi trường bao gồm các bước xác định số tiền ký quỹ chuẩn ($T_{cn}$) (đồng), chỉ

số đánh giá mức độ đạt chuẩn BAT ($E_{cn}$), chỉ số đánh giá kỹ thuận hiện có ($E_{tn}$), hệ số ký quỹ bảo vệ môi trường cho 1 doanh nghiệp ($K_{tn}$), số tiền ký quỹ bảo vệ môi trường ($T_{tn}$) (đồng).

Trên cơ sở phương pháp tính số tiền ký quỹ bảo vệ môi trường được xây dựng, đề tài đã nghiên cứu, áp dụng thử nghiệm tính số tiền ký quỹ môi trường đối với dự án sản xuất thuộc loại hình sản xuất công nghiệp đá xây dựng, Nhà máy chế biến đá xây dựng Tân Đông Hiệp (công suất 4.026.862 $m^3$/năm (đá nguyên khối)). Đối với loại hình đã nghiên cứu, xác định công nghệ tốt nhất hiện có (BAT - best available technology); tính toán, dự báo thiệt hại môi trường trong trường hợp xảy ra ô nhiễm, suy thoái môi trường; tính toán số tiền ký quỹ môi trường. Đề tài cũng đã đánh giá được tính khả thi và hiệu quả của việc áp dụng công cụ ký quỹ môi trường đối với các dự án chế biến khoáng sản (đá xây dựng) trên cơ sở phân tích, dự báo các tác động của việc áp dụng công cụ ký quỹ môi trường đối với các dự án chế biến khoáng sản (đá xây dựng) và đối với sự phát triển của xã hội nói chung, trong mối quan hệ với các công cụ hành chính, công cụ pháp lý và các biện pháp khác, đồng thời đề xuất phương hướng giải quyết.

Trên cơ sở nghiên cứu cơ sở pháp lý, cơ chế quản lý và sử dụng tiền ký quỹ, đề tài đã đề xuất các điều kiện triển khai công cụ ký quỹ môi trường đối với các dự án chế biến khoáng sản (đá xây dựng) vào thực tiễn tại Việt Nam, bao gồm đề xuất các nội dung cần hoàn thiện, bổ sung, điều chỉnh, xây dựng mới hệ thống văn bản quy phạm pháp luật nhằm tạo ra hành lang pháp lý cho việc triển khai ký quỹ môi trường đối với các dự án chế biến khoáng sản (đá xây dựng) vào thực tiễn công tác quản lý môi trường tại Việt Nam. Trong đó cần xác định thời điểm ký quỹ; những thủ tục để thực hiện ký quỹ; nguyên tắc quản lý và sử dụng; quản lý tiền quỹ (bên ký quỹ, tiền ký quỹ, lãi suất và kỳ hạn gửi tiền, lãi suất ký quỹ); sử dụng tiền ký quỹ (sử dụng tiền lãi, hoàn trả tiền ký quỹ); giám sát việc sử dụng tiền ký quỹ; vai trò của các bên liên quan; tiến trình các bước cần phải thực hiện trong xác định số tiền ký quỹ; lộ trình thực hiện áp dụng từng bước trong xác định ký quỹ môi trường; đề xuất xây dựng cơ quan quản lý quỹ; Cơ sở hạ tầng phục vụ công các ký quỹ môi trường; Tổ chức nguồn nhân lực quản lý quỹ bảo vệ môi trường.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Báo điện tử Tài nguyên và Môi trường – Cơ quan của Bộ Tài nguyên Và Môi trường (2020), Tích cực trong công tác phục hồi môi trường sau khai thác khoáng sản, 2020.
2. Bộ Tài nguyên và Môi trường (2012). Báo cáo tổng kết "Nhiệm vụ: Sơ kết, đánh giá 3 năm thực hiện Quyết định số 71/2008/QĐ-TTg ngày 29 tháng 5 năm 2008 về ký quỹ cải tạo, phục hồi môi trường đối với hoạt động khai thác khoáng sản và trình Thủ tướng Chính phủ dự thảo Quyết định sửa đổi, bổ sung".
3. Bộ Tài nguyên và Môi trường (2014). "Kết quả thực hiện Nghị quyết số 535/NQ-UBTVQH13, ngày 12/10/2012, về kết quả giám sát và đẩy mạnh việc thực hiện chính sách, pháp luật về quản lý, khai thác khoáng sản gắn với BVMT".
4. Bùi Đức Hiển (2010). Những vấn đề pháp lý về xác định thiệt hại do hành vi làm ô nhiễm môi trường ở Việt Nam hiện nay. Luận văn Thạc sỹ Luật dân sự, Đại học Quốc Gia.
5. Công ty CP Khoáng sản và Xây dựng Bình Dương (2018). Báo cáo Đánh giá tác động môi trường – Cụm mỏ đá xây dựng Tân Đông Hiệp, công suất 4.026.862 m3/năm (đá nguyên khối).
6. Ngô Minh Kiểm (2019). Ngành khai thác khoáng sản và những vấn đề được phát hiện từ kiểm toán. Báo Kiểm toán, Số 17+18.
7. Nguyễn Ngọc Anh Đào (2012). Pháp luật về sử dụng các công cụ kinh tế trong BVMT ở Việt nam hiện nay. Luận án tiến sĩ Luật học, Học viện Khoa học Xã hội.
8. Nguyễn Thế Chinh (2003). Giáo trình Kinh tế và quản lý Môi trường. Nhà xuất bản Thống Kê.
9. Sơn Ca (2011). Ký quỹ môi trường: Giải pháp về tài chính bảo vệ môi trường [online],

Báo Gia Lai điện tử, xem ngày 15/11/2023, từ:< https://baogialai.com.vn/ky-quy-moi-truong-giai-phap-ve-tai-chinh-bao-ve-moi-truong-post149232.html>.
10. Tạp chí Công Thương - Cơ quan thông tin lý luận của Bộ Công Thương (2021). Pháp luật về ký quỹ bảo vệ môi trường trong hoạt động khai thác khoáng sản, 2021.
11. Vũ Thu Hạnh (2007). "Bồi thường thiệt hại do ô nhiễm, suy thoái môi trường". Tạp chí khoa học pháp lý số 3, 98-121.
12. Xiaoyu Liu and Zonggou Wen (2012). "Best available techniques and pollution control: a case study on China's thermal power industry", Journal of Cleaner Production, Vol. 23, 113-121.

# DỰ BÁO LỚP PHỦ SỬ DỤNG ĐẤT BẰNG MÔ HÌNH CA - MARKOV TẠI HUYỆN DẦU TIẾNG, TỈNH BÌNH DƯƠNG

**Hà Tuấn Cường[1,2]*, Trần Lê Quang[1,2], Trần Hà Phương[3], Trần Thị Lập Xuân[2]**
[1]Phân viện Điều tra, Quy hoạch rừng Nam Bộ.
[2]Khoa Địa lý, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn.
Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh;
[3]Viện Cơ học và Tin học ứng dụng, Viện Hàn lâm Khoa học và Công nghệ Việt Nam.
*Tác giả liên hệ, Email: tuancuongdialyk38@gmail.com.

## TÓM TẮT

Huyện Dầu Tiếng (tỉnh Bình Dương) - địa phương được công nhận là một huyện nông thôn mới, đang nỗ lực quy hoạch, phát triển trở thành một đô thị xanh. Do đó, việc thành lập bản đồ hiện trạng sử dụng đất và dự báo xu thế biến đổi trong tương lai của các loại hình lớp phủ sử dụng đất đóng vai trò quan trọng trong công tác quản lý, sử dụng hợp lý nguồn tài nguyên và phát triển bền vững. Trong nghiên cứu này, chúng tôi sử dụng tư liệu ảnh vệ tinh Landsat 8 - 9 cùng với thuật toán Support Vector Machine để phân tích, đánh giá hiện trạng lớp phủ giai đoạn 2015 - 2022. Kết quả cho thấy, huyện Dầu Tiếng đang duy trì thế mạnh về sản xuất nông nghiệp, đặc biệt là thế mạnh cây cao su và cây ăn quả, song, quá trình đô thị hoá vẫn đang diễn ra trên khắp địa bàn huyện, thể hiện qua diện tích rừng tự nhiên và diện tích sản xuất nông nghiệp (ngoại trừ cây cao su) có xu hướng giảm và gia tăng diện tích của các bề mặt không thấm. Nhằm dự báo xu hướng thay đổi trong tương lai, mô hình CA-Markov được ứng dụng nhằm mô phỏng hiện trạng sử dụng đất vào năm 2030 và năm 2040. Trong tương lai, diện tích trồng cây cao su sẽ dần được chu chuyển, mở rộng vào quỹ đất xây dựng, trái lại, diện tích trồng cây công nghiệp hàng năm lại có xu hướng gia tăng. Những thông tin trên là cơ sở tham khảo cho công tác quy hoạch, sử dụng hợp lý tài nguyên thiên nhiên cũng như đề xuất các chính sách phát triển cho huyện Dầu Tiếng.
*Từ khóa:* Ảnh Landsat; CA-Markov; huyện Dầu Tiếng; sử dụng đất.

## 1. Giới thiệu

Việc thành lập bản đồ lớp phủ sử dụng đất (LULC) có vai trò quan trọng và ý nghĩa trong việc quản lý tài nguyên đất đai, định hướng quy hoạch và sử dụng quỹ đất vốn có ở hiện tại, lẫn tương lai. Hiểu được tốc độ thay đổi sử dụng đất theo thời gian, không gian và tìm ra nguyên nhân của sự biến động rất hữu ích trong việc chuẩn bị các mô hình và dự đoán tương lai về những thay đổi này (Nayak, 2005). Những sự biến đổi về mặt sử dụng đất không chỉ đến từ nguyên nhân tự nhiên mà còn có cả nguyên nhân con người. Khi quá trình đô thị hoá bắt đầu diễn ra rộng khắp, quỹ đất nông nghiệp cũng như diện tích đất có rừng dần dần bị chuyển đổi mục đích sang mục đích đất xây dựng và mở rộng các tuyến đường giao thông (Nguyễn Hữu Cường và cộng sự, 2021). Không chỉ vậy, việc gia tăng dân số song song với mở rộng đô thị đặt ra nhiều thách thức trong phát triển bền vững (Huỳnh Văn Chương, 2017). Sự phát triển của công nghệ GIS và viễn thám, việc giám sát biến động lớp phủ sử dụng đất trở nên nhanh chóng, hiệu quả và đặc biệt khả năng truy ngược quá khứ của tư liệu ảnh vệ tinh đa thời gian.

Trong những năm gần đây, các nghiên cứu về LULC đã sử dụng rất nhiều mô hình để dự đoán hoặc phân tích xu hướng thay đổi sử dụng đất. Các mô hình động thường phù hợp hơn để dự đoán những thay đổi về sử dụng đất trong tương lai so với các mô hình thống kê thực nghiệm (Guan, 2011). Việc dự báo thay đổi sử dụng đất theo thời gian là vấn đề cần thiết cho các cơ quan quản lý để phục vụ quy hoạch và định hướng phát triển (Phan Anh Thơ và

cộng sự, 2017). Hiện nay, các mô hình được sử dụng rộng rãi nhất trong giám sát và dự đoán sự thay đổi sử dụng đất, như các mô hình dựa trên phương trình phân tích, mô hình thống kê, mô hình tiến hóa, mô hình tế bào, mô hình Markov, mô hình lai, mô hình chuyên gia, mô hình hệ thống và mô hình đa tác nhân (Chen, 2018). Lập mô hình thay đổi độ che phủ đất có nghĩa là nội suy hoặc ngoại suy theo thời gian khi mô hình vượt quá khoảng thời gian đã biết.

Những nghiên cứu liên quan đến dự báo thay đổi sử dụng đất có thể kể đến như sau: Nhóm nghiên cứu Araya và cộng sự (2010) đã sử dụng phân tích Markov - CA trong phần mềm Idirsi để dự báo lớp phủ sử dụng đất tại Etúbal và Sesimbra (Bồ Đào Nha) vào năm 2020, với độ chính xác của mô hình ($K_{location}$) đạt 87 %; tương tự với nhóm nghiên cứu của Sang L. và cộng sự (2011), dựa trên phần mềm Idrisi để dự báo hiện trạng sử dụng đất năm 2015, căn cứ vào hiện trạng năm 2001 và năm 2008 tại Fangshan, Bắc Kinh (Trung Quốc). Mô hình chuỗi Markov là cách tiếp cận phổ biến nhất được sử dụng để mô phỏng động lực sử dụng đất. Tuy nhiên, rất khó để mô phỏng mô hình không gian của sự thay đổi sử dụng đất bằng mô hình chuỗi Markov, nên nó thường được tích hợp với một mô hình phân tích không gian khác, như mô hình tích hợp CA-Markov (Wang, 2012).

Trong nghiên cứu này, chúng tôi sử dụng ảnh vệ tinh Landsat 8 - 9 để tiến hành giải đoán lớp phủ sử dụng đất tại huyện Dầu Tiếng giai đoạn 2015 - 2022, từ đó làm cơ sở dữ liệu đầu vào cho việc dự báo thay đổi sử dụng đất bằng mô hình CA - Markov vào năm 2030, năm 2040. Kết quả nghiên cứu sẽ làm cơ sở cho công tác, quản lý quy hoạch đất đai, phục vụ cho mục đích dài hạn của huyện.

## 2. Dữ liệu và phương pháp

### *2.1 Dữ liệu ảnh vệ tinh Landsat 8*

Nghiên cứu này sử dụng Landsat 8 OLI/TIRS và Landsat 9 để giải đoán và phân loại LULC, các ảnh thu thập có độ che phủ mây dưới 10% và dữ liệu hình ảnh thu được trong mùa khô năm 2015, 2018 và 2022. Những ảnh Landsat này có điều kiện thời tiết ổn định và rõ ràng, không có lỗi hình học và khí quyển, và được tải xuống từ https://earthexplorer.usgs.gov/.

**Bảng 1. Thông về về ảnh Landsat sử dụng trong nghiên cứu**

| Mã cảnh ảnh | Thời gian thu thập | Độ che phủ mây (%) | Cột/hàng |
|---|---|---|---|
| LC08_L1TP_125052_20150209_20200909_02_T1 | 09/02/2015 | 0.09 | |
| LC08_L1TP_125052_20200207_20200823_02_T1 | 07/02/2020 | 2.03 | 125/52 |
| LC09_L1TP_125052_20220204_20230429_02_T1 | 04/02/2022 | 1.3 | |

Các kênh ảnh được sử dụng để giải đoán sẽ được tái cấu trúc (hay còn gọi là tăng cường độ phân giải) từ 30m thành 15m dựa trên kênh toàn sắc (kênh 8). Tất cả các bộ dữ liệu đã được đưa về hệ thống tọa độ Universal Transverse Mercator (UTM), múi 48 và WGS 1984 Datum và được cắt theo ranh giới huyện Dầu Tiếng. Ranh giới hành chính huyện Dầu Tiếng được tải từ trang Divagis.com. Dữ liệu hành chính thu thập từ trang Divagis có nguồn gốc từ The Global Administrative Areas (GADM) phiên bản 3.6, Cơ sở dữ liệu về các khu vực hành chính toàn cầu, là cơ sở dữ liệu có độ phân giải cao về các khu vực hành chính quốc gi được công bố và truy cập miễn phí nào tháng 01 năm 2018.

Trong nghiên cứu này, các bước từ hiệu chỉnh hệ toạ độ, cắt ảnh, tăng cường chất lượng ảnh và giải đoán ảnh được thực hiện trong phần mềm ArcGIS 10.7. Ngoài ra phần mềm IDRISI Selva (phiên bản 2012) được sử dụng để dự báo thay đổi LULC vào năm 2030 và năm 2040 vì khả năng tích hợp mô hình CA-Markov của nó.

### *2.2 Phương pháp giải đoán ảnh bằng thuật toán Support Vector Machine*

Trong nghiên cứu này, việc phân loại và giải đoán ảnh được thực hiện bằng phần mềm ArcGIS 10.7. Nghiên cứu đã sử dụng phương pháp Support Vector Machine (SVM) để phân loại lớp phủ. Đây là một kỹ thuật phân tích dữ liệu tự động có giám sát được sử dụng trong phân loại và phân tích hồi quy (Nguyen, T. T. P, 2020). SVM sử dụng thuật toán phân loại nhị phân để xác định ranh giới tối ưu và chính xác nhất để chia các điểm dữ liệu thành hai loại khác nhau. Phương pháp phân loại này được đánh giá là có độ chính xác cao bên cạnh các

phương pháp phân loại thường được sử dụng như Maximum Likelihood, Minimal Distance, Artificial Neural Network (Nguyen Ngoc Phuong, 2017).

**Bảng 2. Mô tả đặc điểm của các đối tượng lớp phủ có trong nghiên cứu này**

| LULC | Mô tả chung |
|---|---|
| Rừng tự nhiên | Cấu trúc thô, màu xanh đậm, dễ dàng nhận biết với các đối tượng thực vật khác. |
| Đất trồng cây cao su | Màu xanh đậm, cấu trúc tương đối mịn, độ tương phản giữa các vật thể xung quanh, dấu hiệu phân bố thành từng lô khi nhìn từ ảnh vệ tinh. |
| Cây trồng hàng năm | Cấu trúc rời rạc, có màu từ xanh đậm đến xanh nhạt. |
| Bề mặt không thấm | Dạng tuyến (đối với đường giao thông) và có cấu trúc rõ ràng, có màu sáng (hoặc màu trắng), nổi bật với các đối tượng xung quanh. |
| Đất trống với trảng cỏ | Màu nâu nhạt đến nâu sáng, chia thành các không gian riêng biệt dễ nhận biết. |
| Mặt nước | Màu xanh và có cấu trúc mịn. |

### *2.3 Phương pháp đánh giá độ chính xác sau phân loại*

Đánh giá độ chính xác được coi là một giai đoạn quan trọng trong việc đánh giá kết quả sau khi phân loại ảnh (so với các mẫu kiểm chứng thực tế). Trong nghiên cứu này, hệ số kappa được áp dụng bằng ma trận sai số để đánh giá tính chính xác của việc phân loại. Hệ số kappa là chỉ số về tỷ lệ trùng hợp không phụ thuộc vào sự ngẫu nhiên. Hệ số kappa (K) được tính bằng cách sử dụng công thức (1) (Ul Din, 2021).

$$K = \frac{N\sum_{i=1}^{r} x_{ii} - \sum_{i=1}^{r}(x_i + Xx_{+1})}{N^2 - \sum_{i=1}^{r}(x_{ii} Xx_{+1})} \quad (1)$$

*Trong đó:*

K đại diện cho kappa;

N = tổng số quan sát (pixel);

r = số hàng và số cột trong ma trận sai số;

xii = giá trị quan sát ở hàng i và cột i;

xi+ = tổng biên của hàng i và x+i = tổng biên của cột i.

Hệ số Kappa của các năm 2015, 2020 và 2022 sau khi giải đoán ảnh tại huyện Dầu Tiếng lần lượt là 0,71, 0,77 và 0,77.

### *2.4 Mô hình CA-Markov trong dự báo biến động sử dụng đất*

Mô hình CA-Markov trong *phần mềm Idrisi* có liên quan đến hai kỹ thuật, là phân tích *chuỗi Markov* và *Cellular Automata* (CA). CA làm nền tảng cho động lực của các sự kiện thay đổi dựa trên khái niệm vùng lân cận, để các vùng gần hơn với các khu vực hiện có của cùng một lớp có nhiều khả năng chuyển sang một lớp khác hơn. Mô hình kết hợp *"Cellular Automata"* và *"Chuỗi Markov"* được coi là có lợi cho việc lập mô hình các biến động LULC. Các vấn đề liên quan khi một mô hình CA-Markov thiếu đầu ra được quy chiếu theo không gian và các xác suất chuyển đổi có thể chính xác trên cơ sở phân loại, không có thông số kỹ thuật về sự phân bố theo không gian của từng loại hình LULC. Mô hình CA-Markov là một trong những mô hình được sử dụng phổ biến trong số nhiều công cụ và kỹ thuật lập mô hình LULC, mô hình hóa cả những thay đổi về không gian và thời gian (Regmi R., 2014; Weng Q., 2002), dùng dự đoán xu hướng và đặc điểm LULC theo thời gian (Nouri J., 2014). Phương trình dùng để giải thích dự đoán thay đổi sử dụng đất như sau (Sang L., 2011):

$$S\ (t,\ t\ +\ 1)\ =\ Pij\ \times\ S\ (t) \quad (2)$$

*Trong đó:* S(t) và S(t + 1) là các trạng thái của hệ thống tại thời điểm t và (t + 1). $P_{ij}$ là ma trận xác suất chuyển trạng thái ở một trạng thái và được tính như sau:

$$P = \begin{bmatrix} P_{11} & P_{12} & \cdots & P_{1n} \\ P_{21} & P_{22} & \cdots & P_{2n} \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ P_{n1} & P_{n2} & \cdots & P_{nn} \end{bmatrix} \quad (3)$$

*Trong đó:* $0 \leq Pij \leq 1$ và $\sum_{j=1}^{n} Pij\ =\ 1$

Mô hình CA-Markov được sử dụng năm 2015 và năm 2022 để dự đoán diện tích che phủ đất vào năm 2030 và năm 2040 tại huyện Dầu Tiếng. Độ chính xác của diện tích đất dự kiến được đánh giá bằng độ che phủ đất được phân loại của năm 2022. Bộ lọc liền kề tiêu chuẩn 5×5 pixel được sử dụng trong nghiên cứu này trên các hình ảnh phù hợp để xác định vùng lân cận của từng ô pixel của lớp phủ đất.

***2.5 Kiểm định mô hình dự báo***

Hệ số Kappa không có khả năng (κno), hệ số Kappa cho vị trí (κlocation) và hệ số Kappa tiêu chuẩn (κstandar) được sử dụng để xác thực mô hình CA-Markov nhằm dự đoán LULC. Hệ số kappa không có khả năng (κno) cung cấp độ chính xác tổng thể của quá trình chạy mô phỏng, trong khi hệ số κlocation xác nhận vị trí và số lượng giữa bản đồ thực và bản đồ mô phỏng và hệ số κstandar so sánh tỷ lệ quan sát đúng với tỷ lệ dự kiến đúng do ngẫu nhiên (Nadoushan M.A., 2015; Sayemuzzaman M., 2014). Trên thực tế, việc sử dụng tham số, κno, κlocation và κstandar trong đánh giá mô phỏng được khuyến khích trong các nghiên cứu (Pontius R.G, 2000).

Giá trị Kno < 0.4 cho thấy độ chính xác kém và ít nhất quán giữa bản đồ mô phỏng dự báo với bản đồ giải đoán thực tế; 0.4 < Kno<0.75 cho thấy kết quả có độ chính xác trung bình và Kno > 0.75 thì mức độ nhất quán giữa 2 bản đồ mô phỏng và bản đồ thực tế có độ chính xác cao và có thể sử dụng ước tính cho các mô hình tiếp theo (H. Feng, 2012).

**3. Kết quả và thảo luận**

***3.1 Thay đổi hiện trạng lớp phủ sử dụng đất năm 2015, năm 2020 và năm 2022***

Kết quả giải đoán cho thấy cây cao su và rừng tự nhiên (ở xung quanh hồ Dầu Tiếng, một phần ở xã Long Tâm và Minh Thành) chiếm phần lớn diện tích huyện Dầu Tiếng. Đối với diện tích cây cao su, tùy theo thời điểm thu thập ảnh vệ tinh và thời điểm khai thác cây cao su, lớp phủ này có thể dễ dàng chuyển sang đất trống có cỏ nếu sau khi đã khai thác và thu hoạch cao su. Nhưng nhìn chung diện tích cây cao su chiếm phần lớn trong LULC hiện nay của huyện Dầu Tiếng, cụ thể là 42,089,67 ha vào năm 2015, 41,206,51 ha vào năm 2020 và 44,263,92 ha vào năm 2022.

Đất trống có trảng cỏ, đây là loại đất xuất hiện sau khi khai thác cây cao su, cho nên loại hình sử dụng đất này cũng thể hiểu là đất được sử dụng cho mục đích trồng cây cao su. Diện tích cây cao su tại thời điểm năm 2022 trở lại đây, do trên 70%, diện tích cao su hiện nay sử dụng giống củ, thoái hóa, cho năng suất thấp, một số vườn cây của cao su tiểu điền khai thác không đúng quy trình và thời gian sinh trưởng dẫn đến sản lượng không cao, vườn cây cao su Dầu Tiếng đang trong giai đoạn tái canh trồng mới chưa đến thời kỳ khai thác do đó khi nhìn trên ảnh vệ tinh, những khu vực này là cây non hoặc đang là đất trống với trảng cỏ (UBND huyện Dầu Tiếng, 2020).

Diện tích rừng tự nhiên được duy trì ở mức > 70.000 ha, tuy nhiên đối tượng này dễ bị nhầm lẫn với cây cao su trưởng thành khiến năm 2020 diện tích rừng tự nhiên giảm gần 300 ha so với 2 thời điểm trước.

Diện tích bề mặt không thấm nước (bao gồm khu dân cư, công trình xây dựng phục vụ cho mục đích sản xuất, dịch vụ, đường giao thông,…) chiếm diện tích lớn thứ 3 so với các loại LULC khác nhưng giai đoạn 2020 - 2022 diện tích bề mặt không thấm nước tăng từ 7.285,73 ha vào năm 2015 lên hơn 9.000 ha và đến năm 2022,trở thành thảm phủ có diện tích lớn nhất so với các loại LULC khác (9.624,41 ha vào năm 2022).

Mặt nước ở huyện Dầu Tiếng chủ yếu đến từ hồ Dầu Tiếng và hồ Cần Nôm, một phần đến từ đập Long Hòa. Tuy nhiên, diện tích luôn biến động, phụ thuộc vào lượng mưa trong tháng và nhu cầu cấp nước cho hoạt động nông nghiệp. Vào năm 2022, diện tích mặt nước tại huyện Dầu Tiếng có diện tích tăng đáng kể, từ 4,461.78 ha lên đến 5,356.71, tăng 714,93. Nguyên nhân của sự gia tăng này do sự hình thành và xây dựng dự án kết nối thuỷ lợi - tưới tiêu kết nối sông Vàm Cỏ và hồ Dầu Tiếng ở địa phận tỉnh Tây Ninh để hạn chế việc thiếu nước cho các huyện nằm dọc biên giới như huyện Châu Thành, huyện Bến Cầu (tỉnh Tây Ninh).

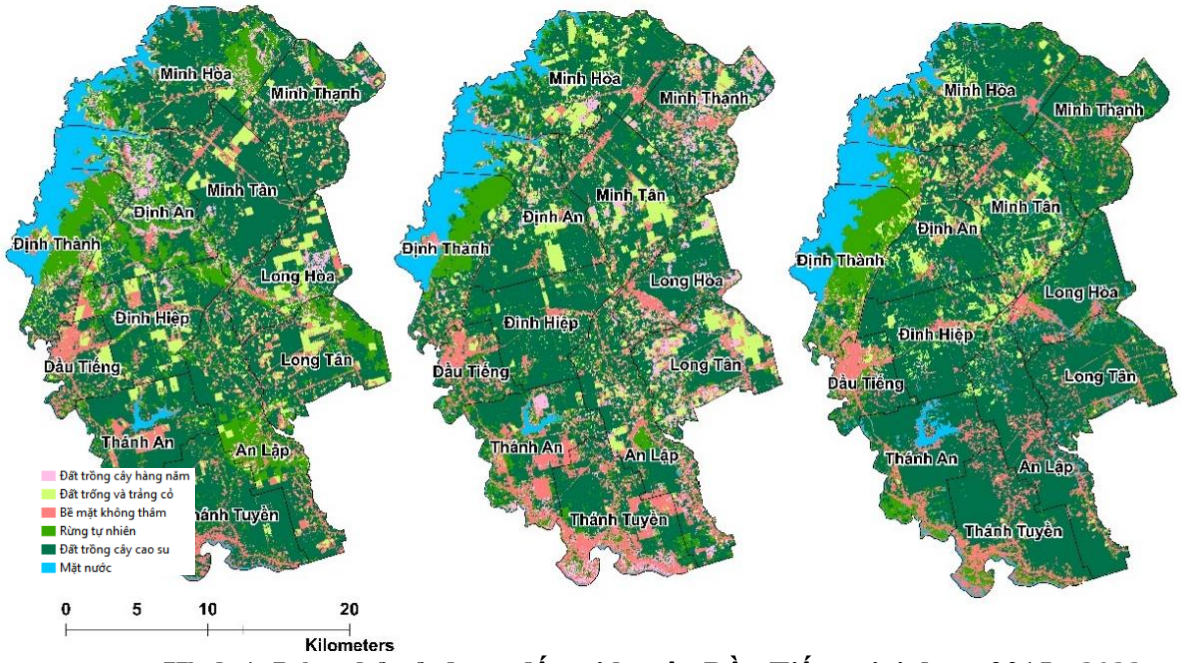
Diện tích trồng cây hàng năm ở huyện Dầu Tiếng chủ yếu là bưởi, cam, măng cụt và

lúa. Tùy theo thời điểm thu ảnh vệ tinh mà diện tích trồng cây hàng năm luôn thay đổi do trùng với thời điểm thu hoạch hoặc thời điểm cây non vừa mới trồng. Tuy nhiên, giai đoạn 2015 – 2020, diện tích cây hàng năm tăng do sự đầu tư công nghệ cao, xuất hiện hình thức thâm canh, mô hình trồng cây ăn trái đạt năng suất cao cùng với nhiều hỗ trợ trong chuỗi cung ứng sản phẩm nông nghiệp, trong đó các loại cây ăn trái như măng cụt, bưởi, cam,… rất được chú trọng tại huyện Dầu Tiếng.

Số liệu thống kê diện tích của từng loại hình sử dụng đất được thể hiện qua bảng 3:

**Bảng 3. Biến động diện tích các lớp phủ sử dụng đất tại huyện Dầu Tiếng giai đoạn 2015 – 2022**

| Lớp phủ | 2015 | | 2020 | | 2022 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Diện tích (ha) | Tỷ lệ (%) | Diện tích (ha) | Tỷ lệ (%) | Diện tích (ha) | Tỷ lệ (%) |
| Đất trồng cây hàng năm | 2.862,73 | 3,97 | 3.920,30 | 5,43 | 654,40 | 0,91 |
| Đất trống với trảng cỏ | 7.713,29 | 10,69 | 6.184,53 | 8,57 | 4.526,37 | 6,27 |
| Bề mặt không thấm | 7.285,74 | 10,10 | 8.730,19 | 12,10 | 9.624,41 | 13,34 |
| Rừng tự nhiên | 7.757,12 | 10,75 | 7.478,19 | 10,36 | 7.736,10 | 10,72 |
| Đất trồng cây cao su | 42.089,67 | 58,33 | 41.206,52 | 57,10 | 44.263,92 | 61,34 |
| Mặt nước | 4.453,86 | 6,17 | 4.641,78 | 6,43 | 5.356,71 | 7,42 |
| **Tổng** | **72.162** | **100** | **72.162** | **100** | **72.162** | **100** |




**Hình 1. Lớp phủ sử dụng đất tại huyện Dầu Tiếng giai đoạn 2015 - 2022**

### *3.2 Dự báo lớp phủ sử dụng đất năm 2030 và năm 2040*

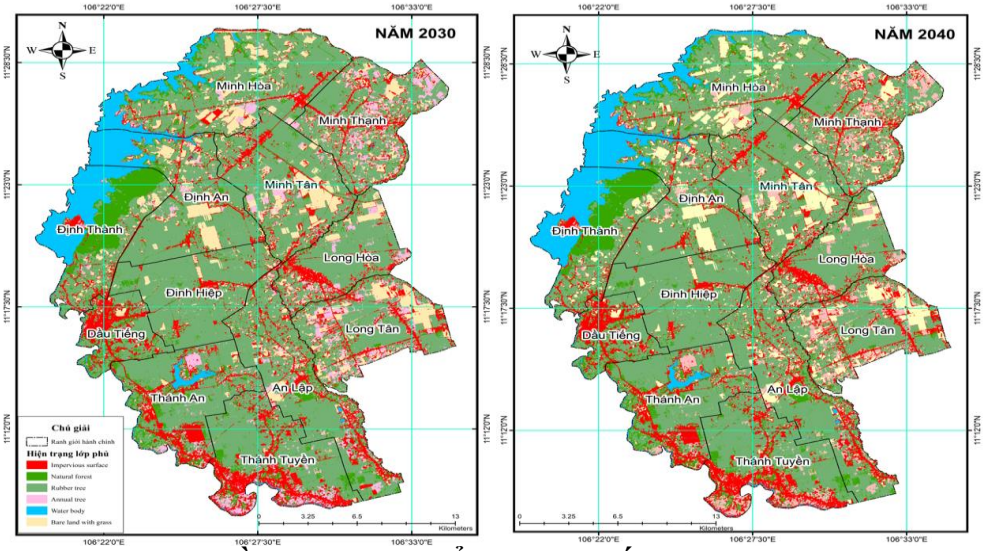
Trên cơ sở ma trận xác suất chu chuyển diện tích từ LULC này sang các LULC còn lại thông qua biến động diện tích lớp phủ giai đoạn 2015 - 2022. Mô hình phân tích chuỗi CA-Markov trong Idrisi đã được thực hiện để ước tính ma trận chuyển tiếp trong đất liền giữa hai thời điểm năm 2015, năm 2022 và ước tính xác suất thay đổi cho thời điểm tương lai.

Để dự báo sự thay đổi về sử dụng đất và lớp phủ đất trong 8 năm (dự báo năm 2030) và trong 12 năm (dự báo năm 2040) bằng cách sử dụng LULC đã biết của năm 2015, năm 2022, số liệu thống kê xác suất về thay đổi sử dụng đất và lớp phủ đất dự báo cho tương lai được tạo ra thông qua việc lập bảng chéo của hai bản đồ LULC. Như vậy, mô hình CA Markov kết hợp cả khái niệm về quy trình chuỗi Markov và bộ lọc CA, sau khi lấy xác suất chuyển tiếp Markov, CA đã sử dụng ma trận xác suất chuyển đổi và hình ảnh xác suất (ở đây là bản đồ khả năng phù hợp/bằng chứng - *suitability/evidence likelihood map*) để dự đoán LULC, tổng số lần lặp dựa trên số bước thời gian, trong 8 - 12 năm, mô hình sẽ chọn hoàn thành chạy

trong 8 hoặc 12 lần lặp (M. Surabuddin Mondal và cộng sự, 2019). Kết quả cho thấy tổng diện tích dự kiến sẽ thay đổi trong khoảng thời gian tiếp theo 2022 - 2030 và 2022 - 2040. Ma trận xác suất chuyển tiếp biểu thị khả năng một pixel thuộc một lớp nhất định sẽ đổi sang bất kỳ lớp nào khác (hoặc giữ nguyên) vào năm 2030 và năm 2040.

**Bảng 4. Ma trận xác suất chuyển đổi**

| | | Bề mặt không thấm | Rừng tự nhiên | Đất trồng cây cao su | Mặt nước | Đất trồng cây hàng năm | Đất trống có cỏ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Dự báo năm 2030** | Bề mặt không thấm | 0,3829 | 0,3384 | 0,0000 | 0,0177 | 0,2607 | 0,0003 |
| | Rừng tự nhiên | 0,4309 | 0,4699 | 0,0263 | 0,0102 | 0,0614 | 0,0013 |
| | Đất trồng cây cao su | 0,2146 | 0,2235 | 0,0000 | 0,0097 | 0,5521 | 0,0002 |
| | Mặt nước | 0,2897 | 0,3183 | 0,0047 | 0,2309 | 0,1559 | 0,0005 |
| | Đất trồng cây hàng năm | 0,3474 | 0,3429 | 0,0000 | 0,0116 | 0,2977 | 0,0004 |
| | Đất trống có cỏ | 0,1475 | 0,1215 | 0,0000 | 0,0118 | 0,7192 | 0,0000 |
| **Dự báo năm 2040** | Bề mặt không thấm | 0,0000 | 0,6552 | 0,0156 | 0,0284 | 0,2995 | 0,0013 |
| | Rừng tự nhiên | 0,6222 | 0,000 | 0,011 | 0,0259 | 0,3397 | 0,0011 |
| | Đất trồng cây cao su | 0,408 | 0,4193 | 0,0000 | 0,0137 | 0,1577 | 0,0009 |
| | Mặt nước | 0,3981 | 0,4063 | 0,0096 | 0,000 | 0,1853 | 0,0008 |
| | Đất trồng cây hàng năm | 0,4841 | 0,4839 | 0,0122 | 0,0187 | 0,0000 | 0,001 |
| | Đất trống có cỏ | 0,4102 | 0,4273 | 0,0168 | 0,0131 | 0,1326 | 0,000 |




**Hình 2. Bản đồ dự báo thay đổi sử dụng đất vào năm 2030 và năm 2040 tại huyện Dầu Tiếng**

Mô hình dự báo đến năm cho thấy diện tích đất rừng tiếp tục giảm mạnh 1,364.95 ha (từ 7,757.12 ha vào năm 2020 xuống còn 6,392.17 ha vào năm 2040), trong đó giảm nhiều ở giai đoạn 2020 – 2030 với diện tích là 1,343.26 ha.

Diện tích đất trồng cây hằng năm được dự báo tăng với diện tích tương đối lớn, trong đó giai đoạn 2020 - 2030 tăng gần 2.000 ha. Trong khi đối với diện tích trồng cây cao su có xu hướng giảm. Diện tích đất trồng cây cao su giảm 2,627.95 ha, từ 42,089.67 ha năm 2020 xuống còn 39,462.72 ha năm 2040.

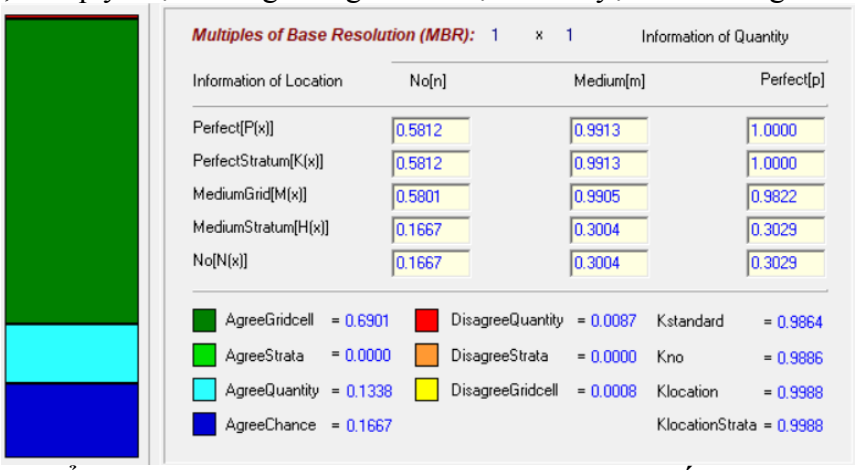
Sự mở rộng các khu dân cư, sản xuất công nghiệp, phát triển cơ sở hạ tầng trong tiến trình đô thị hoá đã khiến cho diện tích của các bề mặt không thấm tăng nhanh chóng, từ 7,285.74 ha vào năm 2020 đến 10,293.47 ha vào năm 2030. Diện tích đất mặt nước tăng từ 4,453.86 ha lên 4,569.82 ha (bảng 5).

**Bảng 5. Dự báo thay đổi sử dụng đất tại huyện Dầu Tiếng**

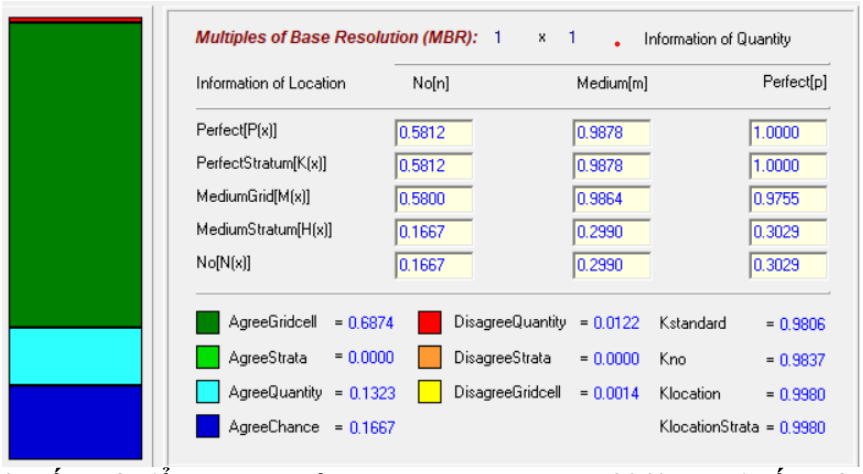
| Lớp phủ | 2020 | | 2030 | | 2040 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Diện tích (ha) | Tỷ lệ (%) | Diện tích (ha) | Tỷ lệ (%) | Diện tích (ha) | Tỷ lệ (%) |
| Đất trồng cây hàng năm | 2,862.73 | 3,97 | 4,674.40 | 6.48 | 4,667.85 | 6.47 |
| Đất trống với trảng cỏ | 7,713.29 | 10,69 | 6,825.81 | 9.46 | 6,766.59 | 9.38 |
| Bề mặt không thấm | 7,285.74 | 10,10 | 10,293.47 | 14.26 | 10,146.01 | 14.06 |
| Rừng tự nhiên | 7,757.12 | 10,75 | 6,413.86 | 8.89 | 6,392.17 | 8.86 |
| Đất trồng cây cao su | 42,089.67 | 58,33 | 39,384.60 | 54.58 | 39,461.72 | 54.68 |
| Mặt nước | 4,453.86 | 6,17 | 4,569.82 | 6.33 | 4,727.61 | 6.55 |
| **Tổng** | **72.162** | **100** | **72.162** | **100** | **72.162** | **100** |

Sau khi bất kỳ mô hình nào tạo ra bản đồ mô phỏng, điều mong muốn là xác nhận tính chính xác của kết quả bản đồ dự đoán. Vì vậy, việc kiểm chứng mô hình là một trong những giai đoạn quan trọng trong dự báo sử dụng đất. Module *Validate* bao gồm phân tích so sánh giữa bản đồ mô phỏng và thực tế dựa trên hệ số kappa. Tuy nhiên, nó khác với hệ số kappa truyền thống của những bản đồ giải đoán và phân loại ảnh là ở việc nó chia việc xác nhận thành nhiều thành phần, mỗi thành phần có dạng Kappa đặc biệt như $K_{no}$, $K_{loacation}$, $K_{standard}$,... và các thống kê liên quan (Pontius, 2015; Eastman, 2006). Sử dụng chức năng kiểm chứng Validate của phần mềm Idirsi, so sánh kết quả mô hình hóa đến năm 2030 và năm 2040 với bản đồ phân loại lớp phủ năm 2022, giá trị Kno cao, chứng tỏ có sự nhất quán giữa kết quả dự báo năm 2030, năm 2040 với năm 2022.

Theo Liping Chen và cộng sự (2018), nếu kết quả lớn hơn 0,8 thì hệ số kappa cho kết quả mô phỏng coi là chính xác. Các kết quả cho thấy giá trị K của năm 2030 và năm 20240 (K standar > 0,98; Kno > 0,988 K vị trí > 0,99; K vị trí Strata > 0,999) trên 0,8 cho thấy mức độ chính xác thỏa đáng. Do đó, mô hình CA-Markov phù hợp để dự đoán chính xác LULC trong tương lai của khu vực nghiên cứu. Hơn nữa, nghiên cứu này có thể làm cơ sở tham khảo cho việc quản lý tài nguyên thiên nhiên cũng như ra quyết định và lập kế hoạch liên quan đến việc sử dụng đất, các quy hoạch trong tương lai của địa bàn huyện Dầu Tiếng.




**Hình 3. Kết quả kiểm chứng mô hình hoá dự báo năm 2030 so với kết quả giải đoán năm 2022**




**Hình 4. Kết quả kiểm chứng mô hình hoá dự báo năm 2040 so với kết quả giải đoán năm 2022.**

### *3.3 So sánh, trao đổi với các nghiên cứu khác*

Phương pháp chuỗi CA-Markov hoạt động dựa trên việc phát triển ma trận xác suất chuyển đổi về thay đổi sử dụng đất giữa hai thời điểm khác nhau và trên cơ sở số lần lập lại, được sử dụng để đưa ra ước tính về xác suất mỗi pixel của các lớp LULC nhất định chuyển đổi sang một lớp khác hoặc vẫn ở cùng một lớp. Do đó, mô hình này rất tốt và hữu ích để hiểu bản chất ngẫu nhiên và tính ổn định của việc sử dụng/lớp phủ đất (Mondel Sharma, 2016). Các nghiên cứu khi sử dụng mô hình CA-Markov trong dự báo sử dụng đất, đặc biệt có thể kể đến như: Dự báo diện tích rừng và đất trồng trọt sẽ bị giảm, trong khi diện tích đất xây dựng tăng, kết quả dự báo đạt ở mức tốt với Kstandar, Kno và Klocation đều trên > 0,8 (Wendaraw Abdisa Gemmechis, 2022); việc áp dụng mô hình Markov dự báo thay đổi LULC tỉnh Cà Mau cho thấy diện tích đất sản xuất nông nghiệp sẽ giảm để chuyển sang đất ở, đất chuyên dùng và nuôi trồng thủy sản, với kết quả độ chính xác kiểm chứng của mô hình dự báo lên đến 98,6% (Phạm Hoàng Vũ, 2017). Trong nghiên cứu này, việc sử dụng mô hình CA-Markov đem lại kết quả khả quan với hệ số kappa đạt > 98% khi so sánh với các nghiên cứu khác sử dụng mô hình này.

Do đó, có thể thấy CA-Markov cho phép mô phỏng toàn diện hơn so với các phương pháp khác như mô hình GEOMOD và CLUE (J.F Mas, 2008). Tuy nhiên, việc hiệu chuẩn CA-Markov được vận hành dựa trên một khoảng thời gian duy nhất, điều này gây khó khăn trong việc mô phỏng động lực che phủ đất ở quy mô thời gian (M. Paegelow, 2005). Mô hình logistic có thể dễ dàng xác định ảnh hưởng của các yếu tố thúc đẩy và cũng cung cấp mức độ tin cậy về sự đóng góp của chúng, phương pháp này ngày càng trở nên phổ biến đối với các mô phỏng biến động sử dụng đất trên toàn thế giới (Nguyễn Hữu Cường, 2011). Ngoài ra, phương pháp phân tích thứ bậc AHP cũng được tích hợp vào sử dụng với mô hình CA-Markov để giải quyết bài toán tìm trọng số các chỉ tiêu LULC và các yếu tố tiềm năng chi phối biến động LULC (Tạ Văn Hạnh, 2023).

## 4. Kết luận

Thông qua kết quả giải đoán ảnh vệ tinh Landsat 8 - 9 cùng với thuật toán Support Vector Machine, kết quả của nghiên cứu cho thấy rằng, huyện Dầu Tiếng của tỉnh Bình Dương đang trong quá trình phát triển đô thị hoá, song song với việc phát huy thế mạnh của mình là nông nghiệp, điển hình là trồng cây cao su - cây trồng chủ lực của tỉnh. Trong đó, diện tích đất bề mặt không thấm tăng liên tục, trong khi diện tích rừng và diện tích đất nông nghiệp có xu hướng giảm. Việc thành lập bản đồ hiện trạng lớp phủ sử dụng đất tại huyện Dầu Tiếng giai đoạn 2015 - 2022 là cơ sở đầu vào của việc xây dựng ma trận dự báo thay đổi sự dụng đất trong tương lai. Việc sử dụng tích hợp mô hình CA-Markov kết hợp hiệu quả các ưu điểm của dự đoán dài hạn của mô hình Markov và khả năng của mô hình Cellular Automata (CA) để mô phỏng sự thay đổi không gian trong một hệ thống phức tạp và mô hình

hỗn hợp này có thể mô phỏng đất một cách hiệu quả tương đối cao. Tuy nhiên, để mang lại hiệu quả cao hơn trong công tác quy hoạch, cũng như đánh giá xu thế phát triển kinh tế - xã hội, nghiên cứu này cũng cần phải liên kết được với các yếu tố khác như dân cư, chính sách phát triển, cũng như định hướng quy hoạch của huyện Dầu Tiếng trong tương lai.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Araya, Y. H., Cabral, P. (2010). Analysis and modeling of urban landcover change in Setúbal and Sesimbra, Portugal. *Remote Sensing*, 2(6), 1549–1563.
2. Eastman J. R. (2006). *IDRISI Andes, Guide to GIS and Image Processing.*
3. Gharaibeh Anne, Shaamala Abdulrazzaq, Obeidat Rasha, Al-Kofahi Salman. (2020). Improving land-use change modeling by integrating ANN with Cellular Automata-Markov Chain model. *Heliyon*. 6. e05092. 10.1016/j.heliyon.2020.e05092
4. Guan D., Li H., Inohae T., Su W., Nagaie T., Hokao K. (2011). Modeling urban land use change by the integration of cellular-automaton and Markov model. *Ecological Modelling*, 222(20–22), 3761–3772
5. H. Feng, H. Liu, B. Zhou, X. Mao, X. J.G. Zhao (2012). *Study on the parameters behaviors of the SLEUTH model*.
6. Huỳnh Văn Chương, Châu Võ Trung Thông, Huỳnh Công Hưng. (2017). Nghiên cứu và dự báo biến động sử dụng đất tại thành phố Nha Trang, tỉnh Khánh Hoà ứng dụng trong chuỗi Markov và GIS. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ Nông nghiệp*, tập 1(1), 2017.
7. J. F. Mas, M. Paegelow, B. de Jong, O. Masera, G. Guerrero, M. Follador. (2008). Modelling Tropical Deforestation: A Comparison of Approaches. www.csr.ufmg.br/dinamica/publications.
8. Liping Chen, Yujun Sun, Saeed Sajjad. (2018). *Monitoring and predicting land use and land cover changes using remote sensing and GIS techniques - A case study of a hilly area, Jiangle, China.* PLOS ONE. 13. e0200493. 10.1371/journal.pone.0200493
9. M. Paegelow, M. T. C. Olmedo. (2005). Possibilities and Limits of Prospective GIS Land Cover Modelling - A Compared Case Study: Garrotxes (France) and Alta Alpujarra Granadina (Spain). *International Journal of Geographical Information Science*, Vol. 19, No. 6, pp. 697-722.
10. M. Surabuddin Mondal, N. Sharma, M. Kappas, P. K. Garg. (2019). *CA - Markov modeling of land use land cover dynamics and sensitivity analysis to identify sensitive parameter(s).* The International Archives of the Photogrammetry, Remote Sensing and Spatial Information Sciences, Volume XLII-2/W13, ISPRS Geospatial Week 2019, 10–14 June 2019, Enschede, The Netherlands.
11. Mondel S, Sharma N, Martin G.P. (2016). Statistical Independence test and Validation of CA Markov land cover prediction results. *The Egyptian Journal of Remote Sensing and Space Science*, 259-272.
12. Nadoushan, M.A., Soffianian, A., Alebrahim, A. (2015). Modeling land use/cover changes by the combination of markov chain and cellular automata markov (CA-Markov) models. *J. Earth Environ. Health Sci.*, 1, 16–21.
13. Nayak, S. R., & Chauhan, H. B. (2005). Land Use/Land Cover changes near Hazir region, Gujarat using remote sensing satellite data. *Journal of the Indian Society of Remote Sensing*, *33*(3), 413–420.
14. Nguyễn Hữu Cường, Nguyễn Văn Cương, Nguyễn Thanh Hằng. (2021). Tích hợp chuỗi Markov và hồi quy Logistic dự báo biến động mục đích sử dụng đất tại huyện Lâm Hà, tỉnh Lâm Đồng. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, tập 58, số 2A (2022): 32-42.
15. Nguyen Ngoc Phuong Thanh, Pham Bach Viet, Ho Lam Truong. (2017). *Evaluate the*

*accuracy of Google Earth Engine in satellite imagery classification.* The 15th Conference On Science & Technology, HCMUT, 20-Oct-2017.
16. Nguyen, T. T. P., Mac Duy, H., Duong, T. N., & Nghiem, T. D. (2020). Forecast of Hourly Tropospheric Ozone Concentration in Quang Ninh using MLP and SVM. *VNU Journal of Science: Earth and Environmental Science.,* 36(3), 46-54
17. Nouri J., Gharagozlou A., Arjmandi R., Faryadi, S., Adl M. (2014). Predicting urban land use changes using a CA–Markov model. *Arab. J. Sci. Eng, 39*, 5565–557.
18. Phan Anh Thơ, Ngô Anh Tú. (2021). Ứng dụng mô hình toán và kỹ thuật GIS trong dự báo biến động đất đai trên địa bàn thành phố Quy Nhơn. *Tạp chí Khoa học Tài nguyên và Môi trường*, số 37.
19. Phan Hoàng Vũ, Phạm Thanh Vũ, Trần Cẩm Tú và Võ Quang Minh (2017). Ứng dụng hệ thống thông tin địa lý và chuỗi Markov trong đánh giá biến động và dự báo nhu cầu sử dụng đất đai. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, số chuyên đề: Công nghệ thông tin: 119-124.
20. Pontius, R.G. (2015). Quantification error versus location error in comparison of categorical maps. *Photogramm. Eng. Remote Sens*, 66, 1011–1016.
21. Regmi R., Saha, S., Balla M. (2014). Geospatial analysis of land use land cover change predictive modeling at Phewa Lake Watershed of Nepal. *Int. J. Curr. Eng. Tech,* 4, 2617–2627.
22. Sang, L., Zhang, C., Yang, J., Zhu, D., & Yun, W. (2011). Simulation ofland use spatial pattern of towns and villages based on CA–Markovmodel. *Mathematical and Computer Modelling*, 54(3-4), 938–943.
23. Sayemuzzaman M., Jha M. (2012). Modeling of future land cover land use change in North Carolina using Markov chain and cellular automata model. *Am. J. Eng. Appl. Sci., 7*, 295–306.
24. Tạ Văn Hạnh, Phạm Quang Vinh (2023). Tích hợp CA-Markov và AHP dự báo biến động lớp phủ sử dụng đất huyện Văn Yên, tỉnh Yên Bái. *Tạp chí Khoa học Đo đạc và Bản đồ*, số 58-12/2023.
25. Ul Din, S Mak, H.W.L. (2021) Retrieval of Land-Use/Land Cover Change (LUCC) Maps and Urban Expansion Dynamics of Hyderabad, Pakistan via Landsat Datasets and Support Vector Machine Framework. *Remote Sens*, 13, 3337.
26. Ủy ban nhân dân huyện Dầu Tiếng (2020). *Báo cáo tóm tắt kết quả thực hiện Kế hoạch phát triển nông nghiệp – nông thôn (2017 - 2020), phương hướng phát triển nông nghiệp – nông thôn (2020 - 2025).*
27. Wang S.Q., Zheng X.Q., & Zang X.B. (2012). Accuracy assessments of land use change simulation based on Markov-CA model. *Procedia Environmental Sciences*, 13,1238–1245.
28. Wendaraw Abdisa Gemmechis (2022). *Land Use Land Cover Dynamics Using CA-Markov Chain Model and Geospatial Techniques: A Case of Belete Gera Regional Forest Priority Area, South Western Ethiopia.* 18 July 2022, PREPRINT (Version 1) available at Research Square.
29. Weng, Q. (2002). Land use change analysis in the Zhujiang Delta of China using satellite remote sensing, GIS and stochastic modelling. *J. Environ. Manag.*, 64, 273–284.

# KHẢO SÁT CÁC CHỈ TIÊU HOÁ LÝ VÀ THÀNH PHẦN HOÁ HỌC CỦA CỦ ĐẠI KÍCH BIỂN (*Pouzolzia zeylanica*) TRỒNG TRÊN VÙNG CÁT BIỂN TẠI HUYỆN THẠNH PHÚ, TỈNH BẾN TRE

**Ngô Trần Thuỳ Trang[1,2,*], Quách Thanh Thanh[1], Phù Tường Nguyên Dũng[2], Phạm Minh Nhựt[1]**

[1]Viện Khoa học Ứng dụng, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.

[2]Viện Nghiên cứu Dược liệu Vùng Cát biển, Công ty CP Tập đoàn Ssavigroup.

*Tác giả liên hệ, Email: trangngo6204@gmail.com.

## TÓM TẮT

Cây đại kích biển (*P. zeylanica*) hay còn được gọi là cây thuốc dòi được trồng phổ biến trong dân gian và chỉ sử dụng phần lá, tuy nhiên khi được trồng bằng quy trình đặc biệt của Công ty Cổ phần Tập đoàn Ssavigroup tại vùng cát biển huyện Thạnh Phú, tỉnh Bến Tre thì cây này hình thành củ có hình dạng, màu sắc và mùi vị giống như Sâm. Hiện nay, trên thế giới chưa có bất kỳ công trình nào nghiên cứu về củ đại kích biển. Trong nghiên cứu này, chúng tôi tiến hành xác định các thành phần hoá lý bao gồm độ ẩm, hàm lượng nitơ tổng số, tinh bột, đường khử, vitamin C đồng thời định tính thành phần hoá học bao gồm carbohydrate, alkaloid, saponin, phenol tổng số, flavonoid, tannin, cardiac glycoside, amino acid cho thấy củ chứa nhiều hợp chất có hoạt tính sinh học là polyphenol, flavonoid và saponin. Sau đó tiến hành định lượng 3 nhóm hợp chất này trong củ đại kích biển, kết quả cho thấy polyphenol tổng số (83,92 mgGAE/g cao chiết), flavonoid tổng số (24,97 mgQUE/g cao chiết), đặc biệt là saponin tổng số (327,64 mgOA/g cao chiết). Đây là một phát hiện lớn sẽ là tiền đề cho các thí nghiệm chuyên sâu tiếp theo.

*Từ khóa:* Đại kích biển; Flavonoid tổng số; Polyphenol tổng số; *Pouzolzia zeylanica*; Saponin tổng số.

## 1. Tổng quan

Việt Nam là một trong những nước có nguồn tài nguyên thực vật đa dạng, phong phú và có nhiều loài thực vật có dược tính cao được xếp vào nguồn dược liệu quý hiếm điển hình là các loài sâm hiện diện ở Việt Nam. Sâm ở nước ta khá đa dạng về chủng loại tuy nhiên chúng chỉ hiện diện hoặc được trồng chủ yếu ở các vùng rừng, đồi núi chứ chưa ghi nhận bất cứ trường hợp nào kể cả việc trồng sâm hoặc củ sâm tự nhiên mọc trên vùng cát biển nói riêng và dược liệu trồng được trên cát biển nói chung. Việc phát triển các loài dược liệu trên vùng cát biển không chỉ có ý nghĩa khoa học mà còn có ý nghĩa thực tiễn lớn lao vì có thể giải quyết được tình trạng đất cát ven biển sẽ không bị bỏ hoang mà sẽ được khai thác triệt để và ngoài ra còn được tạo được công ăn việc làm, thu nhập cho người dân địa phương sống tại vùng ven biển.

Đặc điểm địa lý của vùng cát biển hết sức khắc nghiệt bao gồm sương muối, bức xạ cao, hạn hán khi trời nắng, cát rửa trôi khi vào mùa mưa, hàm lượng dinh dưỡng trong cát biển rất thấp. Chính điều kiện khắc nghiệt làm cho rất ít các loài thực vật nói chung và dược liệu nói riêng có thể sống được. Tuy nhiên với việc áp dụng tiến bộ của khoa học kỹ thuật, Công ty Cổ phần Tập đoàn Ssavigroup đã di thực nhiều loại dược liệu quý và trồng thành công tại vùng cát biển thuộc huyện Thạnh Phú, tỉnh Bến Tre, trong đó có cây Đại kích biển (*Pouzolzia zeylanica*), là loại cây có nhiều tác dụng dược lý ở phần lá và khi được trồng tại vùng cát biển tỉnh Bến Tre thì đã hình thành nên củ, có đặc tính giống như Sâm.

Cây đại kích biển (*Pouzolzia zeylanica*) có tên gọi khác là cây bọ mắm, cây thuốc dòi mọc hoang khắp nơi ở Việt Nam từ đồng bằng đến trung du và cả vùng núi. Là một cây dược liệu có chứa một số hợp chất sinh học cao như isoflavone, alkaloid, polyphenol, tannin, flavonoid, glycoside và những chất này có khả năng kháng khuẩn, kháng nấm, ức chế sự phát triển của tế bào, ngăn ngừa ung thư (Tan *et al.,* 2017). Từ lâu, cây đại kích biển là một dược liệu được nghiên cứu trên toàn thế giới nhưng chỉ nghiên cứu về thành phần hợp chất và một số hoạt tính trên cây *P. zeylanica* mà chưa có bất kỳ nghiên cứu nào liên quan đến phần dưới mặt đất của cây đại kích biển *(P. zeylanica*) trên thế giới và tại Việt Nam. Phần dưới mặt đất của *P. zeylanica* có đặc điểm khá tương đồng với nhân sâm, có phần rễ phình to, hình trụ, có màu trắng vàng nhạt và có nhiều rễ tơ xung quanh rễ chính. Hiện tại chỉ có Công ty Cổ phần Tập đoàn Ssavigroup với quy trình trồng đại kích biển đặc biệt tại vùng cát biển huyện Thạnh Phú tỉnh Bến Tre có sự hiện diện của loại củ này. Nghiên cứu này bước đầu đánh giá một số thành phần hoá lý cũng như định lượng một số thành phần hoá học chính của phần dưới mặt đất cây Đại kích biển (*P. zeylanica*). Từ nghiên cứu này hy vọng sẽ mở ra một hướng nghiên cứu toàn diện về cây Đại kích biển nhằm đưa ra các hướng ứng dụng tạo ra các sản phẩm mới có giá trị kinh tế cao mở rộng vùng trồng để hướng tới phủ xanh vùng cát biển, góp phần cải thiện cuộc sống của người dân vùng cát biển tại Thạnh Phú, tỉnh Bến Tre nói riêng và cả nước nói chung.

## 2. Phương pháp

### *2.1 Nguồn mẫu*

Phần củ cây đại kích biển (*Pouzolzia zeylanica*) được thu tại Bảo tàng Dược liệu Vùng Cát Biển thuộc Công ty Cổ phần Tập đoàn Ssavigroup, Thạnh Phú, Bến Tre.

### *2.2 Khảo sát các chỉ tiêu hoá lý của đại kích biển (P. zeylanica)*

Mẫu củ đại kích biển tươi sau khi chuyển về phòng thí nghiệm được tiến hành xác định các yếu tố hóa lý bao gồm độ ẩm nguyên liệu bằng phương pháp cân, hàm lượng nitơ tổng số bằng phương pháp Kjeldahl (TCVN 10791:2015), hàm lượng đường khử bằng phương pháp dinitrosalycilic acid (DNS) (Lam *et al.,* 2021), hàm lượng vitamin C bằng phương pháp chuẩn độ (Ikewuchi và Ikewuchi, 2010), hàm lượng tinh bột bằng UV-Vis ở bước sóng 549nm (Bhoomikapen *et al.,* 2018)

### *2.3 Xử lý mẫu và chiết cao*

Các nguồn mẫu sau khi được xay nhuyễn sẽ được chiết xuất bằng dung môi ethanol 70% theo tỷ lệ 1:10 (w/v) theo phương pháp ngấm kiệt ở nhiệt độ phòng trong 24 giờ và lọc thu dịch chiết. Phần bã được ngâm tiếp với ethanol 70% với tỷ lệ 1:10 (w/v), quá trình được lặp lại cho đến khi dung môi ngâm nhạt màu. Tổng hợp toàn bộ dịch chiết và cô quay chân không ở nhiệt độ 50$^{o}$C đến khối lượng không đổi. Pha cao chiết bằng Dimethyl sulfoxide (DMSO) và bảo quản ở nhiệt độ 4$^{0}$C.

### *2.4 Định tính thành phần hoá học của cao chiết Đại kích biển*

Các thành phần hoá học được định tính trong cao chiết củ Đại kích biển (*P. zeylanica*) bao gồm carbohydrate, alkaloid, saponin, cardiac glycoside, tannin, flavonoid, các hợp chất phenol, amino acid, steroid (Pham Minh Nhut *et al.,* 2017).

### *2.5 Định lượng hàm lượng polyphenol tổng số*

Hàm lượng polyphenol tổng số được xác định bằng phương pháp Folin-Ciocalteu (Trần Thanh Mến *et al.,* 2020). Trong thành phần thuốc thử Folin-Ciocalteu có phức hợp phospho-wolfarm-phosphomolybdate bị khử bởi các hợp chất polyphenol tạo thành sản phẩm phản ứng có màu xanh dương, hấp thu cực đại ở bước sóng 758 nM. Hàm lượng polyphenol có trong mẫu tỉ lệ thuận với cường độ mẫu và được tính theo hàm lượng gallic acid.

Tiến hành pha chất chuẩn gallic acid thành các nồng độ 0, 10, 20, 30, 40, 50 và 60 µg/mL bằng methanol tuyệt đối; thuốc thử Folin-Ciocalteu 10% được pha loãng bằng nước cất. Đối với mẫu cao chiết, tiến hành pha thành các dãy nồng độ cần thiết.

Lần lượt cho 1 mL mẫu cần định lượng hoặc dung dịch gallic acid chuẩn vào bình định mức 10 mL đã có sẵn 6 mL nước cất, lắc đều. Sau đó, thêm tiếp 0,5 mL thuốc thử Folin-Ciocalteu, lắc đều và để yên. Sau 5 phút, thêm tiếp 1,5 mL $Na_2CO_3$ 20%. Lắc đều, thêm nước cất để đạt thể tích 10 mL. Hỗn hợp được để yên trong tối trong 2 giờ, sau đó, đo độ hấp thu ở bước sóng 758 nM. Thí nghiệm được lặp lại 3 lần, giá trị độ hấp thu quang phổ (A) được ghi nhận để tiến hành vẽ đường thẳng hiệu chuẩn xác định hàm lượng polyphenol toàn phần trong các mẫu cao chiết.

***2.6 Định lượng hàm lượng flavonoid tổng số***

Hàm lượng flavonoid tổng số được xác định bằng phương pháp so màu với $AlCl_3$ (Trần Thanh Mến *et al.,* 2020). Dùng methanol pha loãng 2 mẫu cao chiết để đạt nồng độ khảo sát và dung dịch quercetin ở các nồng độ 100, 250, 500, 750, 1000 µg/mL. Các dung dịch hóa chất $NaNO_2$ 5%, $AlCl_3$ 10%, NaOH 1 M được pha loãng bằng nước cất.

Lấy 1mL thể tích mẫu cần định lượng hoặc quercetin cho vào bình định mức 10 mL (đã có chứa 4 mL nước cất). Thêm tiếp vào bình định mức trên 0,3 mL $NaNO_2$ 5%. Sau 5 phút, cho thêm vào 0,3 mL $AlCl_3$ 10%. Sau 6 phút, cho tiếp vào 2 mL NaOH 1M, lắc đều, định mức lên thể tích 10 mL. Sau đó, độ hấp thu được tiến hành đo ở bước sóng 510 nm. Thí nghiệm được lặp lại 3 lần, giá trị độ hấp thu quang phổ (A) được ghi nhận và tiến hành vẽ đường thẳng hiệu chuẩn để sử dụng xác định hàm lượng flavonoid tổng số trong các mẫu cao chiết.

***2.7 Định lượng hàm lượng saponin tổng số***

Hàm lượng saponin tổng số được xác định theo phương pháp vanillin - sulfuric acid, được mô tả bởi Anh *et al.* (2018) có hiệu chỉnh như sau: hút 0,25 mL mẫu trộn đều với 0,25 mL dung dịch vanillin 8% (w/v) và cuối cùng bổ sung 2,5 mL dung dịch acid sulfuric 72% (w/v) và trộn đều trong đá. Sau đó, hỗn hợp được làm ấm ở 60$^oC$ trong 15 phút và làm mát lại trong nước khoảng 5 phút. Kết quả được đo ở bước sóng 560 nm bằng máy quang phổ. Hàm lượng saponin tổng được tính dựa trên đường chuẩn oleanolic acid (OA) với các nồng độ tương ứng là 500; 250; 125; 62,5; 31,25 và 15,63 µg/mL. Hàm lượng saponin tổng số được tính toán dựa trên đường chuẩn OA.

**3. Kết quả và thảo luận**

***3.1 Kết quả khảo sát các chỉ tiêu hoá lý***

*3.1.1 Đặc điểm hình thái*

Cây đại kích biển (*P. zeylanica*) trồng tại vùng cát biển có lá tương đồng với lá cây đại kích biển được trồng nhiều ở vùng đồng bằng tới trung du miền núi, từ miền Bắc đến miền Nam. Đại kích biển (*P. zeylanica*) là thực vật thân thảo có thân cây nhỏ chia làm nhiều nhánh, có lông bao phủ ở 2 mặt lá, cành mềm, tuy nhiên điểm khác biệt của cây đại kích biển trồng tại vùng cát biển so với cây đại kích biển thông thường là phần dưới mặt đất cây đại kích biển có khả năng hình thành rễ lớn. Phần dưới mặt đất đại kích biển được mô tả trong hình 1 có độ tuổi 12 tháng, có màu vàng nhạt và mùi thơm đặc trưng của chi Sâm. Củ có trọng lượng trung từ từ 15 – 25 g.

*3.1.2 Đặc điểm hoá lý của củ đại kích biển (P. zeylanica)*

Trong nghiên cứu này, chúng tôi sử dụng phần dưới mặt đất của cây đại kích biển vì thế chúng chứa nhiều nước làm cho độ ẩm nguyên liệu rất cao. Kết quả phân tích các chỉ tiêu hoá lý ở bảng 1 cho thấy rằng, hàm lượng đường khử trong củ chiếm 9,55 mg/g, hàm lượng vitamin C đạt 3,91 mg/g và hàm lượng nitơ tổng là 0,34 mg/g, hàm lượng acid tổng đạt 3,91 g/100mL, hàm lượng tinh bột chứa 287,98 mg/g. Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng hàm lượng tinh bột trong củ đại kích biển khá cao (28,7%) đồng thời trong củ cũng chứa một lượng đường khử lẫn vitamin C tương đối lớn. So với nghiên cứu đặc tính sinh hoá rễ củ và chiết xuất từ rễ củ Đảng sâm khai thác từ núi Ngọc Linh (Kon Tum) thì hàm lượng đường khử có trong sâm chiếm 40,1% chất khô và protein tổng số chiếm 6,4% chất khô. Tuy nhiên, nghiên cứu chúng tôi thực hiện trên đối tượng củ đại kích biển tươi và chưa có nghiên cứu nào liên quan đến phần dưới mặt đất đại kích

biển tươi nên việc so sánh với các loại Sâm khác là chưa đủ cơ sở khoa học. Vì thế chúng tôi tiếp tục nghiên cứu định tính và định lượng một số thành phần hoá học ở phần dưới mặt đất của cây.

**Bảng 1. Kết quả khảo sát các chỉ tiêu hoá lý của Củ đại kích biển (*P. zeylanica*)**

| Chỉ tiêu | Kết quả |
|---|---|
| Độ ẩm (%) | 85,24 |
| Hàm lượng đường khử (mg/g) | 9,55 |
| Hàm lượng acid tổng (g/100 ml) | 0,32 |
| Hàm lượng vitamin C (mg/g) | 3,91 |
| Hàm lượng nitơ tổng (mg/g) | 0,34 |
| Hàm lượng tinh bột (mg/g) | 287,98 |

### *3.2 Kết quả định tính thành phần hoá học của củ Đại kích biển*

Từ kết quả định tính thành phần hoá học ở bảng 2 cho thấy rằng phần dưới mặt đất cây đại kích biển (*P. zeylanica*) có sự hiện diện của thành phần carbohydrate, cardiac glycoside, tannin, saponin, flavonoid, phenol và steroid. Tuy nhiên, củ đại kích biển không có thành phần alkaloid và amino acid. Đặc biệt trong thành phần hoá học của củ đại kích biển có sự hiện diện saponin ở mức (+++) điều này chứng tỏ trong củ đại kích chứa lượng saponin tương đối nhiều. Theo nghiên cứu của Vũ Thị Thu Lê và cộng sự (2022) về thành phần hoá học của cây sâm cau (*Curculigo orchioides*) ở Tuyên Quang cho thấy rằng sâm cau chứa một số hợp chất hoá học bao gồm saponin, phytosterol, flavonoid, chất béo, alkaloid, carotene, tannin và acid hữu cơ.... Nghiên cứu của So *et al.* (2018) trên nhân sâm (*Panax ginseng* Meyer) có chứa saponin là triterpene glycoside được gọi là "ginsenosides", protein, peptide và alkaloid, những hợp chất chứa nitơ, polyacetylene, polysaccharide, flavonoid và acid béo. Kết quả nghiên cứu của Anjali *et al.,* (2018) trên củ *Panax ginseng* không có sự hiện diện của đường khử, flavonoid, glycoside, chỉ có sự hiện diện của sterol, tannin và saponin. Kết quả định tính thành phần hoá học của củ đại kích biển (*P. zeylanica)* so với các nghiên cứu khác cho thấy củ đại kích biển chứa nhiều saponin tương tự như các loại sâm khác trên giới và tại Việt Nam nhưng ngoài saponin thì củ đại kích biển còn chứa nhiều các thành phần có hoạt tính sinh học khác như phenol, flavonoid, tannin, glycosisde.

**Bảng 2. Kết quả định tính thành phần hoá học củ đại kích biển (*P. zeylanica*)**

| Thành phần hóa học | | Kết quả | Thành phần hóa học | | Kết quả |
|---|---|---|---|---|---|
| Carbohydrate | Molisch | + | Hợp chất phenol | $FeCl_3$ | + |
| | Fehling | + | | Chì acetate | + |
| | Barfoed | + | | Gelatin | + |
| Alkaloid | Mayer | + | Flavonoid | Alkaline | + |
| | Dragendorff | + | | Shinoda | + |
| | Hager | + | | $FeCl_3$ | - |
| | Wager | + | Tannin | $FeCl_3$ | + |
| Saponin | Foam test | +++ | | Chì acetate | + |
| Cardiac glycoside | Legal | + | Steroid | Salkowski | Triterpenoid |
| | Keller-Killiani | + | | Libermann | Triterpenoid |
| Aminoacid | Ninhydrin | + | | | |

### *3.3 Kết quả định lượng hàm lượng polyphenol, flavonoid và saponin*

Từ kết quả định tính các thành phần trong củ đại kích biển, chúng tôi nhận thấy có sự hiện diện của các hợp chất phenol, flavonoid, đặc biệt là saponin. Đây là nhóm hợp chất có nhiều hoạt tính sinh học. Vì thế chúng tôi tiến hành định lượng hàm lượng polyphenol tổng số, flavonoid tổng số và saponin tổng số. Kết quả định được trình bày ở bảng 3.

**Bảng 3**. **Kết quả định lượng polyphenol, flavonoid và saponin của Củ đại kích biển**

| STT | Chỉ tiêu | Kết quả |
|---|---|---|
| 1 | Hàm lượng polyphenol (mgGAE/g cao chiết) | 83,92 |
| 2 | Hàm lượng flavonoid (mgQUE/g cao chiết) | 24,97 |
| 3 | Hàm lượng saponin (mgOA/g cao chiết) | 327,64 |

Kết quả khảo sát định lượng một số thành phần trong củ đại kích biển cho thấy hàm lượng polyphenol đạt 83,92 mgGAE/g cao chiết. Theo nghiên cứu của Chung *et al.* (2016) về hàm lượng của polyphenol theo độ tuổi của củ Sâm Hàn Quốc từ 260,97 µg/g cao chiết đến 334,58 µg/g cao chiết. Một nghiên cứu khác của Malathy *et al.* (2021) về hàm lượng polyphenol của các bộ phận Sâm Hàn Quốc (*Panax ginseng* Meyer) chiết xuất bằng nhiều dung môi cho thấy cao chiết ethanol ở củ Sâm chứa hàm lượng polyphenol là 28,22 mg/g cao chiết. So sánh với hai nghiên cứu về hàm lượng polyphenol tổng số của Sâm Hàn Quốc, chúng tôi nhận thấy hàm lượng polyphenol của củ đại kích biển (*P. zeylanica*) cao hơn rất nhiều. Đối với hàm lượng flavonoid, củ Đại kích biển chứa 24,97 mgQUE/g cao chiết, cao hơn so với Sâm Hàn Quốc chỉ đạt 173,72 µg/g cao chiết (củ 6 tuổi) (Chung *et al.,* 2016) và 17,21 mg/g cao chiết (Malathy *et al.,* 2021). Đối với chỉ tiêu hàm lượng saponin tổng số, theo kết quả phân tích sơ bộ trong củ đại kích biển chứa 327,64 mgOA/g cao chiết trong khi đó hàm lượng saponin trong của Sâm Ngọc Linh (*Panax vietnamensis*) chứa 20,18% (w/w) (Nguyen *et al.,* 2021), điều này cho thấy hàm lượng saponin tổng số của củ đại kích biển cao hơn so với Sâm Ngọc Linh 6 năm tuổi.

Kết quả định lượng polyphenol tổng số, flavonoid tổng số và saponin tổng số trong củ đại kích biển (*P. zeylanica*) cho thấy các thành phần này trong củ đại kích biển khá cao, đặc biệt là hàm lượng saponin tổng số. Hàm lượng polyphenol tổng số và flavonoid tổng số liên quan đến hoạt tính kháng oxy hoá của thực vật, điều này chứng tỏ rằng củ đại kích biển có khả năng có hoạt tính kháng oxy hoá đồng thời hàm lượng saponin trong củ đại kích biển đạt 327,64 mgOA/g cao chiết, và saponin là nhóm hợp chất có nhiều các hoạt tính sinh học. Vì thế, từ nghiên cứu đánh giá thành phần hoá học này có thể thấy cây đại kích biển (*P. zeylanica*) được trồng tại vùng cát biển huyện Thạnh Phú, tỉnh Bến Tre với quy trình đặc biệt của Công ty Cổ phần Tập đoàn Ssavigroup đã tạo ra củ có chất lượng rất cao, giá trị dinh dưỡng tốt đồng thời chứa nhiều hợp chất có hoạt tính sinh học điển hình là nhóm polyphenol, flavonoid và đặc biệt là saponin.

Cây đại kích biển nếu được canh tác thông thường chỉ thu hoạch lá và không có củ nhưng với những điều kiện đặc biệt kết hợp với thời tiết khắc nghiệt, chỉ số UVB cao, sương gió, hạn mặn của vùng cát biển đã tạo ra củ đại kích biển, một sản vật cực kỳ quý mang những dược chất tương tự như Sâm. Nghiên cứu này là tiền đề mở ra những nghiên cứu rộng hơn, sâu hơn và mang tính chất toàn diện hơn về một trong những báu vật của vùng cát biển, cây Đại kích biển nói chung và củ Đại kích biển nói riêng.

## 4. Kết luận

Từ nghiên cứu về thành phần hoá học của củ đại kích biển (*P. zeylanica*) đã xác định củ chứa nhiều thành phần có giá trị dinh dưỡng bao gồm tinh bột, đường khử và vitamin C. Kết quả định lượng một số thành phần hoá học cho thấy củ đại kích biển chứa nhiều nhóm chất có hoạt tính sinh học cao bao gồm polyphenol tổng số (83,92 mgGAE/g cao chiết), flavonoid tổng số (24,97 mgQUE/g cao chiết), đặc biệt là saponin tổng số (327,64 mgOA/g cao chiết)

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Anh, L. V., Parks, E., S., Nguyen, H. M., & Roach, D. P. (2018). Improving the vanillin-sulphuric acid method for quantifying total saponins. *Technologies, 6(3),* 84.
2. Anjali, V., Lavanja, V., Kumari R. R. & Girish C. (2018). Evaluation of Phytochemical Parameters of Herbal Formulation of *Ficus Benghalensis* and *Panax Ginseng*. *International Journal of Health Sciences & Research 8(1),* 77-84.

3. Bhoomikapen, D.S., Zeel, M.S., Kumar, A.J., Parmar, S.C., Shaikh, A.I. & Aparnathi, K.D. (2018). Development of spectroscopic method for quantification of starch in milk. *International Journal of Chemical Studies 6(4)*, 53-57.
4. Chung, I.H., Lim, J.J., Ahn, M.S., Jeong, H.N., An, T.J. & Kim S.H. (2016). Comparative phenolic compound profiles and antioxidative activity of the fruit, leaves, and roots of Korean ginseng (*Panax ginseng* Meyer) according to cultivation years. *Journal of Ginseng Research 40*, 68-75.
5. Ikewuchi, C. J. & Ikewuchi, C. C. (2010). Iodometric determination of the ascorbic acid (vitamin C) content of some fruits consumed in a university community in Nigeria. *Global Journal of pure and applied sciences 17(1*), 47-49.
6. Lam, Hoa-Hung, Nguyen, Thi-My-Thuong, Do, Thi-An-Sa, Dinh, Tuan-Hoang, Trung, Dang-Bao (2021). Quantification of total sugars and reducing sugars of dragon fruit-derived sugar-samples by UV-Vis spectrophotometric method. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science 947*, 6 pages.
7. Malathy, R., Prabakaran, M., Kalaiselvi, K., Chung I. M. & Kim, S.H (2021). Comparative Polyphenol Composition, Antioxidant and Anticorrosion Properties in Various Parts of *Panax ginseng* Extracted in Different Solvents. *Applied Sciences 11(93)*, 17 pages.
8. Nguyen, H.T., Vu-Huynh, K.L., Nguyen, H.M., Le, H.T., Le, T.H.V., Park, J.H. & Nguyen, M.D. (2021). Evaluation of the Saponin Content in *Panax vietnamensis* Acclimatized to Lam Dong Province by HPLC–UV/CAD. *Molecules 26*, 5373. https://doi.org/10.3390/ molecules26175373.
9. Pham Minh Nhut, Nguyen Xuan Minh Ai & Dang Thi Phuong Thao (2017). Anti-Diarrheal Evaluation of *Medinilla septentrionalis*. *International Journal of Life-Sciences Scientific Research, 3(1*),832-837.
10. So, S.H., Lee, J. W., Kim, Y.S., Hyun, S.H., & Han, C.K. (2018). Red ginseng monograph. *Journal of Ginseng Research*, *42(4)*, 549–561. https://doi.org/10.1016/j.jgr.2018.05.002.
11. Tan, N. D., Nguyen, T., Thanh, V. T., & Viet, L. Q. (2017). Optimization of polyphenol, flavonoid and tannin extraction conditions from *Pouzolzia zeylanica* L. Benn using response surface methodology. *Can Tho University Journal of Science 05*, 122-131.
12. Tiêu chuẩn quốc gia, TCVN 10791:2015. Malt - xác định hàm lượng nitơ tổng số và tính hàm lượng protein thô - phương pháp Kjeldahl.
13. Trần Thanh Mến, Nguyễn Thị Huyền Anh, Huỳnh Kim Yến, La Thị Kim Tú, Huỳnh Hồng Phiến, Nguyễn Trọng Tuân & Đái Thị Xuân Trang (2020). Hoạt tính kháng oxy hóa của cao chiết từ thân rễ cây thiền liền (*Kempferia galangal* L.) *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ 56(2*), 41-47.
14. Vũ Thị Thu Lê, Nguyễn Thị Dung, Trần Đức Đại & Nguyễn Thu Hiền (2022). Thành phần hoá học, hoạt tính kháng vi sinh vật kiểm định và hoạt tính chống oxy hóa của cây sâm cau (*Curculigo orchioides*) ở Tuyên Quang. *TNU Journal of Science and Technology*, *227*, 527–533.

# KHẢO SÁT KHẢ NĂNG SINH CÁC HỢP CHẤT BAY HƠI (VOCs) HỖ TRỢ TĂNG TRƯỞNG CÂY TRỒNG VÀ KHÁNG NẤM *Aspergillus flavus* TỪ CÁC CHỦNG *Bacillus* RỄ CÂY ĐẬU PHỘNG

**Lê Kim Ngọc*, Lê Lâm Hoàng Anh, Trịnh Lai Lợi, Nguyễn Hoài Hương**
Viện Khoa học Ứng dụng, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: ngoclekg12345@gmail.com.

## TÓM TẮT

Ba chủng vi khuẩn, gồm *Bacillus albus* NNK24, NDP61 và *Bacillus proteolyticus* 0405-02, đã được phân lập từ rễ cây đậu phộng trong nghiên cứu trước đó về sinh thái rễ cây họ đậu. Những chủng này thể hiện khả năng sinh tổng hợp các hợp chất thứ cấp, ức chế quá trình hình thành bào tử *nấm Aspergillus flavus*-nguyên nhân gây bệnh mốc vàng trên cây đậu phộng và là nguyên nhân gây bệnh ear root trên bắp. Trong thí nghiệm *in-vitro* sinh hợp chất VOCs kháng nấm *A.flavus* AF1, cả ba chủng NNK24, NDP61 và 0405-02 thể hiện hoạt kháng nấm lần lượt là 14,95%, 21,3%và 27,6%. Khi thực hiện thí nghiệm khảo sát về sự sinh hợp chất bay hơi kháng nấm AF1 trên mầm cây bắp và đậu phộng (*in-vivo*) các chủng đều không thể hiện hoạt tính ức chế sự phát triển của nấm bệnh. Tuy nhiên, trên đậu phộng, hoạt động hỗ trợ tăng trưởng cây trồng của VOCs từ các chủng vi khuẩn được biểu hiện rõ, nhưng chỉ ở mức trung bình. Trong khi đó ở bắp, không có hoạt động hỗ trợ tăng trưởng cây trồng nào được ghi nhận dưới tác động của VOCs.

*Từ khóa: Aspergillus flavus;* bệnh mốc vàng; hỗ trợ tăng trưởng; hợp chất dễ bay hơi (VOCs).

## 1. Tổng quan

Ngày nay, sự quan tâm đối với các hợp chất bay hơi (VOCs) có nguồn gốc từ vi sinh vật gia tăng đáng kể, nhờ vào tính đa dạng và hoạt tính sinh học của chúng. Những hợp chất này không chỉ có khả năng ức chế sự phát triển của mầm bệnh và tăng cường sức khỏe thực vật qua các hoạt động kháng nấm, kháng khuẩn, diệt nấm, diệt tuyến trùng, mà còn có vai trò kích thích khả năng miễn dịch (ISR) của thực vật qua các con đường của acid salicylic (SA) và acid jasmonic (JA) (Poveda, 2021; Rani *et al.,* 2023; Thomas *et al*., 2020). Các loài vi khuẩn thuộc nhiều chi khác nhau như *Pseudomonas, Bacillus, Arthrobacter và Serratia* đã được chứng minh có khả năng sản xuất VOCs có hoạt tính sinh học như mô tả trên (Ballot *et al.,* 2023; Ling *et al.,* 2022; Park *et al.,* 2015; Poveda, 2021; Sidorova *et al*., 2023).

Đặc biệt nhất là các chi *Bacillus*, đã có rất nhiều nghiên cứu về khả năng sinh VOCs của chúng trong chống lại nấm gây bệnh trên thực vật. Một trong số đó là nghiên cứu của Prakash & Arora (2021) đã chứng minh được *Bacillus safensis* STJP sinh ra các hợp chất hữu cơ dễ bay hơi ức chế sự nảy mầm của bào tử, sự phát triển của sợi nấm *Alternaria alternata* nhờ kính hiển vi điện tử quét. Qua phân tích các hợp chất bay hơi của *B. safensis* bằng phương pháp GC–MS, các nhóm chất bao gồm alcohol, alkane, phenol, alkyl halide và hợp chất có vòng thơm đã được xác định, trong đó, 5 chất có khả năng ức chế sự phát triển của bào tử và sợi nấm *Alternaria alternata.* Không chỉ thế, nghiên cứu của Ling *et al*. (2022) đã cho thấy chủng *Bacillus subtilis* CL2 có khả năng sản xuất 2,3-butanedione là hợp chất dễ bay hơi có khả năng ức chế sự phát triển của tơ nấm *A.flavus* đến 73% và bào tử nấm đến 82,8% so với đối chứng. Chính vì thế, nghiên cứu này đã được tiến hành với mục đích khảo sát khả năng kháng nấm *A.flavus* và hỗ trợ tăng trưởng của các chủng *Bacillus* rễ cây đậu phộng trên đậu phộng và bắp.

## 2. Vật liệu và phương pháp

### *2.1 Vật liệu*

- Chủng nấm *Aspergillus flavus* AF1 đã được phân lập trực tiếp trên hạt đậu phộng bị mốc vàng được cung cấp bởi Viện Khoa học Ứng dụng HUTECH.
- Các giống vi khuẩn nội sinh và bề mặt rễ cây đậu phộng có hoạt tính hỗ trợ tăng trưởng cây trồng *Bacillus albus* NNK24, *Bacillus albus* NDP61, *Bacillus proteolyticus* 0405-02 và *Bacillus* sp. 16060 được cung cấp bởi phòng thí nghiệm Viện Khoa Học Ứng Dụng Khu Công Nghệ Cao Hutech.
- Môi trường: Nutrient Broth (NB); Nutrient Agar (NA) ; Sabouraud Dextrose Agar (SDA); Tryptone Soya Agar (TSA).
- Giống đậu phộng GV10 và bắp AT03.
- Thuốc xử lý hạt giống Cruiser plus 312.5fs (Công ty Syngenta).
- Tinh dầu cam ngọt (hãng Noison).

### *2.2 Phương pháp*

*2.2.1 Khảo sát hợp chất hữu cơ dễ bay hơi VOCs vi khuẩn ức chế chế nấm bệnh Aspergillus flavus (in-vitro)*

Để khảo sát hợp chất VOCs có khả năng ức chế nấm *Aspergillus flavus*, thí nghiệm được thực hiện trên môi trường SDA trong đĩa Petri bằng cách đặt ngược 2 đĩa. Đĩa thứ nhất cấy sinh khối vi khuẩn lên bề mặt thạch, đĩa thứ hai chuyển 5 mm sinh khối tơ nấm từ SDA 5 ngày tuổi vào tâm đĩa. Tất cả được ủ trong 7 ngày ở 25$^{o}$C. Chủng *Bacillus haynesii* 16060 là đối chứng dương, đối chứng âm không cấy vi khuẩn, ba chủng *Bacillus albus* NNK24, *Bacillus albus* NDP61, *Bacillus proteolyticus* 0405-02 hoạt hóa trên môi trường TSA được sử dụng trong thí nghiệm. Thí nghiệm được lặp lại 5 lần. Tỉ lệ đối kháng tính theo công thức:

$$\text{Tỉ lệ đối kháng (\%)} = \frac{\overline{d_{ĐC}} - \overline{d_{TN}}}{\overline{d_{ĐC}}} \text{x100}$$

$d_{ĐC}$: đường kính nấm ở đối chứng âm

$d_{TN:}$ đường kính nấm ở thí nghiệm

*2.2.2 Khảo sát hoạt tính kháng nấm và hỗ trợ tăng trưởng của VOCs vi khuẩn trên cây non đậu phộng và bắp (in-planta)*

Chuyển 1 mL huyền phù vi khuẩn với mật độ $10^7$ cfu/mL từ môi trường NB lắc ở 150 v/phút trong 48 giờ vào ly nhựa (đã hấp tiệt trùng) chứa 20 mL môi trường NA được bổ sung 1 g tơ nấm và 1 mL huyền phù bào tử nấm *A. flavus* AF1. Hạt đậu phộng hoặc bắp (30 hạt) được khử trùng bề mặt bằng EtOH 70% trong 30 giây và rửa lại bằng nước cất vô trùng từ 3 đến 5 lần, cuối cùng ngâm trong nước cất vô trùng trong 4 giờ. Những hạt sau xử lý được chuyển vào đĩa petri nhựa đục lỗ (đã hấp khử trùng) nằm bên trên môi trường NA đã cấy vi khuẩn. Tiếp theo, miếng SDA (đường kính 2 cm) chứa sinh khối *A. flavus* AF1 với mật độ khoảng $10^5$ bào tử được chuyển vào giữa đĩa Petri chứa hạt giống. Ly nhựa được đậy bằng nắp nhựa đã hấp tiệt trùng và ủ ở 27 ± 2°C trong 7 ngày. Đối chứng âm (hạt đậu phộng hoặc bắp có nhiễm nấm mốc, không cấy vi khuẩn ở tầng dưới và không đổ môi trường ở tầng dưới); Đối chứng dương (thay tầng dưới bằng 20 mL tinh dầu cam ngọt 2%); BLANK (mẫu trắng) (không cấy nấm mốc vào ly nhựa có chứa hạt đậu phộng hoặc bắp). Mỗi nghiệm thức được lặp lại 5 lần. Các chỉ số sau được theo dõi:

Tỉ lệ nhiễm bệnh (Disease incidence) (Moise *et al*., 2018):

$$\text{DI \%} = \frac{\text{Tổng số hạt bị nhiễm nấm mốc}}{\text{Tổng số hạt trong thí nghiệm}} \times 100$$

Chỉ số mức độ nghiêm trọng bệnh ở cây con DSI (Seelding Disease Severity Index) (Moise *et al*., 2018):

$$DSI = \frac{(n_0 \times 0) + (n_1 \times 1) + (n_2 \times 2) + (n_3 \times 3) + (n_4 \times 4) + (n_5 \times 5)}{Tổng số\ hạt \times (Giá\ trị\ cao\ nhất\ của\ chỉ\ số\ bệnh - 1)}$$

nt: Tổng số hạt thí nghiệm.

Các mức độ bệnh:

0 - Không xuất nấm mốc (0%).

1 - Bắt đầu xuất hiện tơ nấm (< 20%).

2 - Tơ nấm xuất hiện trên bề mặt rễ,hạt (20 – 40%).

3 - Hạt và rễ bắt đầu xuất hiện bào tử và các rễ phụ bị ức chế phát triển (40 – 60%).

4 - Bào tử phủ và lan ra khắp hạt và rễ (60 – 80%).

5 - Cây bị thối và không thể phát triển được nữa (80 – 100%).

Hiệu lực trừ nấm:

$$\text{Hiệu lực } = (1 - \frac{TN}{ĐC})\ x\ 100$$

Trong đó:

ĐC: là DSI của đối chứng âm.

TN: là DSI của các nghiệm thức thí nghiệm.

Tỉ lệ hạt nảy mầm (%):

$$\% = \frac{\text{Tổng số hạt nảy mầm}}{Tổng\ số\ hạt\ trong\ thí\ nghiệm} \times 100$$

Độ khỏe mầm theo chiều dài (Vigour Index) (Neelipally *et al*., 2020):

$$\text{VI} = Tỉ\ lệ\ nảy\ mầm(\%) \times Tổng\ chiều\ dài\ cây\ (cm)$$

Độ khỏe mầm theo khối lượng (Vigour Index) (Neelipally *et al*., 2020):

$$\text{VI} = Tỉ\ lệ\ nảy mầm(\%) \times Tổng\ \text{cân nặng}\ (g)$$

Hiệu quả tăng trưởng theo chiều dài (VI) được tính theo công thức:

$$\text{Hiệu quả tăng chiều dài} = \frac{TN - ĐC}{ĐC} \text{ x } 100$$

Hiệu quả tăng trưởng theo khối lượng (VI) được tính theo công thức:

$$\text{Hiệu quả tăng sinh khối } = \frac{TN - ĐC}{ĐC} \text{ x } 100$$

Trong đó:

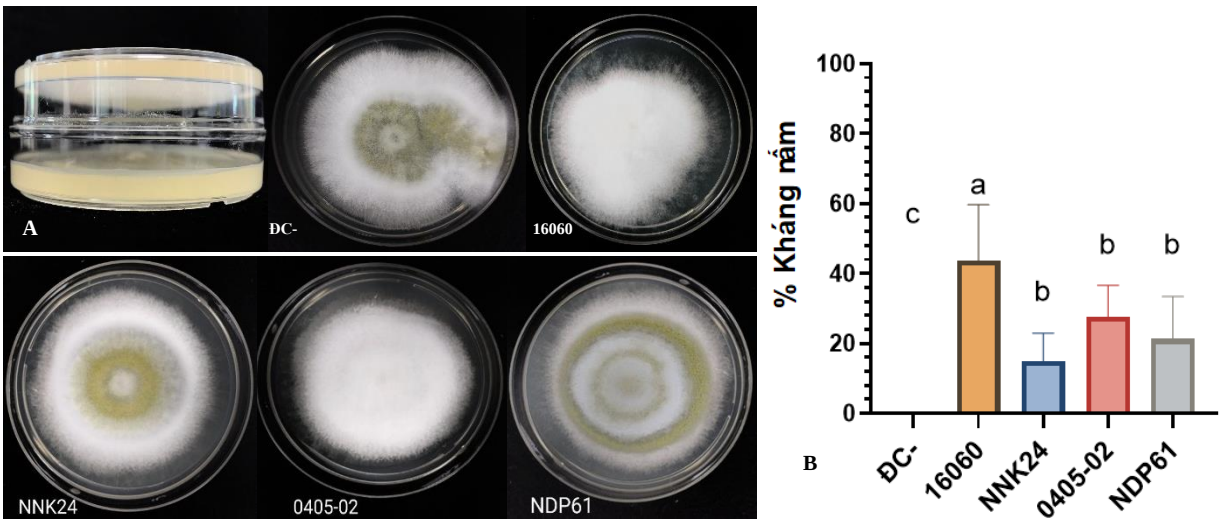
ĐC: là VI của đối chứng âm

TN: là VI của các nghiệm thức thí nghiệm.

## 3. Kết quả và thảo luận

### *3.1 Khả năng kháng nấm của VOCs vi khuẩn in-vitro*

Thí nghiệm đĩa Petri úp ngược với một nửa đĩa chứa vi khuẩn, một đĩa chứa nấm mốc tạo điều kiện đánh giá khả năng kháng nấm của các VOCs từ vi khuẩn (Hình 1A). Hình 1B cho thấy các chủng vi khuẩn rễ cây họ đậu bao gồm *Bacillus albus* NNK24, *Bacillus albus* NDP61 và *Bacillus proteolyticus* 0405-02 đều có khả năng sản xuất các hợp chất VOCs có tác động ức chế đối với sự phát triển của nấm *A.flavus* AF1 khi so với nhóm đối chứng không cấy vi khuẩn ($P < 0,05$) và không có khác biệt về hoạt tính giữa các chủng ($P > 0,05$). Khảo sát *in-vitro* cho thấy tỉ lệ ức chế này khá thấp, cao nhất chỉ đạt 27,6% ở chủng 0405-02, thấp hơn so với đối chứng dương *Bacillus* sp. 16060, cũng chỉ đạt tỉ lệ ức chế 43,75% ($P < 0,05$).




**Hình 1. Khảo sát hoạt tính kháng nấm *A. flavus* của VOCs của các chủng vi khuẩn NNK24, NDP61 và 0405-2; A) Mô hình khảo sát kháng nấm; B) Tỉ lệ kháng nấm của các VOCs vi khuẩn: (ĐC-) không cấy vi khuẩn; (ĐC+) cấy *Bacillus* sp.16060.**

Các nghiên cứu trước đây đã chỉ ra rằng các chủng thuộc chi *Bacillus* có khả năng sản xuất VOCs ức chế nhiều loại nấm bệnh khác nhau, trực tiếp hoặc gián tiếp thông qua khả năng kích thích miễn dịch cây trồng (ISR). Nghiên cứu của Gong *et al*. (2023) đã phát hiện ra các hợp chất benzene, methyl thiolacetate, dimethyl disulfide, butanethioic acid S-methyl ester analogue, dimethyl trisulfide (DMTS) và S-methyl 3 methylbutanethioate từ chủng *Bacillus flexus* TR-1 có khả năng ức chế sự phát triển của nấm *A. flavus* và giảm sự sản xuất aflatoxin trong quá trình bảo quản hạt bắp và đậu phộng ở điều kiện độ ẩm cao. Không chỉ thế, 3-pentanol từ *B. amyloliquefaciens* IN937a còn có tác dụng kích thích hệ miễn dịch tự nhiên cây trồng giảm đáng kể mức độ nghiêm trọng của các đốm vi khuẩn trên hồ tiêu do *Xanthomonas axonopodis pv* gây ra (Choi *et al*., 2014). Điều này cho thấy các thí nghiệm khảo sát khả năng kháng nấm bằng VOCs trên thực vật (*in-planta*) là cần thiết để khẳng định hoạt tính của các chủng.

### *3.2 Hoạt tính kháng nấm và hỗ trợ tăng trưởng của VOCs từ các chủng Bacillus trên đậu phộng và bắp (in-planta)*

Cách thiết lập thí nghiệm cho phép các bào tử từ nấm mốc *A. flavus* lan sang các hạt đậu phộng ẩm và nhanh chóng nảy mầm, phát triển. Đồng thời, các hợp chất dễ bay hơi của vi khuẩn tăng trưởng đi qua lỗ trên đáy đĩa Petri tiếp xúc với hạt đậu phộng mà không có sự tiếp xúc trực tiếp giữa vi khuẩn và hạt đậu phộng nhiễm nấm mốc (Hình 2A). Hình 2B và 3A, 3B cho thấy hiệu lực diệt nấm *A. flavus* trên cây đậu phộng và bắp của VOCs các chủng thí nghiệm không thể hiện hiệu lực diệt nấm ở hạt đậu phộng nảy mầm hoặc rất yếu, cao nhất 3,2% ở hạt bắp so với > 25,4% ở đối chứng dương.

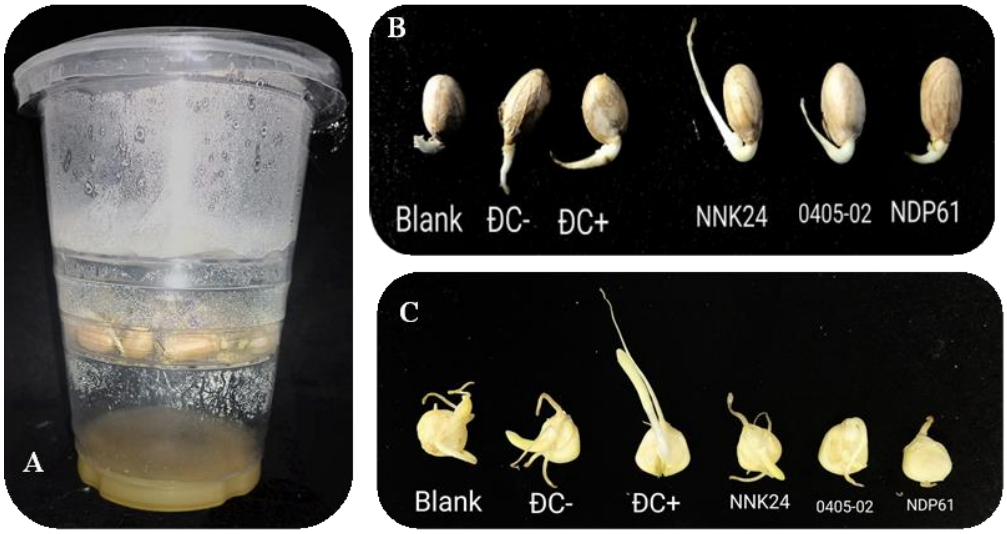
Ngược lại có sự phân biệt rõ ràng về hiệu quả hỗ trợ tăng trưởng của VOCs các chủng thí nghiệm lên tăng trưởng mầm đậu phộng và bắp. Với mầm đậu phộng (hình 2B và 3A), hiệu quả hỗ trợ tăng trưởng sinh khối của cả ba chủng NNK24, 0405-02 và NDP61 đạt lần lượt là 46,8%, 43,7%, và 40,14%, không có khác biệt giữa các chủng rễ cây đậu phộng với nhau ($P > 0,05$), trong đó chủng NNK24 vượt trội đối chứng dương ($P < 0,05$). Với khả năng hỗ trợ tăng chiều dài trên đậu phộng, chủng NNK24 thể hiện hiệu quả cao hơn so với các

chủng khác, tỷ lệ lên tới 44% (P < 0,05) và cao hơn hẳn gấp 1.72 lần so với đối chứng dương. Các chủng khác cũng có khả năng hỗ trợ tăng chiều dài của đậu phộng, với tỷ lệ khiêm tốn của 0405-02 và NDP61 là lần lượt 29,3% và 33,5%.

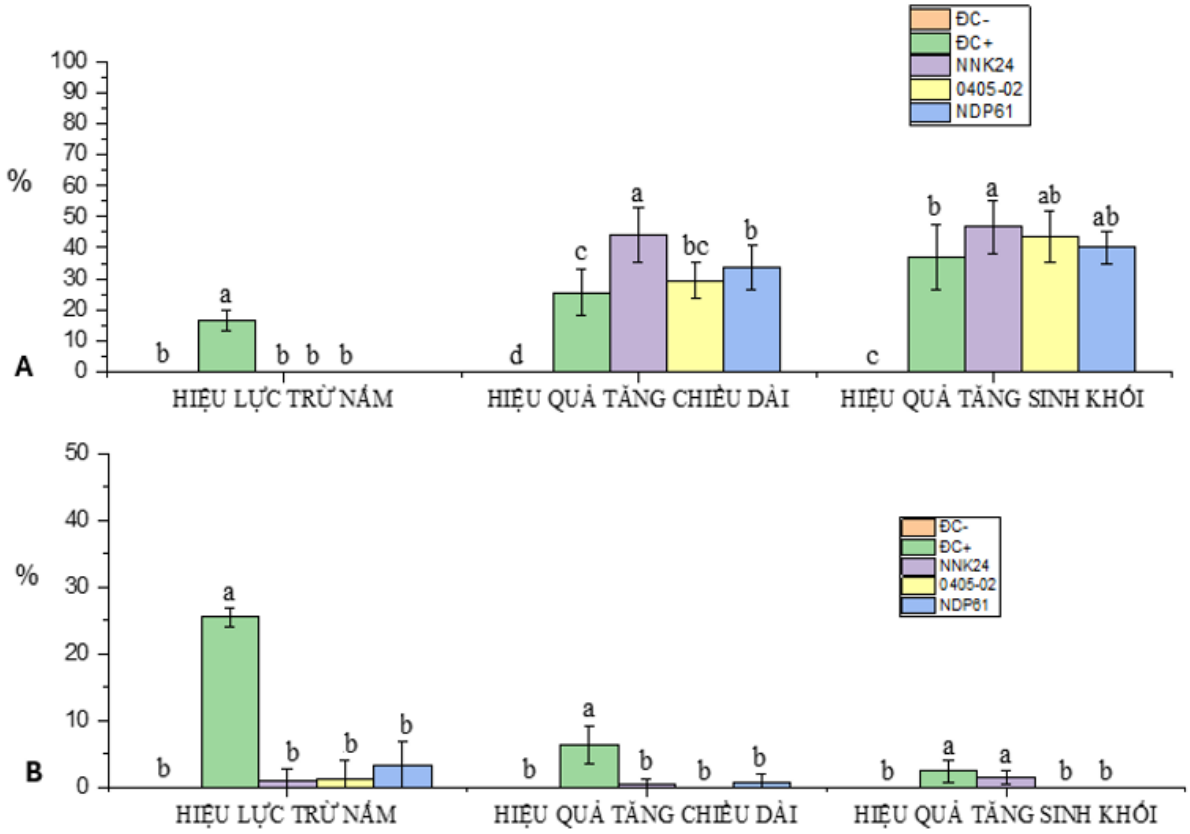
Với bắp các VOCs từ các chủng *Bacillus* rễ cây đậu phộng không có khả năng thúc đẩy sự phát triển chiều dài và khối lượng của mầm bắp. Riêng chủng NNK24 là ngoại lệ khi thể hiện khả năng làm tăng sinh khối của mầm bắp so với đối chứng âm (P < 0,05), mặc dù tỷ lệ này chỉ đạt 1,47% được coi là rất thấp.

Kết quả trên cho thấy cả ba chủng đều tạo ra các VOCs hỗ trợ sự phát triển của cây chủ là cây đậu phộng. Nguyên nhân có thể là do các chủng *Bacillus* được phân lập từ rễ cây đậu phộng, sản xuất các hợp chất bay hơi đặc hiệu và tương tác hóa học đặc biệt với cây chủ của chúng. Các VOCs các chủng này không thể hiện hoạt tính ức chế sự phát triển của *A. flavus* AF1 trên cả đậu phộng và bắp. Kết quả này khác với nhiều nghiên cứu trước đó về VOCs của các *Bacillus* spp. các VOCs từ *Bacillus velezensis* CE 100 đã gây phá vỡ màng tế bào của *C. gloeosporioides*, dẫn đến giảm 36,4% sự nảy mầm của bào tử và giảm 20% sự phát triển của sợi nấm (Choub *et al*., 2022).

Trịnh Lai Lợi *et al.* (2023) chỉ ra rằng tế bào sinh dưỡng từ các chủng *Bacillus albus* NNK24, NDP61 và *Bacillus proteolyticus* 0405-02 không chỉ có khả năng ức chế sự phát triển của mầm bệnh *Aspergillus flavus* trên đậu phộng mà còn thể hiện khả năng tăng trưởng mạnh mẽ của cây trồng trong điều kiện nhiễm nấm mốc. Điều này có thể do các chủng sinh các enzyme ngoại bào và các hợp chất thứ cấp có khả năng chống lại mầm bệnh. Từ đó, kiến nghị cần nghiên cứu khả năng kháng lại *A.flavus* của các hợp chất hữu cơ khuếch tán.




**Hình 2. Mô hình khảo sát sinh VOCs từ các chủng *Bacillus* rễ cây họ đậu (A); mầm đậu phộng sau 7 ngày (B); mầm cây bắp sau 7 ngày (C). (ĐC-: xử lý nước cất; ĐC+: xử lý với tinh dầu cam).**




**Hình 3. Tác động của VOCs từ các chủng NNK24, NDP61 và 0405-02 lên hiệu lực diệt nấm và hiệu quả hỗ trợ tăng tưởng của cây non. A) Đậu phộng; B) Bắp (ĐC-: xử lý nước cất; ĐC+: xử lý với tinh dầu cam).**

Ngày nay, ngoài các chất hữu cơ bay hơi kháng nấm, sự quan tâm đặc biệt còn được đặt vào dịch nuôi cấy loại bỏ tế bào (CFS) từ các chủng *Bacillus* trong đó hội tụ đủ các hợp chất kháng nấm khó bay hơi hay còn được gọi là các hợp chất khuếch tán. Trong nghiên cứu của Tian *et al*. (2020), CFS từ *Bacillus* sp. w176 đã cho thấy hiệu quả trong việc giảm tỷ lệ mắc bệnh nấm mốc xanh *Penicillium digitatum* trên cây có múi trong thử nghiệm *in planta* tương tự như thuốc diệt nấm prochloraz. Đồng thời, kết quả phân tích CFS bằng LG-MS/MS đã xác định được bốn nhóm chất chuyển hóa bao gồm Macrolactin, Bacillaene, Mycosubtilin và Surfactin là những nhóm chất có khả năng ức chế sự phát triển của nấm bệnh. Ngoài ra, CFS của chủng *Bacillus* sp.WB cũng cho thấy hoạt tính kháng nấm *Fusarium oxysporum f.* sp. *Niveum* mạnh (Xu *et al.,* 2020). Kiến nghị tìm hiểu cơ chế kháng nấm và hỗ trợ tăng trưởng cây trồng của CFS từ các chủng *Bacillus albus* NNK24, NDP61 và *Bacillus proteolyticus* 0405-05 cho các nghiên cứu tiếp theo.

**Kết luận**

Các hợp chất hữu cơ bay hơi từ các chủng *Bacillus* rễ cây đậu phộng đã thể hiện khả năng ức chế nấm *A.flavus* trong thử nghiệm *in-vitro*, cao nhất đạt 27,6%. Trong thử nghiệm *in-planta*, các chủng trên không thể hiện hoạt tính ức chế sự phát triển của nấm *A.flavus* trên cả đậu phộng và bắp. Ngược lại, hiệu quả hỗ trợ tăng trưởng cây đậu phộng thể hiện rõ rệt so với đậu phộng là cây chủ mà không thể hiện ở cây bắp. Từ đó, kiến nghị nghiên cứu hoạt tính kháng nấm và hỗ trợ tăng trưởng cây đậu phộng và bắp của dịch nuôi cấy loại bỏ tế bào các chủng nhằm phát triển chế phẩm xử lý hạt giống các hạt dễ nhiễm *A. flavus* sinh aflatoxin.

**TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. Ballot, A., Dore, J., Rey, M., Meiffren, G., Langin, T., Joly, P., D.Zigha, A., Taibi, A., & P.Combaret, C. (2023). Dimethylpolysulfides production as the major mechanism

behind wheat fungal pathogen biocontrol, by *Arthrobacter* and *Microbacterium* actinomycetes. *Microbiology Spectrum*, *11*(6).

2. Choi, H. K., Song, G. C., Yi, H.S., & Ryu, C.M. (2014). Field Evaluation of the Bacterial Volatile Derivative 3-Pentanol in Priming for Induced Resistance in Pepper. *Journal of Chemical Ecology*, *40*(8), 882–892.
3. Choub, V., Won, S.-J., Ajuna, H. B., Moon, J.H., Choi, S.I., Lim, H.I., & Ahn, Y. S. (2022). Antifungal Activity of Volatile Organic Compounds from Bacillus velezensis CE 100 against Colletotrichum gloeosporioides. *Horticulturae*, *8*(6), 557.
4. Gong, A. D., Song, M. G., Wang, H. L., Wang, G. Z., Wang, J. H., & Zhang, J. B. (2023). Inhibitory effect of volatile organic compounds from Bacillus flexus TR-1 against Aspergillus flavus and aflatoxins in grains during storage. *BioControl*, *68*(2), 181–190.
5. Ling, L., Jiang, K., Cheng, W., Wang, Y., Pang, M., Luo, H., Lu, L., Gao, K., & Tu, Y. (2022). Biocontrol of volatile organic compounds obtained from Bacillus subtilis CL2 against Aspergillus flavus in peanuts during storage. *Biological Control*, *176*, 105094.
6. Moise, R., Dieme, A., Faye, I., Ange, Y., Zoclanclounon, B., Fonceka, D., Ndoye, O., & Diedhiou, P. M. (2018). Identification of Sources of Resistance for Peanut Aspergillus flavus Colonization and Aflatoxin Contamination. Downloads.Hindawi.ComRMA Dieme, I Faye, YAB Zoclanclounon, D Fonceka, O Ndoye, PM DiedhiouInternational Journal of Agronomy, 2018.downloads.Hindawi.Com.
7. Neelipally, R. T. K. R., Anoruo, A. O., & Nelson, S. (2020). Effect of Co-Inoculation of Bradyrhizobium and Trichoderma on Growth, Development, and Yield of Arachis hypogaea L. (Peanut). *Agronomy 2020, Vol. 10, Page 1415*, *10*(9), 1415.
8. Park, Y.-S., Dutta, S., Ann, M., Raaijmakers, J. M., & Park, K. (2015). Promotion of plant growth by Pseudomonas fluorescens strain SS101 via novel volatile organic compounds. *Biochemical and Biophysical Research Communications*, *461*(2), 361–365.
9. Poveda, J. (2021). Beneficial effects of microbial volatile organic compounds (MVOCs) in plants. *Applied Soil Ecology*, *168*, 104118.
10. Prakash, J., & Arora, N. K. (2021). Novel metabolites from Bacillus safensis and their antifungal property against Alternaria alternata. *Antonie van Leeuwenhoek*, *114*(8), 1245–1258.
11. Rani, A., Rana, A., Dhaka, R. K., Singh, A. P., Chahar, M., Singh, S., Nain, L., Singh, K. P., & Minz, D. (2023). Bacterial volatile organic compounds as biopesticides, growth promoters and plant-defense elicitors: Current understanding and future scope. *Biotechnology Advances*, *63*, 108078.
12. Sidorova, D. E., Khmel, I. A., Chernikova, A. S., Chupriyanova, T. A., & Plyuta, V. A. (2023). Biological activity of volatiles produced by the strains of two Pseudomonas and two Serratia species. *Folia Microbiologica*, *68*(4), 617–626.
13. Thomas, G., Withall, D., & Birkett, M. (2020). Harnessing microbial volatiles to replace pesticides and fertilizers. *Microbial Biotechnology*, *13*(5), 1366–1376.
14. Tian, Z., Chen, C., Chen, K., Liu, P., Fan, Q., Zhao, J., & Long, C. (2020). Biocontrol and the mechanisms of Bacillus sp. w176 against postharvest green mold in citrus. *Postharvest Biology and Technology*, *159*, 111022.
15. Trinh, L. L., Le Nguyen, A. M., & Nguyen, H. H. (2023). Root-associated bacteria *Bacillus albus* and *Bacillus proteolyticus* promote the growth of peanut seedlings and protect them from the aflatoxigenic *Aspergillus flavus* CDP2. *Biocatalysis and Agricultural Biotechnology*, *47*, 102582.
16. Xu, W., Wang, K., Wang, H., Liu, Z., Shi, Y., Gao, Z., & Wang, Z. (2020). Evaluation of the biocontrol potential of Bacillus sp. WB against Fusarium oxysporum f. sp. niveum. *Biological Control*, *147*, 104288.

# NGHIÊN CỨU TRÍCH XUẤT MÀU TỰ NHIÊN TỪ LÁ CÂY VÀ ÁP DỤNG IN TRÊN VẢI BẰNG KỸ THUẬT IN SINH THÁI

**Nguyễn Hồng Khiêm***
Khoa Mỹ thuật Công nghiệp, Trường Đại học Tôn Đức Thắng.
*Tác giả liên hệ, Email: nguyenhongkhiem@tdtu.edu.vn.

## TÓM TẮT

Theo nghiên cứu của các nhà hoạt động vì môi trường- ngành công nghiệp thời trang hiện tại đứng đầu về hiện trạng gây ô nhiễm và không mang tính thân thiện với môi trường sống vì sự tiêu thụ không kiểm soát của con người. Nguồn nguyên liệu sạch mang tính bền vững và thân thiện đang là vấn đề cấp thiết hiện nay. Điều này thúc đẩy quá trình tìm kiếm, nghiên cứu, phát triển và ứng dụng diễn ra không ngừng trong các phòng nghiên cứu về vật liệu may mặc. Phương pháp trích xuất chất màu và in lá tạo họa tiết từ nguồn nguyên liệu thiên nhiên như thực vật là một trong những hướng mở để tạo ra thế hệ vật liệu mới trong may mặc và thời trang. Từ những quan sát, thu thập tài liệu và xây dựng kế hoạch triển khai, tác giả sẽ nghiên cứu các phương pháp trích xuất chất liệu màu tự nhiên và tạo họa tiết bề mặt từ thực vật mang tính thân thiện, bền vững và không gây ra các tác hại cho con người và môi trường.
*Từ khóa:* chất liệu thân thiện; in sinh thái - in lá; màu nhuộm thực vật; thời trang bền vững; thiết kế thời trang.

## 1. Tổng quan

### *1.1 Lịch sử*

Đến thời điểm hiện tại các tài liệu ghi nhận về thời điểm xuất hiện của kĩ thuật in sinh thái đều không mang tính chính xác về thời gian, Bản ghi chép đầu tiên về việc in ấn thực vật có thể được tìm thấy trong một cuốn sách hướng dẫn được viết bởi Discorides – một dược sĩ đến từ Hy Lạp cổ đại. Sách hướng dẫn này rất phổ biến trong thời Trung cổ và Phục hưng. Trong các phiên bản thời trung cổ, kỹ thuật này được sử dụng để minh họa thực vật.

Đến thời kỳ Phục hưng, Leonardo da Vinci đã tạo ra các bản in hình lá xô thơm trong các bản thảo kèm theo đó là các hướng dẫn in thực vật.

Năm 2008, Quy trình in sinh thái hiện đại được tiên phong bởi India Flint, một nghệ sĩ sáng tạo chất liệu dệt may nổi tiếng toàn cầu đến từ Nam Úc.

### *1.2 Các khái niệm*

- In sinh thái: là kĩ thuật ghi nhận tiêu bản hình ảnh thực vật xuất hiện từ thời Trung Cổ, kĩ thuật này phục vụ cho nghiên cứu được biết đến như một trong những phương pháp tạo hình trên bề mặt vải mang tính truyền thống ở một số quốc gia thuộc khu vực Đông Nam Á như Indonesia, Malaysia, Thái Lan,… hoặc khu vực Nam Á như Ấn Độ, Pakistan,… Tại mỗi quốc gia, phương pháp này có những tên gọi riêng nhưng tựu trung cùng hướng về một kết quả trong việc tạo màu và tạo hình cho chất liệu bằng chất màu trích xuất từ lá cây và họa tiết hình cây cỏ, hoa lá. In sinh thái đã tồn tại trong một thời gian dài của lịch sử và đồng hành với văn hóa trang phục của các quốc gia có sử dụng phương pháp này.

- Chất màu tự nhiên: là các chất màu có nguồn gốc tự nhiên; được chọn lọc, trích xuất từ thực vật và động vật. Các chất màu này có tính thân thiện và được sử dụng trong thời gian dài

phục vụ cho việc nhuộm vải và một số các lĩnh vực khác của đời sống. Một số loại thường sử dụng để lấy màu được liệt kê trong bảng 1 dưới đây:

**Bảng 1. Danh mục các nguyên liệu tạo chất màu tự nhiên**

| STT | Tên | Phân loại | Màu |
|---|---|---|---|
| 1 | Cỏ thiến thảo | Thực vật thân thảo | Nâu, nâu đỏ |
| 2 | Nghệ | Thực vật thân thảo | Vàng, vàng đất |
| 3 | Vỏ củ hành tây | Thực vật thân thảo | Nâu, Nâu vàng |
| 4 | Hoa vạn thọ | Thực vật thân thảo | Vàng, vàng cam |
| 5 | Hoa hòe | Thực vật thân gỗ nhỏ | Xanh lý |
| 6 | Hoàng đằng | Thực vật thân gỗ nhỏ | Vàng, vàng chanh |
| 7 | Tô mộc | Thực vật thân gỗ nhỏ | Đỏ, hồng |
| 8 | Chàm | Thực vật thân gỗ nhỏ | Xanh dương |
| 9 | Giá tỵ | Thực vật thân gỗ lớn | Hồng, tím |
| 10 | Rệp son | Côn trùng | Đỏ, hồng |

- Quy trình xử lý nguyên liệu:

Đến thời điểm hiện tại, đối mặt với các vấn đề nảy sinh từ sự quá tải tiêu dùng và rác thải thời trang thì khuynh hướng tìm đến sự bền vững trong chất liệu và phương pháp xử lý chất liệu thời trang mang tính thân thiện trở thành mục tiêu chung của các phòng nghiên cứu chất liệu, các thương hiệu, các nhà thiết kế thời trang và in sinh thái trở thành một trong những lựa chọn tối ưu cho hướng đi mới trong việc tìm kiếm nguồn chất liệu thân thiện trong ngành may mặc và thiết kế thời trang.

Với phương pháp in sinh thái - in lá, sự tự nhiên của chất liệu mang nguồn gốc tự nhiên là yếu tố được nhấn mạnh; từ nguyên liệu may là các chất liệu vải có nguồn gốc tự nhiên như linen, lanh, tơ tằm, lene; nguyên liệu nhuộm là các chất màu được lấy từ các loại củ, lá có chất màu, nguyên liệu tạo họa tiết là các loại lá cây có hình dạng đẹp và có khả năng tạo màu trên nền vải, những yếu tố này trở thành cơ sở lý luận vững chắc hơn cho các lập luận về sự thân thiện của chất liệu đối với môi trường và con người.

Ưu điểm của phương pháp in sinh thái không chỉ đơn thuần là phương pháp tạo hình mà sản phẩm của quá trình này còn mang đậm tính nghệ thuật, các yếu tố về màu sắc, hình ảnh, độ đậm nhạt của chi tiết thông qua quá trình quấn, cuộn, hấp hơi, xả sẽ tạo ra những hiệu ứng đặc biệt và mang tính độc bản. Tuy nhiên phương pháp này cũng mang một số nguyên tắc cần được thực hiện nghiêm túc để đảm bảo được tính bền của màu và họa tiết sau khi kết thúc quy trình in.

Trong phạm vi của bài viết này, tác giả thực hiện các bản in sinh thái trên các loại vải khác nhau: linen, lụa, khổ vải 1m6 x 60cm; chất màu nền được trích xuất từ lá bàng, các họa tiết lá được lấy từ lá: giá tỵ, bạch đàn Việt Nam, hoa và lá sao nhái, lá thầu dầu,

## 2. Phương pháp

### *2.1 Danh mục dụng cụ, nguyên liệu*

**Bảng 2. Danh mục dụng cụ, nguyên liệu**

| STT | Dụng cụ, nguyên liệu | Số lượng | Công dụng |
|---|---|---|---|
| 1 | Bột giặt | 5 tbs | Xả vải |
| 2 | Soda Ash light | 5 tbs | Xả vải |
| 3 | Giấm | 1 chai 250ml | Cầm màu |
| 4 | Phèn chua | 5tbs | Cầm màu |
| 5 | Lá cây các loại | Theo diện tích in | Tạo họa tiết trên mặt vải |
| 6 | Nồi hấp | 1 | Hấp sản phẩm |
| 7 | Bao nilon 60X80 | 2 | Cuộn phụ tấm vải |
| 8 | Vải (cotton, silk…) | Theo nhu cầu | Nền họa tiết |

### *2.2 Các bước chuẩn bị*

Để thực hiện được một sản phẩm in lá có tính thẩm mỹ và có độ bền cao khi sử dụng cần tuân thủ các bước chuẩn bị ban đầu:

- Bước 1: Xả vải, làm sạch chất liệu; về cơ bản tất cả các loại chất liệu vải có nguồn gốc tự nhiên từ thực vật hay động vật đều mang trong cấu trúc một số các chất như axit béo , keo , hồ , bụi bẩn, lông vải, trước khi dùng vải để tạo bản in họa tiết cần phải được giặt sạch bằng bột giặt để loại bỏ các tạp chất, việc giặt vải này cũng giúp cho các sợi vải được trương nở to về tiết diện sợi và tăng tính thấm hút của sợi trong quá trình in, điều này sẽ giúp cho bản in thu được nhiều chất màu được tiết ra từ lá cây dưới tác dụng của hơi nước và nhiệt trong nồi hấp.
- Bước 2: Tạo môi trường kiềm, xử lý cầm màu: sau khi đã xử lý sạch các tạp chất và bụi bẩn vải nguyên liệu cần được xử lý qua môi trường chất cầm màu để màu của lá khi tiết ra được giữ lâu trong kết cấu sợi vải. Quy trình tạo môi trường cầm màu cho chất liệu được thực hiện như sau:

  + Nấu sôi hợp chất bao gồm 2lit nước, 50ml giấm ăn, 5 muỗng phèn chua, 5 muỗng soda ash light.
  + Quậy đều cho tan hợp chất, cho tất cả vải nguyên liệu đã giặt vào ngâm, đảo đều trong nước nóng để vải được thấm đều, ngâm và đảo trong vòng 60 phút, xả dưới vòi nước.
- Bước 3: Phơi khô trong bóng râm trong 60 phút. Vải sau khi phơi lần 2 trong 60 phút đã có thể sử dung cho bước tiếp theo trong quy trình tạo bản in.

### *2.3 Quy trình thực hiện*

Các loại lá dùng cho việc tạo bản in cần được thử nghiệm khả năng tiết màu trước khi tiến hành trên những bản in lớn, lá sau khi thu thập cần được vệ sinh sạch sẽ các loại bụi bẩn để tránh việc chất bẩn làm hỏng màu bản in.

Trình tự thực hiện như sau: Trải vải → Xếp lá tạo họa tiết → Phủ vải mặt → Cán cố định chi tiết → Cuộn, cố định → Hấp hơi → Làm nguội.

Đối với phương pháp in sinh thái, do các loại lá có kết cấu và khả năng giải phóng chất màu khác nhau nên thời gian hấp cần đạt từ 1h30 phút trở lên để tất các các loại lá trong cùng một bản nhuộm có đủ thời gian để tiết chất màu, đồng thời bước thứ 2 cần được thực hiện thật kĩ để diện tích tiếp xúc của mặt vải và mặt lá được ép sát vào nhau và chuyển được toàn bộ chất màu từ lá sáng vải trong quá trình hấp.

### *2.4 Hình ảnh quy trình thực hiện và kết quả thu được*

Quy trình thực hiện và hình ảnh ghi nhận được thể hiện theo trình tự các bước: xử lý vải, thực hiện bản in, kiểm tra kết quả, kiểm tra độ phai màu họa tiết.

*2.4.1 Quy trình xử lý vải*

**Bảng 3. Chi tiết quy trình xử lý vải**

| STT | Bước thực hiện | Hình ảnh thực hiện |
|---|---|---|
| 1 | Chuẩn bị nguyên liệu:<br>- Phèn chua, giấm ăn<br>- Soda Ash Light<br>- Vải cotton 100%<br>- Ống nhựa PVC<br>- Lá cây<br>- Băng keo<br>- Tấm nilon | |

| | | |
|---|---|---|
| 2 | Bước 1: Xả vải.<br>- Vải dùng làm nền cho bản in cần được giặt sạch để loại bỏ keo, bụi, chất bẩn trước khi tiến hành tạo môi trường kiềm cho bản in. | |
| 3 | Bước 2: Tạo môi trường kiềm.<br>- Vải sau khi xả sạch sẽ ngâm trong hỗn hợp gồm: Phèn chua, giấm ăn, soda ash light.<br>- Đun sôi vải và hỗn hợp trong 10 phút và ngâm trong 60 phút. | |
| 4 | Bước 3: Phơi khô<br>- Sau khi ngâm đủ thời gian, xả sạch vải trong nước lạnh, vắt kiệt nước và phơi trong bóng râm 60 phút. | |

*2.4.2 Quy trình thực hiện bản in*

**Bảng 4. Chi tiết quy trình thực hiện bản in**

| STT | Bước thực hiện | Hình ảnh thực hiện |
|---|---|---|
| 1 | **Bước 1:** Trải vải<br>Trải vải đã chuẩn bị lên tấm nilon dùng để tạo lớp ngăn thấm màu của lá trong quá trình xông hơi. | |
| 2 | **Bước 2:** Xếp lá tạo họa tiết<br>Trải lá nguyên liệu đã chuẩn bị lên mặt vải theo bố cục mong muốn, trong bước này có thể tranh thủ độ đậm nhạt của màu lá để tạo độ sâu cho bản in. | |
| 3 | **Bước 3:** Phủ vải mặt<br>- Tiến hành phủ vải mặt trên các chi tiết lá đã xếp, múc đích để cố định vị trí của lá cây trên mặt vải nền, lớp phủ sau khi kết thúc quy trình cũng sẽ được tạo hình như một bản in đối xứng. | |

| | | |
|---|---|---|
| 4 | **Bước 4:** Cán cố định chi tiết<br>- Dùng đoạn ống nhựa PVC đã chuẩn bị để cán êm các chi tiết lá cây trên mặt vải. | |
| 5 | **Bước 5:** Cuộn, cố định<br>- Phủ tấm nilon che lớp vải phủ mặt trên, dùng ống nhựa cuộn chặt các lớp vải, nilon vào ống nhựa.<br>- Dùng băng keo quấn chặt | |
| 6 | **Bước 6:** Hấp hơi<br>- Dùng nồi hấp để hấp hơi trong thời gian 90 phút đến 180 phút tùy theo loại lá. | |
| 7 | **Bước 7:** Làm nguội.<br>- Vải sau khi kết thúc quy trình tạo bản in cần được làm nguội tự nhiên trước khi tháo băng keo. | |

| | | |
|---|---|---|
| 8 | **Kết quả:**<br>Bản in thu được gồm chất màu trích xuất từ mặt trái và mặt phải của lá cây giá tỵ.<br>Các tông màu thu được bao gồm: Tím, tím hồng, hồng, nâu vàng, nâu, nâu hồng. | |

## 3. Kết quả và thảo luận

### *3.1 Kết quả*

*3.1.1 Kết quả thu được khi kết thúc quy trình thực hiện bản in*

**Bảng 5. Kết quả in lá**

| STT | Vị trí mẫu | Mẫu màu | Hình ảnh kết quả |
|---|---|---|---|
| 1 | Tổng quan kết quả thu được, bao gồm họa tiết mặt trước, mặt sau của lá. | Bản in thu được gồm chất màu trích xuất từ mặt trái và mặt phải của lá cây giá tỵ.<br>Các tông màu thu được bao gồm: Tím, tím hồng, hồng, nâu vàng, nâu, nâu hồng. | |
| 2 | Họa tiết, màu thu được từ mẫu in mặt trước của lá | Bản in thu được gồm chất màu trích xuất từ mặt phải của lá cây giá tỵ.<br>Các tông màu thu được bao gồm: Tím, tím hồng, hồng, chi tiết gân lá được in rõ ràng, ánh màu nghiêng về tím. | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 3 | Họa tiết, màu thu được từ mẫu in mặt sau của lá | Bản in thu được gồm chất màu trích xuất từ mặt trái của lá cây giá tỵ.<br>Các tông màu thu được bao gồm: Nâu vàng, nâu, nâu hồng, ánh màu nghiêng về nâu | |

*3.1.2 Kết quả thu được khi kết thúc quy trình kiểm tra độ bay màu của bản in.*

Quy trình thực hiện kiểm tra độ phải màu của bản in được thực hiện trên cả hai nhóm màu mặt phải và mặt trái của họa tiết lá cây giá tỵ sau khi hoàn thành bản in. Phương pháp kiểm tra được thực hiện trực tiếp trong môi trường nước ở các mực nhiệt độ khác nhau: nước sôi 90 độ, nước sôi 60 độ, nước lạnh thông thường. Dưới đây là bảng thống kê về màu sắc trên các mẫu (bảng 6).

**Bảng 6. Kết quả kiểm tra độ bay màu của bản in**

| STT | Nhóm | Hình ảnh gốc | Hình ảnh sau khi ngâm và mẫu nước |
|---|---|---|---|
| 1 | Họa tiết mặt phải của lá | | <br>Mẫu nước: 90 độ- 60 độ- nước lạnh.<br>Độ phai màu giảm dần theo nhiệt độ của nước ngâm<br>Mẫu vải: chưa qua xử lý làm khô, màu còn đậm |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 2 | Họa tiết mặt trái của lá | | <br>Mẫu nước: 90 độ- 60 độ- nước lạnh<br>Độ phai màu giảm dần theo nhiệt độ của nước ngâm<br>Mẫu vải: chưa qua xử lý làm khô, màu còn đậm |

*3.1.3. Đối sánh sắc độ*

Từ bản in gốc sau khi trải qua quy trình kiểm tra độ phai màu của họa tiết bằng phương pháp ngâm trong nước với các điều kiện nhiệt độ khác nhau có thể đưa ra kết luận về độ bay màu như sau:

- Nhiệt độ nước càng cao, khả năng phân hủy chất màu càng cao.
- Lá cây nguyên liệu có chất nhựa càng nhiều sẽ cho màu của họa tiết càng đậm và ít phai màu.
- Vải nguyên liệu được xử lý tốt sẽ tạo môi trường thấm hút tốt cho chất màu trong quá trình hấp hơi.

**Bảng 7. Kết quả đối sánh sắc độ của bản in**

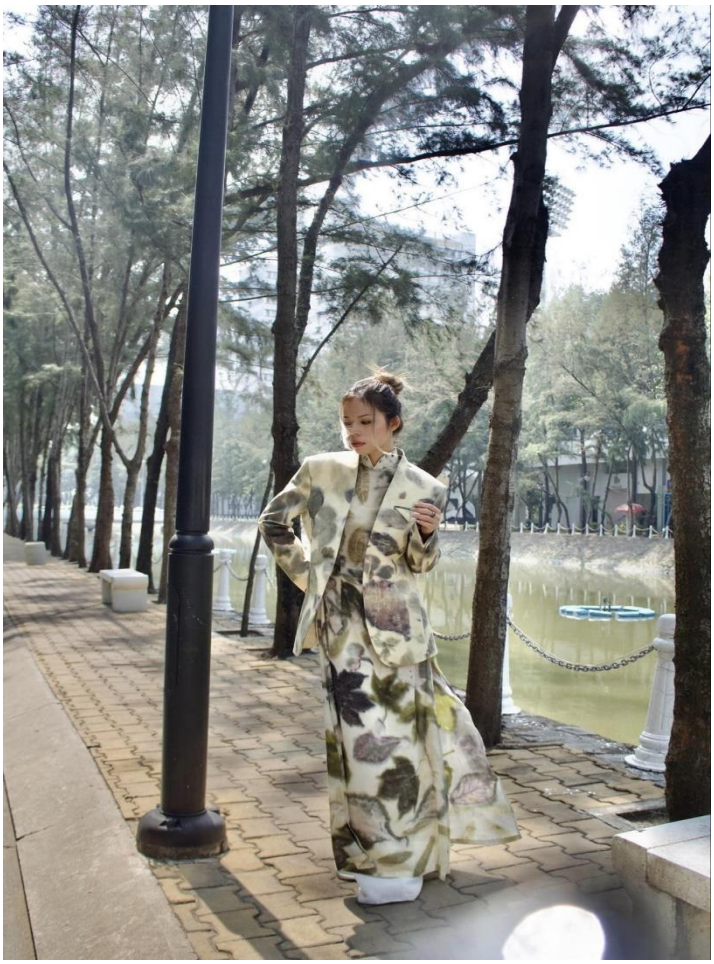
| STT | Vị trí lấy màu | Chi tiết đối sánh sắc độ |
|---|---|---|
| 1 | Họa tiết mặt phải của lá | <br>Bản gốc họa tiết<br>Họa tiết sau khi trải qua quá trình ngâm nước ở các mức nhiệt khác nhau<br>Mẫu nước ngâm các mẫu thử |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 2 | Họa tiết mặt trái của lá | | Bản gốc họa tiết<br><br>Họa tiết sau khi trải qua quá trình ngâm nước ở các mức nhiệt khác nhau<br><br>Mẫu nước ngâm các mẫu thử |

Nhóm họa tiết từ các mẫu in mặt phải có độ phai màu cao hơn nhóm họa tiết từ các mẫu in mặt trái của lá cây giá tỵ.

*3.1.4 Một số sản phẩm do tác giả bài viết thực hiện*

**Bảng 8. Ứng dụng chất liệu được in lá vào thiết kế các sản phẩm thời trang**



***3.2 Thảo luận ưu nhược điểm của phương pháp***

- Ưu điểm: ngoài những ưu điểm đã nêu tại phần 1, phương pháp này tạo ra được nguồn nguyên liệu phục vụ cho ngành thiết kế thời trang, tạo ra được tính độc bản cho từng sản phẩm. Tận dụng được sự phong phú về tạo hình của các loại thực vật và chất màu trong tự nhiên , có tính hữu cơ và thân thiện với môi trường.

- Nhược điểm: do có nguồn gốc từ tự nhiên nên vấn đề giữ được màu và hình dạng của họa tiết trên chất liệu có phần hạn chế, đây là một trong những vấn đề cần được nghiên cứu sâu hơn để tìm ra các giải pháp thích hợp trong việc cầm màu cho các loại màu có nguồn gốc tự nhiên.

**4. Kết luận**

In sinh thái không chỉ là một kỹ thuật; đó là một trải nghiệm mang tính biến đổi giúp nâng cao sự kết nối của con người với thiên nhiên trong quá trình đi tìm sự bền vững của cuộc sống. Mặc dù đây không phải là phương pháp mới và có phần cũ kĩ so với hàng loạt các phương pháp xử lý chất liệu hiện đại được ngành thiết kế thời trang tìm ra theo từng năm tuy nhiên những giá trị do phương pháp này tạo ra có thể cho chúng ta thấy trong tự nhiên vẫn còn rất nhiều điều thú vị và hấp dẫn cần được tìm hiểu, nghiên cứu, ứng dụng.

Phương pháp in sinh thái- in lá không chỉ mang giá trị về thẩm mỹ mà còn là những thông điệp vô hình được truyền đi từ mỗi tác phẩm, thông điệp về cuộc sống, thông điệp về môi trường. Thông qua các bản in sinh thái, chúng ta tìm thấy vẻ đẹp và sự phong phú của thiên nhiên, đồng thời việc dùng hình ảnh họa tiết thực vật để tạo hình cho chất liệu thời trang điều này khiến chúng ta quan tâm nhiều hơn đến thế giới xung quanh, thấy được sự liên kết giữa con người và tự

nhiên, tính thân thiện của chất liệu và môi trường qua từng bản in sinh thái, từng chiếc lá và cánh hoa.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. India Flint, (2008), "Eco Colour: Botanical dyes for beautiful textiles", Murdoch Books.
2. Barb, (2017),"Eco printing on Cotton", Made by Barb https://www.madebybarb.com/2017/11/05/eco-printing-on-cotton/.
3. M.Kavyashree, (2020), "Printing of Textile Using Natural dyes: A Global Sustainable Approach", Intechopen. https://www.fiberartsy.com/eco-printing-fabric/.
4. Charoon Klaichoi, R. Mongkholrattanasit, Chamlong Sarikanon, (2012), "Eco-friendly printing of cotton fabric using natural dye from acacia catechu willd", RMUTP International Conference: Textile & Fashion 2012, http://textileconference.rmutp.ac.th/wp-content/uploads/2012/10/011-Eco-Friendly-Printing-of-Cotton-Fabric-Using-Natural-from-Acacia-Catechu-Wild.pdf.

# PHÂN BAN
# XÂY DỰNG

# VAI TRÒ CỦA CÁC CƠ QUAN THANH TRA ĐỐI VỚI CÔNG TÁC QUẢN LÝ TRẬT TỰ XÂY DỰNG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

**Trần Quốc Hoàng[1,2*], Nguyễn Văn Giang[3]**
[1]Viện Đào tạo Sau đại học, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
[2]Thanh tra Sở Xây dựng Thành phố Hồ Chí Minh.
[3]Khoa Xây dựng, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh;
*Tác giả liên hệ, Email: tranquochoang.ttsxd@gmail.com.

## TÓM TẮT

Bài báo trình bày kết quả nghiên cứu về vai trò của các cơ quan Thanh tra Nhà nước nói chung và Thanh tra Sở Xây dựng TP.HCM nói riêng trong công tác quản lý trật tự xây dựng trên địa bàn Thành phố, giai đoạn nghiên cứu từ năm 2018-2023. Cụ thể, bài báo sẽ xem xét cơ cấu tổ chức, quy mô nhân sự hiện tại của Thanh tra Sở Xây dựng và vai trò của đơn vị này thông qua các chỉ tiêu về thanh tra, kiểm tra, giải quyết khiếu nại, tố cáo. Bên cạnh đó, phân tích tình hình vi phạm trật tự xây dựng theo thống kê của cơ quan chức năng. Đồng thời, xác định các nguyên nhân chủ yếu dẫn đến vi phạm và trình bày giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động của các cơ quan Thanh tra, góp phần quản lý chặt chẽ hơn trật tự xây dựng tại TP.HCM.
*Từ khóa:* Quản lý nhà nước; Thanh tra; Trật tự xây dựng; Thành phố Hồ Chí Minh.

## 1. Giới thiệu

### *1.1 Bối cảnh và tính cấp thiết của công tác quản lý trật tự xây dựng*

Thanh tra Sở Xây dựng TP.HCM (sau đây viết tắt là Thanh tra Sở Xây dựng) được thành lập trên cơ sở kiện toàn nhân sự từ lực lượng Thanh tra xây dựng hiện có tại các quận, huyện theo Nghị định số 26/2013/NĐ-CP ngày 29/3/2013 của Chính phủ về tổ chức và hoạt động của Thanh tra ngành Xây dựng (Chính phủ, 2013).

Quá trình quản lý và xử lý vi phạm trật tự xây dựng phát sinh luôn tuân thủ theo các quy định pháp luật xây dựng hiện hành, cụ thể: Nghị định số 16/2022/NĐ-CP ngày 28/01/2022 của Chính phủ quy định xử phạt hành chính về xây dựng (Chính phủ, 2022), Luật Xây dựng năm 2014 (Quốc hội, 2014) và các văn bản hướng dẫn thi hành.

Trước tình hình xây dựng diễn biến phức tạp trên địa bàn TP.HCM, Thành Ủy TP.HCM đã ban hành Chỉ thị số 23-CT/TU ngày 25/7/2019 về tăng cường lãnh đạo, chỉ đạo nâng cao hiệu quả công tác quản lý nhà nước về trật tự xây dựng trên địa bàn Thành phố, từ đó có sự chuyển biến tích cực trong công tác quản lý trật tự xây dựng trên địa bàn, kết quả thể hiện tại các báo cáo Báo cáo số 8823/BC-SXD-TT ngày 05/8/2020 (Sở Xây dựng, 2020), Báo cáo số 174/BC-SXD-TT ngày 24/3/2021 (Sở Xây dựng, 2021), Tờ trình số 10573/TTr-SXD-TT ngày 01/11/2022 của Sở Xây dựng (Sở Xây dựng, 2022).

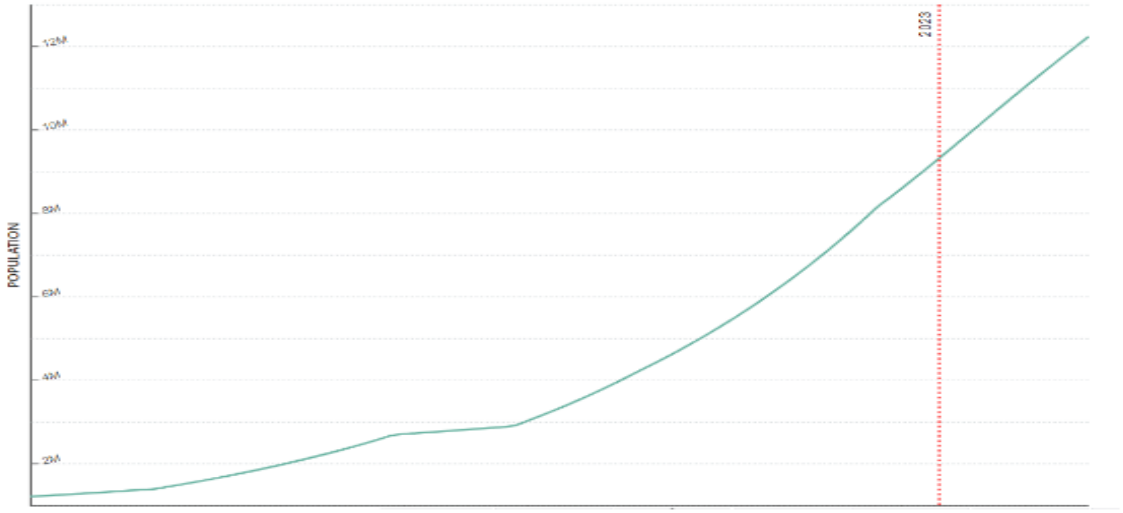
Công tác quản lý Nhà nước về xây dựng, bảo vệ môi trường và tài nguyên là nhiệm vụ quan trọng để phát triển bền vững đô thị (Sở Xây dựng, 2023a). Theo đó, Thanh tra Sở Xây dựng ban hành Quyết định số 131/QĐ-TT ngày 12/11/2015 về Quy trình kiểm tra, xử lý vi phạm hành chính về trật tự xây dựng của Thanh tra Sở (Thanh tra Sở Xây dựng, 2015), đảm bảo trật tự xây dựng là yêu cầu căn bản, góp phần quan trọng cho sự phát triển đô thị văn minh, thân thiện.

Theo báo cáo công tác các năm 2018-2023 của Thanh tra Sở Xây dựng:

**Bảng 1. Số liệu về vi phạm trật tự xây dựng tại TP.HCM trong giai đoạn 2018-2023**

| Năm | Vi phạm xây dựng sai phép | Vi phạm xây dựng không phép | Các vi phạm khác |
|---|---|---|---|
| 2018 (Thanh tra Sở Xây dựng, 2018) | 1.082/ 2.942 | 1.008/ 2.942 | 852/ 2.942 |
| 2019 (Thanh tra Sở Xây dựng, 2019) | 1.219/ 2.913 | 1.328/ 2.913 | 366/ 2.913 |
| 2020 (Thanh tra Sở Xây dựng, 2020) | 408/1.006 | 336/1.006 | 262/1.006 |
| 2021 (Thanh tra Sở Xây dựng, 2021) | 169/412 | 143/412 | 100/412 |
| 2022 (Thanh tra Sở Xây dựng, 2022) | 224/460 | 118/460 | 121/460 |
| 2023 (Thanh tra Sở Xây dựng, 2023c) | 146/328 | 69/328 | 113/328 |

Trong năm 2023, Thanh tra Sở Xây dựng tiếp tục rà soát các kết quả đã thực hiện, nghiên cứu các tồn tại, khó khăn và đưa ra các giải pháp để nâng cao hiệu quả quản lý trật tự xây dựng trên địa bàn tốt hơn trong thời kỳ mới, cụ thể: nhóm giải pháp về nhân sự, đề xuất tinh gọn biên chế lực lượng Thanh tra Sở Xây dựng (Thanh tra Sở Xây dựng, 2023a), các giải pháp thí điểm đưa Thanh tra Xây dựng thuộc các Đội Thanh tra tra địa bàn quận, huyện về địa phương để thống nhất quản lý từ đó bám sát, xử lý triệt để các vi phạm về trật tự xây dựng (Sở Xây dựng, 2023b); nhóm giải pháp về phương hướng nhiệm vụ trong thời gian tới (Thanh tra Sở Xây dựng, 2023c) và về thực trạng và nhiệm vụ, giải pháp chấn chỉnh, khắc phục tình trạng né tránh, đùn đẩy, làm việc cầm chừng, sợ trách nhiệm không dám làm trong đội ngũ cán bộ, đảng viên qua thực hiện chức năng, nhiệm vụ (Thanh tra Sở Xây dựng, 2023b).




**Hình 1. Bản đồ quy mô dân số đô thị TP.HCM năm 2023**
**Theo World Population Review**

Đồng thời, qua thống kê tại Hình 1 cho thấy quy mô dân số ngày càng lớn của TP.HCM. Cụ thể, theo thông tin từ trang điện tử World Population Review thì dân số TP.HCM đạt 9,320,866 người, điều này đặt ra áp lực lớn cho công tác quản lý đô thị và đảm bảo trật tự xây dựng trên địa bàn do yêu cầu quản lý phức tạp hơn khi quy mô dân số ngày càng lớn.

Do đó, công tác quản lý trật tự xây dựng có ý nghĩa quan trọng trong việc góp phần bảo đảm trật tự, mỹ quan đô thị, bảo vệ tài sản và tính mạng của người dân; Góp phần kiểm soát chặt chẽ quá trình xây dựng công trình, đảm bảo chất lượng, an toàn; Đảm bảo sự phát triển đô thị hóa có kiểm soát, bền vững theo quy hoạch, góp phần nâng cao đời sống vật chất, tinh thần cho người dân.

### *1.2 Mục tiêu và phạm vi nghiên cứu*

Mục tiêu nghiên cứu

- Đánh giá vai trò của các cơ quan thanh tra trong công tác quản lý trật tự xây dựng tại TP.HCM.
- Phân tích tình hình vi phạm trật tự xây dựng tại TP.HCM.
- Đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả quản lý trật tự xây dựng trên địa bàn.

Phạm vi nghiên cứu

- Phạm vi đối tượng: Các cơ quan thanh tra nhà nước, cụ thể là Thanh tra Sở Xây dựng
- Phạm vi địa lý: Tập trung nghiên cứu tại TP.HCM.
- Phạm vi thời gian: Từ năm 2018 đến năm 2023.
- Nội dung nghiên cứu: Tìm hiểu cơ cấu tổ chức, chức năng nhiệm vụ của cơ quan thanh tra. Phân tích tình hình vi phạm trật tự xây dựng. Đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả quản lý.

Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của nghiên cứu

- Góp phần đánh giá vai trò của cơ quan thanh tra, phát hiện hạn chế để có giải pháp cải tiến.
- Cung cấp thông tin phục vụ công tác hoạch định chính sách, giải pháp quản lý trật tự xây dựng.

### *1.3 Phương pháp nghiên cứu*

- Phương pháp nghiên cứu khoa học: Phân tích, tổng hợp, so sánh, đối chiếu.
- Phương pháp thu thập thông tin: Khảo sát tài liệu là các báo cáo của năm của Thanh tra Sở Xây dựng trong các năm 2018-2023.

## 2. Vai trò của các cơ quan thanh tra trong công tác quản lý trật tự xây dựng

### *2.1 Cơ cấu tổ chức và quy mô nhân sự của Thanh tra Sở Xây dựng*

Cơ quan Thanh tra xây dựng gồm có hai cấp chính là Thanh tra Bộ Xây dựng và Thanh tra cấp Sở. Đặc biệt, tại TP.HCM và Thành phố Hà Nội - hai đô thị lớn nhất nước, Thanh tra xây dựng cấp Sở được tổ chức thêm các Đội Thanh tra cấp quận, huyện phân công trực tiếp tại các xã, phường, thị trấn (Chính phủ, 2013). Điều này đem lại ưu điểm giúp lực lượng Thanh tra bám sát địa bàn địa phương nhỏ nhất, kịp thời phát hiện và xử lý vi phạm trật tự xây dựng. Cơ cấu tổ chức có tính chất phân công, phân cấp rõ ràng theo hướng hệ thống từ trên xuống dưới, tạo điều kiện thuận lợi cho công tác quản lý và thanh tra tại cơ sở.

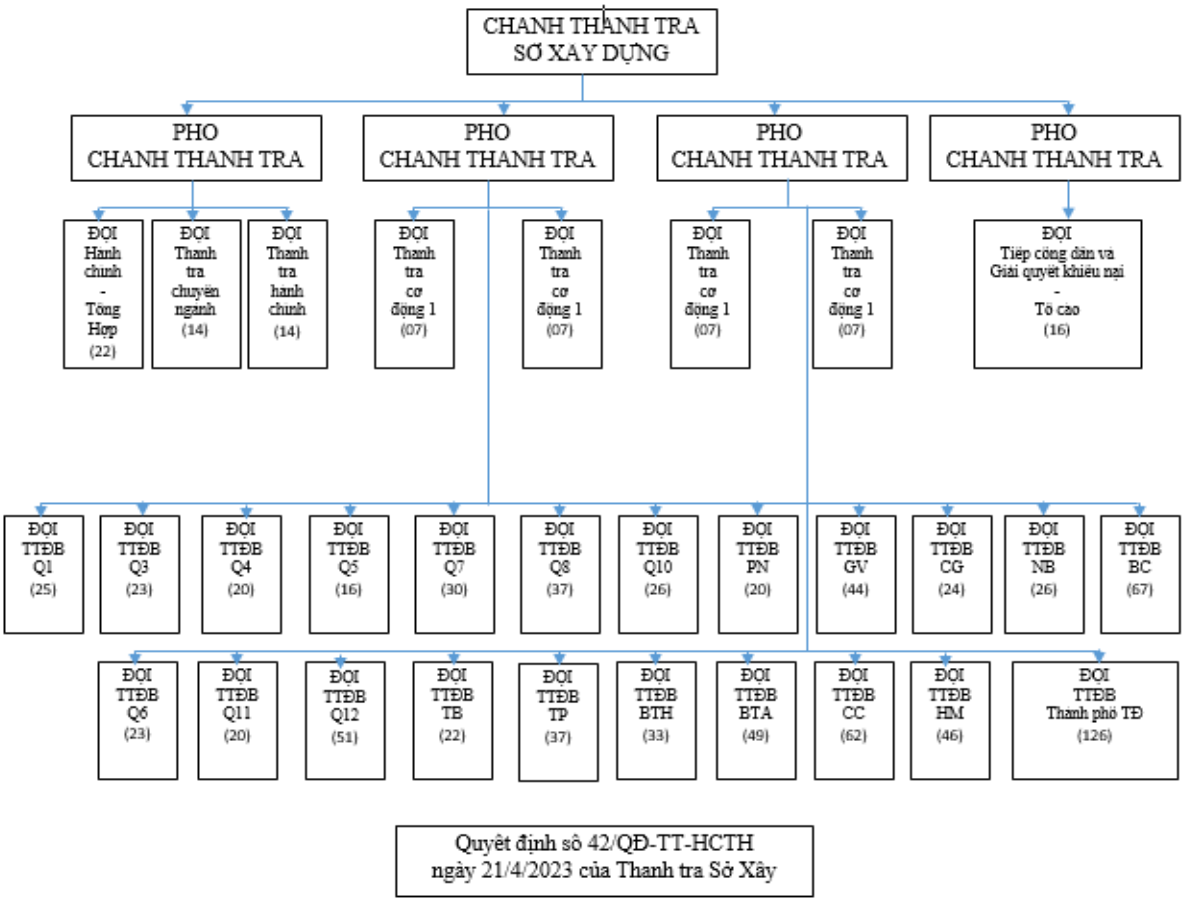
Sở Xây dựng là cơ quan chuyên môn thuộc Ủy ban nhân dân Thành phố, hỗ trợ thực hiện quản lý nhà nước về lĩnh vực xây dựng. Sở chịu sự chỉ đạo và quản lý trực tiếp của Ủy ban nhân dân Thành phố cũng như hướng dẫn chuyên môn từ Bộ Xây dựng. Thực hiện Nghị định 26/2013/NĐ-CP của Chính phủ (Chính phủ, 2013), Sở Xây dựng đã tham mưu ban hành Quyết định 2391/QĐ-UBND ngày 11/5/2013 phê duyệt đề án kiện toàn cơ cấu tổ chức, hoạt động của Thanh tra Sở. Kể từ ngày 15/5/2013, lực lượng thanh tra cấp quận, huyện đã sáp nhập trực thuộc Thanh tra Sở để thực hiện nhiệm vụ thanh tra chuyên ngành theo quy định.

Theo đó, năm 2018: lực lượng Thanh tra xây dựng là 1.012 người. Trong đó, được bổ nhiệm chức danh Thanh tra viên là 454 người (tăng 452 Thanh tra viên so với thời điểm chuyển giao lực lượng theo Nghị định số 26 năm 2013 từ các quận, huyện về Sở Xây dựng là 02 Thanh tra viên); Trình độ: 23 người trên đại học; 879 người đại học; 110 người dưới đại học (Thanh

tra Sở Xây dựng, 2018). Đến năm 2023: lực lượng Thanh tra xây dựng là 938 người. Trong đó, được bổ nhiệm chức danh Thanh tra viên chính là 03 người, Thanh tra viên là 514 người.

Như vậy, nhìn chung, sau hơn 10 năm kể từ thời điểm chuyển giao lực lượng theo Nghị định 26/2013/NĐ-CP của Chính phủ (Chính phủ, 2013) từ các quận, huyện về Sở Xây dựng, chất lượng nguồn nhân lực của Thanh tra Sở Xây dựng đã được nâng lên rõ rệt, đáp ứng tốt hơn yêu cầu nhiệm vụ.

Lực lượng Thanh tra Sở Xây dựng hiện nay bao gồm: 01 Chánh Thanh tra phụ trách chung và trực tiếp phụ trách Đội Hành chính - Tổng hợp; 04 Phó Chánh Thanh tra được phân công phụ trách các Đội Thanh tra chuyên ngành, Đội Thanh tra hành chính, Đội Thanh tra tiếp công dân và giải quyết khiếu nại - tố cáo; Đội Thanh tra cơ động và 22 Đội Thanh tra địa bàn quận - huyện- thành phố Thủ Đức, tổng số biên chế được giao 938 biên chế (Thanh tra Sở Xây dựng, 2023b) với chức năng, cơ cấu tổ chức cụ thể:




**Hình 2. Sơ đồ tổ chức Thanh tra Sở Xây dựng**

Thanh tra Sở Xây dựng thực hiện các nhiệm vụ chính sau:

- Thanh tra chuyên ngành theo quy định của Luật Thanh tra và các văn bản hướng dẫn khác liên quan đến hoạt động xây dựng.
- Thanh tra hành chính các cơ quan, tổ chức, cá nhân thuộc thẩm quyền quản lý của Sở Xây dựng.
- Tiếp công dân, giải quyết khiếu nại, tố cáo và phòng chống tham nhũng.
- Tham gia các đoàn thanh tra liên ngành, đoàn thanh tra do Bộ Xây dựng thành lập.
- Thực hiện các nhiệm vụ khác do Giám đốc Sở Xây dựng Thành phố giao phó.

Nhằm bảo đảm tuân thủ pháp luật trong lĩnh vực xây dựng tại TP.HCM.

***2.2 Vai trò của Thanh tra Sở Xây dựng trong thanh tra, kiểm tra và giải quyết khiếu nại, tố cáo (Thanh tra Sở Xây dựng, 2023c)***

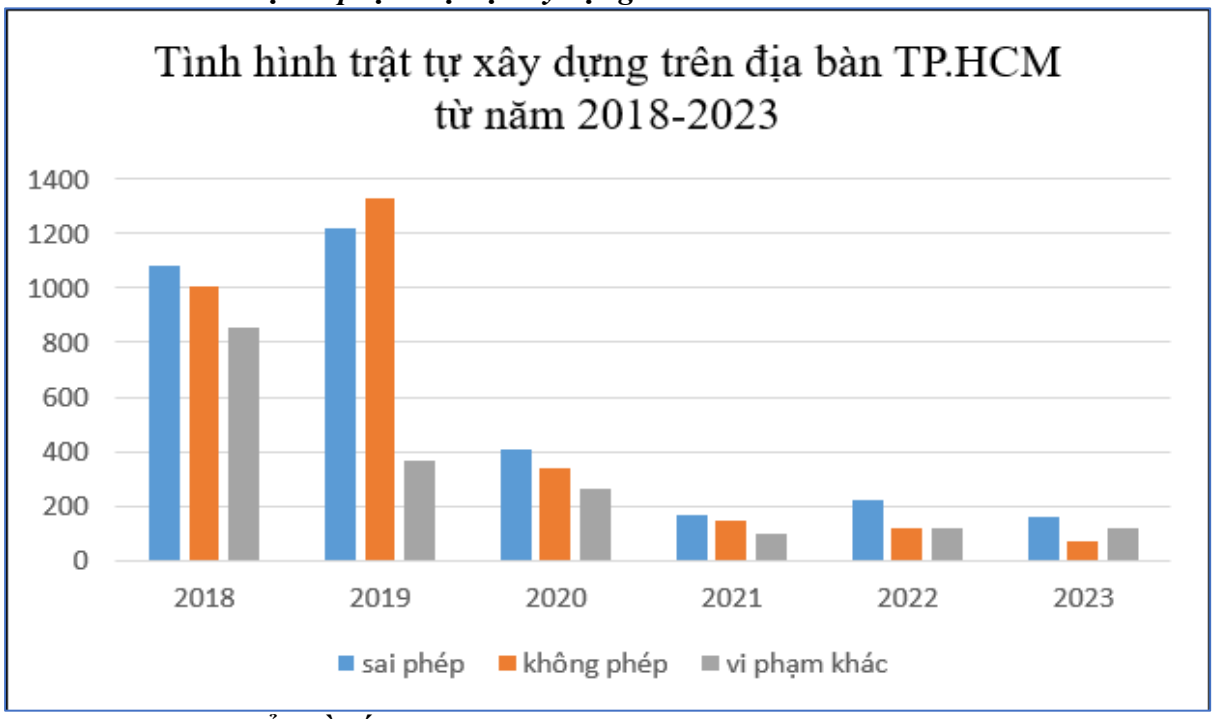
- Số cuộc thanh tra, kiểm tra hành chính và chuyên ngành năm 2023: 07 cuộc.
- Số lượt kiểm tra công trình xây dựng: 45.701 lượt.
- Số quyết định xử phạt vi phạm hành chính đã ban hành 383/328 trường hợp vi phạm (một số trường hợp phải ban hành quyết định xử phạt nhiều đối tượng).
- Tổng số tiếp nhận thông tin phản ánh trật tự xây dựng qua ứng dụng trên điện thoại di động đến hết tháng 9 năm 2023 là 3.293 thông tin, trong đó đã giải quyết 2.956/3.293 (tỷ lệ 89,77%) và đang xác minh xử lý 377/3.293 (tỷ lệ 10,23%)
- Tiếp nhận, phân loại và xử lý Đơn khiếu nại, tố cáo, kiến nghị: 962 đơn, trong đó đã giải quyết 830/830 đơn đủ điều kiện thụ lý (tỷ lệ 100%) và 1.323/962 đơn không đủ điều kiện thụ lý.

***2.3 Đánh giá hiệu quả hoạt động của các cơ quan thanh tra***

- Các nghiên cứu trước đây chỉ ra rằng, công tác phối hợp giữa các cơ quan thanh tra khác nhau có ý nghĩa quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả quản lý trật tự xây dựng tại TP.HCM. Theo đánh giá của Sở Xây dựng, vai trò hỗ trợ của các cơ quan thanh tra trung ương và địa phương đóng góp tích cực cho công tác quản lý xây dựng của Thanh tra Sở.
- Năm 2023, kế hoạch thanh tra của Thanh tra Bộ Xây dựng và một số địa phương như Sở Xây dựng tỉnh Bình Dương đều đề cập tới việc kiểm tra dự án đô thị và công trình hạ tầng quan trọng trên địa bàn TP.HCM. Điều này góp phần nâng cao chất lượng giám sát, hỗ trợ quản lý xây dựng tại địa phương.
- Nghiên cứu đánh giá tổng hợp các báo cáo trên cho thấy sự phối hợp thanh tra giữa các cấp đã cải thiện hiệu quả quản lý ngành ở TP.HCM (Quốc hội, 2014). Tuy nhiên, vẫn cần nghiên cứu kỹ hơn về tác động cụ thể của từng cơ quan để đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao hơn nữa hiệu quả quản lý trong tương lai.

**3. Tình hình vi phạm trật tự xây dựng tại thành phố Hồ Chí Minh**

***3.1. Phân tích số liệu vi phạm trật tự xây dựng từ năm 2018-2023***




**Hình 3. Biểu đồ số liệu vi phạm trật tự xây dựng trên địa bàn TP.HCM giai đoạn 2018-2023**

***3.2 Các nguyên nhân chủ yếu dẫn đến vi phạm trật tự xây dựng***

- Nhu cầu xây dựng nhà ở và các công trình phụ trợ đã tăng lên rất nhanh trong thời gian gần đây do quy mô dân số đô thị TP.HCM ngày càng lớn (theo Bản đồ phân bố dân số đô thị

năm 2022). Tuy nhiên, thủ tục cấp phép xây dựng hiện vẫn còn phức tạp và tốn thời gian, dẫn đến một bộ phận người dân tự ý xây nhà trước khi có phép.

- Quy hoạch xây dựng cơ sở tại một số địa phương chưa được lập và công bố cụ thể, chi tiết, gây khó khăn cho người dân trong việc xác định vị trí xây dựng hợp pháp. Đây cũng là một trong những nguyên nhân dẫn đến tình trạng xây dựng tự phát.

- Nhận thức pháp luật của một bộ phận người dân về trật tự xây dựng còn hạn chế nên dễ vi phạm quy định.

- Tình trạng né tránh, đùn đẩy, làm việc cầm chừng, sợ trách nhiệm không dám làm trong đội ngũ Thanh tra xây dựng cũng là nguyên nhân một số người dân lợi dụng để vi phạm xây dựng.

- Công tác quản lý nhà nước về lĩnh vực này tại một số địa phương chưa thực sự chặt chẽ, nhất quán, góp phần tạo điều kiện cho tình trạng vi phạm xảy ra, qua các năm Sở Xây dựng đã kiểm điểm xử lý kỷ luật rất nhiều cán bộ để xảy ra tình trạng sai phạm xây dựng trên địa bàn (Sở Xây dựng, 2023b), cụ thể:

**Bảng 2. Tình hình xử lý kiểm điểm, kỷ luật tại Thanh tra Sở Xây dựng 2018-2023**

| Năm | Tổng số | Hình thức phê bình | Hình thức khiển trách | Hình thức cảnh cáo | Hình thức hạ bậc lương, cách chức hoặc tạm đình chỉ | Hình thức buộc thôi việc |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 2018 | 29 | 16 | 08 | 03 | 00 | 02 |
| 2019 | 40 | 14 | 15 | 06 | 01 | 04 |
| 2020 | 68 | 30 | 25 | 10 | 02 | 01 |
| 2021 | 205 | 175 | 24 | 03 | 01 | 02 |
| 2022 | 138 | 91 | 23 | 16 | 07 | 01 |
| 09 tháng năm 2023 | 62 | 47 | 11 | 00 | 01 | 03 |

***3.3 Đánh giá tình hình vi phạm và xu hướng phát triển trong giai đoạn nghiên cứu***

- Rà soát, sửa đổi và bổ sung khung pháp lý phù hợp hơn với thực tiễn quản lý, tạo cơ sở pháp lý vững chắc hơn cho công tác quản lý.

- Đẩy nhanh tiến độ lập và phê duyệt quy hoạch các cấp, tập trung các khu vực có nhu cầu cao, bảo đảm tính chi tiết đến tỷ lệ 1/500, 1/2000.

- Tăng cường công tác tuyên truyền để nâng cao nhận thức của người dân về chấp hành pháp luật xây dựng.

- Siết chặt công tác quản lý, tăng cường thanh tra, kiểm tra và xử lý nghiêm các trường hợp vi phạm.

- Ứng dụng công nghệ thông tin nhằm kịp thời phát hiện, xử lý, theo dõi vi phạm.

- Kiện toàn tổ chức bộ máy của Thanh tra Sở Xây dựng trên cơ sở triển khai thực hiện Nghị quyết số 98/2023/QH15 ngày 24/6/2023 của Quốc hội về thí điểm một số cơ chế, chính sách đặc thù phát triển TP.HCM; Đề án thí điểm thành lập Đội quản lý trật tự xây dựng đô thị thuộc Ủy ban nhân dân quận, huyện.

- Chấn chỉnh, nâng cao nhận thức về ý thức trách nhiệm, đạo đức công vụ, ý thức tổ chức kỷ luật và kỹ năng thực thi công vụ của công chức, nhân viên Thanh tra Sở Xây dựng, đáp ứng yêu cầu, nhiệm vụ công tác, tạo chuyển biến mạnh mẽ và sâu rộng về ý thức tự tu dưỡng, rèn luyện; xây dựng lực lượng Thanh tra Sở Xây dựng có tác phong chuẩn mực, có tinh thần tương trợ, hợp tác trong thực thi công vụ, góp phần thực hiện tốt nhiệm vụ được giao với mục tiêu *"Chuyên nghiệp - Thống nhất - Trong sạch."*

**4. Giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả công tác quản lý trật tự xây dựng**

***4.1 Đề xuất các biện pháp cải thiện tổ chức và quy trình hoạt động của các cơ quan thanh tra***

- Rà soát, sắp xếp lại cơ cấu tổ chức bộ máy và phân công trách nhiệm cụ thể hơn cho từng vị trí công tác.

- Hoàn thiện hệ thống pháp luật, thủ tục hành chính liên quan hoạt động thanh tra, kiểm tra để tạo thuận lợi hơn cho công tác quản lý.

- Ứng dụng công nghệ thông tin vào quản lý hồ sơ, tài liệu phục vụ công tác thanh tra.

- Xây dựng kế hoạch thanh tra, kiểm tra theo chuyên đề, lĩnh vực và địa bàn định kỳ.

- Xây dựng tiêu chuẩn đánh giá chất lượng, hiệu quả thanh tra, kiểm tra để điều chỉnh kịp thời hoạt động.

- Tăng cường phối hợp giữa các cơ quan liên quan trong công tác thanh tra, kiểm tra các lĩnh vực.

- Tổ chức các lớp bồi dưỡng, tập huấn nghiệp vụ thường xuyên cho đội ngũ thanh tra viên.

- Xây dựng cơ chế khen thưởng, kỷ luật đối với cá nhân, tập thể trong quá trình thực hiện nhiệm vụ thanh tra.

***4.2 Đề xuất các biện pháp tăng cường đào tạo và nâng cao năng lực cho cán bộ thanh tra***

- Xây dựng kế hoạch đào tạo định kỳ cho cán bộ thanh tra theo từng cấp bậc, vị trí công tác.

- Tổ chức các lớp đào tạo ngắn hạn, dài hạn về lý luận chuyên môn và nghiệp vụ thanh tra.

- Đào tạo bồi dưỡng kiến thức về công nghệ, kỹ năng mềm như làm việc nhóm, giải quyết vấn đề...

- Khuyến khích cán bộ tham gia đào tạo tiến sĩ, thạc sĩ có liên quan đến lĩnh vực.

- Tập huấn bồi dưỡng nghiệp vụ thường xuyên khi có sự thay đổi về pháp luật, chính sách.

- Tổ chức thực tập, quan sát thực tiễn tại các đơn vị, doanh nghiệp.

- Xây dựng chính sách khuyến khích cán bộ tự hoàn thiện bản thân và nâng cao trình độ.

- Đánh giá năng lực cán bộ thường xuyên, kịp thời bồi dưỡng những khâu yếu.

***4.3 Xác định các biện pháp thúc đẩy sự tham gia của cộng đồng và tăng cường thông tin công khai trong công tác quản lý trật tự xây dựng***

- Tổ chức các hoạt động tuyên truyền, phổ biến pháp luật về xây dựng ra cộng đồng dân cư.

- Xây dựng các mô hình "Dân vận khéo" tham gia quản lý khu vực xây dựng.

- Thành lập các tổ dân phố, tổ liên gia tham gia giám sát việc thực hiện quy hoạch, trật tự xây dựng.

- Tổ chức đường dây nóng, hòm thư góp ý để người dân phản ánh tình hình vi phạm.

- Cập nhật thông tin công khai về kế hoạch, tiến độ xây dựng các công trình.

- Tổ chức các buổi đối thoại thường kỳ với người dân và doanh nghiệp.

- Ứng dụng công nghệ thông tin để công bố công khai các vụ vi phạm.

- Khen thưởng kịp thời các tập thể, cá nhân đóng góp tích cực.

***4.4 Đề xuất các biện pháp tăng cường hợp tác giữa các cơ quan chức năng trong công tác quản lý trật tự xây dựng***

- Xây dựng cơ chế phối hợp chặt chẽ giữa các sở, ban ngành có liên quan như Xây dựng, Tài nguyên và Môi trường, Kế hoạch Đầu tư...

- Thiết lập cơ chế trao đổi thông tin kịp thời về kế hoạch, quy hoạch, tiến độ dự án xây dựng trên địa bàn.

- Xây dựng kế hoạch kiểm tra, thanh tra chuyên đề liên ngành theo từng lĩnh vực, địa bàn.

- Tổ chức các lớp tập huấn chuyên môn định kỳ cho đội ngũ cán bộ làm công tác quản lý.

- Chia sẻ thông tin, kinh nghiệm quản lý, xử lý những vấn đề phức tạp liên ngành.

- Ký kết các bản ghi nhớ hợp tác, phân công trách nhiệm giữa các cơ quan.

- Đánh giá, rút kinh nghiệm công tác phối hợp định kỳ để kịp thời bổ sung, hoàn thiện.

## 5. Kết luận

Căn cứ vào kết quả nghiên cứu và phân tích trong bài báo này, nhóm tác giả có các kết luận như sau:

### *5.1 Tóm tắt kết quả nghiên cứu*

Đánh giá vai trò quan trọng của cơ quan thanh tra nhà nước trong công tác quản lý trật tự xây dựng thông qua các hoạt động thanh tra, kiểm tra, xử lý vi phạm.

Phân tích số liệu cho thấy tình hình vi phạm trật tự xây dựng trên địa bàn TP.HCM có xu hướng giảm dần theo từng năm, đặc biệt là sau năm 2020. Điều này cho thấy sự vào cuộc quyết liệt của các cấp chính quyền trong công tác quản lý đang phát huy tác dụng.

Đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả quản lý trật tự xây dựng như: sắp xếp lại bộ máy thanh tra, hoàn thiện pháp luật, tăng cường hợp tác liên ngành, thúc đẩy sự tham gia của cộng đồng...

Kết quả nghiên cứu góp phần đánh giá vai trò các cơ quan thanh tra, phát hiện hạn chế để cải tiến, cung cấp thông tin phục vụ hoàn thiện công tác quản lý xây dựng.

### *5.2 Đánh giá đóng góp và giới hạn của nghiên cứu*

- Về đóng góp của nghiên cứu:

Cung cấp thông tin đánh giá vai trò của cơ quan thanh tra trong quản lý xây dựng tại TP.HCM.

Phân tích thực trạng vi phạm trật tự xây dựng, các nguyên nhân gây ra để đưa ra giải pháp khắc phục.

Đề xuất các biện pháp cải tiến hoạt động của cơ quan thanh tra và công tác quản lý chung.

Cung cấp dữ liệu phục vụ công tác hoạch định chiến lược quản lý xây dựng lâu dài.

- Về giới hạn của nghiên cứu:

Phạm vi nghiên cứu hẹp, chưa bao quát toàn diện hoạt động quản lý.

Chưa phân tích sâu nguyên nhân vi phạm, hiệu quả của các biện pháp đề xuất.

Chưa đánh giá chi tiết những khó khăn, hạn chế trong quá trình thực hiện nhiệm vụ.

Kết quả nghiên cứu chưa được thực tiễn kiểm chứng về tính khả thi, hiệu quả.

### *5.3 Hướng phát triển và đề xuất cho nghiên cứu tương lai*

Mở rộng phạm vi nghiên cứu sang các địa phương khác để so sánh, rút ra bài học kinh nghiệm tổng quan hơn.

Phân tích sâu hơn về nguyên nhân và mức độ ảnh hưởng của từng nguyên nhân dẫn đến vi phạm.

Tiến hành đánh giá chi tiết hiệu quả các biện pháp quản lý đã và đang triển khai.

Xây dựng bộ chỉ tiêu định kỳ để theo dõi, đánh giá hiệu quả công tác thanh tra.

Tiến hành khảo sát ý kiến người dân, chủ đầu tư để có giải pháp phù hợp hơn.

Áp dụng công nghệ 4.0 vào quản lý xây dựng, tổ chức cơ sở dữ liệu để minh bạch hóa.

Hợp tác với các trường đại học để có nghiên cứu khoa học, có cơ sở lý luận.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Chính phủ (2013). Nghị định số 26/2013/NĐ-CP ngày 29/3/2013 về tổ chức và hoạt động của Thanh tra ngành Xây dựng.
2. Chính phủ (2022). Nghị định số 16/2022/NĐ-CP ngày 28/01/2022 quy định xử phạt hành chính về xây dựng.
3. Quốc hội (2014). Luật Xây dựng năm 2014 và các văn bản hướng dẫn thi hành.
4. Sở Xây dựng (2020). Báo cáo số 8823/BC-SXD-TT ngày 05/8/2020 của Sở Xây dựng báo cáo kết quả thực hiện Chỉ thị số 23-CT/TU ngày 25/7/2019 của Ban Thường vụ Thành ủy.
5. Sở Xây dựng (2021). Báo cáo số 174/BC-SXD-TT ngày 24/3/2021 của Sở Xây dựng báo cáo kết quả thực hiện Chỉ thị số 23-CT/TU ngày 25/7/2019 của Ban Thường vụ Thành ủy.

6. Sở Xây dựng (2022). Tờ trình số 10573/TTr-SXD-TT ngày 01/11/2022 của Sở Xây dựng báo cáo kết quả thực hiện Chỉ thị số 23-CT/TU ngày 25/7/2019 của Ban Thường vụ Thành ủy.
7. Sở Xây dựng (2023a). Báo cáo số 10958/BC-SXD-TT ngày 20/7/2023 của Sở Xây dựng báo cáo kết quả tổ chức Hội nghị sơ kết cấp Thành phố về kết quả 04 năm thực hiện Chỉ thị số 23-CT/TU ngày 25/7/2019 của Ban Thường vụ Thành ủy và Kế hoạch số 3333/KH-UBND ngày 12/8/2019 của Ủy ban nhân dân Thành phố.
8. Sở Xây dựng (2023b). Báo cáo số 15962/BC-SXD-TT ngày 13/10/2023 của Sở Xây dựng góp ý dự thảo Đề án thí điểm thành lập Đội Quản lý trật tự xây dựng đô thị trực thuộc Ủy ban nhân dân các quận, huyện.
9. Thanh tra Sở Xây dựng (2015). Quyết định số 131/QĐ-TT ngày 12/11/2015 của Thanh tra Sở Xây dựng Thành phố Hồ Chí Minh về việc "Ban hành Quy trình kiểm tra, xử lý vi phạm hành chính về trật tự xây dựng của Thanh tra Sở Xây dựng".
10. Thanh tra Sở Xây dựng (2018). Báo cáo số 8566/BC-TT-HCTH ngày 03/12/2018 của Thanh tra Sở Xây dựng về kết quả thực hiện nhiệm vụ năm 2018 và chương trình công tác trọng tâm năm 2019.
11. Thanh tra Sở Xây dựng (2019). Báo cáo số 10269/BC-TT-HCTH ngày 19/12/2019 của Thanh tra Sở Xây dựng về kết quả thực hiện nhiệm vụ năm 2019 và chương trình công tác trọng tâm năm 2020.
12. Thanh tra Sở Xây dựng (2020). Báo cáo số 7902/BC-TT-HCTH ngày 15/12/2020 của Thanh tra Sở Xây dựng về kết quả thực hiện nhiệm vụ năm 2020 và chương trình công tác trọng tâm năm 2021.
13. Thanh tra Sở Xây dựng (2021). Báo cáo số 9216/BC-TT-HCTH ngày 10/12/2021 của Thanh tra Sở Xây dựng về kết quả thực hiện nhiệm vụ năm 2021 và chương trình công tác trọng tâm năm 2022.
14. Thanh tra Sở Xây dựng (2022). Báo cáo số 8420/BC-TT-HCTH ngày 21/12/2022 của Thanh tra Sở Xây dựng về kết quả thực hiện nhiệm vụ năm 2022 và chương trình công tác trọng tâm năm 2023.
15. Thanh tra Sở Xây dựng (2023a). Quyết định số 42/QĐ-TT-HCTH ngày 21/4/2023 của Thanh tra Sở Xây dựng về giao biên chế công chức cho các Đội thuộc Thanh tra Sở Xây dựng.
16. Thanh tra Sở Xây dựng (2023b). Báo cáo số 6745/BC-TT-HCTH ngày 21/9/2023 của Thanh tra Sở Xây dựng về thực trạng và nhiệm vụ, giải pháp chấn chỉnh, khắc phục tình trạng né tránh, đùn đẩy, làm việc cầm chừng, sợ trách nhiệm không dám làm trong đội ngũ cán bộ, đảng viên qua thực hiện chức năng, nhiệm vụ.
17. Thanh tra Sở Xây dựng (2023c). Báo cáo số 6857/BC-TT-HCTH ngày 22/9/2023 của Thanh tra Sở Xây dựng về kết quả thực hiện nhiệm vụ 09 tháng đầu năm 2023 và chương trình công tác trọng tâm 03 tháng cuối năm 2023.

# ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG GIÁM SÁT XÂY DỰNG THÔNG QUA NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP CỦA CÔNG TY TƯ VẤN Ở THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

**Nguyễn Thanh Duy[1,*], Trần Hải Sơn[2], Nguyễn Trọng Đức[1], Nguyễn Văn Giang[1]**
[1]Khoa Xây dựng, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
[2]Trường Đại học Thủy lợi - Phân viện Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: nguyengia2811@gmail.com.

## TÓM TẮT

Bài báo trình bày kết quả nghiên cứu trường hợp (case study) về công tác giám sát xây dựng tại Công ty Cổ phần Tư vấn Quản lý Chất lượng Đầu Tiên (FQM). Qua phân tích các hoạt động hiện tại như quy trình giám sát, hồ sơ lưu trữ, phương tiện thi công và phỏng vấn đội ngũ giám sát, bài báo chỉ rõ một số hạn chế cần khắc phục như quy trình chưa phù hợp, nhân lực và trang thiết bị hạn chế. Để nâng cao chất lượng giám sát xây dựng, bài báo đề xuất nhiều giải pháp cụ thể thông qua nghiên cứu của Công ty Cổ phần Tư vấn Quản lý Chất lượng Đầu tiên (FQM). Cụ thể, bài báo đề nghị hoàn thiện quy trình theo hướng hệ thống và mô tả rõ ràng từng bước. Bên cạnh đó, áp dụng công nghệ thông tin như phần mềm quản lý giám sát, lập hệ thống cơ sở dữ liệu chung giúp quản lý thông tin, báo cáo hiệu quả hơn. Đặc biệt, tăng cường nâng cao năng lực cho đội ngũ thông qua đào tạo liên tục sẽ góp phần nâng cao chất lượng giám sát trong tương lai.
*Từ khóa:* giám sát thi công; nâng cao chất lượng; FQM; Case study; quy trình giám sát.

## 1. Giới thiệu

Nghiên cứu này được thực hiện dựa trên bối cảnh hiện nay của Công ty Cổ phần Tư vấn Quản lý Chất lượng Đầu tiên (FQM) [1]. Công trình xây dựng là kết quả của nhiều yếu tố lao động, vật liệu và được thực hiện trên cơ sở phương án, thiết kế định trước [2]. Do vậy, công tác giám sát thi công tại FQM đóng vai trò quan trọng để đảm bảo tiến độ, chất lượng công trình theo hợp đồng [3]. Tuy nhiên, qua đánh giá các quy trình hiện hành, một số hạn chế đã được phát hiện có thể ảnh hưởng đến hiệu quả công việc [4]. "Quy định về giám sát thi công xây dựng công trình" (Thông tư số 04/2015/TT-BXD, 2015; Nghị định số 107/2018/NĐ-CP, 2018; Luật Xây dựng số 50/2014/QH13, 2014) [5]. Để khắc phục những vấn đề đó, nghiên cứu đề xuất giải pháp cải tiến quy trình giám sát, bao gồm tăng cường đào tạo, ứng dụng công nghệ, xác định rõ vai trò các bên liên quan...nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ giám sát do công ty FQM cung cấp.

## 2. Công tác giám sát thi công xây dựng còn hạn chế

Tham khảo kết quả nghiên cứu về tình hình và nguyên nhân các hạn chế trong công tác giám sát xây dựng tại Việt Nam trong thời gian gần đây. Theo đó, các hạn chế chủ yếu bao gồm: Năng lực của đơn vị tư vấn chưa đồng đều, chất lượng đào tạo và cấp chứng chỉ còn bất cập, hệ thống quản lý nội bộ của đơn vị tư vấn còn bất cập....Trên cơ sở phân tích báo cáo giám sát của 5 dự án xây dựng lớn gần đây, cho thấy tồn tại 5 vấn đề chính trong công tác

giám sát, bao gồm: thiếu nhân sự, thiếu kinh nghiệm, ảnh hưởng từ chủ đầu tư, chất lượng đào tạo còn hạn chế, quản lý nội bộ yếu kém....

## 3. Vấn đề và nhu cầu nâng cao chất lượng công tác giám sát thi công xây dựng tại công ty cổ phần tư vấn quản lý chất lượng đầu tiên (FQM)

### *3.1 Vấn đề*

*3.1.1 Đội ngũ nhân sự*

Chiến lược phát triển: chưa có chiến lược phát triển bài bản cho đội ngũ nhân sự, dẫn đến tình trạng thiếu hụt nhân viên có trình độ chuyên môn cao và kinh nghiệm thực tế. Năng lực và trình độ chuyên môn: Năng lực và trình độ chuyên môn của một số giám sát viên chưa đáp ứng yêu cầu của các dự án lớn và phức tạp, ảnh hưởng đến chất lượng công tác giám sát. Đào tạo và phát triển: Việc đào tạo và phát triển năng lực cho đội ngũ nhân sự chưa được quan tâm đúng mức, dẫn đến sự thiếu hụt kiến thức chuyên môn và kỹ năng thực tế.

*3.1.2 Công nghệ*

Ứng dụng công nghệ: Việc ứng dụng công nghệ vào công tác giám sát còn hạn chế, chủ yếu dựa vào kinh nghiệm và quan sát trực tiếp, làm giảm hiệu quả và năng suất giám sát. Hệ thống quản lý chất lượng: Công ty chưa có hệ thống quản lý chất lượng hiện đại, phần mềm hỗ trợ giám sát trực tuyến chưa được phát triển, ảnh hưởng đến khả năng kiểm soát và theo dõi tiến độ dự án.

*3.1.3 Quy trình giám sát*

Quy trình chưa rõ ràng: Quy trình giám sát chưa được xây dựng rõ ràng, thiếu sự thống nhất trong việc phân công trách nhiệm, dẫn đến sự chồng chéo và thiếu hiệu quả trong công tác giám sát. Phối hợp: Việc phối hợp với chủ đầu tư và nhà thầu chưa hiệu quả, ảnh hưởng đến tiến độ và chất lượng dự án.

*3.1.4 Phương pháp giám sát:*

Phương pháp truyền thống: Công ty chủ yếu áp dụng các phương pháp giám sát truyền thống dựa trên kinh nghiệm và quan sát trực tiếp, chưa ứng dụng các công nghệ tiên tiến như trí tuệ nhân tạo, thực tế ảo/tăng cường. Hệ thống kiểm tra, giám sát: Hệ thống kiểm tra, giám sát chất lượng nguyên vật liệu, quy trình thi công của công ty chưa được thiết lập chặt chẽ, dẫn đến nguy cơ xảy ra sai sót và sự cố trong quá trình thi công.

### *3.2 Nhu cầu*

*3.2.1 Nâng cao trình độ chuyên môn*

Nâng cao trình độ chuyên môn và kỹ năng thực tế cho đội ngũ giám sát viên thông qua các chương trình đào tạo, tập huấn chuyên sâu, bồi dưỡng kiến thức về các quy định, tiêu chuẩn trong lĩnh vực xây dựng. Tuyển dụng nhân viên mới có trình độ chuyên môn cao và kinh nghiệm thực tế, đáp ứng yêu cầu của các dự án lớn và phức tạp.

*3.2.2 Ứng dụng công nghệ*

Ứng dụng mạnh mẽ công nghệ 4.0 vào công tác giám sát như trí tuệ nhân tạo, thực tế ảo/tăng cường để nâng cao hiệu quả và năng suất giám sát.

Phát triển hệ thống quản lý chất lượng hiện đại, phần mềm hỗ trợ giám sát trực tuyến để tăng cường khả năng kiểm soát và theo dõi tiến độ dự án.

*3.2.3 Hoàn thiện quy trình giám sát*

Xây dựng quy trình giám sát rõ ràng, thống nhất, phân công trách nhiệm cụ thể cho từng bộ phận và cá nhân liên quan.

Tăng cường phối hợp với chủ đầu tư và nhà thầu thông qua các cuộc họp giao ban, báo cáo định kỳ, trao đổi thông tin kịp thời.

*3.2.4 Áp dụng phương pháp giám sát tiên tiến*

Áp dụng các phương pháp giám sát tiên tiến như BIM, GIS, 5D để nâng cao hiệu quả và năng suất giám sát. Thiết lập hệ thống kiểm tra, giám sát chất lượng nguyên vật liệu, quy trình thi công chặt chẽ, đảm bảo chất lượng công trình.

### *3.3 Kết luận*

Nâng cao chất lượng công tác giám sát thi công xây dựng là một nhu cầu cấp thiết để đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của thị trường và nâng cao năng lực cạnh tranh. Việc giải quyết các vấn đề và thực hiện các giải pháp nêu trên sẽ giúp nâng cao hiệu quả và chất lượng công tác giám sát, đảm bảo tiến độ và chất lượng dự án, góp phần nâng cao uy tín và thương hiệu của công ty.

## 4. Đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng công tác giám sát thi công xây dựng tại công ty FQM

### *4.1 Giới thiệu về hoạt động hiện tại của Công ty Cổ phần Tư vấn Quản lý Chất lượng Đầu Tiên (FQM)*

Công ty Cổ phần Tư vấn Quản lý Chất lượng Đầu Tiên (FQM) là một trong những đơn vị hàng đầu trong lĩnh vực tư vấn quản lý dự án và giám sát thi công xây dựng tại Việt Nam. Trải qua hơn 15 năm hoạt động, hiện đã tham gia giám sát, quản lý khoảng 150 công trình/dự án. Công ty đã tham gia kiểm tra, giám sát cho hàng trăm công trình quy mô lớn trên cả nước. Tuy nhiên, để tiếp tục nâng cao chất lượng dịch vụ và đáp ứng những yêu cầu ngày càng khắt khe của khách hàng, tác giả đưa ra một số giải pháp sau:

- Về đội ngũ nhân sự, Công ty có khoảng 200 chuyên gia, nhân viên, kỹ sư, giám sát viên. Công ty cần đầu tư nâng cao trình độ chuyên môn cho các giám sát viên thông qua đào tạo liên tục theo hướng chuyên sâu hơn về các ngành kỹ thuật xây dựng. Đồng thời, xây dựng chiến lược bổ sung, luân chuyển nhân sự phù hợp với từng loại hình công trình.

- Về công nghệ, Công ty đã và đang áp dụng các phần mềm, ứng dụng công nghệ như:... để hỗ trợ công tác quản lý, giám sát. Công ty cần ứng dụng nhiều hơn các phần mềm quản lý chất lượng, theo dõi tiến độ thi công trực tuyến để nắm bắt kịp thời tiến trình thi công.

- Bên cạnh đó, Công ty nên xây dựng hệ thống thưởng phạt khuyến khích nhân sự hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao. Đồng thời, tổ chức định kỳ kiểm điểm và đánh giá năng lực nhân sự để kịp thời phát hiện hạn chế, bổ sung phát triển. Việc nâng cao đội ngũ là yếu tố then chốt nhằm nâng cao chất lượng giám sát và khẳng định uy tín của công ty trên thị trường.

- Về khách hàng: Công ty đã hợp tác với các chủ đầu tư lớn như Nam Long, VinaCapital, Indochina Kajima, VSIP, TBS, VLU...

### *4.2 Kế hoạch thực hiện nghiên cứu trường hợp Công ty Cổ phần Tư vấn Quản lý Chất lượng Đầu Tiên (FQM)*

Mục tiêu nghiên cứu là nhằm phân tích tình hình hoạt động của công ty để đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng giám sát xây dựng tại đơn vị này. Phạm vi nghiên cứu tập trung vào các hoạt động giám sát của công ty trong vòng 6 tháng gần đây. Cụ thể, lên kế hoạch thực hiện nghiên cứu theo từng bước sau:

- Trước tiên, tiến hành thu thập thông tin cơ bản về lịch sử hình thành, phát triển cũng như các dự án quan trọng đã và đang triển khai.

- Tiếp theo, sẽ tiến hành khảo sát thực tế hoạt động giám sát tại công ty thông qua các hình thức: phỏng vấn lãnh đạo và giám sát viên, khảo sát quy trình giám sát, hồ sơ lưu trữ, công cụ hỗ trợ. Đồng thời khảo sát tiến độ, chất lượng của một số dự án điển hình.

- Sau khi thu thập và phân tích dữ liệu, bài báo sẽ đưa ra các kết luận, nhận định và đề xuất giải pháp cụ thể nhằm nâng cao hiệu quả giám sát .

- Cuối cùng, bài báo sẽ tiến hành công bố kết quả nghiên cứu để đóng góp ý kiến cho quá trình hoạt động và phát triển của công ty trong tương lai.

### *4.3 Giải pháp cải tiến đề xuất*

- Về quy trình giám sát: Công ty cần xây dựng quy chế rõ ràng hơn về trách nhiệm của từng bên trong suốt quá trình thi công. Đồng thời, tăng cường phối hợp chặt chẽ với chủ đầu

tư và nhà thầu thi công để kịp thời xử lý các vấn đề phát sinh, đảm bảo tiến độ, chất lượng dự án.

- Cải tiến phương pháp giám sát: Nghiên cứu ứng dụng công nghệ 4.0 như trí tuệ nhân tạo, thực tế ảo/tăng cường vào công tác giám sát để nâng cao hiệu quả. Đồng thời phát triển các công cụ, phần mềm hỗ trợ cho công tác giám sát trực tuyến.

- Tăng cường kiểm tra, giám sát chất lượng nguyên vật liệu, quy trình thi công. Thiết lập hệ thống đảm bảo chất lượng cho từng dự án theo tiêu chuẩn quốc tế.

- Tổ chức đào tạo, tập huấn nghiệp vụ giám sát thường xuyên cho đội ngũ kiểm tra viên nhằm nâng cao năng lực thực tiễn.

## 5. Kết luận và kiến nghị

### *5.1 Kết luận*

- Qua nghiên cứu về tình hình hoạt động trong những năm gần đây được công bố, có thể thấy Công ty Cổ phần Tư vấn Quản lý Chất lượng Đầu Tiên (FQM) đã và đang là một trong những đơn vị uy tín, tiên phong trong lĩnh vực tư vấn quản lý dự án và giám sát xây dựng tại Việt Nam. Trong hơn 15 năm qua, Công ty đã tham gia giám sát, kiểm tra chất lượng cho hàng trăm công trình dự án quan trọng cả nước như các khu nghỉ dưỡng cao cấp, khách sạn 5 sao, tòa nhà văn phòng, trường học...góp phần quan trọng vào sự phát triển của ngành xây dựng.

- Tuy nhiên, khi yêu cầu về chất lượng và tiến độ dự án ngày càng cao, Công ty cần tiếp tục hoàn thiện như: nâng cao năng lực quản lý, đào tạo liên tục cho đội ngũ giám sát viên; ứng dụng công nghệ thông tin vào quản lý chất lượng, giám sát trực tuyến.

Các giải pháp nêu trong báo cáo như tăng cường đào tạo, ứng dụng công nghệ thông tin có thể giúp FQM đáp ứng tốt hơn yêu cầu khắt khe của khách hàng, khẳng định uy tín trên thị trường.

### *5.2 Kiến nghị*

- Công ty cần hoàn thiện hệ thống quản lý dự án theo tiêu chuẩn quốc tế, xây dựng quy trình giám sát rõ ràng hơn với sự tham gia từ khâu đầu tư đến vận hành.

- Tăng cường áp dụng công nghệ thông tin vào quản lý chất lượng, giám sát, đo lường trực tuyến để nâng cao hiệu quả giám sát.

- Đầu tư bổ sung nhân lực chất lượng cao thông qua đào tạo liên tục, tập huấn bài bản theo hướng chuyên môn hóa.

- Tiếp tục mở rộng thị phần, xây dựng mạng lưới quốc tế để nâng cao vị thế, uy tín trên toàn khu vực.

- Công bố các chỉ số về chất lượng, tiến độ công trình định kỳ để khách hàng theo dõi, đánh giá.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Bộ Xây dựng. (2021). Quy định về giám sát thi công xây dựng công trình. (Thông tư số 04/2015/TT-BXD, 2015; Nghị định số 107/2018/NĐ-CP, 2018; Luật Xây dựng số 50/2014/QH13, 2014). Hà Nội: Bộ Xây dựng.
2. Bộ Xây dựng. (2015). Thông tư số 04/2015/TT-BXD ngày 13/01/2015 hướng dẫn thi hành Luật Xây dựng số 50/2014/QH13. Hà Nội: Bộ Xây dựng.
3. Bộ Xây dựng. (2012). Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia QCVN 01:2012/BXD - Bê tông và vữa - Yêu cầu chung và phương pháp thử. Hà Nội: Bộ Xây dựng.
4. Bộ Xây dựng. (2011). Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia QCVN 06:2011/BXD - Kết cấu bê tông - Yêu cầu thiết kế. Hà Nội: Bộ Xây dựng.
5. Bộ Xây dựng. (2021). Quy định về giám sát thi công xây dựng công trình (Thông tư số 04/2015/TT-BXD, 2015; Nghị định số 107/2018/NĐ-CP, 2018; Luật Xây dựng số 50/2014/QH13, 2014). Hà Nội: Bộ Xây dựng.

# PHÂN TÍCH ỔN ĐỊNH MÁI DỐC SỬ DỤNG PHƯƠNG PHÁP CÂN BẰNG GIỚI HẠN VÀ PHƯƠNG PHÁP PHẦN TỬ HỮU HẠN

**Nguyễn Trường An, Võ Minh Thiện***
Khoa Xây dựng, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: vm.thien@hutech.edu.vn.

## TÓM TẮT

Bài báo trình bày phân tích ổn định mái dốc theo phương pháp cân bằng giới hạn sử dụng phần mềm SLOPE/W 2002 và phương pháp phần tử hữu hạn bằng phần mềm PLAXIS 2004. Phương pháp cân bằng giới hạn xác định sức chống cắt của khối đất dọc theo mặt trượt giả định trước và hệ số an toàn *FS* thỏa mãn phương trình cân bằng tĩnh học dựa vào tiêu chuẩn phá hoại của Mohr-Coulomb. Phương pháp phần tử hữu hạn giả thiết đất nền là vật liệu đàn hồi dẻo lý tưởng tuân theo tiêu chuẩn chảy dẻo Mohr-Coulomb có xét đến mối quan hệ giữa ứng suất biến dạng của đất nền. Hệ số an toàn được tính toán theo phương pháp giảm thông số chống cắt ($c$-$\varphi$ reduction). Khi đó, các thông số chống cắt của đất $c$ và $\tan\varphi$ được giảm cho đến khi mái dốc xuất hiện mặt trượt. Để đánh giá độ chính xác giữa hai phương pháp cân bằng giới hạn và phương pháp phần tử hữu hạn, hệ số an toàn *FS* của mái dốc được so sánh khi thay đổi góc nghiêng mái dốc $\beta$ và góc ma sát trong $\varphi$ của đất nền.
*Từ khóa:* Hệ số an toàn; ổn định mái dốc; phương pháp cân bằng giới hạn; phương pháp phần tử hữu hạn.

## 1. Tổng quan

Ổn định mái dốc là bài toán quan trọng trong lĩnh vực Địa kỹ thuật xây dựng, do đó nhiều lý thuyết đã được tiến hành nghiên cứu về vấn đề này. Hiện nay, một số phương pháp thường được sử dụng để phân tích ổn định mái dốc như: phương pháp cân bằng giới hạn (*Limit Equilibrium Method*-LEM), phương pháp phần tử hữu hạn (*Finite Element Method*-FEM), phương pháp phân tích giới hạn (*Limit analysis*). Phương pháp cân bằng giới hạn được Fellenius (1936) nghiên cứu đầu tiên vào năm 1936 khi giả thiết mái dốc phá hoại theo mặt trượt tròn. Sau đó, Bishop (1955), Janbu (1954), Spencer (1967), Morgenstern-Price (1965) phân tích ổn định mái dốc bằng cách chia khối đất thành nhiều mảnh, có xét đến ảnh hưởng của lực pháp tuyến và lực trượt giữa 2 mảnh. Gần đây, Yu et al. (1980), Kim et al. (1999) thực hiện phân tích ổn định mái dốc trên nền đồng nhất sử dụng phương pháp cân bằng giới hạn và phương pháp phân tích giới hạn theo định lý cận dưới và cận trên.

Hiện nay, với tốc độ phát triển nhanh của phương pháp số, các phần mềm tính toán phân tích ổn định mái dốc ngày càng được sử dụng rộng rãi. Trong bài báo này, tác giả sử dụng phần mềm SLOPE/W 2002 để phân tích ổn định mái dốc sử dụng phương pháp cân bằng giới hạn theo lời giải của Bishop (BSM), Janbu (JSM) và Spencer (SM). Để phân tích ổn định mái dốc theo phương pháp phần tử hữu hạn, tác giả sử dụng phần mềm PLAXIS 2004 được phát triển bởi PLAXIS BV và các trường Đại học ở Hà Lan. Cơ cấu trượt và hệ số an toàn của mái dốc sử dụng lý thuyết cân bằng giới hạn và phương pháp phần tử hữu hạn được so sánh nhằm đánh giá độ chính xác giữa 2 phương pháp.

## 2. Tóm tắt lý thuyết phương pháp cân bằng giới hạn và phương pháp phần tử hữu hạn

### *2.1 Phương pháp cân bằng giới hạn (LEM)*

Phương pháp cân bằng giới hạn được sử dụng rộng rãi khi phân tích các bài toán Địa kỹ thuật như: phân tích ổn định mái dốc, phân tích sức chịu tải của móng nông, … bằng cách giả định trước cơ cấu trượt của các khối đất. Dựa vào tiêu chuẩn phá hoại Mohr-Coulomb,

phương pháp cân bằng giới hạn xác định sức chống cắt của khối đất dọc theo mặt trượt khi thỏa mãn phương trình cân bằng lực và cân bằng momen. Trạng thái cân bằng giới hạn tồn tại khi sức chống cắt huy động là một phần sức chống cắt của khối đất. Khi phá hoại, sức chống cắt của đất sẽ được huy động toàn bộ dọc theo mặt trượt tới hạn. Hệ số an toàn *FS* được tính toán là tỉ số giữa sức chống cắt của khối đất và sức chống cắt huy động ở thời điểm phá hoại. Sức chống cắt của khối đất phụ thuộc loại đất và ứng suất hữu hiệu, trong khi sức chống cắt huy động phụ thuộc vào tải trọng tác dụng lên khối đất.

Trong phương pháp cân bằng giới hạn, khối đất trượt được chia thành nhiều mảnh (slice), có xét đến ảnh hưởng lực pháp tuyến và lực cắt giữa 2 mảnh nhằm xác định sức chống cắt của khối đất dọc theo mặt trượt đảm bảo điều kiện cân bằng lực và momen. Fellenius (1936) là người đầu tiên nghiên cứu phương pháp cân bằng giới hạn với giả thiết mặt trượt tròn nhưng bỏ qua ảnh hưởng lực pháp tuyến và lực trượt giữa 2 mảnh. Sau đó, Bishop (1955) phát triển phương pháp mặt trượt tròn có xét đến lực pháp tuyến và bỏ qua ảnh hưởng của lực trượt giữa 2 mảnh. Hệ số an toàn *FS* của mái dốc theo Bishop phải thỏa mãn phương trình cân bằng lực theo phương đứng trên từng mảnh và phương trình cân bằng momen tổng thể tại tâm của mặt trượt tròn.

Janbu (1954) giả thiết mái dốc phá hoại không theo mặt trượt tròn, và hệ số an toàn thỏa mãn phương trình cân bằng lực theo phương ngang trên từng mảnh, nhưng không thỏa mãn phương trình cân bằng momen. Sau đó, Spencer (1967) phân tích ổn định mái dốc với giả thiết mặt phá hoại bất kỳ, khối đất trượt được chia thành nhiều mảnh, có xét đến lực pháp tuyến và lực trượt giữa 2 mảnh. Hệ số an toàn *FS* của mái dốc theo Spencer (1967) phải thỏa mãn phương trình cân bằng lực và phương trình cân bằng momen.

### *2.2 Phương pháp phần tử hữu hạn (FEM)*

Phương pháp phần tử hữu hạn là phương pháp số được sử dụng để giải các phương trình vi phân trong bài toán kỹ thuật. Với sự phát triển nhanh chóng của công nghệ máy tính, phần mềm PLAXIS được sử dụng rộng rãi khi phân tích các bài toán ổn định mái dốc. Khi đó, mô hình bài toán được chia lưới thành các phần tử tam giác 15 nút và bài toán khảo sát thỏa mãn điều kiện biến dạng phẳng. Đất nền được giả thiết là vật liệu đàn hồi dẻo lý tưởng tuân theo tiêu chuẩn chảy dẻo của Mohr-Coulomb (M-C model). Hệ số an toàn được tính toán theo phương pháp giảm thông số chống cắt ($c$-$\varphi$ reduction). Theo phương pháp này, các thông số chống cắt của đất $c$ và $\tan\varphi$ được giảm cho đến khi mái dốc xuất hiện mặt trượt. Khi đó, phần mềm PLAXIS tính toán hệ số an toàn *FS* là tỉ số giữa cường độ chống cắt của đất và cường độ chống cắt ở thời điểm phá hoại, bằng cách tính tổng các hệ số $M_{sf}$ khi phân tích bài toán cho đến thời điểm xuất hiện mặt trượt.

$$FS = \frac{available \quad shear \quad strength}{shear \quad strength \quad at \quad failure} = \sum M_{sf} \tag{1}$$

Mái dốc đảm bảo ổn định khi hệ số an toàn thỏa mãn điều kiện $FS \le [FS]_{gh}$. Đối với nghiên cứu này, hệ số an toàn giới hạn $[FS]_{gh} = 1.2$ được sử dụng để đánh giá độ ổn định của mái dốc khảo sát.

Khi tính toán ổn định mái dốc theo tiêu chuẩn phá hoại Mohr-Coulomb, hàm chảy dẻo $f$ và hàm thế năng dẻo $g$ được xác định như sau:

$$f = \frac{1}{2}(\sigma_1^{'} - \sigma_3^{'}) + \frac{1}{2}(\sigma_1^{'} + \sigma_3^{'})\sin\varphi - c\cos\varphi < 0 \tag{2}$$

$$g = \frac{1}{2}(\sigma_1^{'} - \sigma_3^{'}) + \frac{1}{2}(\sigma_1^{'} + \sigma_3^{'})\sin\psi \tag{3}$$

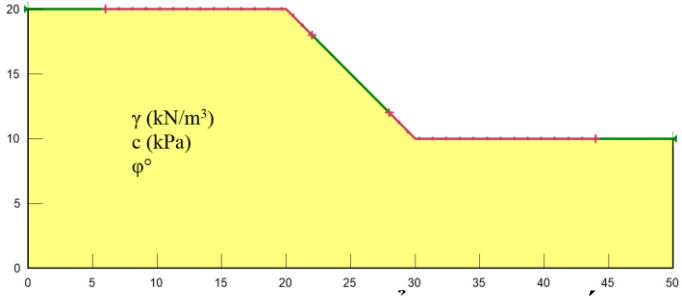
trong đó: $\sigma_1^{'}$, $\sigma_3^{'}$ là ứng suất chính hữu hiệu, $c$ là lực dính của đất, $\varphi$ là góc ma sát trong và $\psi$ là góc trương nở của đất.

## 3. Mô tả bài toán phân tích ổn định mái dốc

Hình 1 mô tả sơ đồ kích thước hình học mái dốc trên nền đồng nhất thỏa mãn điều kiện bài toán biến dạng phẳng. Mái dốc có chiều cao $H$ = 10m, góc nghiêng $\beta = 45^o$, các thông số của đất nền được trình bày trong Bảng 1.

Trong bài báo này, hệ số an toàn $FS$ được khảo sát khi góc nghiêng của mái dốc thay đổi $\beta = 30^o \div 90^o$, và góc ma sát trong $\varphi = 5^o \div 35^o$.

Bài báo sử dụng phần mềm SLOPE/W 2002 để phân tích ổn định mái dốc theo phương pháp cân bằng giới hạn theo lời giải của Bishop (BSM), Janbu (JSM) và Spencer (SM) và so sánh với phương pháp phần tử hữu hạn sử dụng phần mềm PLAXIS 2004




**Hình 1. Mô hình phân tích ổn định mái dốc**

**Bảng 1. Thông số đất nền khi phân tích ổn định mái dốc**

| Thông số | Ký hiệu | Vật liệu | Đơn vị |
|---|---|---|---|
| Mẫu vật liệu | Model | M-C | |
| Loại vật liệu tác động | Type | Drained | |
| Trọng lượng riêng của đất | $\gamma$ | 18 | kN/m$^3$ |
| Hệ số thấm theo phương ngang | $k_x$ | 1.10$^{-5}$ | m/s |
| Hệ số thấm theo phương dọc | $k_y$ | 1.10$^{-5}$ | m/s |
| Modun biến dạng | $E_{ref}$ | 5000 | kN/m$^2$ |
| Hệ số Poisson | $\mu$ | 0,3 | |
| Lực dính | $c_{ref}$ | 20 | kN/m$^2$ |
| Góc ma sát trong | $\varphi$ | 5 ÷ 35 | ° |
| Góc trương nở | $\psi$ | 0 | ° |

## 4. Phân tích kết quả

### *4.1 Nhận xét về cơ cấu trượt của mái dốc*

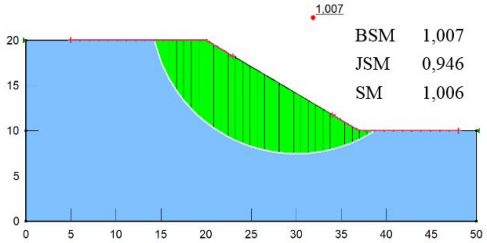
Đối với mái dốc có góc nghiêng $\beta = 30^o$ và $\beta = 45^o$, khi góc ma sát trong của đất nhỏ $\varphi = 5^o$, mái dốc có khuynh hướng phá hoại mở rộng ở đỉnh và trượt xuống phía dưới chân mái dốc như Hình 2a, 3a. Khi góc ma sát trong gia tăng $\varphi = 30^o$, cơ cấu phá hoại của mái dốc thu hẹp và trượt tại chân mái dốc như Hình 2b, 3b. Điều này chứng tỏ, khi góc ma sát trong gia tăng, mái dốc càng ổn định hơn, hệ số an toàn $FS$ = 0.971 khi $\beta = 30^o$, $\varphi = 5^o$ khi sử dụng phần mềm Plaxis tăng lên $FS$ = 2.183 khi $\beta = 30^o$, $\varphi = 30^o$.

Đối với mái dốc có góc nghiêng $\beta = 60^o$, $\beta = 75^o$ và $\beta = 90^o$, khi góc ma sát trong của đất nhỏ $\varphi = 5^o$, mái dốc có cơ cấu phá hoại mở rộng ở đỉnh và trượt tại chân mái dốc như Hình 4a, 5a, 6a. Khi góc ma sát trong gia tăng $\varphi = 30^o$, cơ cấu trượt của mái dốc càng thu hẹp như Hình 4b, 5b, 6b. Khi góc ma sát trong $\varphi = 5^o$, $\beta = 60^o$ thì hệ số an toàn xác định bằng phương pháp phần tử hữu hạn Plaxis $FS$ = 0.683, nếu góc ma sát trong $\varphi = 30^o$, $\beta = 60^o$ thì hệ số an toàn tăng lên $FS$ = 1.246, điều này chứng tỏ mái dốc ổn định hơn.

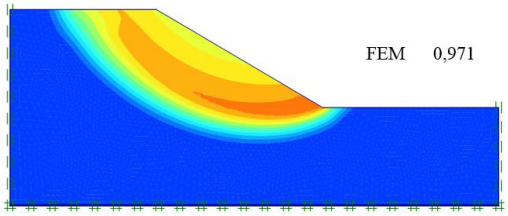
Theo kết quả phân tích ổn định mái dốc, cơ cấu trượt khi sử dụng phương pháp cân bằng giới hạn (phần mềm SLOPE/W) có dạng mặt trượt tròn hoặc mặt trượt không tròn được giả định trước, trong khi cơ cấu trượt theo phương pháp phần tử hữu hạn (PLAXIS) không cần giả định trước, mặt trượt có xu hướng mở rộng ở đỉnh của mái dốc và biến dạng dẻo tập

trung ở chân mái dốc. Tuy nhiên, cơ cấu trượt ở hai phương pháp có sự khác biệt không đáng kể.

Phần mềm SLOPE/W

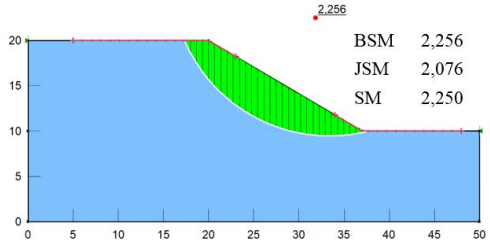



Phần mềm Plaxis

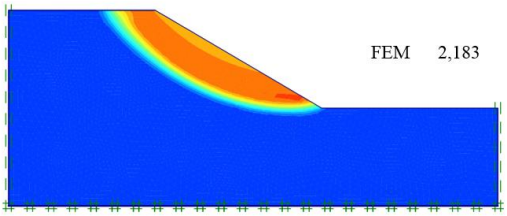



**Hình 2a. Cơ cấu trượt của mái dốc khi $\beta = 30^o$, $\varphi = 5^o$**

Phần mềm SLOPE/W

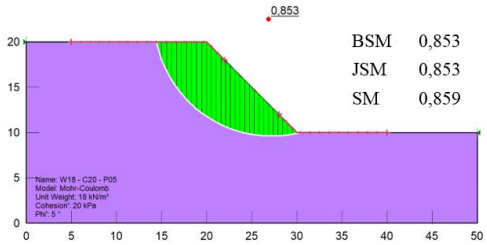



Phần mềm Plaxis

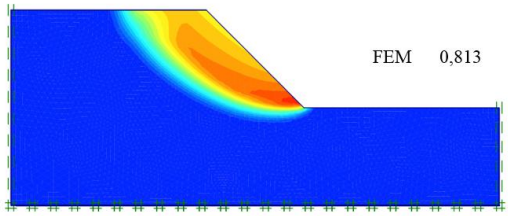



**Hình 2b. Cơ cấu trượt của mái dốc khi $\beta = 30^o$, $\varphi = 30^o$**

Phần mềm SLOPE/W

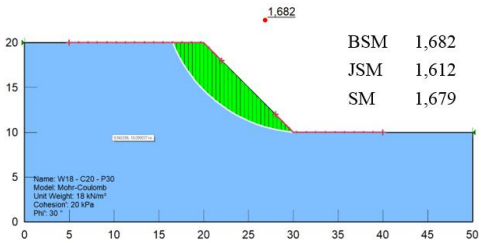



Phần mềm Plaxis

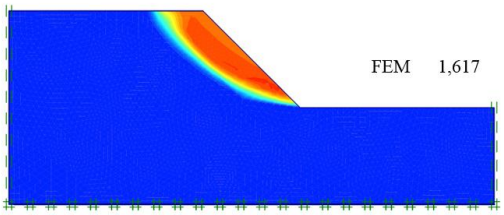



**Hình 3a. Cơ cấu trượt của mái dốc khi $\beta = 45^o$, $\varphi = 5^o$**

Phần mềm SLOPE/W

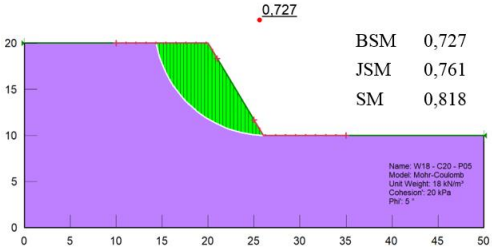



Phần mềm Plaxis

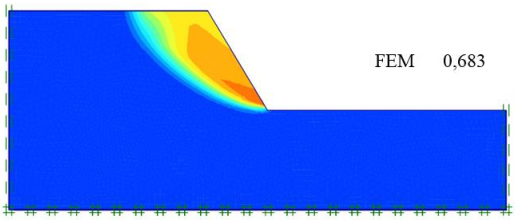



**Hình 3b. Cơ cấu trượt của mái dốc khi $\beta = 45^o$, $\varphi = 30^o$**

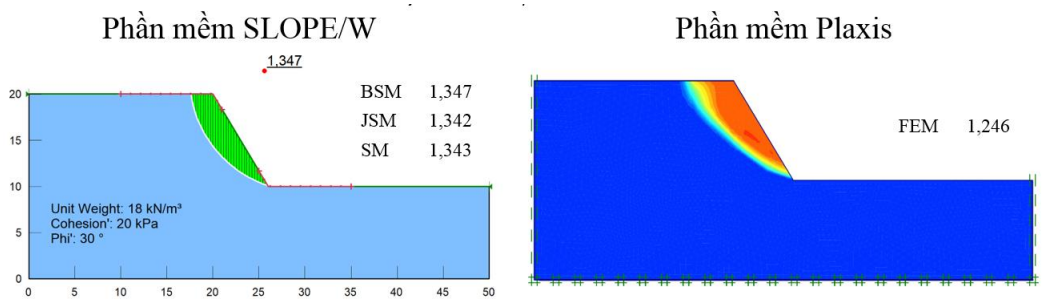
Phần mềm SLOPE/W



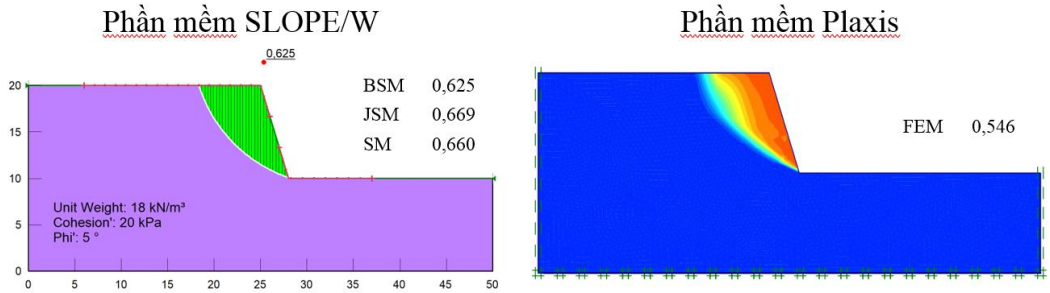

Phần mềm Plaxis



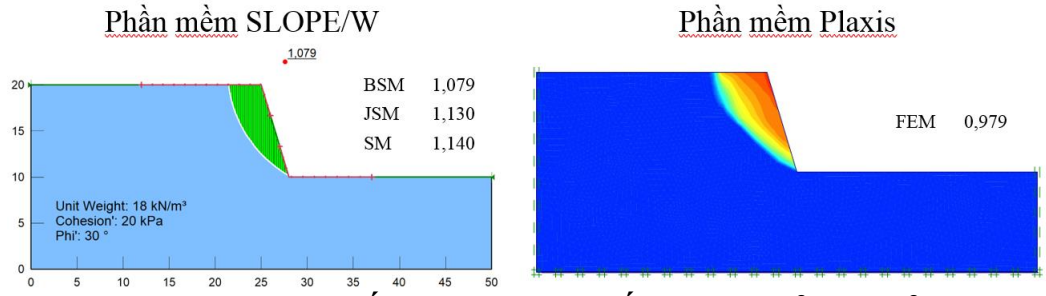

**Hình 4a. Cơ cấu trượt của mái dốc khi $\beta = 60^o$, $\varphi = 5^o$**



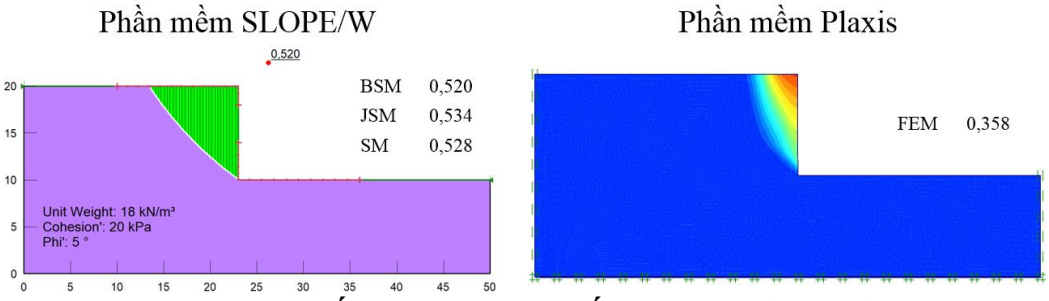

**Hình 4b. Cơ cấu trượt của mái dốc khi $\beta = 60^o$, $\varphi = 30^o$**



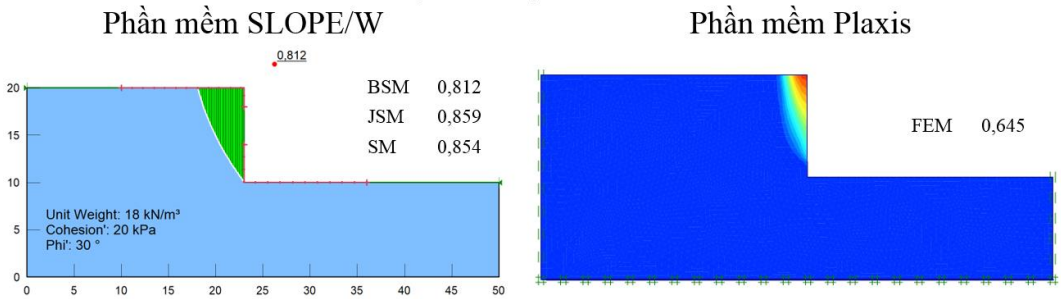

**Hình 5a. Cơ cấu trượt của mái dốc khi $\beta = 75^o$, $\varphi = 5^o$**




**Hình 5b. Cơ cấu trượt của mái dốc khi $\beta = 75^o$, $\varphi = 30^o$**




**Hình 6a. Cơ cấu trượt của mái dốc khi $\beta = 90^o$, $\varphi = 5^o$**




**Hình 6b. Cơ cấu trượt của mái dốc khi $\beta = 90^o$, $\varphi = 30^o$**

### *4.2 Nhận xét về hệ số an toàn của mái dốc*

- *Ảnh hưởng của góc ma sát trong $\varphi$ đến hệ số an toàn của mái dốc (FS)*

Bảng 2 trình bày sự thay đổi của hệ số an toàn mái dốc phụ thuộc vào góc nghiêng $\beta$ và góc ma sát trong $\varphi$. Kết quả cho thấy, với góc nghiêng mái dốc $\beta$ cho trước, khi góc ma sát trong $\varphi$ càng tăng thì hệ số an toàn *FS* càng tăng. Trong phương pháp cân bằng giới hạn, hệ số an toàn theo phương pháp của Janbu (JSM) cho giá trị nhỏ nhất và sai số tối đa khoảng 5% so với giá trị trung bình của hệ số an toàn khi xác định từ lời giải của Bishop (BSM), Janbu (JSM) và Spencer (SM). Cơ cấu trượt của mái dốc sử dụng phương pháp cân bằng giới hạn và phương pháp phần tử hữu hạn gần giống nhau, tuy nhiên hệ số an toàn *FS* theo phương pháp phần tử hữu hạn có giá trị nhỏ hơn phương pháp cân bằng giới hạn. Điều này được giải thích là do phương pháp LEM giả định trước cơ cấu trượt của mái dốc theo mặt trượt tròn hoặc không tròn, không xét đến mối quan hệ giữa ứng suất và biến dạng của đất nền. Trong khi đó, phương pháp phần tử hữu hạn FEM không cần giả thiết cơ cấu trượt của mái dốc, có xét đến mối quan hệ giữa ứng suất và biến dạng của đất nền, hệ số an toàn được xác định bằng cách giảm các thông số chống cắt của đất *c* và tan$\varphi$ cho đến khi mái dốc xuất hiện mặt trượt.

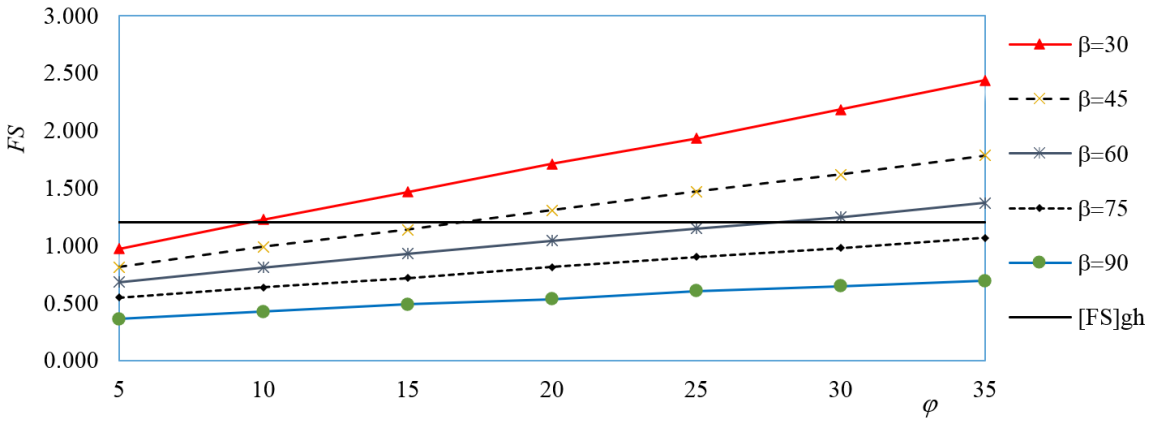
Hình 7 trình bày hệ số an toàn mái dốc sử dụng PLAXIS, ta thấy góc nghiêng mái dốc $\beta = 30^o$, nếu $\varphi \geq 10^o$ thì mái dốc đảm bảo điều kiện ổn định vì $FS > [FS]_{gh} = 1.2$. Tuy nhiên, khi góc nghiêng $\beta = 60^o$ thì mái dốc đảm bảo ổn định khi góc ma sát trong $\varphi \geq 30^o$. Trường hợp góc nghiêng $\beta = 75^o$ và $\beta = 90^o$, khi đó hệ số an toàn $FS < [FS]_{gh} = 1.2$ ứng với tất cả góc ma sát trong của đất, mái dốc không đảm bảo điều kiện ổn định trong điều kiện tự nhiên, ta cần các biện pháp gia cố thì mái dốc đảm bảo ổn định.

- *Ảnh hưởng của góc nghiêng mái dốc $\beta$ đến hệ số an toàn của mái dốc (FS)*

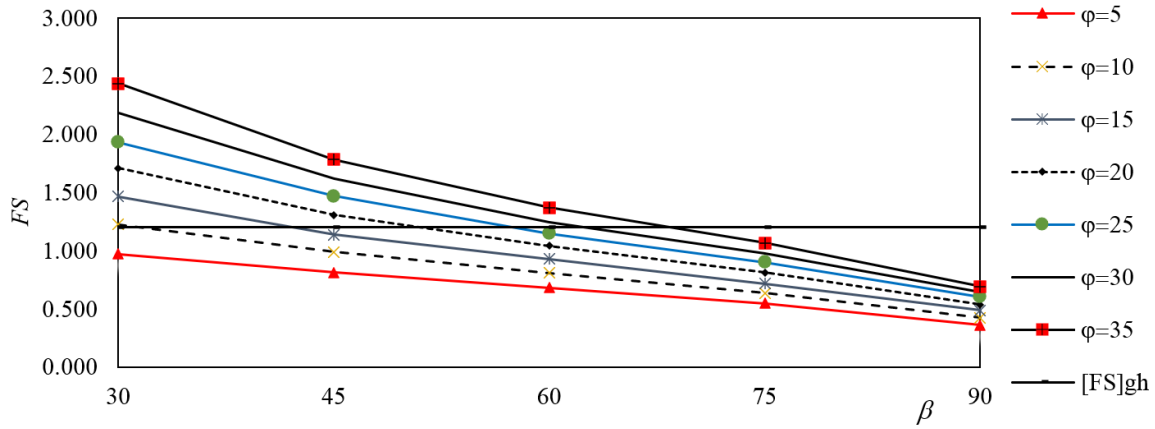
Hình 8 biểu diễn hệ số an toàn của mái dốc phụ thuộc vào góc nghiệng $\beta$ khi sử dụng phương pháp phần tử hữu hạn PLAXIS, ta thấy ứng với góc nghiêng mái dốc $\beta$ cho trước, hệ số an toàn *FS* tăng khi góc ma sát trong $\varphi$ của đất gia tăng. Mặt khác, với cùng giá trị góc ma sát trong thì hệ số an toàn *FS* giảm liên tục khi góc nghiêng của mái dốc $\beta$ gia tăng. Kết quả phân tích cho thấy, khi $\beta = 75^o$ và $\beta = 90^o$ mái dốc sẽ bị trượt do chịu trọng lượng bản thân của đất nền, vì vậy khi mái dốc có góc nghiêng $\beta > 75^o$ cần phải gia cố mái dốc để đảm bảo ổn định

**Bảng 2. Hệ số an toàn mái dốc *FS* thay đổi theo góc ma sát trong $\varphi$**

| $\beta$ ° | $\varphi$ ° | Cân bằng giới hạn LEM (Slope) | | | FEM (Plaxis) | $\beta$ ° | $\varphi$° | Cân bằng giới hạn LEM (Slope) | | | FEM (Plaxis) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | BSM | JSM | SM | | | | BSM | JSM | SM | |
| 30 | 5 | 1,007 | 0,946 | 1,006 | 0,971 | 75 | 5 | 0,625 | 0,669 | 0,660 | 0,546 |
| | 10 | 1,259 | 1,180 | 1,257 | 1,226 | | 10 | 0,722 | 0,767 | 0,761 | 0,636 |
| | 15 | 1,502 | 1,399 | 1,499 | 1,464 | | 15 | 0,808 | 0,857 | 0,862 | 0,717 |
| | 20 | 1,743 | 1,616 | 1,739 | 1,708 | | 20 | 0,886 | 0,949 | 0,951 | 0,813 |
| | 25 | 1,994 | 1,841 | 1,988 | 1,933 | | 25 | 0,979 | 1,036 | 1,048 | 0,900 |
| | 30 | 2,256 | 2,076 | 2,250 | 2,183 | | 30 | 1,079 | 1,130 | 1,140 | 0,979 |
| | 35 | 2,543 | 2,334 | 2,539 | 2,439 | | 35 | 1,162 | 1,222 | 1,242 | 1,068 |
| 45 | 5 | 0,853 | 0,853 | 0,859 | 0,813 | 90 | 5 | 0,520 | 0,534 | 0,528 | 0,358 |
| | 10 | 1,029 | 1,013 | 1,027 | 0,988 | | 10 | 0,576 | 0,605 | 0,599 | 0,423 |
| | 15 | 1,197 | 1,166 | 1,197 | 1,136 | | 15 | 0,646 | 0,667 | 0,662 | 0,489 |
| | 20 | 1,348 | 1,308 | 1,346 | 1,307 | | 20 | 0,702 | 0,735 | 0,733 | 0,535 |
| | 25 | 1,509 | 1,453 | 1,506 | 1,468 | | 25 | 0,753 | 0,790 | 0,785 | 0,604 |
| | 30 | 1,682 | 1,612 | 1,679 | 1,617 | | 30 | 0,812 | 0,859 | 0,854 | 0,645 |
| | 35 | 1,869 | 1,788 | 1,864 | 1,783 | | 35 | 0,885 | 0,921 | 0,931 | 0,690 |
| 60 | 5 | 0,727 | 0,761 | 0,818 | 0,683 | | | | | | |
| | 10 | 0,851 | 0,881 | 0,920 | 0,808 | | | | | | |
| | 15 | 0,976 | 0,995 | 1,033 | 0,928 | | | | | | |
| | 20 | 1,094 | 1,110 | 1,118 | 1,041 | | | | | | |
| | 25 | 1,219 | 1,228 | 1,230 | 1,147 | | | | | | |
| | 30 | 1,347 | 1,342 | 1,343 | 1,246 | | | | | | |
| | 35 | 1,478 | 1,468 | 1,481 | 1,369 | | | | | | |




**Hình 7. Hệ số an toàn của mái dốc khi góc ma sát trong φ thay đổi (lời giải sử dụng Plaxis)**




**Hình 8. Hệ số an toàn của mái dốc khi góc nghiêng mái dốc β thay đổi (lời giải sử dụng Plaxis)**

## 5. Kết luận

Bài báo đã trình bày kết quả phân tích ổn định mái dốc trên nền đồng nhất sử dụng phương pháp cân bằng giới hạn (LEM) và phương pháp phần tử hữu hạn (FEM). Cả hai phương pháp đều cho hệ số an toàn và cơ cấu trượt gần giống nhau, sai số không đáng kể. Do đó, có thể sử dụng cả hai phương pháp LEM và FEM để tính toán mái dốc. Tuy nhiên, phương pháp cân bằng giới hạn có hạn chế khi bỏ qua mối quan hệ giữa ứng suất và biến dạng nền, do đó không thể tính toán sự phân bố ứng suất trong nền mái dốc khi bị phá hoại. Trong khi đó, phương pháp phần tử hữu hạn Plaxis có xét đến quan hệ giữa ứng suất và biến dạng của đất nền, do đó có thể tính toán ứng suất, chuyển vị, áp lực nước lỗ rỗng, … trong nền đất.

Khi biết trước góc nghiêng của mái dốc $\beta$, hệ số an toàn *FS* tăng khi góc ma sát trong của đất gia tăng. Mặt khác, với cùng giá trị của góc ma sát trong, hệ số an toàn *FS* giảm liên tục khi góc nghiêng của mái dốc $\beta$ gia tăng.

Kết quả phân tích cho thấy, khi $\beta = 75^o$ và $\beta = 90^o$ mái dốc sẽ bị trượt do trọng lượng bản thân của đất nền, vì vậy khi mái dốc có góc nghiêng $\beta > 75^o$ cần phải gia cố mái dốc để đảm bảo ổn định.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bishop, A.W. (1955). The use of slip circles in stability analysis of slopes. *Geotechnique*, 5(1), 7-17.
2. Fellenius, W. (1936). Calculation of the Stability of Earth Dams. *Transaction, 2nd Congress on Large Dams*, 4, 445-462.
3. Janbu, N. (1954). Stability analysis of Slopes with Dimensionless parameters. *Thesis for the Doctor of Science in the Field of Civil Engineering*, Harvard University Soil

Mechanics Series.
4. Kim, J., Salgado, R., Yu, H. (1999). Limit analysis of soil slopes subjected to pore-water pressures. *J. Geotech Geoenviron Eng ASCE*, 125(1), 49-58.
5. Morgenstern, R., Price, V. (1965). The analysis of the stability of general slip surface. *Geotechnique*, 15(1), 79-93.
6. Spencer, E. (1967). A method of analysis of the stability of embankments assuming parallel inter-slice force. *Geotechnique*, 15, 11-26.
7. Yu, H., Salgado, R., Sloan, W., Kim, J. (1980). Limit analysis versus equilibrium for slope stability. *J. Geotech Geoenviron Eng ASCE*, 124(1), 1-11.

# SỬ DỤNG MÁY BAY KHÔNG NGƯỜI LÁI (UAV) ĐỂ NÂNG CAO HIỆU QUẢ KIỂM SOÁT GIAO THÔNG VẬN TẢI TẠI THÀNH PHỐ THỦ ĐỨC

**Trần Hoàng Yến[1,2], Nguyễn Sơn Lâm[3*]**
[1]Viện Đào tạo Sau đại học, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
[2]Thanh tra Xây dựng Thành phố Thủ Đức.
[3]Khoa Xây Dựng, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: ns.lam@hutech.edu.vn.

## TÓM TẮT

Bài báo trình bày kết quả nghiên cứu về việc tiềm năng ứng dụng công nghệ máy bay không người lái (UAV) để kiểm soát giao thông vận tải trên địa bàn Thành phố Thủ Đức. Nghiên cứu tập trung vào các mục tiêu cụ thể, phương pháp và kỹ thuật sử dụng UAV trong kiểm soát giao thông vận tải. Kết quả cho thấy UAV có thể cung cấp thông tin chi tiết về luồng xe cộ, phát hiện ùn tắc giao thông, điểm đen tai nạn, từ đó giúp cải thiện hiệu quả hoạt động giao thông vận tải. Sử dụng UAV trong kiểm soát giao thông vận tải giúp giảm thiểu tai nạn giao thông, nâng cao năng lực giám sát và xử lý vi phạm của cơ quan chức năng. Tuy nhiên, việc triển khai ứng dụng UAV cũng gặp một số thách thức như về quy định pháp lý, nguồn nhân lực và chi phí đầu tư. Nghiên cứu đề xuất một số giải pháp để khắc phục các thách thức này và hiệu quả hóa ứng dụng UAV trong kiểm soát giao thông vận tải trên địa bàn Thành phố Thủ Đức.
*Từ khoá:* Giao thông vận tải; kiểm soát giao thông; thành phố Thủ Đức; UAV.

## 1. Đặt vấn đề

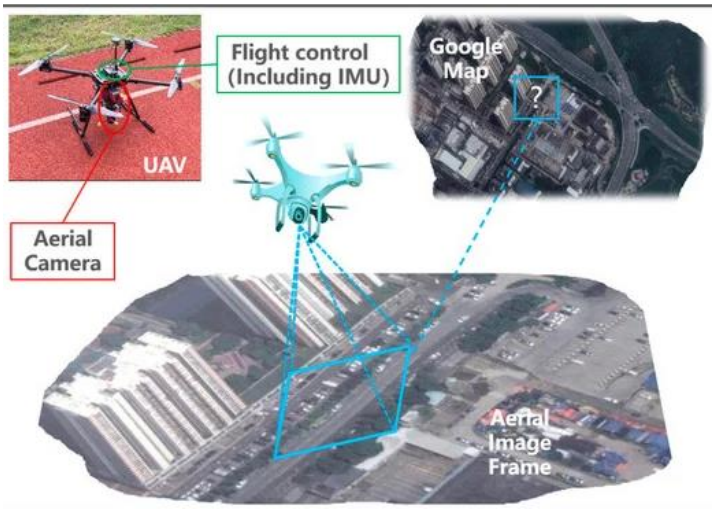
### *1.1 Những vấn đề chung*

Thành phố Thủ Đức là đô thị loại I trực thuộc Thành phố Hồ Chí Minh, được thành lập năm 2021 với tổng diện tích tự nhiên 211,56 km$^2$. Theo thống kê năm 2022, dân số Thành phố Thủ Đức là 1.217.344 người với mật độ dân số đạt 5.759 người/km2. Tốc độ đô thị hóa nhanh chóng trong thập kỷ qua đã kéo theo sự gia tăng về số lượng phương tiện giao thông cá nhân, với con số đăng ký mới đạt trên 2,2 triệu lượt xe ô tô trong năm 2022. Sự tăng trưởng này dẫn đến tình trạng quá tải cục bộ trên các tuyến đường chính, làm gia tăng ùn tắc giao thông vào giờ cao điểm, đặc biệt tại các nút giao thông trọng điểm. Theo thống kê của Phòng CSGT đường bộ - đường sắt (Công an TPHCM), số vụ tai nạn giao thông trên địa bàn Thành phố Thủ Đức chiếm gần 20% tổng số vụ tai nạn của thành phố trong 6 tháng đầu năm 2022.

Trước thực trạng trên, việc ứng dụng công nghệ hiện đại nhằm nâng cao hiệu quả kiểm soát và quản lý giao thông là hết sức cấp thiết. Máy bay không người lái (UAV) với ưu điểm linh hoạt, bay thấp, quan sát rộng nổi lên là giải pháp tiềm năng để giám sát luồng tuyến giao thông. Nghiên cứu này tập trung ứng dụng UAV để thu thập và phân tích dữ liệu giao thông tại các nút giao thông chính trên địa bàn Thành phố Thủ Đức. Cụ thể, UAV được trang bị các cảm biến nhận dạng và camera chuyên dụng để ghi nhận diễn biến luồng xe, từ đó phân tích mật độ, tốc độ và hướng di chuyển của các phương tiện. Kết quả phân tích sẽ giúp xác định các điểm ùn tắc và nguy cơ mất an toàn giao thông cao để có biện pháp điều tiết và xử lý kịp thời. Đồng thời, các số liệu thống kê sẽ góp phần hoạch định chiến lược quản lý và cải thiện giao thông lâu dài cho Thành phố Thủ Đức.

### *1.2 Tình hình nghiên cứu ứng dụng UAV trên thế giới và trong nước*

Trong thời gian gần đây, việc ứng dụng máy bay không người lái (UAV) trong lĩnh vực giao thông vận tải đã thu hút sự quan tâm đáng kể của các nhà nghiên cứu trên thế giới. Có thể thấy xu hướng tập trung nghiên cứu ứng dụng UAV trong 3 lĩnh vực chính: an toàn giao thông, giám sát giao thông và quản lý cơ sở hạ tầng giao thông của Outay và cộng sự (2019)(Outay et al., 2020a). Về mặt kỹ thuật, nhiều nghiên cứu đã tập trung vào việc phát triển các thuật toán xử lý ảnh và video thông minh nhằm trích xuất các đặc trưng quan trọng từ dữ liệu do UAV thu thập, phục vụ cho các ứng dụng như phân tích luồng giao thông, phát hiện và cảnh báo các sự cố giao thông do Outay và cộng sự (2017)(Outay et al., 2020b). Các công trình nghiên cứu cũng đã chỉ ra UAV có ưu điểm về khả năng quan sát trên cao(Tong et al., 2023), di chuyển linh hoạt, thu thập dữ liệu trực quan và chi tiết với nghiên cứu của Kanistras và công sự (2015)(Kanistras et al., 2013). Về ứng dụng, UAV đã được sử dụng để hỗ trợ công tác điều tra tai nạn giao thông, đánh giá mức độ hư hại cơ sở hạ tầng giao thông như cầu, đường Outay và cộng sự (2019) (Outay et al., 2020a). Bên cạnh đó, UAV còn cho phép giám sát luồng người đi bộ tại các khu vực đông dân cư nhằm xây dựng các phương án quản lý hợp lý, nâng cao trải nghiệm của người đi bộ với nghiên cứu của Sutheerakul và cộng sự (2017)(Sutheerakul et al., 2017). Tuy nhiên, việc triển khai UAV trong giám sát giao thông vẫn gặp một số thách thức về quy định pháp lý, an toàn bay, bảo mật dữ liệu do Hassnain và cộng sự, (2022)(Kanistras et al., 2013) đề cập. Nhìn chung, các nghiên cứu đã chỉ ra tiềm năng lớn của UAV trong việc hỗ trợ công tác quản lý và điều phối giao thông. Tuy nhiên, để có thể triển khai rộng rãi, cần có thêm các nghiên cứu về các giải pháp kỹ thuật cụ thể cũng như xây dựng hành lang pháp lý để đảm bảo an toàn.




**Hình 1. Định vị hình ảnh bằng cách sử dụng phương pháp khớp mẫu trên UAV (Unmanned Aerial Vehicle) giữa hình ảnh chụp từ không gian và hình ảnh tham chiếu từ vệ tinh.**

Việt Nam đã bắt đầu nghiên cứu và ứng dụng thiết bị bay không người lái (UAV) trong một số lĩnh vực, đánh dấu sự tiến bộ trong việc áp dụng công nghệ tiên tiến này. Chính phủ đã đưa ra những chính sách hỗ trợ để khuyến khích việc ứng dụng UAV trong thực tế, nhằm tận dụng tiềm năng và lợi ích của công nghệ này. Một tiêu chuẩn cơ sở mang tên "Tiêu chuẩn cơ sở TCCS 830:2022/BVTV Khảo nghiệm trên đồng ruộng thuốc bảo vệ thực vật phòng, chống sinh vật gây hại cây trồng bằng thiết bị bay không người lái" (Cục bảo vệ thực vật, 2022) của Cục bảo vệ thực vật đã phân tích về việc sử dụng UAV trong lĩnh vực nông nghiệp. Tiêu chuẩn cơ sở này đã trình bày về việc triển khai thiết bị UAV trong nông nghiệp nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất và quản lý trong ngành này. Đồng thời, nó cũng nhấn mạnh vai trò quan trọng của Bộ Quốc Phòng(Bộ Quốc Phòng, 2020) và các bộ, cơ quan liên quan trong việc phối hợp và nghiên cứu khẩn trương các ứng dụng của UAV trong lĩnh vực này. Ngoài ra, chính phủ cũng đã đưa ra các kế hoạch và quyết định cụ thể để thúc đẩy sự phát triển của UAV. Cụ thể, đề án Xây dựng Thành phố Hồ Chí Minh trở thành đô thị thông minh đến năm 2025(Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh, n.d.-c) đã được UBND TP Thủ Đức triển khai(Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh, n.d.-a). Trong đó, ứng dụng khoa học công nghệ(Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh, n.d.-b), bao gồm cả UAV, là một trong các nội dung chính được chú trọng. Chính quyền Thành phố Thủ Đức đã tổ chức hội nghị tập huấn về ứng dụng drone(Lương Hợp, 2022) (thiết bị bay không người lái) nhằm đào tạo nguồn nhân lực và nâng cao nhận thức về công nghệ này. Điều đáng chú ý, việc sử dụng UAV không chỉ giới hạn trong lĩnh vực nông nghiệp. Các báo cáo và sự kiện đã đề cập đến

việc áp dụng UAV trong quản lý an ninh(Nhất Hoàng, 2022) chính trị, trật tự an toàn xã hội, quản lý trật tự xây dựng(Chí Lộc, 2023), ô nhiễm môi trường, an toàn giao thông và nhiều lĩnh vực khác. TP Thủ Đức đã sử dụng UAV(UBND TP Thủ Đức, n.d.) để ngăn chặn hành vi xả rác trái phép(Ngô Tùng, 2023), đồng thời đảm bảo an ninh trật tự trong khu vực(Nhất Hoàng, 2022). Tuy UAV đã trở thành một công nghệ tiên tiến và hứa hẹn trong thực tế, nhưng vẫn còn một số thách thức cần được vượt qua(Huyền Anh, 2019). Dễ dàng nhận thấy tình hình nghiên cứu ứng dụng UAV trong nước đang phát triển và được quan tâm đáng kể. Một số nghiên cứu ứng dụng nổi bậc như: Nghiên cứu chế độ bay UAV trong khảo sát địa hình công trình dạng tuyến - ứng dụng cho đoạn đường đê Xuân Quan, Hà Nội (Dũng et al., 2021), nghiên cứu này tập trung vào khảo sát địa hình công trình dạng tuyến sử dụng UAV. Đây là một ứng dụng quan trọng trong việc đo lường và quản lý địa hình, đặc biệt là trong các dự án xây dựng và quản lý đường đê. Nghiên cứu này cho thấy sự quan tâm đến việc sử dụng UAV trong công trình cơ sở hạ tầng và quản lý môi trường đô thị. Kỹ thuật mô phỏng máy bay không người lái và áp dụng thuật toán trong các ứng dụng quân sự (Minh, 2021), nghiên cứu này tập trung vào việc mô phỏng máy bay không người lái và áp dụng các thuật toán trong các ứng dụng quân sự, cho thấy sự quan tâm đến việc sử dụng UAV trong lĩnh vực quân sự và khả năng ứng dụng các thuật toán để nâng cao hiệu suất và khả năng tự động hóa của UAV. Nghiên cứu khả năng ứng dụng của thiết bị UAV chi phí thấp trong đo đạc thành lập bản đồ: thử nghiệm một số công trình trên địa bàn tỉnh Bình Định (Trọng Đợi et al., 2022), nghiên cứu này cho thấy sự quan tâm đến việc sử dụng UAV chi phí thấp để cải thiện quá trình đo đạc và lập bản đồ, đồng thời tăng cường khả năng tiết kiệm chi phí và thời gian so với các phương pháp truyền thống. Nghiên cứu ứng dụng thiết bị bay không người lái (UAV) để lập bản đồ vi phạm hành lang kỹ thuật công trình vườn quan trắc khí tượng bề mặt (Văn Hòa et al., 2023), cho thấy sự quan tâm đến việc sử dụng UAV trong việc giám sát và quản lý các hành lang kỹ thuật và công trình vườn quan trắc khí tượng. Các nghiên cứu trên cho thấy sự quan tâm đáng kể và sự phát triển của ứng dụng UAV trong nhiều lĩnh vực như đo đạc, khảo sát, quản lý môi trường, công trình cơ sở hạ tầng, và quân sự. Việc sử dụng UAV giúp cải thiện hiệu suất, tiết kiệm chi phí và thời gian, đồng thời tăng cường khả năng tự động hóa và mô phỏng trong các ứng dụng quân sự (Minh, 2021).

**2. Tình hình trật tự an toàn giao thông trên địa bàn thành phố Thủ Đức**

Dữ liệu về tình hình trật tự an toàn giao thông trên địa bàn Thành phố Thủ Đức trong 5 năm gần đây cho thấy một số thông tin quan trọng về số lượng vụ tai nạn, số người bị thương và số người chết. Dựa vào dữ liệu này (Bảng 1), chúng ta có thể phân tích tình hình trật tự an toàn giao thông như sau:

Số vụ tai nạn: Số vụ tai nạn giao thông trên địa bàn Thành phố Thủ Đức đã giảm từ 5.076 vụ vào năm 2019 xuống còn 3.045 vụ tính đến tháng 10/2023. Điều này cho thấy một xu hướng giảm tỷ lệ tai nạn giao thông trên địa bàn. Tuy nhiên, việc theo dõi dữ liệu gần đây hơn cần để xác định liệu xu hướng này có ổn định hay không.

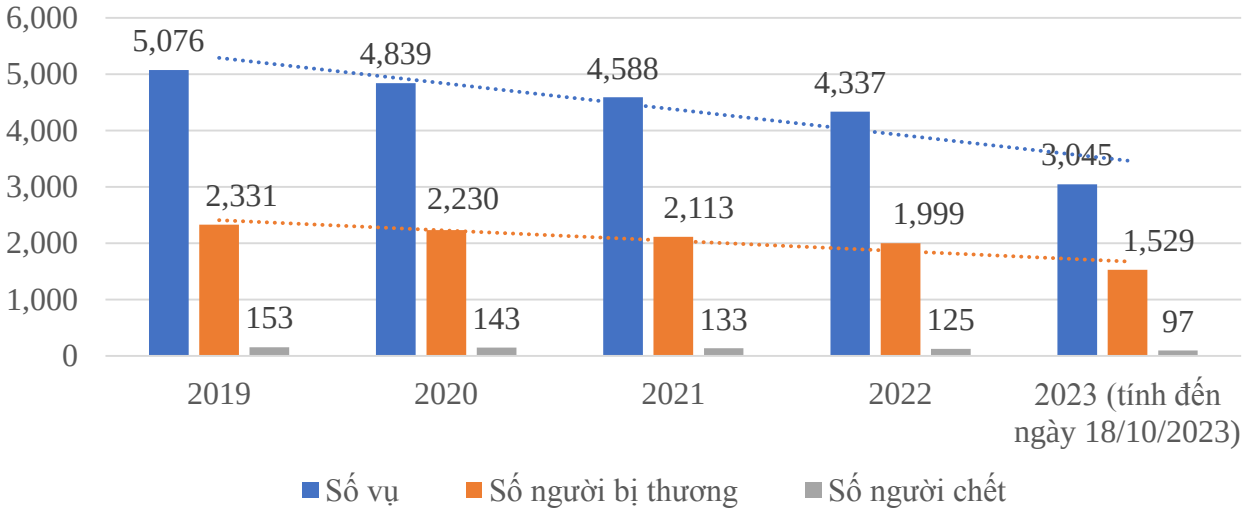
Số người bị thương: Số người bị thương trong các vụ tai nạn giao thông cũng giảm từ 2.331 người vào năm 2019 xuống còn 1.529 người tính đến ngày 18/10/2023. Điều này có nghĩa rằng mặc dù có ít tai nạn hơn, số người bị thương trong mỗi vụ tai nạn cũng giảm. Điều này có thể cho thấy cải thiện về tính an toàn của các vụ tai nạn hoặc tăng cường khả năng cứu hộ và điều trị y tế.

Số người chết: Số người chết do tai nạn giao thông cũng giảm từ 153 người vào năm 2019 xuống còn 97 người tính đến ngày 18/10/2023. Điều này là một tin tức tích cực, vì mục tiêu cuối cùng của các chính phủ và cộng đồng là giảm thiểu số người thiệt mạng trong tai nạn giao thông. Tuy nhiên, việc giảm số lượng người chết cần được duy trì và cải thiện để đảm bảo một môi trường giao thông an toàn hơn.

Tuy số liệu hiện tại cho thấy xu hướng giảm dần về số vụ tai nạn, số người bị thương và số người chết, cần lưu ý rằng việc giảm tai nạn giao thông là một quá trình dài hạn và cần liên tục theo dõi và áp dụng các biện pháp an toàn giao thông. Các yếu tố như quản lý giao thông, tuyến đường, ý thức của người tham gia giao thông và thời tiết có thể ảnh hưởng đến tình hình

trật tự an toàn giao thông. Việc tiếp tục nghiên cứu và cải thiện an toàn giao thông sẽ đóng một vai trò quan trọng trong việc giảm số vụ tai nạn và người thiệt mạng trên đường. Một trong những giải pháp tiềm năng, phù hợp với xu hướng của các nước phát triển, cũng như định hướng phát triển của Thành phố Thủ Đức trở thành thành phố thông minh (Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh, n.d.-c).

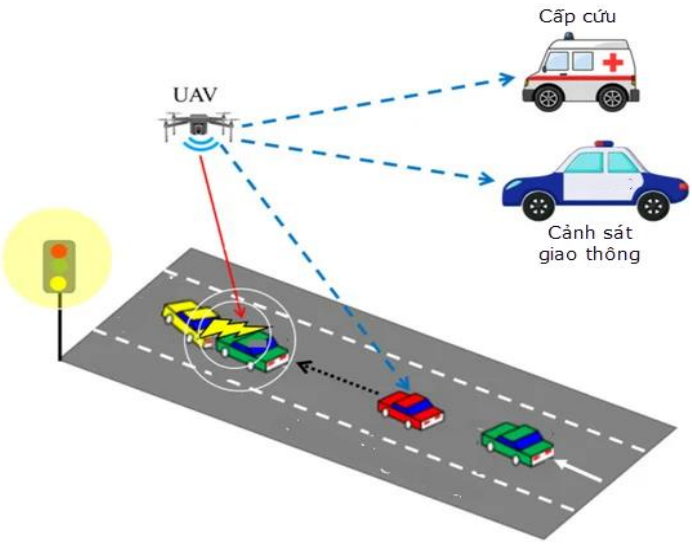
**Bảng 1. Thống kê của Công an thành phố Thủ Đức, tình hình tai nạn giao thông (TNGT) trên địa bàn**




### 3. Tiềm năng ứng dụng UAV trong kiểm soát giao thông vận tải trên địa bàn Thành phố Thủ Đức

Ứng dụng UAV với nhiều tiềm năng khai thác và đang được tích hợp chặt chẽ vào Đề án Xây dựng Thành phố Hồ Chí Minh trở thành một đô thị thông minh vào năm 2025 (Bộ Quốc Phòng, 2020). Đề án này tập trung vào việc biến đổi thành phố Hồ Chí Minh thành một đô thị thông minh và hiện đại, dựa vào nền tảng công nghệ thông tin và truyền thông. Trong danh mục các mục tiêu cụ thể của dự án này, việc "Nâng cao hiệu quả quản lý đô thị" và cải thiện tình hình giao thông và vận tải trong khu vực thành phố Thủ Đức đang đứng ở vị trí quan trọng:

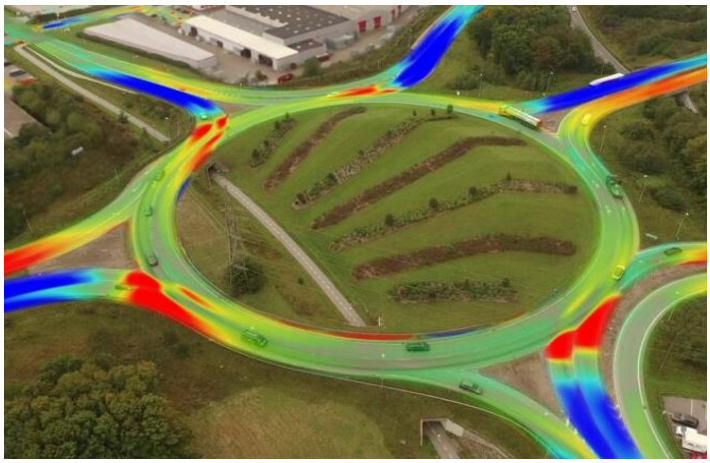
Giám sát giao thông: Các UAV có khả năng cung cấp hình ảnh và thông tin trực tiếp về tình trạng giao thông trên các tuyến đường và khu vực tắc nghẽn. Chúng có thể bay quanh và thu thập dữ liệu từ không gian cao, mang đến cái nhìn toàn cảnh và hình ảnh chi tiết về lưu lượng giao thông. So với việc lắp đặt camera cố định, UAV có khả năng di chuyển linh hoạt, quét toàn bộ khu vực và thu thập thông tin từ nhiều góc độ khác nhau, giúp cung cấp thông tin phong phú và đáng tin cậy hơn về giao thông (Menouar et al., 2017). Cảnh sát địa phương có thể sử dụng drone để có cái nhìn rõ nét về các vụ tai nạn giao thông hoặc thực hiện các chiến dịch an ninh quy mô lớn trên cao tốc như truy tìm các vụ trộm xe.




**Hình 2. Trung tâm điều khiển tiếp nhận thông tin và truyền tín hiệu đến các bộ phận có liên quan (Mohsan et al., 2022)**

Các ứng dụng khác bao gồm xác định phương tiện, quét các phương tiện nghi ngờ, truy đuổi cướp và cướp giật có vũ trang hoặc bất kỳ ai vi phạm luật giao thông. Ngoài ra, UAV cũng có thể phát hiện việc lái xe vượt quá tốc độ, tai nạn và hỗ trợ trong việc tránh tắc đường và tắc nghẽn giao thông hàng loạt. Trung tâm điều khiển nhận tiếp nhận thông tin và truyền tín hiệu đến các bộ phận có liên quan như cứu hộ, cấp cứu (Hình 2) (Mohsan et al., 2022)...

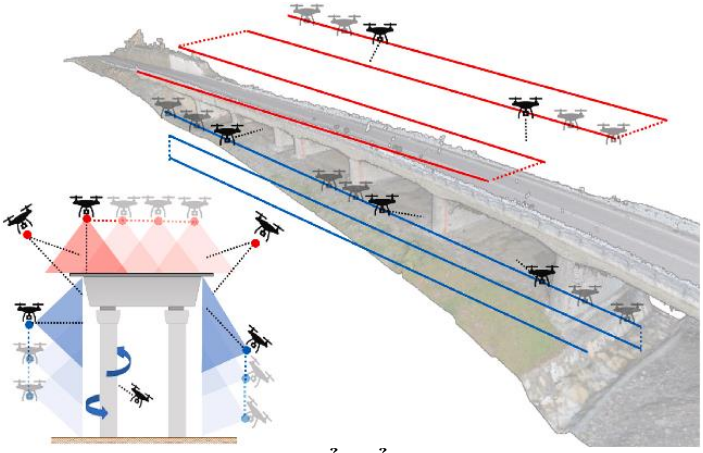
Điều khiển giao thông: UAV có thể được sử dụng để điều khiển giao thông hiệu quả trên địa bàn Thành phố Thủ Đức. Chúng có khả năng phát hiện tắc nghẽn và đề xuất các phương án phân luồng giao thông tối ưu. UAV có thể truyền tải dữ liệu và hướng dẫn trực tiếp cho các điểm kiểm soát giao thông hoặc đội ngũ quản lý, giúp tối giản thời gian tắc nghẽn và cải thiện luồng giao thông (Hình 3)(Menouar et al., 2017).



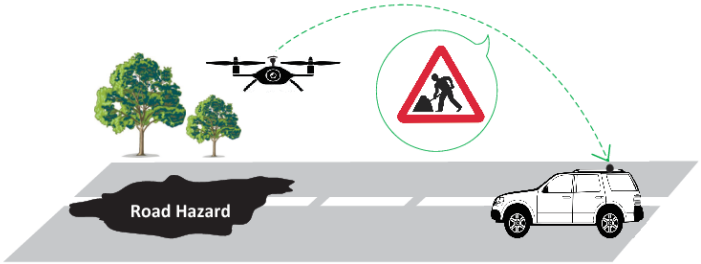
**Hình 3. Phân tích lưu lượn giao thông tại các nút giao (Menouar et al., 2017)**

Kiểm tra tuân thủ quy định giao thông: UAV có khả năng kiểm tra tuân thủ quy định giao thông trên các tuyến đường nội thành và cao tốc. Chúng có thể phát hiện vi phạm tốc độ, vi phạm quyền ưu tiên, vi phạm dừng đỗ trái phép và các hành vi vi phạm khác(Rosenfeld, 2019). Sự sử dụng UAV trong việc kiểm tra tuân thủ quy định giao thông có thể cung cấp cái nhìn toàn diện và linh hoạt, giúp tăng cường tuân thủ luật giao thông và nâng cao an toàn cho người tham gia giao thông.

Bảo trì cầu và đường: UAV có thể được sử dụng để giám sát hiện trạng và kiểm tra các vấn đề liên quan đến đường bộ(Hằng, 2020). Bằng cách thu thập hình ảnh và dữ liệu, UAV có thể phát hiện các vết nứt, ổ gà và các hư hỏng khác trên đường bộ. Điều này giúp chúng ta nhận biết sớm các vấn đề về đường bộ và đảm bảo công tác bảo trì được thực hiện đúng thời điểm. Bên cạnh đó, nhờ khả năng bay ở độ cao thấp và quan sát rộng, UAV còn có thể kiểm tra tình trạng và hư hỏng của các cây cầu (Mandirola et al., 2022) mà không cần tiếp cận trực tiếp (Hình 4). Điều này giúp xác định các vấn đề như rỉ sét, mất cân đối hoặc hư hỏng bề mặt đường (hình 5) trước khi chúng trở thành nguyên nhân gây tai nạn giao thông(Hằng, 2020).



**Hình 4. UAV còn có thể kiểm tra tình trạng và hư hỏng của các cầu [24]**

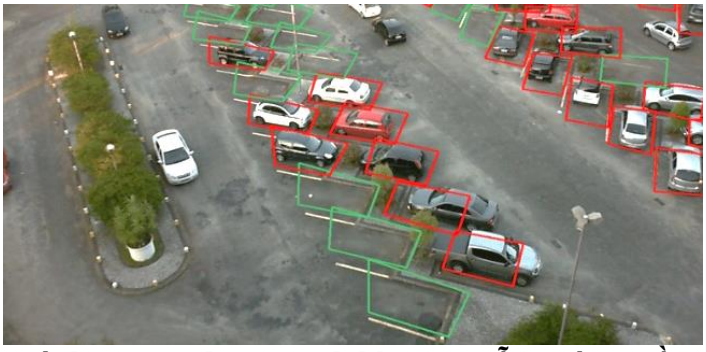



**Hình 5. UAV còn có thể kiểm tra tình trạng hư hỏng bề mặt đường[24]**

Khảo sát hiện trạng tai nạn giao thông: Thu thập dữ liệu tức thì, UAV có thể nhanh chóng đáp ứng yêu cầu khảo sát hiện trạng sau tai nạn giao thông. Chúng có thể được triển khai ngay sau vụ tai nạn để ghi lại thông

tin quan trọng như vết xe, tài xế, vật chứng và các tình tiết liên quan. Khảo sát các khu vực khó tiếp cận bởi người đi bộ hoặc phương tiện truyền thống  UAV có thể được sử dụng để khảo sát hiện trạng và thu thập dữ liệu một cách an toàn và hiệu quả. Điều này giúp cung cấp thông tin quan trọng cho quá trình điều tra và khắc phục sự cố.

Giám sát và quản lý đỗ xe: UAV có khả năng giám sát và quản lý việc đỗ xe trên địa bàn Thành phố Thủ Đức, bao gồm cả khu vực xung quanh tuyến Metro số 1. Chúng có thể phát hiện và thông báo về việc đỗ xe vi phạm quy định, giúp cải thiện tình trạng ùn tắc giao thông và tăng khả năng sử dụng chỗ đỗ xe hiệu quả(Almeida et al., 2022). UAV có thể bay quanh khu vực đỗ xe và truyền tải thông tin về tình trạng đỗ xe và khả năng sử dụng chỗ đỗ xe còn trống (Hình 6).



**Hình 6. UAV bay quanh khu vực đỗ xe và truyền tải thông tin về tình trạng đỗ xe (Almeida et al., 2022).**

Ứng dụng UAV trong khảo sát tuyến giao thông: UAV mang lại nhiều tiềm năng ứng dụng trong khảo sát giao thông, giúp nâng cao hiệu quả và độ chính xác của công tác khảo sát, đồng thời tiết kiệm thời gian và chi phí. UAV có thể bay ở độ cao thấp, giúp thu thập dữ liệu từ nhiều góc độ khác nhau, mang lại hình ảnh và video chất lượng cao, giúp các kỹ sư khảo sát có cái nhìn toàn diện và chính xác hơn về khu vực cần khảo sát (hình 7).

**Hình 7. Ứng dụng UAV trong khảo sát tuyến đường giao thông thủy lợi**

Quản lý vận hành, bảo trì công trình dạng tuyến: Thành phố Thủ Đức đặc thù nhiều sông rạch, đặc biệt với tuyến Metro số 1 có thể được ứng dụng UAV để giám sát và quản lý vận hành tuyến (Hình 8). Chúng có thể kiểm tra tình trạng hạ tầng, như dây cáp, cầu đường và các thiết bị an toàn, quét và phát hiện sớm các vấn đề kỹ thuật, hỗ trợ việc kiểm tra an toàn và bảo trì định kỳ. UAV cũng có thể cung cấp thông tin về tình trạng hoạt động của tàu, như lịch trình, số lượng hành khách và thông báo về các sự cố hoặc trục trặc. Điều này giúp cung cấp thông tin thời gian thực và hỗ trợ quyết định quản lý để đảm bảo an toàn và hiệu quả trong vận hành tuyến Metro số 1.

**Hình 8. Tiềm năng ứng dụng UAV trong bảo trì, kiểm soát vận hành tuyến Metro số 1 ở Thành phố Thủ Đức**

**3. Những cơ hội và thách thức trong kiểm soát giao thông vận tải trên địa bàn thành phố Thủ Đức**

Ứng dụng công nghệ UAV trong kiểm soát giao thông vận tải trên địa bàn thành phố Thủ Đức mang lại nhiều cơ hội và thách thức đáng chú ý:

***3.1 Cơ hội***

Tăng cường khả năng giám sát và phát hiện vi phạm giao thông: Các thiết bị UAV có thể bay ở độ cao lớn, cho phép quan sát diện rộng của một khu vực. Điều này hỗ trợ việc phát hiện các vi phạm giao thông như vi phạm vượt đèn đỏ, vi phạm tốc độ, hoặc vi phạm các quy tắc an toàn khác một cách nhanh chóng và chính xác.

Tăng cường hiệu quả công tác kiểm soát giao thông: Việc sử dụng UAV giúp cơ quan chức năng có thể giám sát hoạt động của các phương tiện vận tải, quản lý tình trạng kẹt xe và đảm bảo an toàn giao thông một cách hiệu quả hơn. Điều này đóng góp vào việc cải thiện lưu thông và giảm thời gian di chuyển.

Tiết kiệm chi phí và thời gian: Sử dụng UAV giúp tiết kiệm chi phí và thời gian cho công tác giám sát và kiểm soát giao thông. Thay vì phải triển khai lực lượng nhân viên nhiều và phương tiện di chuyển truyền thống, các cơ quan chức năng có thể sử dụng UAV để nhanh chóng thu thập thông tin và giám sát từ xa.

### *3.2 Thách thức*

Quy định pháp luật: Hiện nay, quy định pháp luật về sử dụng UAV trong kiểm soát giao thông vẫn còn chưa đầy đủ và chưa thống nhất. Điều này có thể gây khó khăn cho cơ quan chức năng trong việc sử dụng UAV một cách hiệu quả và an toàn.

Nguyên tắc an toàn và nhân lực chuyên môn: Sử dụng UAV trong kiểm soát giao thông đòi hỏi người vận hành phải có kiến thức và kỹ năng chuyên môn. Tuy nhiên, nguồn nhân lực này hiện nay còn hạn chế, và cần đảm bảo tuân thủ nguyên tắc an toàn để tránh tai nạn và xâm phạm quyền riêng tư.

Chi phí đầu tư: Đầu tư cho UAV và các thiết bị hỗ trợ tương đối cao, là một thách thức cho các cơ quan chức năng trong việc áp dụng công nghệ này vào kiểm soát giao thông.

Để phát huy hiệu quả của việc ứng dụng công nghệ UAV trong kiểm soát giao thông vận tải trên địa bàn thành phố Thủ Đức, cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa các cơ quan chức năng, các doanh nghiệp công nghệ và người dân. Các cơ quan chức năng cần hoàn thiện hành lang pháp lý và quy định về sử dụng UAV trong kiểm soát giao thông. Các doanh nghiệp công nghệ cần phát triển các giải pháp phần mềm chuyên dụng để hỗ trợ việc giám sát và xử lý vi phạm giao thông bằng UAV. Đồng thời, người dân cần nâng cao ý thức tuân thủ pháp luật, tích cực tham gia giám sát và báo cáo vi phạm giao thông để đảm bảo an toàn và hiệu quả trong công tác kiểm soát giao thông trên địa bàn Thành phố Thủ Đức.

## 4. Một số đề xuất và kiến nghị

Sử dụng công nghệ máy bay không người lái (UAV) trong công tác kiểm soát trật tự đô thị tại thành phố Thủ Đức mang lại nhiều tiềm năng. Tuy nhiên, việc áp dụng còn đối mặt với nhiều khó khăn cần vượt qua. Bài báo này sẽ phân tích ba khía cạnh quan trọng để thành công gồm quy định pháp lý, nguồn nhân lực và kinh phí tài chính. Đồng thời đưa ra các giải pháp và đề xuất cụ thể như sau:

### *4.1 Quy định pháp lý*

Hệ thống pháp luật hiện hành cần được bổ sung, hoàn thiện để quy định rõ quy trình, điều kiện vận hành UAV trong lĩnh vực kiểm soát trật tự. Cụ thể, cần ban hành các nghị định, thông tư hướng dẫn cụ thể về trách nhiệm, thẩm quyền sử dụng UAV trong từng tình huống. Đồng thời, tổ chức các cuộc tuyên truyền, phổ biến pháp luật để người dân nhận thức rõ quy định. Ban hành các văn bản quy phạm pháp luật cụ thể như: Nghị định quy định về điều kiện vận hành, quản lý UAV. Các thông tư hướng dẫn cụ thể về trình tự, thủ tục cấp phép sử dụng UAV. Xây dựng cơ sở dữ liệu quản lý về phương tiện, người điều khiển UAV. Tổ chức tuyên truyền pháp luật thông qua nhiều hình thức như: Hội thảo, tập huấn cho cán bộ, thông tin trên cổng/trang thông tin điện tử của ngành, phổ biến trên các phương tiện truyền thông đại chúng

### *4.2 Về nguồn nhân lực*

Cần xây dựng chương trình đào tạo chuyên sâu về kỹ thuật vận hành, xử lý thông tin UAV. Tổ chức tập huấn nhằm nâng cao kiến thức, kỹ năng cho các lực lượng chức năng. Bên cạnh đó, tăng cường hợp tác với các doanh nghiệp công nghệ trong chuyển giao kỹ thuật, kinh nghiệm.

### *4.3 Về tài chính*

Cần kêu gọi sự hỗ trợ từ ngân sách nhà nước và xã hội hóa để đầu tư trang thiết bị và nâng cao năng lực. Đồng thời ưu tiên sử dụng UAV trong Các lĩnh vực cần thiết nhất để nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn lực có thể sử dụng UAV cánh cố định hoặc quạt trục để bay ổn định, lâu dài. Trọng lượng nhẹ dưới 2kg để dễ vận hành, chi phí thấp.

Bên cạnh đó, sự phối hợp chặt chẽ giữa các bộ phận liên quan cũng rất quan trọng để đảm bảo sự thông suốt trong quá trình triển khai để xây dựng kế hoạch, lộ trình sử dụng UAV cụ thể. Các đơn vị quản lý nhà nước cần chủ động xây dựng và ban hành văn bản hướng dẫn thống nhất về phương thức phối hợp, khai thác hiệu quả các nguồn lực có sẵn. Bên cạnh đó, doanh nghiệp và người dân cũng cần chung tay tham gia đóng góp ý kiến để hoàn thiện chiến lược áp dụng UAV phù hợp với điều kiện thực tế.

Cụ thể, các cơ quan chức năng cần phối hợp chặt chẽ với doanh nghiệp công nghệ thông tin, phần mềm nghiên cứu phát triển hệ thống giám sát, xử lý thông tin liên quan đến trật tự đô thị thu thập được từ camera, cảm biến trên UAV. Đồng thời xây dựng cơ sở dữ liệu tập trung quản lý vi phạm để xử lý kịp thời. Bên cạnh đó, kêu gọi người dân nâng cao ý thức giám sát và tố giác hành vi vi phạm trật tự đô thị để giảm tải cho lực lượng chức năng.

Với sự nỗ lực của các bên liên quan, vượt qua những khó khăn ban đầu, việc áp dụng UAV trong công tác kiểm soát giao thông vận tải trên địa bàn thành phố Thủ Đức nói riêng và cả nước nói chung sẽ ngày càng hiệu quả, góp phần xây dựng môi trường sống văn minh, an toàn cho người dân.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Almeida, P. R. L. de, Alves, J. H., Parpinelli, R. S., & Barddal, J. P. (2022). A systematic review on computer vision-based parking lot management applied on public datasets. *Expert Systems with Applications*, *198*, 116731. https://doi.org/10.1016/j.eswa.2022.116731.
2. Bộ Quốc Phòng. (2020). *Công văn số 4213/BQP-TM v/v ứng dụng thiết bị bay không người lái trong nông nghiệp*.
3. Chí Lộc. (2023, August 3). *TP Thủ Đức: Ngăn chặn ngay từ đầu những trường hợp có dấu hiệu bảo kê, thầu xây dựng nhà ở không phép*. Https://Hcmcpv.Org.vn/Tin-Tuc/Tp-Thu-Duc-Ngan-Chan-Ngay-Tu-Dau-Nhung-Truong-Hop-Co-Dau-Hieu-Bao-Ke-Thau-Xay-Dung-Nha-o-Khong-Phe-1491911877.
4. Cục bảo vệ thực vật. (2022). *TCCS 830: 2022/BVTV Khảo nghiệm trên đồng ruộng thuốc bảo vệ thực vật phòng, chống sinh vật gây hại cây trồng bằng thiết bị bay không người lái*.
5. Dũng, L. N., Trọng, T. Đ., Chiều, V. Đ., Quỳnh, B. D., Hằng, H. T., Hiếu, D. C., & Huy, N. Đ. (2021). Nghiên cứu chế độ bay UAV trong khảo sát địa hình công trình dạng tuyến - ứng dụng cho đoạn đường đê Xuân Quan, Hà Nội. *Tạp Chí Khoa Học Công Nghệ Xây Dựng (KHCNXD) - ĐHXDHN*, *15*(7V), 131–142. https://doi.org/10.31814/stce.huce(nuce)2021-15(7V)-12
6. Hằng, H. T. (2020). Ứng dụng máy bay không người lái (UAV) trong giám sát chất lượng mặt đường bộ, thí điểm tại một số đoạn trên quốc lộ 6 thuộc tỉnh Hòa Bình. *Tạp Chí Khoa Học*, *15*(9), 86. https://doi.org/10.54607/hcmue.js.15.9.2641(2018).
7. Huyền Anh. (2019, September 25). *Những hiểm họa từ máy bay không người lái*. Https://Cand.Com.vn/Khoa-Hoc-Ky-Thuat-Hinh-Su/Nhung-Hiem-Hoa-Tu-May-Bay-Khong-Nguoi-Lai-I537082/.
8. Kanistras, K., Martins, G., Rutherford, M. J., & Valavanis, K. P. (2013). A survey of unmanned aerial vehicles (UAVs) for traffic monitoring. *2013 International Conference on Unmanned Aircraft Systems (ICUAS)*, 221–234. https://doi.org/10.1109/ICUAS.2013.6564694
9. Lương Hợp. (2022, March 28). *Thành Phố Thủ Đức: Hội Nghị Tập Huấn Ứng Dụng Drone (Thiết Bị Bay Không Người Lái) Vào Hoạt Động Quản Lý Nhà Nước*.

Https://Ttvhtpthuduc.vn/Ban-Tin/Thanh-Pho-Thu-Duc-Hoi-Nghi-Tap-Huan-Ung-Dung-Drone-Thiet-Bi-Bay-Khong-Nguoi-Lai-Vao-Hoat-Dong-Quan-Ly-Nha-Nuoc/.

10. Mandirola, M., Casarotti, C., Peloso, S., Lanese, I., Brunesi, E., & Senaldi, I. (2022). Use of UAS for damage inspection and assessment of bridge infrastructures. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, *72*, 102824. https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2022.102824
11. Menouar, H., Guvenc, I., Akkaya, K., Uluagac, A. S., Kadri, A., & Tuncer, A. (2017). UAV-Enabled Intelligent Transportation Systems for the Smart City: Applications and Challenges. *IEEE Communications Magazine*, *55*(3), 22–28. https://doi.org/10.1109/MCOM.2017.1600238CM.
12. Minh. (2021). Kỹ thuật mô phỏng máy bay không người lái và áp dụng thuật toán trong các ứng dụng quân sự. *Journal of Military Science and Technology*, *72*, 158–161. https://doi.org/10.54939/1859-1043.j.mst.72.2021.158-161
13. Mohsan, S. A. H., Khan, M. A., Noor, F., Ullah, I., & Alsharif, M. H. (2022). Towards the Unmanned Aerial Vehicles (UAVs): A Comprehensive Review. *Drones*, *6*(6), 147. https://doi.org/10.3390/drones6060147.
14. Ngô Tùng. (2023, August 23). *Thủ Đức dùng thiết bị bay không người lái để ngăn nạn xả rác*. Https://Tienphong.vn/Thu-Duc-Dung-Thiet-Bi-Bay-Khong-Nguoi-Lai-de-Ngan-Nan-Xa-Rac-Post1562912.Tpo.
15. Nhất Hoàng. (2022, December 29). *TP.Thủ Đức sử dụng máy bay không người lái để quản lý an ninh*. Https://Vovgiaothong.vn/Tpthu-Duc-Su-Dung-May-Bay-Khong-Nguoi-Lai-de-Quan-Ly-an-Ninh-D31197.Html.
16. Outay, F., Mengash, H. A., & Adnan, M. (2020a). Applications of unmanned aerial vehicle (UAV) in road safety, traffic and highway infrastructure management: Recent advances and challenges. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, *141*, 116–129. https://doi.org/10.1016/j.tra.2020.09.018
17. Outay, F., Mengash, H. A., & Adnan, M. (2020b). Applications of unmanned aerial vehicle (UAV) in road safety, traffic and highway infrastructure management: Recent advances and challenges. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, *141*, 116–129. https://doi.org/10.1016/j.tra.2020.09.018
18. Rosenfeld, A. (2019). Are drivers ready for traffic enforcement drones? *Accident Analysis & Prevention*, *122*, 199–206. https://doi.org/10.1016/j.aap.2018.10.006
19. Sutheerakul, C., Kronprasert, N., Kaewmoracharoen, M., & Pichayapan, P. (2017). Application of Unmanned Aerial Vehicles to Pedestrian Traffic Monitoring and Management for Shopping Streets. *Transportation Research Procedia*, *25*, 1717–1734. https://doi.org/10.1016/j.trpro.2017.05.131
20. Tong, P., Yang, X., Yang, Y., Liu, W., & Wu, P. (2023). Multi-UAV Collaborative Absolute Vision Positioning and Navigation: A Survey and Discussion. *Drones*, *7*(4), 261. https://doi.org/10.3390/drones7040261
21. Trọng Đợi, N., Tấn Nghị, Đ., Anh Tú, N., & Hữu Xuân, N. (2022). Nghiên cứu khả năng ứng dụng của thiết bị UAV chi phí thấp trong đo đạc thành lập bản đồ: thử nghiệm một số công trình trên địa bàn tỉnh Bình Định. *Vietnam Journal of Hydrometeorology*, *EME4*(1), 202–214. https://doi.org/10.36335/VNJHM.2022(EME4).202-214
22. UBND TP Thủ Đức. (n.d.). *Ứng dụng drone (thiết bị bay không người lái)* (số 125/KH-UBND ngày 24 tháng 03 năm 2022).
23. Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh. (n.d.-a). *Chương trình "Chuyển đổi số của Thành phố Hồ Chí Minh"* (Quyết định số 2393/QĐ-UBND ngày 03 tháng 7 năm 2020).
24. Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh. (n.d.-b). *Chương trình nghiên cứu khoa học – phát triển công nghệ và nâng cao tiềm lực khoa học và công nghệ trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh giai đoạn 2021-2025* (Quyết định số 630/QĐ-UBND ngày 03 tháng 3 năm 2022).

25. Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh. (n.d.-c). *Đề án Xây dựng Thành phố Hồ Chí Minh trở thành đô thị thông minh đến năm 2025* (Quyết định số 392/QĐ-UBND ngày 03 tháng 02 năm 2021).
26. Văn Hòa, V., Minh Tuấn, L., & Văn Hanh, P. (2023). Nghiên cứu ứng dụng thiết bị bay không người lái (UAV) để lập bản đồ vi phạm hành lang kỹ thuật công trình vườn quan trắc khí tượng bề mặt. *Vietnam Journal of Hydrometeorology*, *1*(745), 1–10. https://doi.org/10.36335/VNJHM.2023(745).1-10.

# TIỂU BAN: KINH TẾ - XÃ HỘI

## PHÂN BAN
## TÀI CHÍNH - THƯƠNG MẠI

# HOÀN THIỆN CÔNG TÁC KẾ TOÁN TẠI BỆNH VIỆN ĐẠI HỌC Y DƯỢC THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

**Nguyễn Thùy Dương***
Viện Đào tạo Sau đại học, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: duong.nt@umc.edu.vn.

## TÓM TẮT

Mục tiêu nghiên cứu của bài viết này là cơ sở lý thuyết về công tác kế toán trong các đơn vị sự nghiệp công lập. Cùng với việc tổng quan các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước về công tác kế toán tại các đơn vị. Trên cơ sở lý luận và thực tiễn, tác giả đi sâu vào phân tích, đánh giá thực trạng công tác kế toán tại bệnh viện Đại Học Y Dược TPHCM. Trong nghiên cứu này, tác giả đã sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính như phân tích, thống kê mô tả, khảo sát trên cơ sở sử dụng dữ liệu thứ cấp và sơ cấp, tổng hợp, suy luận... nhằm tìm hiểu, đánh giá thực trạng công tác kế toán tại bệnh viên Đại Học Y Dược TPHCM, trên cơ sở đó đề xuất những giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả công tác kế toán tại bệnh viện.
*Từ khóa:* kế toán; tổ chức công tác kế toán; bệnh viện.

## 1. Đặt vấn đề

Ngành y tế là đơn vị hành chính sự nghiệp có vai trò vô cùng quan trọng đối với sự nghiệp phát triển kinh tế và xã hội của một quốc gia. Trong một xã hội con người là chủ thể của xã hội và cũng chính con người có thể đưa ra các quyết định thay đổi về mặt hình thái kinh tế. Do đó sức khỏe của mỗi người sẽ góp phần quan trong cho nền kinh tế phát triển bền vững. Nếu sức khỏe được đảm bảo sẽ giúp cho người lao động yên tâm công tác và đóng góp công sức cho sự phát triển nền kinh tế bền vững hơn. Bên cạnh đó chúng ta cũng giảm bớt được những kinh phí không cần thiết cho chính sách y tế và chăm sóc sức khỏe.

Trong thời gian qua, BV Đại học Y Dược TP.HCM là một trong những đơn vị sự nghiệp công lập đi đầu trong công tác khám chữa bệnh và điều trị cho người dân, áp dụng thành công những kỹ thuật tiên tiến .Bệnh viện đã chủ động cơ cấu lại bộ máy tổ chức, tăng cường công tác quản lý. Trong đó, đơn vị rất chú trọng đến việc nâng cao vai trò của công tác kế toán. Tuy nhiên, trên thực tế công tác kế toán ở đơn vị vẫn còn nhiều vấn đề cần được quan tâm và cân nhắc để hoàn thiện hơn. Công tác kế toán tại đơn vị cần phải thay đổi để đáp ứng được nhu cầu thông tin phục vụ quản trị một cách hiệu quả. Xuất phát từ nhu cầu thực tế, tác giả đã lựa chọn đề tài ***"Hoàn thiện công tác kế toán tại Bệnh viện Đại học Y Dược TP.HCM "***.Đề tài tìm hiểu, phân tích và đánh giá thực trạng về công tác kế toán tại Bệnh viện, từ đó đề xuất những giải pháp có tính khả thi và thực tiễn góp phần hoàn thiện công tác kế toán tại đơn vị nhằm nâng cao hiệu quả quản lý tài chính trong bối cảnh tự chủ hiện nay hướng tới nâng cao chất lượng dịch vụ y tế nước nhà.

## 2. Cơ sở lý thuyết

### *2.1 Khái quát về kế toán đơn vị hành chính sự nghiệp*

**Đặc điểm của kế toán HCSN**

Các đơn vị HCSN là những đơn vị hoạt động trong lĩnh vực như y tế, giáo dục, văn hóa, thông tin, khoa học công nghệ...hoạt động bằng nguồn kinh phí nhà nước cấp hoặc từ các nguồn kinh phí khác như thu sự nghiệp, lệ, lệ phí hoạt động kinh doanh hay viện trợ không hoàn lại. Do đó ,hàng năm các đơn vị HCSN phải lập dự toán cho từng khoản chi tiêu. Dựa vào bản dự toán,NSNN cấp kinh phí cho các đơn vị. Chính vì vậy, kế toán đơn vị HCSN không chỉ quan trọng đối với bản thân đơn vị mà còn quan trọng đối với NSNN. Thông qua

công tác kế toán để kiểm tra, giám sát các khoản chi tiêu và tiến hành phân tích các khoản chi sao cho đảm bảo nhiệm vụ trọng tâm của đơn vị.

Theo Thông tư số 107/2017/TT -BTC của Bộ Tài Chính ban hành chế độ kế toán hành chính sự nghiệp, do tính chất, đặc điểm hoạt động của các đơn vị HCSN rất đa dạng, phức tạp, phạm vi rộng và chủ yếu chi cho hoạt động của các đơn vị này được trang trải thông qua nguồn kinh phí cấp phát của Nhà nước. Đặc điểm của kế toán HCSN thực hiện nhiệm vụ được giao bằng nguồn kinh phí NSNN hoặc từ quỹ công theo nguyên tắc không bồi hoàn trực tiếp.

**Vai trò của kế toán HCSN**

Theo Thông tư số 107/2017/TT – BTC của Bộ Tài Chính thì chế độ kế toán hành chính tại các đơn vị HCSN phải có trách nhiệm chấp hành quy định của Luật ngân sách, các quy định về chế độ kế toán HCSN do Nhà nước ban hành, theo dõi, quản lý, sử dụng kinh phí NSNN cấp để thực hiện chức năng, nhiệm vụ được giao. Phải đáp ứng yêu cầu về quản lý tài chính, quản lý kiểm soát chi quỹ NSNN, quản lý tài sản công, nâng cao chất lượng công tác kế toán và hiệu quả quản lý trong các đơn vị HCSN. Vì thế, công tác kế toán trong đơn vị HCSN phải đảm bảo được tính thống nhất giữa kế toán và yêu cầu quản lý của nhà nước; đảm bảo sự thống nhất về nội dung, phương pháp của kế toán với các chế độ kế toán hiện hành của Nhà nước; đảm bảo sự phù hợp với đặc thù của đơn vị...

**Nhiệm vụ của kế toán HCSN**

Theo quy định của Luật Kế Toán thì kế toán HCSN có nhiệm vụ phản ánh đầy đủ, trung thực kịp thời các hoạt động kinh tế tài chính phát sinh liên quan đến các hoạt động thu chi và sử dụng nguồn kinh phí ngân sách cấp. Tổ chức kế toán phải hợp lý ở từng đơn vị và phải phù hợp với đặc điểm, điều kiện tổ chức hoạt động, tổ chức quản lý và phân cấp quản lý tài chính , đảm bảo đủ số lượng, có chất lượng, đảm bảo hoàn thành mọi nội dung công việc kế toán của đơn vị với chi phí tiết kiệm nhất

***2.2 Tổng quan về các công trình nghiên cứu liên quan***

Nghiên cứu của Salah A. Hammad và cộng sự (2010) (tạm dịch): *"Hệ thống kế toán quản lý bệnh viện: khung nghiên cứu"*. Nghiên cứu đề xuất các khuôn khổ để kiểm tra mối quan hệ giữa các yếu tố ngữ cảnh, hệ thống kế toán quản lý (MAS) và hiệu quả quản lý trong ngành Y tế. .

Ehsan Rayegan, Mehdi Parveizi, Kamran Nazari và Mostafa Emami (2012) với nghiên cứu *"Government accounting: An Assessment of Theory, Purposes and Standards"* đã đưa ra sự tổng hợp các vấn đề trong thực hiện kế toán của các đơn vị công lập, trong đó bao gồm công tác tổ chức kế toán dựa trên hai nguyên tắc là kế toán tiền mặt và kế toán dồn tích. Bài viết cũng đề cập đến vai trò, trách nhiệm của Chính phủ đối với công tác kế toán; chương trình đổi mới công tác quản lý tài chính công và các vấn đề liên quan đến NSNN. Đề xuất một số nguyên tắc kế toán mở rộng để thúc đẩy trách nhiệm trong việc giải trình thực hiện công tác kế toán liên quan đến nghĩa vụ kinh

Nathan Carroll và Justin C. Lord (2016) trong nghiên cứu: *The Growing Importance of Cost Accounting for Hospitals (tạm dịch): Tầm quan trọng ngày càng tăng của kế toán tài chính cho bệnh viện).* Nghiên cứu xác định một số phương pháp kế toán chi phí cung cấp cho các tổ chức các ước tính chính xác về chi phí mà họ phải gánh chịu trong sản lượng sản xuất. Tuy nhiên những phương pháp này được sử dụng phổ biến nhất bởi các bệnh viện.

Urakova Maqsad Hakimovna (2021) đã nêu bật tầm quan trọng của kế toán trong bất kỳ doanh nghiệp nào trong nền kinh tế thị trường. Cần phải chú ý đến tầm quan trọng của các báo cáo phục vụ cho việc quản lý và mức độ đúng đắn, chính xác và kịp thời của chúng. Sổ sách và tài khoản kế toán hiện có không cung cấp dữ liệu đáng tin cậy cho việc phân tích các sự thay đổi và tác động của chúng đến kết quả tài chính .

Ngoài ra, Sultonova Mushtariy Abdulabbosovna (2022) nghiên cứu về tổ chức kế toán trong các công ty trách nhiệm hữu hạn giai đoạn cải cách kinh tế ở Uzbekistan hiện nay. Tác giả sử dụng kỹ thuật phân tích hệ thống, chi tiết, phân tích nhân tố cấu thành công ty trách nhiệm hữu hạn để đưa ra kết luận hệ thống tài khoản cũng là một trong những vấn đề chính

được đề cập trong chính sách kế toán của công ty trách nhiệm hữu hạn. Hệ thống tài khoản phải cung cấp những thông tin cần thiết cho các báo cáo của công ty với cơ quan tài chính, thống kê và thuế.

Nguyễn Thị Thu Nguyệt (2020) với công trình nghiên cứu về " Hoàn thiện công tác kế toán tại Bệnh viện Đa Khoa tỉnh Quảng Nam" .Tác giả đưa ra kết luận các ĐVSN y tế tồn tại và phát triển phải quản lý và sử dụng các nguồn lực tài chính có hiệu quả. Vì thế bệnh viện cần phải hoàn thiện công tác kế toán tài chính.

Thạch Thị Mỹ Nhi (2021) với công trình nghiên cứu về" Hoàn thiện công tác kế toán tại Bệnh viện Ung Bướu Thành Phố Cần Thơ" , tác giả hệ thống hóa cơ sở lý luận về công tác kế toán tại các đơn vị sự nghiệp có thu, phân tích thực trạng tại Bệnh viện Ung Bướu Thành phố Cần Thơ, từ đó đưa ra những giải pháp hoàn thiện công tác kế toán tại Bệnh viện Ung Bướu Thành Phố Cần Thơ.

Tổng quan các công trình trên cho thấy có nhiều nghiên cứu về công tác kế toán tại các đơn vị SNCL. Mỗi công trình điều khái quát lý thuyết về tổ chức công tác kế toán tại các đơn vị sự nghiệp công lập. Ở mỗi đơn vị điều có thực trạng công tác kế toán khác nhau. Tại Bệnh Viện Đại Học Y Dược TPHCM từ trước đến nay chưa có công trình nghiên cứu về hoàn thiện công tác kế toán tại đơn vị. Do đó tác giả muốn nghiên cứu về thực trạng và đề xuất những giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả công tác kế toán tại đơn vị .

## 3. Phương pháp nghiên cứu

### Dữ liệu và phương pháp nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu định tính bằng việc thống kê mô tả, phân tích, so sánh, suy luận, hệ thống hóa cơ sở lý thuyết từ các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước. Phương pháp nghiên cứu lý thuyết là các phương pháp thu thập thông tin khoa học trên cơ sở nghiên cứu các văn bản, tài liệu đã có và bằng các thao tác tư duy logic để rút ra kết luận khoa học cần thiết. Phương pháp đối chiếu, so sánh các dữ liệu để làm rõ các vấn đề đặt ra.

Đối với dữ liệu sơ cấp: Tác giả tiến hành khảo sát thông qua bảng câu hỏi khảo sát trên công cụ Google doc form. Đối tượng khảo sát là Trưởng phòng Tài chính kế toán, Kế toán trưởng, kế toán viên hiện đang công tác tại bệnh viện Đại học Y dược TP.HCM. Dựa vào kết quả thu thập tác giả sử dụng thang đo likert để phân tích để xác định những hạn chế trong công tác kế toán và đưa ra giải pháp hoàn thiện.

Đối với dữ liệu thứ cấp: Tác giả đã thực hiện khảo sát từ tháng 12/2023 đến tháng 01/2024

### Mục đích và nội dung được khảo sát

Căn cứ vào Luật kế toán 88/2015/QH13 và quy định của Thông tư 107/2017/TT-BTC của BTC quy định về thực hiện công tác kế toán cho các đơn vị hành chính sự nghiệp cũng như thực tế công tác kế toán tại bệnh viện Đại học Y Dược TP.HCM; Tác giả đưa ra nội dung khảo sát và mong muốn có đủ dữ liệu để đánh giá thực trạng công tác kế toán tại tại bệnh viện Đại học Y Dược TP.HCM

### Phương pháp khảo sát và phân tích dữ liệu

Tác giả thực hiện khảo sát bằng công cụ Google doc form. Với nội dung các câu hỏi đã được tác giả soạn sẵn và gửi link docs.google.com đến Trưởng phòng Tài chính kế toán, Kế toán trưởng, kế toán viên hiện đang công tác tại bệnh viện Đại học Y dược TP.HCM. Tác giả khảo sát 30 anh chị hiện đang thực hiện chuyên môn nghiệp vụ về kế toán tại Bệnh viện, mẫu thu thập được 30 mẫu đáp ứng được chất lượng để thực hiện bước phân tích dữ liệu. Tiếp theo, với kết quả kết quả khảo sát thu thập được tác giả tiến hành tổng hợp và phân tích dữ liệu.

Nội dung chính của bảng khảo sát được đo lường bằng thang đo likert 5 cấp độ, với: 1: Hoàn toàn không đồng ý; 2: Không đồng ý; 3: Không ý kiến; 4: Đồng ý; 5: Hoàn toàn đồng ý.

Theo đó, giá trị khoảng cách = (Maximum – Minimum) / n = (5-1)/5 = 0.8, Ý nghĩa các mức như sau: 1.00 – 1.80: Hoàn toàn không đồng ý; 1.81 – 2.60: Không đồng ý; 2.61 – 3.40: Trung bình; 3.41 – 4.20: Đồng ý; 4.21 – 5.00: Hoàn toàn đồng ý.

## 4. Thực trạng công tác kế toán tại bệnh viện Đại học Y dược thành phố Hồ Chí Minh

### *4.1 Kết quả khảo sát thực trạng công tác kế toán tại Bệnh viện Đại Học Y Dược TP.HCM*

Kết quả khảo sát về thực trạng công tác kế toán tại bệnh viện Đại học Y Dược TP.HCM từ 30 nhân viên như sau:

- Đối với tổ chức bộ máy kế toán

**Bảng 1. Kết quả đánh giá tổ chức bộ máy kế toán**

| STT | Nhận định | Mức độ đồng ý | | | | | Ý nghĩa |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| 1 | Phòng TC-KT cần bổ sung thêm nhân sự cho các hoạt động công tác kế toán | 2 | 4 | 10 | 12 | 2 | Đồng ý |
| 2 | Nhân viên kế toán có được phân công công việc rõ ràng. | 1 | 2 | 5 | 17 | 5 | Đồng ý |
| 3 | Nhân viên kế toán có được tạo điều kiện để học tập và nâng cao trình độ | 1 | 0 | 4 | 18 | 7 | Đồng ý |
| 4 | Phòng TC-KT của Bệnh viện hiện tại có đáp ứng được công việc do ban lãnh đạo yêu cầu. | 1 | 0 | 4 | 20 | 6 | Đồng ý |

*(Nguồn : số liệu từ khảo sát của tác giả)*

Kết quả khảo sát ở Bảng 1 cho thấy, công việc của nhân viên KT được phân công là phù hợp. Ban lãnh đạo Phòng TC-KT luôn tạo điều kiện và khích lệ tinh thần cho nhân viên học tập và nâng cao trình độ . Điều này cho thấy đơn vị rất quan tâm đến việc nâng cao trình độ cho nhân viên kế toán, Phòng TC-KT đáp ứng công việc do lãnh đạo bệnh viện yêu cầu . Tuy nhiên, do số lượng người bệnh đến thăm khám và điều trị đông dẫn đến khối lượng công việc của kế toán hiện nay rất nhiều và hiện tại phòng TC-KT cần bổ sung thêm nhân sự cho một số vị trí trong các hoạt động kế toán.

- Đối với hệ thống chứng từ kế toán

**Bảng 2. Kết quả đánh giá đối với HT chứng từ KT**

| STT | Nhận định | Mức độ đồng ý | | | | | Ý nghĩa |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| 1 | Chứng từ kế toán được lập và in từ phần mềm kế toán. sau đó chuyển cho Trưởng P.TC-KT, giám đốc đơn vị ký tên, đóng dấu. | 1 | 1 | 3 | 14 | 11 | Đồng ý |
| 2 | Phòng TC-KT sử dụng đúng mẫu chứng từ do Bộ tài chính quy định. | 1 | 1 | 1 | 9 | 8 | Đồng ý |
| 3 | Các chứng từ liên quan đến công tác kế toán do các Khoa/Phòng hoặc do bên ngoài chuyển đến phải có đầy đủ chữ ký của những người có liên quan. | 2 | 0 | 2 | 12 | 14 | Đồng ý |
| 4 | Các nghiệp vụ kinh tế phát sinh có được phản ánh đầy đủ, kịp thời trên chứng từ | 1 | 0 | 5 | 18 | 6 | Đồng ý |

*(Nguồn : số liệu từ khảo sát của tác giả)*

Kết quả khảo sát ở Bảng 2 về hệ thống chứng từ kế toán cho thấy Phòng TC-KT sử dụng đúng mẫu chứng từ do Bộ tài chính quy định. Các nghiệp vụ kinh tế phát sinh được phản ánh đầy đủ và kịp thời . Các chứng từ liên quan đến công tác kế toán do các Khoa/phòng hoặc do các công ty hoặc đối tác bên ngoài chuyển đến có đầy đủ chữ ký của những người có liên quan đến bộ chứng từ kế toán.

- Đối với hệ thống tài khoản kế toán

**Bảng 3. Kết quả đánh giá đối với hệ thống TK kế toán**

| STT | Nhận định | Mức độ đồng ý | | | | | Ý nghĩa |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| 1 | Phòng TC-KT của bệnh viện chỉ sử dụng hệ thống tài khoản do Bộ tài chính quy định. | 1 | 0 | 2 | 13 | 14 | Hoàn toàn đồng ý |
| 2 | Phòng TC-KT của bệnh viện thực hiện theo dõi chi tiết cho từng đối tượng theo hướng dẫn của cơ quan cấp trên | 1 | 0 | 4 | 14 | 11 | Đồng ý |
| 3 | Phương pháp hạch toán được hướng dẫn rõ ràng cụ thể và được kế toán nghiệp vụ kiểm tra hàng ngày. | 1 | 1 | 5 | 16 | 7 | Đồng ý |
| 4 | Hệ thống tài khoản kế toán cần thiết lập khoa học và có tính thực tiễn | 1 | 1 | 4 | 18 | 6 | Đồng ý |

*(Nguồn: số liệu từ khảo sát của tác giả)*

Kết quả khảo sát bảng 3 cho thấy, Phòng TC-KT của bệnh viện áp dụng hệ thống tài khoản theo đúng quy định do Bộ tài chính ban hành. Là một trong những bệnh viện có cơ sở vật chất khang trang, sạch sẽ máy móc hiện đại cho nên chi tiết theo dõi tài khoản từng đối tượng như thu chi, công nợ....rất nhiều. Kế toán nghiệp vụ luôn phải luôn kiểm tra các giao dịch hạch toán hành ngày. Do đó việc thiết lập hệ thống tài khoản kế toán có tính khoa học và thực tiễn là vô cùng cần thiết.

**- Đối với công tác ghi sổ kế toán**

**Bảng 4. Kết quả đánh giá công tác ghi sổ kế toán**

| STT | Nhận định | Mức độ đồng ý | | | | | Ý nghĩa |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| 1 | Phòng TC-KT sử dụng các mẫu sổ kế toán theo quy định của Bộ Tài Chính. | 1 | 0 | 4 | 11 | 14 | Hoàn toàn đồng ý |
| 2 | Phòng TC-KT có thiết kê thêm mẫu ghi sô kê toán để phù hợp cho việc quản lý của Bệnh viện | 2 | 0 | 8 | 13 | 7 | Đồng ý |
| 3 | Công việc đối chiếu sổ kế toán với các kế toán được thực hiện thường xuyên. | 1 | 2 | 5 | 15 | 7 | Đồng ý |
| 4 | Việc lưu trữ sổ kế toán có được tuân theo quy định chung | 1 | 2 | 3 | 10 | 14 | Đồng ý |
| 5 | Hệ thống sổ kế toán đơn vị đang sử dụng có đáp ứng được yêu cầu thông tin báo cáo và phục vụ công tác quản lý. | 1 | 2 | 8 | 10 | 9 | Đồng ý |

*(Nguồn: số liệu từ khảo sát của tác giả)*

Kết quả khảo sát ở Bảng 4 cho thấy hệ thống ghi sổ kế toán tại đơn vị được mở đầy đủ theo quy định của Bộ Tài Chính , chi tiết ghi sổ kế toán phù hợp với chế độ kế toán HCSN hiện hành. Công tác đối chiếu ghi sổ kế toán được thực hiện thường xuyên. Hệ thống báo cáo các thông tin ghi sổ kế toán đáp ứng được những yêu cầu cần thiết trong công tác quản lý.

- Đối với công tác báo cáo kế toán.

**Bảng 5. Kết quả đánh giá công tác báo cáo kế toán**

| STT | Nhận định | Mức độ đồng ý | | | | | Ý nghĩa |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| 1 | Thời hạn nộp báo cáo tài chính quý, năm và báo cáo quyết toán ngân sách đúng quy định | 1 | 1 | 4 | 13 | 11 | Đồng ý |
| | Phòng TC-KT có sử dụng thêm mẫu báo cáo tự thiết kế để phục vụ cho công tác kế toán. | 1 | 2 | 5 | 18 | 4 | Đồng ý |
| 3 | Thông tin trên Báo cáo phải đáng tin cậy (trung thực, khách quan, nội dung hơn hình thức) | 2 | 0 | 3 | 13 | 12 | Đồng ý |
| 4 | Báo cáo có phản ánh đầy đủ thông tin để đánh giá kết quả hoạt động kinh doanh của bệnh viện. | 1 | 0 | 3 | 14 | 12 | Đồng ý |
| 5 | Nội dung của Báo cáo phù hợp với chế độ kế toán HCSN hiện hành. | 2 | 0 | 5 | 14 | 9 | Đồng ý |

*(Nguồn: số liệu từ khảo sát của tác giả)*

Kết quả khảo sát Bảng 5 cho thấy, Phòng TC-KT báo cáo tài chính và báo cáo quyết toán đúng theo quy định và thời hạn. Nội dung báo cáo đầy đủ ,công khai, minh bạch . Điều này cho thấy, công tác báo cáo tài chính, báo cáo quyết toán của các đơn vị thực hiện rất tốt. Đơn vị có sử dụng thêm biểu mẫu báo cáo tự thiết kế để phục vụ cho nhu cầu công tác kế toán , các biểu mẫu được thiết kế theo quy định của Bệnh viện.

- Đối với công tác kiểm tra kế toán

**Bảng 6. Kết quả đánh giá công tác kiểm tra kế toán**

| STT | Nhận định | Mức độ đồng ý | | | | | Ý nghĩa |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| 1 | Tất cả các kế toán viên phải tự kiểm tra, tự chịu trách nhiệm và đảm bảo chất lượng công việc của chính mình. | 1 | 0 | 2 | 12 | 15 | Hoàn toàn đồng ý |
| 2 | Công tác kiểm tra kế toán mang lại nhiều lợi ích cho công tác quản lý kế toán. | 1 | 0 | 1 | 12 | 8 | Đồng ý |
| 3 | Phòng TC-KT có tổ chức kiểm tra nội bộ theo định kỳ. | 2 | 0 | 6 | 19 | 13 | Đồng ý |
| 4 | Công tác kiểm tra kế toán nội bộ được thực hiện thường xuyên và có hệ thống. | 1 | 2 | 6 | 9 | 12 | Hoàn toàn đồng ý |

*(Nguồn: số liệu từ khảo sát của tác giả)*

Kết quả khảo sát ở bảng 6 về công tác kiểm tra kế toán cho thấy tất cả các kế toán viên luôn làm việc với tinh thần trách nhiệm cao, tự kiểm tra, tự chịu trách nhiệm và đảm bảo chất lượng công việc do Ban lãnh đạo P.TC-KT phân công. Công tác kiểm tra kế toán nội bội được thực hiện định kỳ. Công tác kiểm tra kế toán nếu được tổ chức thường xuyên là rất cần thiết nhằm đảm bảo chất lượng công tác kế toán.

- Ứng dụng tin học hóa trong công tác kế toán

**Bảng 7. Kết quả đánh giá ứng dụng tin học hóa trong công tác kế toán**

| STT | Nhận định | Mức độ đồng ý | | | | | Ý nghĩa |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| 1 | Bệnh viện có sử dụng phần mềm trong công tác kế toán | 1 | 0 | 2 | 12 | 15 | Hoàn toàn đồng ý |
| 2 | Phần mềm đang sử dụng phù hợp với quy mô, đặc điểm hoạt động, các nghiệp vụ kinh tế phát sinh của Bệnh viện. | 1 | 1 | 6 | 12 | 10 | Đồng ý |
| 3 | Bệnh Viện có trang thiết bị đầy đủ máy tính, phần cứng,phần mềm...., và kết nối internet trong trong công tác kế toán. | 1 | 1 | 5 | 16 | 7 | Đồng ý |
| 4 | Phần mềm thường xuyên được rà soát và cập nhật thường xuyên khi có sự thay đổi về pháp lý liên quan đến công tác kế toán. | 1 | 1 | 4 | 14 | 10 | Đồng ý |

*(Nguồn: Số liệu từ nguồn khảo sát của tác giả)*

Kết quả khảo sát bảng 7 cho thấy Bệnh viện có sử dụng phần mềm trong công tác kế toán. Phần mềm đang sử dụng phù hợp với quy mô, đặc điểm hoạt động của đơn vị, các nghiệp vụ kinh tế phát sinh của bệnh viện. Phòng TC-KT được trang bị đầy đủ trang thiết bị và kết nối internet .Phần mềm được rà soát và cập nhật thường xuyên khi có sự thay đổi vè pháp lý liên quan đến công tác kế toán .

***4.2 Đánh giá thực trạng công tác kế toán tại Bệnh viện Đại Học Y Dược TP.HCM***

**- Về tổ chức bộ máy kế toán:** Về tổ chức bộ máy kế toán, bệnh viện áp dụng mô hình kế toán tập trung. Việc phân công công việc ở một số vị trí kế toán còn chưa hợp lý, còn chồng chéo, vẫn xảy ra hiện tượng một số kế toán phải chịu trách nhiệm cùng lúc nhiều công việc , khối lượng công việc lớn. Nhân viên kế toán còn thiếu kỹ năng về báo cáo ,cung cấp thông tin và khả năng tham mưu cho quản lý cấp trên.

**- Về chứng từ kế toán:** đơn vị thực hiện các giao dịch như thu-chi, công nợ là khá nhiều. Số lượng hồ sơ, chứng từ kế toán là rất lớn nên việc lưu trữ , bảo quản trong thời gian dài gặp nhiều khó khăn . Việc luân chuyển chứng từ mất nhiều thời gian do kho lưu trữ ở xa Bệnh viện , phải phân loại sắp xếp theo nội dung nhiều mục. Kho lưu trữ phải rộng, thoáng, và sắp sếp luôn ngăn nắp theo thứ tự số chứng từ - ngày -tháng-năm. Đặt biệt là công tác phòng cháy chữa cháy tại các kho lưu trữ chứng từ cũng được đặt lên hàng đầu.

Công việc kiểm tra chứng từ thường dồn vào cuối quý, cuối năm do đó việc phát hiện sai sót không kịp thời.Các chứng từ kế toán đôi lúc không đủ chữ ký của các bên liên quan làm ảnh hưởng đến tính pháp lý của chứng từ kế toán.

**- Về hệ thống tài khoản kế toán:** đơn vị vẫn còn một số hạn chế như chưa xây dựng được hệ thống tài khoản chi tiết cho từng khoa phù hợp cho nhóm vật tư, thuốc, hóa chất, tài sản . Một số tài khoản cần xây dựng để phù hợp như như các khoản thu dịch vụ như cho thuê căng tin, thu bãi đỗ xe taxi, thu tiền xăng xe vận chuyển bệnh nhân chuyển tuyến…

**- Về hệ thống sổ kế toán:** Với sự phát triển trong các hoạt động của bệnh viện đi kèm là rất nhiều các loại nghiệp vụ kinh tế phát sinh cũng như việc đổi mới cơ chế quản lý tài chính nên yêu cầu tổ chức kế toán phải dần hoàn thiện và phát triển đáp ứng dự phát triển mới. Cùng với sự phát triển của công tác kế toán thì việc kiểm tra công tác kế toán của bệnh viện cũng cần có những thay đổi hoàn thiện nhằm khắc phục những tồn tại và bước phát triển cho phù hợp.

**- Về báo cáo tài chính, báo cáo quyết toán ngân sách:** Nhìn chung việc lập báo cáo có chú trọng về mặt chất lượng. Nhưng với thuyết minh Báo cáo tài chính chưa được quan tâm đúng mức đến nội dung về giải trình, phân tích và đánh giá những nguyên nhân để giúp người đọc hiểu đúng tình hình tài chính của đơn vị. Ngoài ra, thời gian nộp các báo cáo của các đơn vị còn chưa tuân thủ đúng thời gian quy định.

**- Về kiểm tra kế toán:** Tại Bệnh viện chưa thực hiện tốt việc kiểm tra kế toán, không mang tính thường xuyên và đồng bộ. Bệnh viện không xây dựng kế hoạch kiểm tra và thường không tổ chức bộ phận kiểm tra kế toán riêng mà do các nhân viên kế toán phần hành tự kiểm tra trước khi ghi sổ kế toán.

Công tác kiểm tra kế toán nội bộ tại các đơn vị chưa được diễn ra thường xuyên và đồng bộ, dẫn đến các đơn vị khó phát hiện được những sai sót để khắc phục kịp thời, đồng thời sẽ khiến cho lãnh đạo khó nắm bắt được tình hình tại các đơn vị.

**- Về ứng dụng tin học hóa:** Do quy mô lớn, bệnh viện lại phát triển nhanh, phần mềm kế toán Bệnh viện cập nhật còn chưa kịp đáp ứng được yêu cầu, đơn vị cần liên tục cập nhật và nâng cấp phần mềm hệ thống theo các phiên bản mới để vận hành. Hệ thống kết nối internet như Wifi quá tải dẫn đến mất kết nối liên tục. Năng lực của bộ phận công nghệ thông tin tại Bệnh viện có vai trò quyết định trong việc tổ chức ứng dụng công nghệ thông tin vào công tác kế toán.

**4. Giải pháp hoàn thiện công tác kế toán tại bệnh viện đại học y dược TP. Hồ Chí Minh**

**Hoàn thiện tổ chức bộ máy kế toán:** đơn vị cần có kế hoạch thực hiện luân chuyển, hoán đổi công việc giữa các kế toán viên với nhau, tạo cơ cơ hội để các kế toán viên tiếp cận toàn diện các mãng công việc . Phòng TC-KT phân công nhiệm vụ, trách nhiệm và quyền hạn của mỗi cán bộ kế toán trong từng khâu như khâu thanh toán BHYT ngoại trú , BHYT nội trú, kế toán viện phí, kế toán giao dịch. Phân công nhiệm vụ, trách nhiệm và quyền hạn

cho kế toán viên phụ trách các mảng: Tiền mặt, công nợ và ngân hàng sao cho phù hợp với trình độ, năng lực của từng người

**Hoàn thiện công tác chứng từ kế toán :** cải tiến quy trình, phương thức lưu trữ chứng từ kế toán tại đơn vị . Tăng cường lưu trữ trên phương tiện điện tử qua các kênh lưu trữ khác nhau, hạn chế chứng từ giấy để tránh rủi ro trong quá trình lưu trữ, bảo quản chứng từ. Bên cạnh đó, tổ chức sắp xếp, phân loại một cách khoa học trong quá trình lưu trữ, bảo quản chứng từ kế toán để thuận tiện cho công tác tra soát sau này. Bộ phận kế toán và các bộ phận chức năng của bệnh viện có liên quan phải kiểm tra các loại chứng từ kế toán. Việc kiểm tra chứng từ, phải được thực hiện thường xuyên, liên tục và phải được coi là khâu bắt buộc trong khâu lập và tiếp nhận chứng từ.

**Hoàn thiện công tác tài khoản kế toán:** P.TC-KT cần mở tài khoản chi tiết cho từng nhóm loại tài sản để tăng cường theo dõi và quản lý tài sản của đơn vị. Việc tổ chức hệ thống tài khoản kế toán phải phù hợp với đặc điểm cụ thể của bệnh viện là vấn đề cốt lõi của tổ chức công tác kế toán trong các đơn vị sự nghiệp công lập.

**Hoàn thiên hệ thống sổ kế toán:** Đơn vị cần hoàn thiện sổ sách kế toán theo yêu cầu thực tế nhưng vẫn đảm bảo cung cấp số liệu kế toán trung thực, chính xác và theo đúng các quy định của pháp luật. Nội dung các sổ sách kế toán khi được lập và in ra cần phải đảm bảo đầy đủ các yếu tố pháp và giữ gìn sổ sách theo đúng quy định Thông tư 107/2017/TT – BTC ngày 10/10/2017 của Bộ tài chính.

**Hoàn thiện công tác báo cáo kế toán:** Việc nộp báo cáo cần đảm bảo đúng thời gian quy định. Số liệu Báo cáo quyết toán thu, chi công khai , minh bạch , rõ ràng để phục vụ cho nhà quản trị Bệnh Viện và nhiều mục đích sử dụng khác nhau.

**Hoàn thiện công tác kiểm tra kế toán**: Về công tác kiểm tra kế toán cần đưa vào quy trình cụ thể. Đơn vị cần xây dựng kế hoạch kiểm tra kế toán tài chính ngay từ đầu năm. Trong kế hoạch kiểm tra đó phải xác định rõ mục đích, nội dung, đối tượng, thời gian, phương pháp kiểm tra và người chịu trách nhiệm thực hiện công việc kiểm tra trong từng khâu phù hợp với đặc điểm tổ chức kế toán , kế hoạch phải có tính khả thi và mang lại hiệu quả.

**Hoàn thiện hệ thống tin học hóa trong công tác kế toán:** Kiểm tra, nâng cấp hệ thống công nghệ thông tin, cập nhật thường xuyên các dữ liệu để đáp ứng nhu cầu công tác kế toán. Thương xuyên kiểm tra và bảo trì hệ thống WiFi để có kết nối ổn định. Cần hoàn thiện phần mềm quản lý, phân hệ thống kê báo cáo về tình hình chi tiết và tổng hợp về số liệu khám chữa bệnh theo từng bộ phận, từng đối tượng….

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Colpan A. M. and Hikino T. (2010), "Foundations of Business Groups: Towards an Integrated Framework" in The Oxford Handbook of Business Groups, Colpan et al. (eds.). Oxford University Press.
2. Ehsan Rayegan, Mehdi Parveizi, Kamran Nazari và Mostafa Emami (2012), “Government accounting: An Assessment of Theory, Purposes and Standards” .
3. Nguyễn Thị Kiều Oanh (2021) “ Tổ chức kế toán tại bệnh viện Nhi Trung Ương”. Luận văn Thạc sĩ, Trường ĐH Kinh tế Quốc Dân
4. Nguyễn Thị Đăng Tâm (2020), “ Hoàn thiện công tác kế toán tại các đơn vị hành chính sự nghiệp công lập trên địa bàn tỉnh Cà Mau”. Luận văn Thạc sĩ, Trường ĐH Công nghệ TP.HCM
5. Nguyễn Ngọc Thu (2018) “Hoàn thiện tổ chức công tác kế toán tại bệnh viện Hữu Nghị Việt Đức”. Luận văn Thạc sĩ, Trường ĐH Kinh tế Quốc Dân
6. Trần Thị Hồng (2016), “ Hoàn thiện tổ chức công tác kế toán tại Bệnh viện đa khoa thành phố Thanh Hóa’’, Luận văn Thạc sĩ, Trường ĐH Công nghệ TP.HCM
7. Nathan Carroll và Justin C. Lord (2016), "The Growing Importance of Cost Accounting for Hospitals", Journal of Health Care Finance 42(2), Pg 172 - 185.

# NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CHẤT LƯỢNG THÔNG TIN KẾ TOÁN TRÊN BÁO CÁO TÀI CHÍNH CỦA CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOÀI CÔNG LẬP TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

**Phạm Khả Vy***
Khoa Tài chính - Thương mại, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: pk.vy@hutech.edu.vn.

**TÓM TẮT**

Mục tiêu nghiên cứu là xác định và đo lường mức độ ảnh hưởng của các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng báo cáo tài chính (BCTC) của các trường Đại học ngoài công lập trên địa bàn TP.HCM. Để thực hiện nghiên cứu, tác giả đã sử dụng kết hợp phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng nhằm xác định mô hình nghiên cứu và kiểm định mô hình. Kết quả nghiên cứu đã khẳng định có các nhân tố gồm: Năng lực của nhân viên kế toán; Chất lượng phần mềm kế toán; Nhận thức nhà quản lý và Kiểm soát nội bộ có ý nghĩa thống kê và có tác động cùng chiều đến chất lượng BCTC của các trường Đại học ngoài công lập trên địa bàn TP.HCM.
*Từ khóa:* Báo cáo tài chính; các nhân tố ảnh hưởng; thông tin kế toán; Đại học ngoài công lập.

## 1. Đặt vấn đề

Trong quá trình toàn cầu hóa, hội nhập quốc tế, mở ra nhiều cơ hội cũng như thách thức đối với nước ta trên nhiều lĩnh vực như kinh tế, chính trị, khoa học, y tế, giáo dục…Trước xu thế đó đã đặt Việt Nam trong tình trạng phát triển hướng đến hài hòa với các nền văn hóa tiên tiến trên thế giới. Cùng với sự phát triển của nền kinh tế thì các đơn vị sự nghiệp dưới sự quản lý của nhà nước cũng đã từng bước được kiện toàn, góp phần không nhỏ vào công cuộc đổi mới kinh tế - xã hội. Hiện nay, trong xu hướng hội nhập mở rộng với nền kinh tế toàn cầu, Việt Nam đã tham gia các hiệp định thương mại tự do (FTA) là Hiệp định Đối tác Xuyên Thái Bình Dương Toàn diện và Tiến bộ (CPTPP) và Hiệp định Thương mại Tự do EU-Việt Nam. Với phạm vi cam kết rộng và mức độ cam kết cao nhất của Việt Nam từ trước đến nay.

Hiện tại TP.HCM là trung tâm kinh tế lớn nhất cả nước và có số lượng các trường Đại học cũng nhiều nhất. Trong bối cảnh hoạt động hiện tại, các trường Đại học nói chung và trường Đại học ngoài công lập trên địa bàn TP.HCM phải tìm cho mình một hướng đi hợp lý. Giáo dục đào tạo đóng vai trò quan trọng là nhân tố chìa khóa, là động lực thúc đẩy nền kinh tế phát triển. Không chỉ ở Việt Nam mà ở hầu hết các quốc gia khác trên thế giới, các chính phủ đều coi giáo dục là quốc sách hàng đầu biết bởi vì giáo dục đào tạo là điều kiện tiên quyết góp phần phát triển kinh tế; ổn định chính trị xã hội và trên hết giáo dục đào tạo góp phần nâng cao chỉ số phát triển con người. Để tồn tại và phát triển bền vững đòi hỏi các trường phải tổ chức bộ máy kế toán một cách khoa học, phù hợp với cơ chế đổi mới, quy mô hoạt động của trường. Xác định được vai trò và tầm quan trọng trong chiến lược phát triển, các trường cần chủ động nâng cao tổ chức công tác kế toán tại đơn vị mình. Kế toán là công cụ quan trọng trong hệ thống công cụ quản lý của nhà trường cần phải được đổi mới một cách toàn diện nhằm cung cấp thông tin về hoạt động sản xuất kinh doanh phục vụ quá trình điều hành hoạt động cho các cấp lãnh đạo của Nhà trường. Ngoài ra việc tổ chức bộ máy kế toán có ý nghĩa quyết định đối với chất lượng của công tác kế toán mà là nhân tố quan trọng thực hiện tốt việc quản lý kinh phí, thực hiện tốt vai trò của kế toán là công cụ quản lý tài chính trong đơn vị hoạt động hiệu quả.

Tuy nhiên, thực tế cho thấy các trường Đại học ngoài công lập khu vực TP.HCM đang gặp rất nhiều khó khăn trong việc tuyển sinh do cơ chế, do có sự cạnh tranh quyết liệt giữa các trường, dẫn đến nguồn doanh thu trường giảm sút nghiêm trọng dẫn đến mục tiêu nâng cao chất lượng giáo dục rất khó thực hiện, đời sống về vật chất và tinh thần của cán bộ nhân viên, giáo viên vì thế cũng trở nên khó khăn hơn bao giờ hết. Thông tin kế toán mang lại chủ yếu chỉ mang tính chất báo cáo hành chính, chưa có tác dụng thiết thực trong việc phân tích tình hình tài chính cũng như tình hình tiếp nhận và sử dụng kinh phí được cấp của đơn vị. Với yêu cầu vừa phát triển quy mô, vừa đảm bảo nâng cao chất lượng đào tạo đồng thời phải huy động và sử dụng có hiệu quả các nguồn lực tài chính từ Ngân sách cấp cũng như các khoản thu sự nghiệp, điều này đòi hỏi tổ chức công tác kế toán tại các đơn vị phải khoa học và phù hợp.

Trên thế giới hiện nay có nhiều nghiên cứu liên quan đến các nhân tố tác động, ảnh hưởng đến công tác kế toán trong lĩnh vực giáo dục, nhưng ở Việt Nam hiện nay đa số là nghiên cứu về doanh nghiệp, chưa có nhiều nghiên cứu về công tác kế toán tại các trường học nói chung và các trường Đại học ngoài công lập theo cơ chế tự chủ tài chính nói riêng. Quản lý hiệu quả nguồn tài chính, sử dụng hiệu quả nguồn ngân sách để tạo ra nguồn tài chính lâu dài, ổn định là vấn đề nền tảng phát triển các đơn vị sự nghiệp ngoài công lập, là một trong những công cụ hỗ trợ để quản lý, đánh giá việc sử dụng các nguồn lực mà thông tin kế toán thông qua báo cáo tài chính. Chính vì vậy, việc nâng cao chất lượng báo cáo tài chính trong các đơn vị sự nghiệp ngoài công lập đóng vai trò hết sức quan trọng và cần thiết.

Để nâng cao chất lượng báo cáo tài chính trong các trường Đại học ngoài công lập là một điều không dễ. Đầu tiên, chúng ta cần phải xác định được các nhân tố nào ảnh hưởng đến chất lượng báo cáo tài chính, có thể nói việc tìm ra các nhân tố này như việc tìm ra nguyên nhân của một căn bệnh mà cụ thể căn bệnh ở đây là chất lượng không tốt của một báo cáo tài chính. Từ đó, chúng ta mới đưa ra được những giải pháp và khuyến nghị tương ứng với từng nhân tố thì việc nâng cao chất lượng báo cáo tài chính mới có hiệu quả cao.

Nhận thức được tầm quan trọng của chất lượng thông tin kế toán trên báo cáo tài chính trong điều kiện đổi mới thực hiện cơ chế tự chủ. Do vậy việc hoàn thiện thông tin kế toán trên báo cáo tài chính xuất phát từ yêu cầu của sự cần thiết đó, tôi đã chọn đề tài: "***Các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng thông tin kế toán trên báo cáo tài chính của các trường Đại học ngoài công lập trên địa bàn Thành Phố Hồ Chí Minh***" làm đề tài nghiên cứu cho mình.

## 2. Cơ sở lý thuyết

### *2.1 Báo cáo tài chính*

Theo chuẩn mực kế toán Việt Nam số 21 (VAS 21) ban hành và công bố theo quyết định số 324/2003/QĐ-BTC ngày 30/12/2003 của Bộ trưởng BTC thì "Báo cáo tài chính phản ánh theo một cấu trúc chặt chẽ tình hình tài chính, kết quả kinh doanh của một doanh nghiệp. Mục đích của báo cáo tài chính là cung cấp các thông tin về tình hình tài chính, tình hình kinh doanh và các luồng tiền của một doanh nghiệp, đáp ứng nhu cầu hữu ích cho số đông những người sử dụng trong việc đưa ra các quyết định kinh tế".

Theo Ngô Thị Mỹ Lệ (2022), báo cáo tài chính là công cụ cung cấp thông tin về tình hình tài chính của doanh nghiệp. Tuy nhiên, thông tin này có thể chứa đựng các sai sót và gian lận, làm ảnh hưởng đến CLTT mà BCTC cung cấp. Thông tin BCTC của các DNNVV chủ yếu được các đối tượng sử dụng bao gồm chủ sở hữu, các tổ chức tín dụng (ngân hàng), nhà cung cấp và các cơ quan nhà nước mà đặc biệt là cơ quan thuế trong việc quản lý nghĩa vụ thuế của đơn vị. Do đó, một BCTC chất lượng là điều vô cùng cần thiết trong việc đưa ra các quyết định kinh tế của các đối tượng nêu trên.

### *2.2 Chất lượng thông tin trên báo cáo tài chính*

Trong quá trình lập và trình bày BCTC VAS 21 có nêu về việc trình bày BCTC trung thực hợp lý như sau: "Báo cáo tài chính phải trình bày một cách trung thực và hợp lý tình hình tài chính, tình hình và kết quả kinh doanh và các luồng tiền của doanh nghiệp. Để đảm bảo yêu cầu trung thực và hợp lý, các báo cáo tài chính phải được lập và trình bày trên cơ sở tuân thủ các chuẩn mực kế toán, chế độ kế toán và các quy định có liên quan hiện hành".

Trong khái niệm về kế toán tác giả đã đề  cập đến 3 yêu cầu về thông tin kế toán, đó là tính "hợp lý", "đáng tin cậy", và "có thể so sánh được". Tuy nhiên để làm rõ hơn 3 yêu cầu này tác giả có thể phát triển chi tiết hơn thành 6 yêu cầu cụ thể về thông tin kế toán như trong VAS 01 của Việt Nam đã đề cập, đó là: Trung thực; Khách quan; Đầy đủ; Kịp thời; Dễ hiểu; Có thể so sánh.

***2.3 Mục đích của báo cáo tài chính***

Tại điều 97 "Mục đích của báo cáo tài chính" theo Thông tư 200/2014/TT-BTC hướng dẫn chế độ kế toán doanh nghiệp thay thế cho chế độ kế toán doanh nghiệp ban hành theo Quyết định 15/2006/QĐ-BTC có quy định:

Thứ nhất: "Báo cáo tài chính dùng để cung cấp thông tin về tình hình tài chính, tình hình kinh doanh và các luồng tiền của một doanh nghiệp, đáp ứng yêu cầu quản lý của chủ doanh nghiệp, cơ quan Nhà nước và nhu cầu hữu ích của những người sử dụng trong việc đưa ra các quyết định kinh tế. Báo cáo tài chính phải cung cấp những thông tin của một doanh nghiệp về: Tài sản; Nợ phải trả; Vốn chủ sở hữu; Doanh thu, thu nhập khác, chi phí sản xuất kinh doanh và chi phí khác; Lãi, lỗ và phân chia kết quả kinh doanh; Các luồng tiền.

Thứ hai: Ngoài các thông tin này, doanh nghiệp còn phải cung cấp các thông tin khác trong "Bản thuyết minh Báo cáo tài chính" nhằm giải trình thêm về các chỉ tiêu đã phản ánh trên các Báo cáo tài chính tổng hợp và các chính sách kế toán đã áp dụng để ghi nhận các nghiệp vụ kinh tế phát sinh, lập và trình bày Báo cáo tài chính."

***2.4 Lý thuyết nền tảng có liên quan đến các nhân tố tác động chất lượng BCTC***

*2.4.1 Lý thuyết đại diện (Agency theory)*

Lý thuyết đại diện xuất hiện trong những năm 1970 với nghiên cứu đầu tiên tập trung vào những vấn đề thông tin bất cân xứng giữa người chủ sở hữu và người quản lý trong ngành Bảo hiểm (Spence và Zeckhauser, 1971; Ross, 1973). Sau đó, nó nhanh chóng trở thành một lý thuyết vận dụng vào các lĩnh vực khác về những vấn đề liên quan đến hợp đồng đại diện giữa người chủ sở hữu và người thay mặt người chủ sở hữu để điều hành hoạt động của đơn vị - gọi là người đại diện (Jensen và Meckling, 1976; Harris và Raviv, 1978).

*2.4.2 Lý thuyết tín hiệu (Signalling theory)*

Lý thuyết Đại diện chỉ ra mối quan hệ giữa cổ đông và người quản lý công ty trong điều kiện bất cân xứng về thông tin thì Lý thuyết Tín hiệu (Ross, 1977) chỉ ra cách thức để giải quyết sự bất cân xứng về thông tin, đó là cơ chế phát tín hiệu. Theo Lý thuyết Tín hiệu, công bố thông tin được xem như là một phương tiện hữu hiệu để đưa tín hiệu đến với các nhà đầu tư. Vì vậy, công bố thông tin là một công cụ mà các công ty có thể sử dụng để tạo ra sự khác biệt về hiệu quả hoạt động của công ty này so với công ty khác.

Lý thuyết tín hiệu mô tả hành vi của hai bên, một bên nắm thông tin và phát tín hiệu cho thị trường và một bên sử dụng thông tin đó. Lý thuyết này nhằm làm giảm tình trang thông tin bất cân xứng giữa bên có thông tin và bên cần thông tin.Các công ty sử dụng các thông tin tài chính của mình để phát tín hiệu ra thị trường. Chất lượng báo cáo tài chính là tín hiệu đáng tin cậy, tạo niềm tin cho nhà đầu tư và các bên liên quan, để họ tin rằng các thông tin được công bố ra đáng tin cậy và minh bạch. Doanh nghiệp thông qua các hoạt động kiểm soát nội bộ và đào tạo trình độ đội ngũ nhân viên kế toán, thực hiện tốt các quy định của thuế, các quy định pháp lý về kế toán nhằm nâng cao tính hiệu quả của công tác kế toán, độ tin cậy và tính chính xác của thông tin, gia tăng chất lượng BCTC.

*2.4.3 Lý thuyết bất cân xứng thông tin (Asymmetric information)*

Lý thuyết thông tin bất cân xứng (Asymmetric Information) lần đầu tiên xuất hiện vào những năm 1970 và đã khẳng định được vị trí của mình trong nền kinh tế học hiện đại bằng sự kiện năm 2001, các nhà khoa học nghiên cứu lý thuyết này là George Akerlof, Michael Spence và Joseph Stiglitz cùng vinh dự nhận giải Nobel kinh tế.

Trải qua một khoảng thời gian dài, lý thuyết về thị trường có thông tin bất cân xứng đã trở nên vô cùng quan trọng và là trọng tâm nghiên cứu của kinh tế học hiện đại. Thông tin bất cân xứng càng trở nên phổ biến và quan trọng khi tính minh bạch của thông tin, khả năng tiếp cận thông tin và cơ sở hạ tầng thông tin yếu kém.

Thông tin không đối xứng, hay còn gọi là thông tin bất cân xứng là việc các bên tham gia giao dịch cố tình che đậy thông tin. Khi đó, giá cả không phải là giá cân bằng của thị trường mà có thể quá thấp hoặc quá cao. Ví dụ: khi người mua không có những thông tin xác thực, đầy đủ và kịp thời nên trả giá thấp hơn giá trị đích thực của hàng hóa, hậu quả là người bán  không có động lực để sản xuất hoặc cung cấp những hàng hóa có chất lượng thấp hơn chất lượng trung bình trên thị trường.

## 3. Phương pháp nghiên cứu và mô hình nghiên cứu

### *3.1 Phương pháp nghiên cứu*

Nghiên cứu được tiến hành thông qua nghiên cứu định tính và định lượng:

(1) Nghiên cứu định tính bằng xây dựng phát triển hệ thống khái niệm/thang đo và các biến quan sát và hiệu chỉnh biến quan sát phù hợp với thực tế.

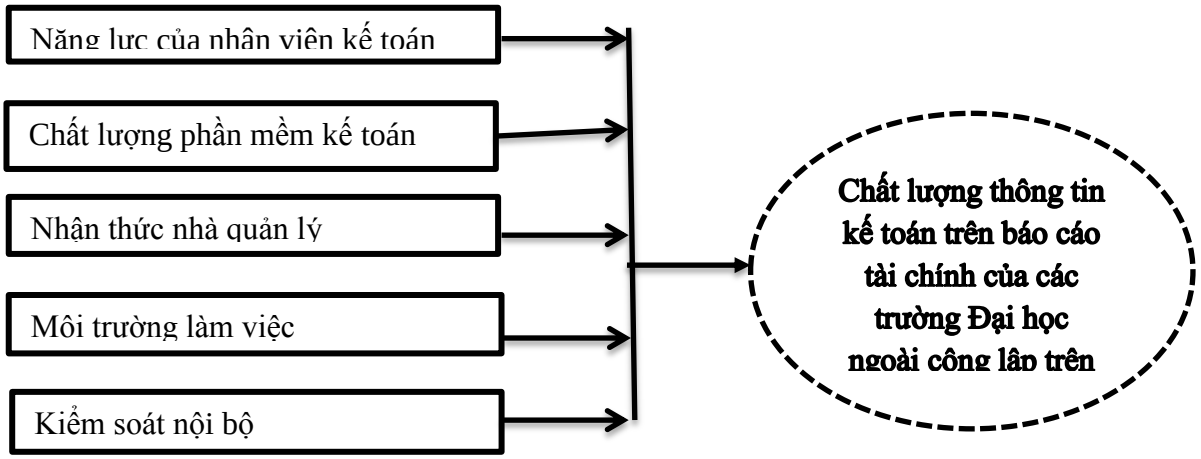
(2) Nghiên cứu định lượng: Sử dụng hệ số tin cậy Cronbach's Alpha để kiểm định mức độ chặt chẽ mà các mục hỏi trong thang đo tương quan với nhau; Phân tích nhân tố khám phá (EFA) được sử dụng để kiểm định các nhân tố ảnh hưởng và nhận diện các yếu tố được cho là phù hợp; đồng thời sử dụng phân tích hồi quy tuyến tính đa biến xác định các nhân tố và mức độ tác động của từng nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng thông tin kế toán trên báo cáo tài chính của các trường Đại học ngoài công lập trên địa bàn TP.HCM. Thông qua lược khảo sát các tài liệu nghiên cứu bên cạnh đó, tác giả nghiên cứu sử dụng phương pháp thảo luận nhóm để xác định có 5 nhân tố với 24 biến quan sát được cho là có tác động đến chất lượng thông tin kế toán trên báo cáo tài chính của các trường Đại học ngoài công lập trên địa bàn TP.HCM. Tác giả sử dụng thang đo 5 Likert cho toàn bộ bảng hỏi: 1 – Hoàn toàn không đồng ý, 2 – Không đồng ý, 3 – Bình thường, 4 – Đồng ý, 5 – Hoàn toàn đồng ý. Nhóm tác giả đã gửi 200 bảng câu hỏi từ tháng 10/2023 đến tháng 12/2023 cho các trường Đại học ngoài công lập trên địa bàn TP.HCM. Kết quả nhận được 200 phiếu khảo sát, trong đó có 23 phiếu bị loại do không hợp lệ. Do đó, số lượng quan sát còn lại để đưa vào phân tích là 177 phiếu thỏa mãn điều kiện mẫu tối thiểu.

Dựa theo nghiên cứu của Hair và cộng sự (2006) cho rằng để sử dụng phương pháp EFA, kích thước mẫu tối thiểu gấp 5 lần tổng số thang đo (biến quan sát) của các biến độc lập. Nghiên cứu này có 5 biến độc lập và 1 biến phụ thuộc với tổng cộng 28 biến quan sát, vì vậy kích thước mẫu tối thiểu là 5 x 28 = 140. Theo Tabachnick và Fidell (2007) thì cỡ mẫu tối thiểu để phân tích hồi quy đa biến cần đạt được xác định theo công thức là n >= 50 + 8k (k: số biến độc lập). Theo đó, nghiên cứu này có 5 biến độc lập, vì vậy kích thước mẫu tối thiểu là 50 + 8 x 5 = 90. Nghiên cứu sử dụng cả hai phương pháp EFA và hồi quy tuyến tính nên cỡ mẫu được chọn theo nguyên tắc mẫu càng lớn càng tốt, do vậy cỡ mẫu tối thiểu phải là 140. Vì vậy tác giả chọn điều tra 177 mẫu ( > 140) là phù hợp.

### *3.2 Mô hình nghiên cứu và phương trình hồi quy*

#### *3.2.1 Mô hình nghiên cứu*

Căn cứ vào các lý thuyết nền, tổng quan các công trình nghiên cứu trước, nghiên cứu chuyên gia, nhóm tác giả đã xây dựng mô hình nghiên cứu Hình 1.




**Hình 1. Mô hình nghiên cứu**

*(Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất)*

*3.2.2 Phương trình hồi quy*

Tác giả xây dựng một phương trình hồi quy đa biến để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu như sau:

Trên cơ sở lý thuyết đề xuất phương trình hồi quy dự kiến phản ánh mối tương quan giữa các nhân tố tác động đến chất lượng thông tin kế toán trên báo cáo tài chính của các trường Đại học ngoài công lập trên địa bàn TP.HCM. Theo phương trình hồi quy sau:

$$CLTTKT = \beta0 + \beta1NLNV + \beta2CLPM + \beta3NTQL + \beta4MTLV + \beta5KSNB + \delta$$

Trong đó:

β0, β1, β2, β3, β4, β5: hệ số hồi quy mô hình

δ: sai số

Biến phụ thuộc CLTTKT: Chất lượng thông tin kế toán trên báo cáo tài chính của các trường Đại học ngoài công lập trên địa bàn TP.HCM.

Biến độc lập:

NLNV: Năng lực của nhân viên kế toán;

CLPM: Chất lượng phần mềm kế toán;

NTQL: Nhận thức nhà quản lý;

MTLV: Môi trường làm việc;

KSNB: Kiểm soát nội bộ.

## 4. Kết quả nghiên cứu

### *4.1 Kiểm định chất lượng thang đo (Cronbach's Alpha)*

Qua kết quả kiểm định chất lượng thang đo ở bảng 1 ta thấy hệ số Cronbach's Alpha của tổng thể đều lớn hơn 0.6. Như vậy hệ thống thang đo được xây dựng gồm 6 nhân tố đảm bảo chất lượng tốt với 28 biến quan sát đặc trưng.

**Bảng 1. Kết quả phân tích chất lượng thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha**

| STT | Tên nhân tố | Số biến quan sát ban đầu | Số biến quan sát sau khi kiểm định | Cronbach's Alpha |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Năng lực của nhân viên kế toán (NLNV) | 5 | 4 | 0.879 |
| 2 | Chất lượng phần mềm kế toán (CLPM) | 5 | 4 | 0.889 |
| 3 | Nhận thức nhà quản lý (NTQL) | 5 | 5 | 0.886 |
| 4 | Môi trường làm việc (MTLV) | 5 | 4 | 0.885 |
| 5 | Kiểm soát nội bộ (KSNB) | 4 | 4 | 0.805 |
| 6 | Chất lượng thông tin kế toán (CLTTKT) | 4 | 4 | 0.951 |

*(Nguồn: Tác giả tổng hợp từ kết quả phân tích SPSS).*

### *4.2 Phân tích nhân tố khám phá*

*4.2.1 Phân tích nhân tố khám phá các biến độc lập*

❖ Kiểm định tính thích hợp EFA:

**Bảng 2. Hệ số KMO và kiểm định Bartlett các thành phần**

| | | |
|---|---|---|
| Hệ số KMO | | 0,850 |
| Mô hình kiểm tra Bartlett | Giá trị Chi-Square | 2133.184 |
| | Bậc tự do | 210 |
| | Sig (p – value) | 0,000 |

*(Nguồn: Phân tích dữ liệu của tác giả).*

Ta thấy KMO = 0,850 thoả mãn điều kiện 0,5 < KMO < 1, phân tích nhân tố khám phá là thích hợp cho dữ liệu thực tế.

❖ Kiểm định tương quan giữa các biến quan sát:

Qua bảng KMO and Bartlett's Test, ta thấy Sig. < 0,01, các biến quan sát có tương quan tuyến tính với nhân tố đại diện.

❖ Kiểm định mức độ giải thích các biến quan sát đối với các nhân tố:

**Bảng 3. Bảng phương sai trích**

| Nhân tố | Giá trị Eigenvalues | | | Chỉ số sau khi trích | | | Chỉ số sau khi xoay | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Tổng | Phương sai trích % | Tích lũy phương sai trích % | Tổng | Phươngsai trích % | Tích lũy phương sai trích % | Tổng | Phương sai trích % | Tích lũy phương sai trích % |
| 1 | 6.821 | 32.480 | 32.480 | 6.821 | 32.480 | 32.480 | 3.529 | 16.804 | 16.804 |
| 2 | 2.482 | 11.819 | 44.299 | 2.482 | 11.819 | 44.299 | 3.067 | 14.607 | 31.411 |
| 3 | 2.419 | 11.521 | 55.820 | 2.419 | 11.521 | 55.820 | 3.039 | 14.472 | 45.883 |
| 4 | 1.870 | 8.903 | 64.723 | 1.870 | 8.903 | 64.723 | 2.905 | 13.834 | 59.717 |
| 5 | 1.543 | 7.346 | 72.070 | 1.543 | 7.346 | 72.070 | 2.594 | 12.353 | 72.070 |
| 6 | 0.687 | 3.273 | 75.342 | | | | | | |

*(Nguồn: Phân tích dữ liệu của tác giả).*

Từ kết quả bảng số liệu sau khi chạy Fixed number of factors ta thấy phương sai trích là 72.070% > 50% đạt yêu cầu. Với phương pháp rút trích Principal components và phép quay Varimax, có 5 yếu tố được rút trích ra từ các biến quan sát. Điều này cũng có nghĩa 5 yếu tố rút trích ra thể hiện khả năng giải thích được 72.070% sự thay đổi của biến phụ thuộc trong tổng thể.

*4.2.2 Phân tích khám phá EFA cho biến phụ thuộc*

Biến phụ thuộc "Chất lượng thông tin kế toán trên báo cáo tài chính của các trường Đại học ngoài công lập trên địa bàn TP.HCM" với 4 biến quan sát, kết quả phân tích EFA cho thấy tất cả các điều kiện về phân tích nhân tố khám phá đều đáp ứng, hệ số KMO = 0,838 > 0,5 ; Sig. = 0,000 < 0,05; hệ số tải nhân tố > 0,5; giá trị trích Eigenvalue = 2,978 > 1 (yêu cầu lớn hơn 1); và tổng phương sai trích đạt khá cao 74,457% > 50% và đạt yêu cầu.

**Bảng 4. Hệ số KMO và kiểm định Bartlett**

| **Kiểm tra KMO and Bartlett's** | | |
|---|---|---|
| Hệ số KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) | | **0,861** |
| Mô hình kiểm tra của Bartlett | Giá trị Chi-Square | 729.752 |
| | Bậc tự do | 6 |
| | Sig (giá trị P – value) | **0,000** |

*(Nguồn: Phân tích dữ liệu của tác giả).*

**Bảng 5. Phương sai trích biến phụ thuộc**

| Nhân tố | Giá trị Eigenvalues | | | Chỉ số sau khi trích | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Tổng | Phương sai trích % | Tích lũy phương sai trích % | Tổng | Phương sai trích % | Tích lũy phương sai trích % |
| 1 | 3.489 | 87.215 | 87.215 | 3.489 | 87.215 | 87.215 |
| 2 | 0.215 | 5.366 | 92.581 | | | |

*(Nguồn: Phân tích dữ liệu của tác giả).*

### *4.3 Phân tích hồi quy bội*

Phát hiện từ bước nghiên cứu trước về các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng thông tin kế toán trên báo cáo tài chính của các trường Đại học ngoài công lập trên địa bàn TP.HCM và kết quả phân tích EFA cho thấy các nhân tố (1) Năng lực của nhân viên kế toán; (2) Chất lượng phần mềm kế toán; (3) Nhận thức nhà quản lý; (4) Môi trường làm việc và (5) Kiểm soát nội bộ ảnh hưởng đến chất lượng thông tin kế toán trên báo cáo tài chính của các trường Đại học ngoài công lập trên địa bàn TP.HCM.

Kiểm định sự phù hợp của mô hình:

**Bảng 6. Kiểm tra độ phù hợp của mô hình - Model Summary[b]**

| Mô hình | Hệ số R | Hệ số $R^2$ | Hệ số R2 - hiệu chỉnh | Sai số chuẩn của ước lượng | Durbin- Watson |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | .773[a] | .598 | .586 | .59271 | 1.819 |

*(Nguồn: Phân tích dữ liệu của tác giả)*

Bảng trên cho thấy, giá trị hệ số tương quan là 0,773 > 0,5. Do vậy, đây là mô hình thích hợp để sử dụng đánh giá mối quan hệ giữa biến phụ thuộc và các biến độc lập. Ngoài ra hệ số xác định của mô hình hồi quy $R^2$ hiệu chỉnh là 0,598. Nghĩa là mô hình hồi quy tuyến tính đã xây dựng phù hợp với dữ liệu 59,8%. Điều này cho biết khoảng 59,8% sự biến thiên của biến phụ thuộc (CLTTKT**)** là do tác động của 5 biến độc lập, các phần còn lại là do sai sót của các yếu tố khác. Kiểm định Durbin Watson = 1,819 trong khoảng 1< D < 3 nên không có hiện tượng tự tương quan của các phần dư.

Nghiên cứu thực hiện chạy hồi quy tuyến tính đa biến với phương pháp đưa vào một lượt (phương pháp Enter), trong đó:

**Bảng 7. Thống kê trong mô hình hồi quy bằng phương pháp Enter**

| Mô hình | Hệ số chưa chuẩn hóa | | Hệ số chuẩn hóa | t | Sig. | Thống kê đa cộng tuyến | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | B | Sai số chuẩn | Beta | | | Hệ số Tolerance | Hệ số VIF |
| (Constant) | -.844 | .309 | | -2.730 | .007 | | |
| NLNV | .281 | .066 | .250 | 4.271 | .000 | .685 | 1.460 |
| CLPM | .402 | .063 | .366 | 6.384 | .000 | .713 | 1.402 |
| NTQL | .323 | .072 | .241 | 4.502 | .000 | .818 | 1.223 |
| MTLV | .071 | .057 | .065 | 1.256 | .211 | .876 | 1.142 |
| KSNB | .196 | .065 | .163 | 2.992 | .003 | .788 | 1.269 |

*(Nguồn: Phân tích dữ liệu của tác giả*)

Trong bảng số liệu khi xét $t_{stat}$ và $t_{\alpha/2}$ của các biến để đo độ tin cậy thì các biến độc lập NLNV, CLPM, NTQL và KSNB đều đạt yêu cầu và các giá trị Sig thể hiện độ tin cậy khá cao, đều < 5%. Tuy nhiên, biến độc lập MTLV có giá trị Sig > 5% (Sig = 0.211) nên không phù hợp. Ngoài ra, hệ số VIF của các hệ số Beta đều nhỏ hơn 10 cho thấy không có hiện tượng đa cộng tuyến xảy ra.

***Phương trình hồi quy:***

**CLTTKT = 0.366*CLPM + 0.250*NLNV + 0.241*NTQL + 0.163*KSNB**

Để so sánh mức độ ảnh hưởng từng nhân tố độc lập đối với CLTTKT trên BCTC của các trường Đại học ngoài công lập trên địa bàn TP.HCM ta căn cứ vào hệ số Beta chuẩn hóa. Ta thấy, ở phương trình hồi quy, trong 4 nhân tố ảnh hưởng đến CLTTKT trên BCTC của các trường Đại học ngoài công lập trên địa bàn TP.HCM thì nhân tố chất lượng phần mềm kế toán ảnh hưởng mạnh nhất với Beta = 0.366; Năng lực của nhân viên kế toán mạnh thứ hai với hệ số Beta = 0.250; nhân tố Nhận thức nhà quản lý ảnh hưởng mạnh thứ ba với hệ số Beta = 0.241 và cuối cùng là nhân tố Kiểm soát nội bộ ảnh hưởng thấp nhất với hệ số Beta = 0.163.

## 5. Kết luận và hàm ý quản trị

Thông qua các kiểm định của mô hình nghiên cứu, có thể khẳng định các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng BCTC của các trường Đại học ngoài công lập trên địa bàn TP.HCM theo thứ tự từ cao đến thấp như sau:

**Bảng 8. Thống kê mức độ tác động của các nhân tố**

| Biến độc lập | Hệ số Beta chuẩn hóa | Thứ tự tác động |
|---|---|---|
| Năng lực của nhân viên kế toán - NLNV | 0.250 | 2 |
| Chất lượng phần mềm kế toán - CLPM | 0.366 | 1 |
| Nhận thức nhà quản lý - NTQL | 0.241 | 3 |
| Kiểm soát nội bộ - KSNB | 0.163 | 4 |

*(Nguồn: Tác giả tổng hợp)*

Xuất phát từ kết quả kiểm định mô hình nghiên cứu ở trên, tác giả đưa ra một số đề xuất mang tính chất hàm ý quản trị nhằm giúp nâng cao chất lượng BCTC của các trường Đại học ngoài công lập trên địa bàn TP.HCM như sau:

**Chất lượng phần mềm kế toán:** Việc sử dụng máy tính, các thiết bị công nghệ thông tin để soạn thảo văn bản, truy cập Internet, phục vụ công tác chuyên môn, nghiệp vụ trở thành nhu cầu thiết yếu hàng ngày của hầu hết cán bộ, công chức, viên chức và cán bộ các phòng ban của các trường. Phần mềm kế toán đảm bảo tuân thủ đúng chuẩn mực và quy định của kế toán; phần mềm kế toán có lưu trữ đủ thông tin cho phép theo dõi người truy cập; mọi chỉnh sửa sổ sách kế toán đều được lưu lại vết tích trên Phần mềm kế toán.

**Năng lực của nhân viên kế toán:** Nhân viên kế toán là yếu tố có tác động mạnh chất đến chất lượng BCTC của các trường Đại học ngoài công lập trên địa bàn TP.HCM. Sự phát triển của các trường Đại học ngoài công lập phải gắn liền với năng lực quản trị để đảm bảo hoạt động phát triển ổn định, an toàn, bền vững và tự kiểm soát được. Đồng thời các trường Đại học ngoài công lập phải có đội ngũ kế toán có kiến thức chuyên môn sâu. Tăng cường hoạt động của các tổ chức nghề nghiệp kế toán, phát triển các dịch vụ tư vấn kế toán và tư vấn lập BCTC. Các trường Đại học ngoài công lập tạo điều kiện cho các kế toán tham gia các lớp cập nhật kiến thức, các lớp đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ để có đủ năng lực thu thập, xử lý thông tin nhằm mục đích tạo ra những sản phẩm là BCTC có chất lượng cao, thích hợp với nhu cầu người sử dụng báo cáo.

**Nhận thức nhà quản lý:** Khi nhà quản lý nhận thức được tầm quan trọng của chất lượng thông tin BCTC đối với quá trình hoạt động của đơn vị, nhà quản lý có thể tận dụng vào các thế mạnh chuyên môn vào công tác quản lý, giám sát hoạt động của trường. Nhà quản lý luôn cung cấp đủ nguồn lực cho đơn vị và vận hành hệ thống thông tin kế toán. Bên cạnh đó, nhà quản lý phải có cơ chế chính sách quy định nhằm đảm bảo cho việc trình bày thông tin kế toán phải trung thực, hợp lý.

**Kiểm soát nội bộ:** Xây dựng hệ thống kiểm soát nội bộ để nâng cao chất lượng thông tin kế toán, hạn chế các sai sót, gian lận. Điều này rất cần thiết cho các trường Đại học ngoài công lập trên địa bàn TP.HCM bởi việc xây dựng hệ thống kiểm soát nội bộ có thể gia tăng đáng kể chi phí của các trường trong điều kiện nguồn lực giới hạn, nhưng hiệu quả nó mang lại rất đáng kể, đạt được mục tiêu kiểm soát nội bộ với chi phí hợp lý.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Bộ tài chính, Thông tư số 53/2006/TT-BTC ngày 12 tháng 06 về việc Hướng dẫn áp dụng kế toán quản trị trong doanh nghiệp.
2. Chính Phủ, 2004. Nghị định quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Kế toán trong hoạt động kinh doanh, Chính phủ. Số 29/2004/NĐ-CP, Hà Nội.
3. Ngô Thị Mỹ Lệ (2022). Các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng thông tin báo cáo tài chính của các doanh nghiệp nhỏ và vừa: Nghiên cứu tại Thành phố Hồ Chí Minh. Luận văn thạc sĩ kinh tế, trường đại học kinh tế TP. Hồ Chí Minh.
4. Akerlof, G. A., Spence, A. M., & Stiglitz, J. E. (2001). Markets with Asymmetric information. Nobel Foundation.
5. Harris, M., & Raviv, A. (1978). Some results on incentive contracts with applications to education and employment, health insurance, and law enforcement. The American economic review, 68(1), 20-30.
6. Ross, S. A. (1973). The economic theory of agency: The principal's problem. The American economic review, 63(2), 134-139.

# CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN KẾ TOÁN QUẢN TRỊ CHI PHÍ THEO PHƯƠNG PHÁP KAIZEN COSTING TẠI CÁC DOANH NGHIỆP NHẬT BẢN TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

**Trần Phúc Hậu***
[1]Viện Đào tạo Sau đại học, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: hautp68p1@gmail.com.

## TÓM TẮT

Mục tiêu của bài báo này là xác định và đo lường những yếu tố tác động đến Kế toán quản trị chi phí (KTQTCP) theo phương pháp cải tiến liên tục Kaizen costing tại các doanh nghiệp (DN) Nhật Bản trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh (TP. HCM). Trên cơ sở khảo sát, phân tích, xử lý, đánh giá các kết quả đã thu được để đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao KTQTCP theo phương pháp Kaizen costing tại các DN Nhật Bản nhằm tăng khả năng cạnh tranh trong bối cảnh hòa nhập và phát triển tại thị trường Việt Nam nói chung và TP. HCM nói riêng. Nghiên cứu thực hiện phân tích 307 mẫu khảo sát tại các DN Nhật Bản trên địa bàn TP. HCM. Phương pháp nghiên cứu kết hợp định tính và định lượng. Kỹ thuật phân tích bao gồm thống kê mô tả, kiểm tra độ tin cậy thang đo, phân tích EFA, hồi quy tuyến tính. Có 06 nhân tố có tác động tích cực đến KTQTCP theo phương pháp Kaizen costing tại các DN Nhật Bản trên địa bàn TP. HCM, gồm: Nhân tố áp lực cưỡng ép, khả năng lãnh đạo, định hướng chiến lược, cạnh tranh, làm việc nhóm và năng lực kế toán viên.
*Từ khóa:* Kaizen costing; Kế toán Quản trị; FDI; Nhật Bản.

## 1. Giới thiệu

Ngày nay, với sự phát triển và tăng trưởng vượt bật từ công nghệ đến đối thủ cạnh tranh trên thị trường, việc nghiên cứu về KTQTCP đóng vai trò vô cùng quan trọng trong môi trường kinh doanh hiện nay. Phương pháp Kaizen Costing là một phương pháp quản lý chi phí đáng chú ý từ Nhật Bản, đã mang lại nhiều thành tựu cho các DN trong việc tối ưu hóa quy trình sản xuất (SX) và quản lý chi phí.

Theo Cục Đầu Tư Nước Ngoài – Bộ Kế Hoạch Và Đầu Tư, hiện Nhật Bản là nước tài trợ vốn ODA (hỗ trợ phát triển chính thức) lớn nhất, là nhà đầu tư lớn thứ 02 và là đối tác thương mại lớn thứ 04 của Việt Nam. Bà Cao Thị Phi Vân, Phó Giám đốc Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP. HCM (ITPC), cho biết kể từ ngày 28/9/1998, khi Hiệp hội DN Nhật Bản tại TP. HCM (JCCH) được thành lập đến tháng 11/2021, tổng số dự án tăng từ 69 lên 3.218 dự án, tăng 46,6 lần so với năm 1998. Dù vậy, cộng đồng DN Nhật Bản hy vọng chính quyền thành phố sẽ tiếp tục loại bỏ các yếu tố gây trở ngại cho hoạt động của DN, qua đó xây dựng mối quan hệ tin cậy giữa chính quyền và DN, thúc đẩy tích cực cho hoạt động SX, kinh doanh. Thêm nữa, xu hướng bảo hộ SX trong nước gia tăng, những áp lực cưỡng ép về pháp luật, cạnh tranh gay gắt từ các nhà SX trong nước, định hướng chiến lược đầu tư của Nhật Bản cũng ảnh hưởng phần nào vào thị trường Việt Nam khi mà việc kiểm soát chi phí bằng các phương pháp bị ảnh hưởng lớn bởi những yếu tố này.

Việc nghiên cứu về chủ đề này trong các DN Nhật Bản trên địa bàn TP. HCM là rất thú vị và cần thiết. Tại đây, sẽ cho thấy những cái nhìn mới về sự phối hợp giữa văn hóa làm việc của Nhật Bản và thực tế kinh doanh ở Việt Nam. Điều này có thể mang lại những kết quả quý giá và

đóng góp cho việc phát triển kinh tế của TP. HCM nói chung và của các DN Nhật Bản trên địa bàn TP. HCM nói riêng.

## 2. Tổng quan nghiên cứu trước và cơ sở lý thuyết về kế toán quản trị chi phí theo phương pháp Kaizen Costing

### *2.1 Tổng quan các nghiên cứu trước*

Kể từ khi được Masaaki Imai đề cập trong cuốn sách Kaizen: "Cải tiến liên tục: Chìa khóa dẫn đến cạnh tranh thành công của các DN Nhật Bản" vào năm 1986, đến nay đã có rất nhiều nghiên cứu điển hình, tác giả cũng đã kịp thời sơ lược và trích dẫn một số công trình nghiên cứu, kinh điển có, liên quan nhất đến với đề tài trong đó hầu hết đều đã nêu bật quan điểm về Kaizen và các yếu tố ảnh hưởng đến nó gồm: Làm việc nhóm, Năng lực lãnh đạo bởi nhà quản trị, Định hướng chiến lược của cấp cao, tính cạnh tranh của thị trường, năng lực kế toán viên và sự ràng buộc bởi pháp luật của nước sở tại. Tiêu biểu bởi những nhà nghiên cứu sau: Từ **Samuel Mathenge Kamau (2012)** với "Factors influencing implementation of quality standards (Kaizen) in flower industry: a case of kariki ltd in kiambu county", **Kodo Yokozawa, Harm-Jan Steenhuis (2013)** với "The influence of national level factors on international kaizen transfer - An exploratory study in The Netherlands", **Haftu Hailu, Abdelkadir Kedir, Getachew Bassa, and Kassu Jilcha (2017)** với "Critical success factors model developing for sustainable Kaizen implementation in manufacturing industry in Ethiopia" hay **Melkamu T. Tariku and Abdurohman A. Adem (2020)** với "An integrative review on factors affecting kaizen implementation in private and government owned organizations in Ethiopia - gaps on existing literatures and insights for future researchers".

Mặc dù, hiện tại ở Việt Nam KTQTCP theo phương pháp Kaizen costing còn khá mới mẻ (Trần Thị Cẩm Hằng, 2016). Tuy nhiên, cũng đã có những nghiên cứu liên quan đến KTQTCP theo phương pháp Kaizen costing phân tích đến yếu tố định hướng chiến lược và làm việc nhóm, việc đề cao tinh thần làm việc nhóm cho thấy yếu tố con người có tầm quan trọng mật thiết và tương đồng với các nghiên cứu lớn trên thế giới, như **Nguyễn Thị Hạ (2014)**, "Vận dụng phương pháp chi phí Kaizen để tổ chức hệ thống kế toán chi phí cho Công ty TNHH Sung Woo Vina."; **Trần Võ Thùy Trang (2015)**, "Hoàn thiện ứng dụng Kaizen Costing của công ty TNHH Pungkook Sài Gòn II tại quy trình sản xuất Ba lô Laptop Proper Roady Backpack."; **Trần Thị Cẩm Hằng (2016)**, "Vận dụng phương pháp chi phí Kaizen để hoàn thiện việc kiểm soát chi phí tại Công Ty TNHH TM DV Nông Lâm Thủy Sản Tân Đại Phát" hay **Nguyễn Thị Thu Hằng (2022)**, "Vận dụng phương pháp chi phí Kaizen để hoàn thiện việc kiểm soát chi phí sản xuất tại công ty TNHH Pridevn Packaging".

### *2.2 Cơ sở lý thuyết về kế toán quản trị chi phí theo phương pháp Kaizen costing*

❖ *Lý thuyết về kế toán quản trị chi phí*

*Theo Thông tư 200/2014/TT-BTC của Bộ Tài chính Việt Nam* về hướng dẫn thực hiện một số nội dung về kế toán, KTQTCP là một phương pháp quản lý chi phí để tối ưu hóa quá trình SX và kinh doanh, từ đó giúp tăng cường hiệu quả và lợi nhuận. KTQTCP bao gồm việc thu thập, phân tích, và báo cáo thông tin chi phí để hỗ trợ quyết định liên quan đến quản lý chi phí, quy trình SX, và tăng cường lợi nhuận. Cụ thể, KTQTCP trong Thông tư 200 được đưa ra để giúp các DN tăng cường khả năng cạnh tranh, đảm bảo chất lượng sản phẩm và dịch vụ, và đáp ứng các yêu cầu của khách hàng (KH).

*Theo quan điểm của Financial Services Agency (FSA) Nhật Bản*, KTQTCP là quá trình thu thập, phân tích và báo cáo thông tin kinh tế trong hoạt động kinh doanh để hỗ trợ quyết định liên quan đến việc quản trị và tối ưu hóa các tài nguyên của DN, bao gồm chi phí, nguồn lực, và thời gian. KTQTCP tập trung vào việc cung cấp thông tin kinh tế chính xác và đáng tin cậy cho các DN để đưa ra các quyết định liên quan đến kế hoạch kinh doanh, đầu tư, quản lý rủi ro, và tối ưu hóa lợi nhuận. KTQTCP trong quan điểm của FSA Nhật Bản còn bao gồm việc phân tích chi phí,

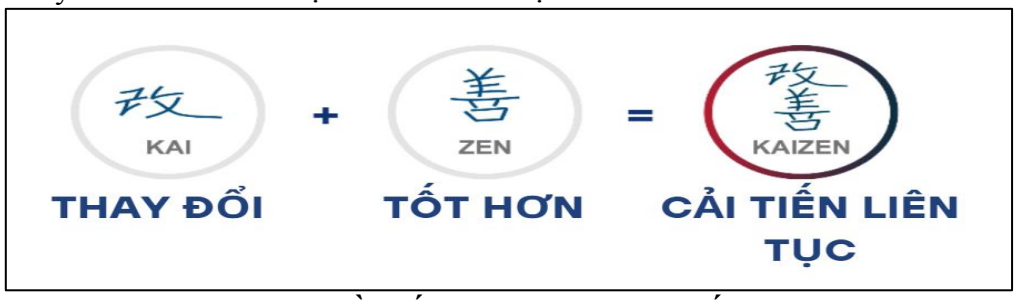
quản lý ngân sách và dự án, đánh giá hiệu quả kinh doanh, và đưa ra các giải pháp giảm thiểu chi phí và tăng cường lợi nhuận.

Từ những nội dung trên, có thể thấy mặc dù có nhiều định nghĩa, quan điểm khác nhau về KTQTCP, tuy nhiên tác giả cũng rút ra bản chất của KTQTCP là:

- Là một phần của KTQT do vậy cũng là một bộ phận không thể tách rời của hệ thống kế toán DN;
- Là công cụ quan trọng cung cấp thông tin chi phí kịp thời, phù hợp, cần thiết cho các hoạt động quản trị DN do vậy để đạt hiệu quả cao phải có sự phối hợp chặt chẽ với các bộ phận chức năng khác trong DN;
- Đối với nhà quản trị, vấn đề đặt ra là làm sao kiểm soát và đưa chi phí xuống mức thấp nhất có thể. Để làm được điều này thì nhà quản trị phải xác định được các phương pháp phân loại chi phí, cải thiện các chi phí bị hao hụt không đáng có, để có thể đưa ra quyết định đúng đắn trong quá trình tổ chức điều hành hoạt động của nhà quản trị.

❖ *Nguồn gốc của Kaizen*

Trong tiếng Nhật, Kaizen được ghép bởi hai từ: Kai – "Thay đổi" và Zen – "Tốt hơn", nghĩa là "Thay đổi để tốt hơn" hoặc "Cải tiến liên tục".




**Hình 1. Nguồn gốc Kaizen minh họa tiếng Nhật**

*(Nguồn: Opacontrol (2021) Kaizen, 5S là gì? Văn hóa quản lý DN đáng học hỏi từ Nhật Bản)*

Đã có rất nhiều những định nghĩa cũng như cách tiếp cận khác nhau về Kaizen: *Theo Imai (1986)*, Kaizen là một triết lý quản trị và phương pháp cải tiến liên tục, mà bao gồm tất cả các nhân viên trong tổ chức để tìm kiếm và triển khai các cải tiến nhỏ trong quá trình SX và quản lý. Kaizen được coi là một phương pháp quản lý tiên tiến, có thể áp dụng trong nhiều lĩnh vực, từ SX đến dịch vụ và quản lý. *Theo Teian (1992)*, một trong những yếu tố quan trọng của Kaizen là sự tận tâm và cam kết của tất cả các thành viên trong tổ chức.

Dù các nhà nghiên cứu có đưa ra các định nghĩa khác nhau về Kaizen, nhưng có thể được hiểu đây là quá trình liên tục cải tiến từng bước nhỏ thông qua các kỹ thuật nhằm đạt được kết quả tốt hơn.

**Khái niệm KTQTCP theo phương pháp Kaizen costing**

Là một phương pháp trong KTQT nhằm tối ưu hóa chi phí SX và quản lý chi phí trong quá trình SX. Phương pháp này tập trung vào việc cải tiến liên tục và không ngừng nghỉ trong quá trình SX để giảm thiểu chi phí. Theo phương pháp này, các biện pháp tiết kiệm chi phí được áp dụng theo từng giai đoạn của quá trình SX, từ khâu thiết kế, chế tạo, lắp ráp, đóng gói cho đến phân phối sản phẩm. Nhân viên SX và quản lý sẽ tham gia vào quá trình cải tiến liên tục và tìm kiếm những cách tiết kiệm chi phí hiệu quả nhất.

**Lý thuyết nền**

***Lý thuyết đại diện***

*Theo Jensen & Meckling (1976)*, lý thuyết đại diện (Agency Theory) là một lý thuyết kinh tế học, giải thích mối quan hệ giữa người đại diện (agent) và người sử dụng dịch vụ (principal) trong các tình huống thị trường. Trong các tình huống này, người đại diện được ủy quyền để thực hiện một số nhiệm vụ hoặc quyết định thay mặt cho người sử dụng dịch vụ, và trong đó, sự tin

tưởng giữa hai bên là vô cùng quan trọng. Lý thuyết đại diện đã được áp dụng rộng rãi trong kinh tế học, đặc biệt là trong các lĩnh vực liên quan đến tài chính và quản lý DN. Nhiều công ty đã sử dụng các cơ chế động viên để động viên các nhân viên hành động trong lợi ích của công ty, từ đó tăng hiệu quả hoạt động của công ty và tăng giá trị cho cổ đông.

⇨ Lý thuyết này giải thích cho các biến về "Khả năng lãnh đạo", "Định hướng chiến lược", "Làm việc nhóm" và "Năng lực kế toán viên" có tác động đến KTQTCP của các DN Nhật Bản trên địa bàn TP. HCM trong mô hình nghiên cứu của tác giả.

***Lý thuyết Xã hội học***

*Theo Nguyễn Thị Đức Loan (2017)*, Lý thuyết xã hội học tập trung vào việc làm thế nào tổ chức được thành lập thông qua tương tác giữa con người, tổ chức và xã hội. Covaleski và cộng sự (1996) cho rằng sự tồn tại của một tổ chức yêu cầu phù hợp với xã hội về hành vi có thể chấp nhận được để đạt được mức độ cao của hiệu quả SX. Lý thuyết này cho thấy hệ thống KTQT trong DN không chỉ là những vấn đề mang tính nội bộ DN mà nó chịu tác động ảnh hưởng trong một bối cảnh xã hội chung, nó liên quan đến các chế độ, chính sách hiện hành và giải quyết các mối quan hệ với người lao động trong DN. Chính vì vậy các mục tiêu của DN đặt ra phải nằm trong mục tiêu chung mà xã hội chấp nhận được.

⇨ Lý thuyết này giải thích cho các biến về "Áp lực cưỡng ép" và "Cạnh tranh" có tác động đến KTQTCP của các DN Nhật Bản trên địa bàn TP. HCM trong mô hình nghiên cứu của tác giả.

## 3. Giả thiết nghiên cứu và mô hình nghiên cứu phương

### *3.1 Giả thuyết nghiên cứu*

Căn cứ vào các lý thuyết nền, tổng quan các công trình nghiên cứu trước được đề cập ở trên, tác giả đã xây dựng các giả thuyết nghiên cứu, như sau:

**Giả thuyết H1:** Nhân tố áp lực cưỡng ép ảnh hưởng cùng chiều (+) đến KTQTCP theo phương pháp Kaizen costing tại các DN Nhật Bản trên địa bàn TP. HCM.

**Giả thuyết H2:** Nhân tố Phong cách lãnh đạo ảnh hưởng cùng chiều (+) đến KTQTCP theo phương pháp Kaizen costing tại các DN Nhật Bản trên địa bàn TP. HCM.

**Giả thuyết H3:** Nhân tố Định hướng chiến lược ảnh hưởng cùng chiều (+) đến KTQTCP theo phương pháp Kaizen costing tại các DN Nhật Bản trên địa bàn TP. HCM.

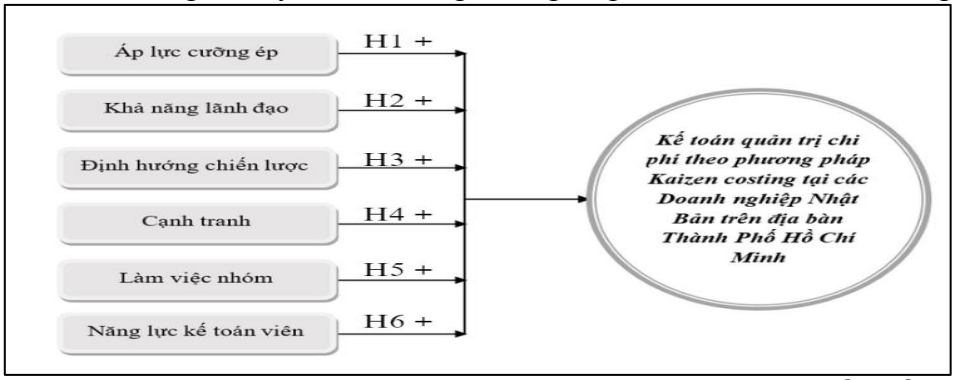
**Giả thuyết H4:** Nhân tố Cạnh tranh ảnh hưởng cùng chiều (+) đến KTQTCP theo phương pháp Kaizen costing tại các DN Nhật Bản trên địa bàn TP. HCM.

**Giả thuyết H5:** Nhân tố Làm việc nhóm ảnh hưởng cùng chiều (+) đến KTQTCP theo phương pháp Kaizen costing tại các DN Nhật Bản trên địa bàn TP. HCM.

**Giả thuyết H6:** Nhân tố Năng lực kế toán viên ảnh hưởng cùng chiều (+) đến KTQTCP theo phương pháp Kaizen costing tại các DN Nhật Bản trên địa bàn TP. HCM.

### *3.2 Mô hình nghiên cứu*

Từ các giả thuyết trên, tác giả tổng hợp và đề xuất mô hình nghiên cứu, như Hình 2.




**Hình 2. Mô hình nghiên cứu tác giả đề xuất**

*(Nguồn: Tác giả tổng hợp và đề xuất)*

Tổng hợp các biến trong mô hình nghiên cứu qua Bảng 1:

**Bảng 1. Tổng hợp các biến trong mô hình nghiên cứu của tác giả**

| Giả thuyết | Ký hiệu | Diễn giải | Nguồn giả thuyết | Lý thuyết nền | Kỳ vọng |
|---|---|---|---|---|---|
| H1 | ALCE | Áp lực cưỡng ép | Melkamu T.Tariku and Abdurohman A.Adem (2020); Nguyễn Thị Hạnh và các cộng sự (2020). | Lý thuyết xã hội học | + |
| H2 | KNLĐ | Khả năng lãnh đạo | OLABISI Jayeola, SOKEFUN, A. O. and OGINNI, B.O. (2012). | Lý thuyết đại diện | + |
| H3 | ĐHCL | Định hướng chiến lược | OLABISI Jayeola, SOKEFUN, A. O. and OGINNI, B.O. (2012); Haftu Hailu và các cộng sự (2017). | Lý thuyết đại diện | + |
| H4 | CT | Cạnh tranh | Rosen I. Kolev (2023); Trần Thị Cẩm Hằng (2016); | Lý thuyết xã hội học | + |
| H5 | LVN | Làm việc nhóm | Samuel Mathenge Kamau (2012); Kodo Yokozawa, Harm-Jan Steenhuis (2013); | Lý thuyết đại diện | + |
| H6 | NLKT | Năng lực kế toán viên | Adamu Audu Jibrin and Maccarthy, Macclugard Ine-Tonbarapa (2022). | Lý thuyết đại diện | + |

*(Nguồn: Tác giả tổng hợp)*

## 4. Phương pháp nghiên cứu và thu thập dữ liệu

### *4.1 Dữ liệu và phương pháp thu thập dữ liệu*

Tác giả đã thu thập cả dữ liệu thứ cấp và sơ cấp để đánh giá thực trạng về KTQTCP theo phương pháp Kaizen costing trong các đơn vị. Nhằm xây dựng mô hình nghiên cứu và xác minh tính khả thi của mô hình.

Dữ liệu thứ cấp được thu thập thông qua phương pháp sưu tầm tài liệu, thảo luận nhóm, gồm các chuyên gia về KTQTCP trong trường đại học và lãnh đạo của các DN Nhật Bản trên địa bàn TP. HCM. Dữ liệu sơ cấp được thu thập từ bảng câu hỏi khảo sát thông qua phỏng vấn trực tiếp và phần mềm Google Form, để các đơn vị trả lời các câu hỏi. Nội dung các câu hỏi là các biến quan sát đo lường các biến trong mô hình nghiên cứu và sử dụng thang đo Likert 5 mức độ cho toàn bộ bảng hỏi: 1 – Hoàn toàn đồng ý; 2 – Không đồng ý; 3 – Bình thường; 4 – Đồng ý; 5 – Hoàn toàn đồng ý. Đối tượng khảo sát ngẫu nhiên đang là giám đốc, phó giám đốc, trưởng, phó phòng và nhân viên thuộc bộ phận kế toán của các đơn vị.

Theo của Hair và cộng sự (2006), để sử dụng phương pháp EFA, kích thước mẫu tối thiểu gấp 5 lần tổng số thang đo (Số biến quan sát) của các biến độc lập. Tại nghiên cứu này có 6 biến độc lập với tổng là 30 biến được quan sát đến, vì vậy kích thước mẫu tối thiểu phải đạt là 30x5 = 150. Với Tabachnick và Fidell (2007), thì cỡ mẫu tối thiểu để phân tích hồi quy đa biến cần đạt được xác định dựa trên công thức: n > = 50 + 8k (Với k: số biến độc lập). Theo đó, nghiên cứu này có 6 biến với 30 biến quan sát, vì vậy kích thước mẫu tối thiểu là 50 + 8x6 = 98.

Tác giả đã sử dụng cả phương pháp EFA và hồi quy tuyến tính trong nghiên cứu của mình và lựa chọn kích thước mẫu đủ lớn để đảm bảo độ đáng tin cậy của kết quả. Tác giả đã gửi bảng câu hỏi khảo sát đến 183 DN Nhật Bản tại TP. HCM trong khoảng thời gian từ tháng 11/2023

đến 01/2024. Tổng cộng, có 322 bảng trả lời được thu thập, trong đó 15 bảng không hợp lệ do thiếu thông tin. Như vậy, Tác giả đã chọn mẫu là 307 bảng trả lời hợp lệ để sử dụng trong phân tích, vì số lượng này đáp ứng được yêu cầu tối thiểu là 150.

### *4.2 Phương pháp nghiên cứu*

Tác giả đã sử dụng phương pháp thống kê mô tả để xác định trọng số và tần suất của các biến trong mô hình nghiên cứu. Trong khi đó, dữ liệu định lượng đã được xử lý trên phần mềm SPSS 22.0 để phân tích độ tin cậy của các nhân tố và tiêu chí đo lường nhân tố, cũng như đã áp dụng phương pháp thống kê để tổng hợp và so sánh. Mục tiêu của nghiên cứu là lượng hóa mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến KTQTCP theo phương pháp Kaizen costing tại các DN Nhật Bản trên địa bàn TP. HCM. Để đảm bảo mô hình EFA và hồi quy đa biến đảm bảo khả năng tin cậy và hiệu quả, tác giả đã thực hiện các kiểm định bao gồm kiểm định tính thích hợp EFA, kiểm định tương quan của các biến quan sát trong thước đo đại diện, kiểm định tương quan từng phần của các hệ số hồi quy, kiểm định mức độ phù hợp của mô hình và hiện tượng phương sai phần dư thay đổi.

## 5. Kết quả và thảo luận

### *5.1 Kiểm định chất lượng thang đo*

Với kết quả kiểm định chất lượng thang đo ở Bảng 2 dưới đây ta thấy, hệ số Cron-bach's Alpha của tổng thể đều > 0.6. Như vậy, hệ thống thang đo được xây dựng gồm 6 thang đo đảm bảo chất lượng tốt với 30 biến quan sát đặc trưng.

**Bảng 2. Bảng tổng hợp kết quả chỉ số thang đo Cro-bach's Alpha**

| STT | Nhóm biến | Ký hiệu | Số biến quan sát | Cron-bach's Alpha |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Áp lực cưỡng ép | ALCE | 5 | 0.959 |
| 2 | Phong cách lãnh đạo | PCLĐ | 5 | 0.792 |
| 3 | Định hướng chiến lược | ĐHCL | 5 | 0.760 |
| 4 | Cạnh tranh | CT | 5 | 0.840 |
| 5 | Làm việc nhóm | LVN | 5 | 0.724 |
| 6 | Năng lực kế toán viên | NLKT | 5 | 0.804 |
| 7 | Kế toán quản trị chi phí theo phương pháp Kaizen costing tại các DN Nhật Bản trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh | KAIZEN | 3 | 0.880 |

*(Nguồn: Tác giả tổng hợp dữ liệu được phân tích bởi phần mềm SPSS 22.0)*

### *5.2 Phân tích nhân tố khám phá*

Phân tích nhân tố khám phá EFA biến phụ thuộc: Ở Bảng 3 - Kết quả kiểm định Bartlett's cho thấy, giữa các biến trong tổng thể có mối tương quan với nhau (sig = 0.000 < 0.05). Đồng thời, hệ số KMO = 0.740 > 0.5, chứng tỏ phân tích nhân tố để nhóm các biến lại với nhau là thích hợp và dữ liệu phù hợp cho việc phân tích. Kết quả ở Bảng 4 cho thấy, với phương pháp rút trích Principal components và phép quay Varimax, tổng phương sai trích = 80.670% > 50% cho thấy mô hình EFA là phù hợp. Như vậy, 1 nhân tố được trích cô đọng được 80.670% > 50% biến thiên các biến quan sát, đạt yêu cầu.

**Bảng 3. Bảng kết quả chỉ số KMO và kiểm định Bartlett's biến phụ thuộc**

| KMO and Bartlett's Test | | |
|---|---|---|
| Hệ số Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) | | 0.740 |
| Mô hình kiểm định của Bartlett's | Giá trị Chi-Square | 489.015 |
| | Bậc tự do | 3 |
| | Giá trị P-Value (Sig.) | 0.000 |

*(Nguồn: Dữ liệu được phân tích bởi phần mềm SPSS 22.0)*

**Bảng 4. Bảng kết quả chỉ số Phương sai trích biến phụ thuộc**

| Nhân tố | Giá trị Eigenvalues | | | Chỉ số sau khi trích | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Tổng | Phương sai trích % | Tích lũy phương sai trích % | Tổng | Phương sai trích % | Tích lũy phương sai trích % |
| 1 | 2.420 | 80.670 | 80.670 | 2.420 | 80.670 | 80.670 |

*(Nguồn: Dữ liệu được phân tích bởi phần mềm SPSS 22.0)*

Đối với nhân tố khám phá EFA biến độc lập: Tại Bảng 5, ta có KMO = 0.753, thỏa mãn điều kiện 0.5 ≤ KMO ≤ 1, nên phân tích nhân tố được chấp nhận với dữ liệu nghiên cứu. Sig Barlett's Test= 0.000 < 0.05, cho thấy kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê, chứng tỏ các biến quan sát có tự tương quan với nhau trong nhân tố. Ở Bảng 6, sau khi chạy Fixed number of factors ta thấy phương sai trích là 70.865% > 50% đạt yêu cầu. Với phương pháp rút trích Principal components và phép quay Vari-max, có 6 yếu tố được rút trích ra từ 30 biến quan sát. Điều này cũng có nghĩa, 6 yếu tố rút trích ra thể hiện khả năng giải thích được 70.865% sự thay đổi của biến phụ thuộc trong tổng thể.

**Bảng 5. Bảng kết quả chỉ số KMO và kiểm định Bartlett's**

| KMO and Bartlett's Test | | |
|---|---|---|
| Hệ số Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) | | 0.753 |
| Mô hình kiểm định của Bartlett's | Giá trị Chi-Square | 5,450.189 |
| | Bậc tự do | 435 |
| | Giá trị P-Value (Sig.) | 0.000 |

*(Nguồn: Dữ liệu được phân tích bởi phần mềm SPSS 22.0)*

**Bảng 6. Bảng kết quả chỉ số Phương sai trích biến độc lập**

| Nhân tố | Giá trị Eigenvalues | | | Chỉ số sau khi trích | | | Chỉ số sau khi xoay | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Tổng | Phương sai trích % | Tích lũy phương sai trích % | Tổng | Phương sai trích % | Tích lũy phương sai trích % | Tổng | Phương sai trích % | Tích lũy phương sai trích % |
| 1 | 5.437 | 18.122 | 18.122 | 5.437 | 18.122 | 18.122 | 4.647 | 15.489 | 15.489 |
| 2 | 4.728 | 15.760 | 33.882 | 4.728 | 15.760 | 33.882 | 3.240 | 10.801 | 26.289 |
| 3 | 2.772 | 9.240 | 43.123 | 2.772 | 9.240 | 43.123 | 2.867 | 9.558 | 35.847 |
| 4 | 2.100 | 7.001 | 58.013 | 2.100 | 7.001 | 58.013 | 2.493 | 8.310 | 52.860 |
| 5 | 1.299 | 4.329 | 67.261 | 1.299 | 4.329 | 67.261 | 2.015 | 6.716 | 66.537 |
| 6 | 1.081 | 3.604 | 70.865 | 1.081 | 3.604 | 70.865 | 1.299 | 4.329 | 70.865 |

*(Nguồn: Dữ liệu được phân tích bởi phần mềm SPSS 22.0)*

***5.3 Kiểm định mô hình hồi quy tuyến tính đa biến***

Nghiên cứu thực hiện chạy hồi quy tuyến tính đa biến với phương pháp Enter, ta có: Trong bảng 7 khi xét tα/2 và tstat của các biến để đo độ tin cậy, thì các biến độc lập ALCE, PCLĐ, ĐHCL, CT, LVN, NLKT đều có các hệ số hồi quy lớn hơn 0. Như vậy tất cả các biến độc lập đưa vào phân tích hồi quy đều tác động cùng chiều tới biến phụ thuộc do dấu dương và các giá trị Sig. thể hiện độ tin cậy khá cao, đều < 0.05. Dựa vào độ lớn của hệ số hồi quy chuẩn hóa Beta, thứ tự mức độ tác động từ mạnh nhất tới yếu nhất của các biến độc lập tới biến phụ thuộc KAIZEN là: LVN (0.437) > CT (0.380) > PCLĐ (0.175) > NLKT (0.105) > ĐHCL (0.058) >

ALCE (0.011). Ngoài ra, hệ số Tolerance đều > 0.5 và hệ số VIF của các hệ số Beta đều < 2 cho thấy không có hiện tượng đa cộng tuyến xảy ra.

**Bảng 7. Bảng kết quả thông số trong mô hình hồi quy bằng phương pháp Enter**

| Mô hình | Hệ số chưa chuẩn hóa | | Hệ số chuẩn hóa | t | Sig. | Thống kê đa cộng tuyến | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | B | Sai số chuẩn | Beta | | | Hệ số Tolerance | Hệ số VIF |
| (Constant) | 0.085 | 0.229 | | 0.369 | 0.712 | | |
| ALCE | 0.011 | 0.037 | 0.011 | 0.016 | 0.000 | 0.852 | 1.174 |
| PCLĐ | 0.142 | 0.035 | 0.175 | 4.082 | 0.000 | 0.762 | 1.313 |
| ĐHCL | 0.048 | 0.033 | 0.058 | 1.442 | 0.000 | 0.866 | 1.155 |
| CT | 0.309 | 0.032 | 0.380 | 9.532 | 0.000 | 0.883 | 1.132 |
| LVN | 0.415 | 0.042 | 0.437 | 9.976 | 0.000 | 0.733 | 1.364 |
| NLKT | 0.100 | 0.034 | 0.105 | 2.972 | 0.003 | 0.933 | 1.072 |

*(Nguồn: Dữ liệu được phân tích bởi phần mềm SPSS 22.0)*

### *5.4 Đánh giá mức độ phù hợp của mô hình hồi quy tuyến tính đa biến*

Bảng 8 cho thấy, giá trị hệ số tương quan là 0.761 > 0.5. Do vậy, đây là mô hình thích hợp để sử dụng đánh giá mối quan hệ giữa biến phụ thuộc và các biến độc lập. Ngoài ra, hệ số xác định của mô hình hồi quy R2 hiệu chỉnh = 0.570 = 57.0%. Các biến độc lập giải thích được 57.0% sự thay đổi của biến phụ thuộc, còn lại 43.0% là sự thay đổi của các biến còn lại hoặc là sai số ngẫu nhiên. Hệ số Durbin-Watson = 1.803, nằm trong khoảng từ 1 - 3 nên không có hiện tượng tự tương quan chuỗi bậc nhất xảy ra.

**Bảng 8. Bảng kết quả thông số mức độ phù hợp của mô hình**

| Mô hình | Hệ số R | Hệ số $R^2$ | Hệ số $R^2$ hiệu chỉnh | Sai số chuẩn của ước lượng | Hệ số Durbin-Watson |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 0.761a | 0.578 | 0.570 | 0.37785 | 1.803 |

*(Nguồn: Dữ liệu được phân tích bởi phần mềm SPSS 22.0)*

**KAIZEN = 0.437LVN + 0.380CT + 0.175PCLĐ + 0.105NLKT + 0.058ĐHCL + 0.011ALCE**

### *5.5 Phương trình hồi quy*

Như vậy, với 6 giả thiết ban đầu tác giả nêu ra thì sau khi phân tích và chọn lọc thông qua phần mềm SPSS 22.0 thì đều được chấp nhận.

## 6. Kết luận và hàm ý quản trị

### *6.1 Kết luận*

Với kết quả được nghiên cứu và phân tích tại Mục 5 thì các nhân tố tác động đến KTQTCP theo phương pháp Kaizen costing tại các DN Nhật Bản trên địa bàn TP. HCM cho ta thấy, có 06 nhân tố đều tác động cùng chiều đến vấn đề được nghiên cứu và các hệ số Sig của các biến đều < 0.05, vì vậy các giả thuyết được xây dựng ban đầu của nghiên cứu đều được chấp nhận. Trong số các nhân tố trên: Nhân tố Làm việc nhóm, có hệ số beta chuẩn hóa cao nhất là 0.437 và có tác động mạnh nhất đến KTQTCP theo phương pháp Kaizen costing tại các DN Nhật Bản trên địa bàn TP. HCM; Các nhân tố tiếp theo với tác động có tác động giảm dần lần lượt là Cạnh tranh (0.380); Phong cách lãnh đạo (0.175); Năng lực kế toán viên (0.058) và tác động yếu nhất là Áp lực cưỡng ép (0.011).

### *6.2 Hàm ý quản trị*

Dựa trên các kết quả nghiên cứu và phân tích ở trên, tác giả đưa ra một số giải pháp để nâng cao KTQTCP theo phương pháp Kaizen costing tại các DN Nhật Bản trên địa bàn TP. HCM.

*Đối với nhân tố Làm việc nhóm*

Các DN cần xây dựng môi trường hỗ trợ: Tạo ra môi trường làm việc tích cực và thân thiện, khuyến khích sự hợp tác và tinh thần đồng đội; Phân công rõ ràng: Đảm bảo rõ ràng về vai trò và trách nhiệm của từng thành viên trong nhóm, đồng thời khuyến khích sự chia sẻ và hỗ trợ lẫn nhau; Đào tạo kỹ năng giao tiếp và phối hợp: Cung cấp các buổi đào tạo để cải thiện kỹ năng giao tiếp, xử lý xung đột và làm việc nhóm hiệu quả; Tạo cơ hội giao lưu và xây dựng quan hệ: Tổ chức các sự kiện, hoạt động ngoại khóa để tạo cơ hội cho nhân viên giao lưu, tạo quan hệ và tăng cường tinh thần đồng nghiệp; Thúc đẩy sự công bằng và công nhận: Tạo cơ hội cho nhân viên được công nhận và đánh giá công bằng, từ đó tăng khích lệ sự cống hiến và cam kết với công việc.

*Đối với nhân tố Cạnh tranh*

Để cải thiện hiệu quả kinh doanh và đối phó với áp lực cạnh tranh, các DN Nhật Bản đầu tư tại TP. Hồ Chí Minh nên tập trung vào các điểm sau: Nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ của mình để đáp ứng nhu cầu của khách hàng, tìm kiếm cơ hội để giảm chi phí sản xuất và tăng năng suất lao động, đầu tư vào công nghệ và nghiên cứu phát triển để tạo ra sản phẩm mới và cải tiến sản phẩm hiện có, tăng cường quản lý chất lượng và quản lý rủi ro để giảm thiểu lỗi sản xuất và mất mát, nâng cao năng lực cạnh tranh bằng cách tham gia các chương trình đào tạo và hợp tác với các đối tác địa phương, tìm kiếm thị trường mới và mở rộng kinh doanh để giảm thiểu sự phụ thuộc vào thị trường hiện tại và tạo ra một môi trường làm việc tích cực và khuyến khích sự sáng tạo và đóng góp của nhân viên.

*Đối với nhân tố Phong cách lãnh đạo*

Các DN cần Giám đốc công ty và cán bộ lãnh đạo các phòng, ban, của đơn vị cần bỏ thói quen ra quyết định đều dựa trên kinh nghiệm mà nên chuyển sang việc sử dụng thông tin hữu ích của Kế toán quản trị chi phí theo hướng cải tiến liên tục "Kaizen costing" thay thế cho phong cách truyền thống nhằm phục vụ ra quyết định, như vậy mới khoa học và kết quả đạt được như mong muốn và hiệu quả đạt được cao hơn. Căn cứ vào từng chức năng quản trị cụ thể, mà nhà quản lý các cấp xác định rõ nhu cầu thông tin Kế toán quản trị chi phí để phục vụ ra quyết định.

*Đối với nhân tố Năng lực kế toán viên*

Các DN cần tạo điều kiện thuận lợi cho nhân viên trực thuộc bộ phận kế toán tham gia sinh hoạt, học tập bồi dưỡng thường xuyên và liên tục ở các hội nghề nghiệp. DN chủ động mời các tổ chức tư vấn giải pháp và tài chính, kế toán tại các tập đoàn Nhật bản lớn để họ tư vấn mô hình Kế toán quản trị chi phí được áp dụng thành công ở Tập đoàn của họ, nhằm áp dụng cho DN Nhật Bản thích nghi trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh. Đồng thời, người kế toán viên cũng cần nhận thức rõ được sự sống còn của thông tin Kế toán quản trị cung cấp sẽ có ý nghĩa cực kỳ quan trọng đối với DN.

*Đối với nhân tố Định hướng chiến lược*

Các DN Nhật Bản khi tham gia vào thị trường Việt Nam dù ít dù nhiều, mới hay đã có nhiều kinh nghiệm cũng cần thiết hoạch định được chiến lược ngắn hạn, trung hạn và dài hạn 1 cách đúng đắn, bởi hiện tại mặc dù thị trường Việt Nam đã khá cởi mở cho các DN có vốn đầu tư nước ngoài tuy nhiên còn khá hạn chế nhằm tạo điều kiện cho các DN trong nước phát triển.

*Đối với nhân tố Áp lực cưỡng ép*

Để đối phó với áp lực cưỡng ép từ chính phủ và quy định nước sở tại, các DN Nhật Bản đầu tư tại TP. Hồ Chí Minh nên tập trung vào các điểm sau: Nghiên cứu và hiểu rõ các quy định và chính sách của chính phủ và các cơ quan quản lý về kinh doanh, thực hiện nghiêm túc các quy

định và chính của chính phủ và các cơ quan quản lý để tránh các rủi ro pháp lý, tìm cách hợp tác với các cơ quan chính phủ và quản lý để đạt được sự ủng hộ và giảm thiểu áp lực, tìm kiếm các cơ hội để đóng góp ý kiến và tham gia vào việc đưa ra các quy định và chính sách mới, nâng cao chất lượng và độ tin cậy của sản phẩm và dịch vụ để giảm thiểu rủi ro và cải thiện uy tín của DN, thực hiện chiến lược quản lý rủi ro hiệu quả để giảm thiểu tác động của các thay đổi quy định và chính sách và tìm kiếm cơ hội để tham gia vào các liên minh và hiệp hội kinh doanh để tăng cường sức mạnh đàm phán với chính phủ và các cơ quan quản lý.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Bộ tài chính, Thông tư 200/2014/TT-BTC ngày 22 tháng 12 năm 2014 về việc Hướng dẫn áp dụng kế toán doanh nghiệp.
2. Cục Đầu Tư Nước Ngoài – Bộ Kế Hoạch Và Đầu Tư. Hơn 7,4 tỷ USD vốn FDI từ Nhật Bản "rót" vào TP.HCM trong 20 năm qua. Tại: https://fia.mpi.gov.vn/Detail/CatID/95f75c5b-b0bf-40a3-b486-2cc4e2d5cc01/NewsID/ed158a60-4fe6-4b25-890c-7aca9037f323/MenuID/50557cad-3121-46e2-8449-37bfb0a04483.
3. Hạ, N. T. (2014). Vận dụng phương pháp chi phí Kaizen để tổ chức hệ thống kế toán chi phí cho Công ty TNHH Sung Woo Vina.
4. Hằng, N. T. T. (2022). Vận dụng phương pháp chi phí Kaizen để hoàn thiện việc kiểm soát chi phí sản xuất tại công ty TNHH Pridevn Packaging.
5. Hằng, T. T. C. (2016). Vận dụng phương pháp chi phí Kaizen để hoàn thiện việc kiểm soát chi phí tại công ty TNHH TMDV nông lâm thủy sản Tân đại Phát.
6. Loan, N. T. Đ. (2017). Vận dụng lý thuyết khi tổ chức mô hình kế toán quản trị chi phí trong các doanh nghiệp khai thác, chế biến kinh doanh đá xây dựng ở Việt Nam.
7. Trang, T. V. T. (2015). Hoàn thiện ứng dụng Kaizen Costing của công ty TNHH Pungkook Sài Gòn II tại quy trình sản xuất Ba lô Laptop Proper Roady Backpack.
8. Covaleski, M. A., Dirsmith, M. W., & Samuel, S. (1996). Managerial Accounting Research: The Contributions of Organizational and Sociological Theories. Journal of management accounting research, 8.
9. HairJ.F, Anderson, R.E., Tatham, R.L., and Black, W.C. (2006). Multivariatedata analysis. Prentice-Hall, International, Inc.
10. Hailu, H., Kedir, A., Bassa, G., & Jilcha, K. (2017). Critical success factors model developing for sustainable Kaizen implementation in manufactur-ing industry in Ethiopia. Management Science Letters, 7(12), 585-600.
11. Imai, M. (1986). Kaizen (Vol. 201). New York: Random House Business Division.
12. Japan, F. S. A. (2007). Financial Services Agency. Guidelines for PersonalInformation Protection in the Financial.
13. Jayeola, O. L. A. B. I. S. I., Sokefun, A. O., & Oginni, B. O. (2012). Kaizen cost management technique and profitability of small and medium scale enterprises (SMEs) in Ogun State, Nigeria. survival, 3(5).
14. Jensen, M.C. and W.H. Meckling. (1976). Theory of the Firm: ManagerialBehaviour, Agency Costs and Ownership Structure, Journal of Financial Economics3 (4), 305-360.
15. Jibrin, A. A., & Maccarthy, M. I. T. (2022). KAIZEN COSTING AND FINANCIAL PERFORMANCE OF LISTED FOOD PRODUCT MANUFACTURING COMPANIES IN NIGERIA. BW Academic Journal, 17-17.
16. Kamau, S. M. (2012). Factors influencing implementation of quality standards (kaizen) in flower industry: a case of Kariki ltd in Kiambu county (Doctoral dissertation, The University of Nairobi).

17. Kolev, R. (2023). Industry 4.0 And Kaizen Costing 4.0-Opportunities For Development Of Cost Management Systems Towards Circular Economy. Народностопански архив, (2), 62-74.
18. Tariku, M. T., & Adem, A. A. (2020). An Integrative review on factors affecting kaizen implementation in private and government owned organizations in ethiopia-gaps on existing literatures and insights for future researchers. Ictact Journal on Management Studies, 6(04).
19. Teian, K. (1992). Guiding continuous improvement through employee suggestions.
20. Yokozawa, K., & Steenhuis, H. J. (2013). The influence of national level factors on international kaizen transfer: An exploratory study in The Netherlands. Journal of manufacturing technology management, 24 (7), 1051-1075.

# CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CÔNG TÁC KẾ TOÁN QUẢN TRỊ TẠI CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOÀI CÔNG LẬP TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

**Trương Quang Hiếu***
Khoa Tài chính - Thương mại, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: tq.hieu@hutech.edu.vn.

## TÓM TẮT

Mục tiêu nghiên cứu là xác định và đo lường mức độ ảnh hưởng của các nhân tố ảnh hưởng đến công tác kế toán quản trị tại các trường Đại học ngoài công lập trên địa bàn TP.HCM. Để thực hiện nghiên cứu, tác giả đã sử dụng kết hợp phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng nhằm xác định mô hình nghiên cứu và kiểm định mô hình. Kết quả nghiên cứu đã khẳng định có các nhân tố gồm: Trình độ cán bộ công nhân viên của đơn vị; Nhận thức của nhà quản trị; Phương pháp, kỹ thuật thực hiện; Nhu cầu thông tin KTQT từ nhà quản lý; Đặc điểm ngành và Sự cạnh tranh của thị trường có ý nghĩa thống kê và có tác động cùng chiều đến công tác kế toán quản trị tại các trường Đại học ngoài công lập trên địa bàn TP.HCM.
*Từ khóa:* Các nhân tố ảnh hưởng; Đại học ngoài công lập; địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh; Kế toán quản trị.

## 1. Đặt vấn đề

Với xu thế toàn cầu hoá nền kinh tế quốc tế, cùng với việc gia nhập (WTO) đã mở ra cho Việt Nam nhiều cơ hội nhưng cũng nhiều thách thức trong việc phát triển nền kinh tế đất nước. Để đưa đất nước tiến lên kịp xu hướng phát triển của thế giới, đòi hỏi Nhà nước phải có chính sách phát triển toàn diện các thành phần kinh tế, trong đó phải kể đến các đơn vị sự nghiệp có thu, khối đang dần đóng góp phần quan trọng vào sự phát triển của nền kinh tế đất nước. Do đó cần có cơ chế chính sách tạo hợp lý vừa hành lang pháp lý vừa tạo điều kiện cho các đơn vị này phát huy hết khả năng và thế mạnh vốn có của mình vào sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá của đất nước, từ đó góp phần giúp nhân dân nâng cao chất lượng cuộc sống.

Theo đó, đầu tư cho giáo dục là đầu tư quan trọng có hiệu quả và tác động nhiều mặt và dài hạn. Để nâng cao chất lượng giáo dục và đào tạo nói chung và đào tạo Đại học nói riêng, việc đảm bảo nguồn tài chính và xác lập cơ chế quản lý tài chính cho các trường Đại học có vai trò cực kỳ quan trọng. Kinh nghiệm cải cách giáo dục Đại học của các nước có nền giáo dục Đại học phát triển là Chính phủ tăng quyền tự chủ tài chính cho các trường Đại học. Cơ chế quản lý tài chính của nhà nước đã có nhiều đổi mới. Xác định được vai trò và tầm quan trọng trong chiến lược phát triển, các trường cần chủ động nâng cao tổ chức công tác kế toán quản trị tại đơn vị mình. Là một công cụ quan trọng trong hệ thống công cụ quản lý của nhà trường, nên hệ thống kế toán quản trị cần phải được đổi mới một cách toàn diện nhằm giúp đáp ứng yêu cầu thông tin kịp thời, chính xác, đáng tin cậy, hữu ích hỗ trợ cho các quyết định của nhà quản lý, là thông tin không thể thiếu được giúp phát triển đơn vị giáo dục về mọi mặt.

Mặt khác, giáo dục đào tạo là một trong những ngành được Nhà nước quan tâm hỗ trợ nhằm phát triển nguồn nhân lực cho đất nước. Trong những năm gần đây, nhiều tổ chức giáo dục quốc tế liên kết đào tạo tại Việt Nam cùng sự ra đời của nhiều trường Đại học khiến cho các trường Cao đẳng, trung cấp chuyên nghiệp, dạy nghề gặp rất nhiều khó khăn trong vấn đề tuyển sinh. Vì thế, bối cảnh hoạt động hiện tại, các trường Đại học nói chung và trường Đại học tự chủ tài chính trên địa bàn TP.HCM nói riêng phải tìm cho mình một hướng đi thực sự

hợp lý. Để tồn tại và phát triển bền vững đòi hỏi các trường phải tổ chức hệ thống kế toán quản trị một cách khoa học, phù hợp với cơ chế đổi mới, quy mô hoạt động của trường. Tuy nhiên, thực tế hiện nay, các Trường Đại học trên địa bàn TP.HCM đặc biệt là các trường Đại học tự chủ tài chính vẫn chưa thực sự quan tâm, nhận thức đầy đủ tầm quan trọng, vai trò và lợi ích của việc vận dụng kế toán quản trị. Các Trường Đại học đang rất lúng túng trong việc xây dựng mô hình thu thập, xử lý, phân tích và cung cấp thông tin linh hoạt hiệu quả. Điều đó đã làm ảnh hưởng đáng kể đến chất lượng của các quyết định quản trị, làm cho khả năng cạnh tranh của Trường Đại học bị hạn chế khi tham gia vào thị trường quốc tế.

Việc tổ chức công tác kế toán quản trị tại các tại các trường Đại học ngoài công lập mặc dù đang từng bước hoàn thiện nhưng vẫn còn nhiều bất cập, còn rất bị động khi chuyển sang cơ chế tự chủ tài chính mới. Trên thế giới hiện nay có nhiều nghiên cứu liên quan đến các nhân tố tác động, ảnh hưởng đến công tác kế toán quản trị trong lĩnh vực giáo dục, nhưng ở Việt Nam hiện nay đa số là nghiên cứu về doanh Nghiệp, chưa có nhiều nghiên cứu về công tác kế toán quản trị tại các trường học nói chung và các trường đại học ngoài công lập theo cơ chế tự chủ tài chính nói riêng.

Nhận thức được tầm quan trọng của công tác kế toán quản trị trong điều kiện đổi mới thực hiện cơ chế tự chủ. Do vậy việc hoàn thiện tổ chức công tác kế toán quản trị xuất phát từ yêu cầu của sự cần thiết đó, tôi đã chọn đề tài: "***Các nhân tố ảnh hưởng đến vận dụng kế toán quản trị tại các Trường Đại học ngoài công lập trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh***" làm đề tài nghiên cứu cho mình.

## 2. Cơ sở lý thuyết

### *2.1 Khái niệm kế toán quản trị*

Theo Luật Kế toán Việt Nam (2015), KTQT được định nghĩa là "Việc thu thập, xử lý, phân tích và cung cấp thông tin kinh tế, tài chính theo yêu cầu quản trị và quyết định kinh tế, tài chính trong nội bộ đơn vị kế toán. (Luật kế toán, 2015 - Khoản 10, Điều 3).

Theo định nghĩa của Viện kế toán viên quản trị Hoa Kỳ (Institution of Management Accountants, IMA) kế toán quản trị là "Quá trình nhận diện, đo lường, phân tích, diễn giải và truyền đạt thông tin trong quá trình thực hiện các mục đích của tổ chức. KTQT là một bộ phận thống nhất trong quá trình quản lý và nhân viên KTQT là những đối tác chiến lược quan trọng trong đội ngũ quản lý của tổ chức".

Theo Liên đoàn kế toán quốc tế (IFAC) công bố trong tài liệu tổng kết các khái niệm kế toán quản trị trên thế giới năm 1998: Kế toán quản trị được xem như là một quy trình định dạng, kiểm soát, đo lường, tổng hợp, phân tích, trình bày, giải thích và truyền đạt thông tin tài chính, thông tin phi tài chính liên quan đến hoạt động của doanh nghiệp cho những nhà quản trị thực hiện hoạch định, đánh giá, kiểm soát, điều hành hoạt động tổ chức nhằm đảm bảo sử dụng có trách nhiệm, hiệu quả nguồn lực kinh tế của doanh nghiệp.

Các định nghĩa trên, cũng như nhiều các định nghĩa khác cho thấy KTQT phát triển mạnh mẽ theo thời gian. Dần thu hẹp các định nghĩa truyền thống thay thế bằng các định nghĩa nhấn mạnh vào việc quản trị doanh nghiệp ở mức cao hơn, thể hiện rằng KTQT là một công cụ không thể thiếu trong quản trị, là một trong những công cụ thực tế được ứng dụng rộng rãi trong quản lý doanh nghiệp của các nhà lãnh đạo doanh nghiệp. Như vậy kế toán quản trị là việc thu thập xử lý và cung cấp thông tin cho những người sử dụng để ra các quyết định kinh tế.

### *2.2 Vai trò kế toán quản trị*

Vai trò của kế toán quản trị là một hệ thống tin hỗ trợ các nhà quản lý trong việc thực hiện các chức năng của mình. Là một hệ thống mà trong đó thông tin được thu thập, hỗ trợ cho việc lập các kế hoạch, ra quyết định kiểm soát và phân tích. Trong nền kinh tế thị trường,

KTQT đóng một vai trò quan trọng trong công tác quản lý của doanh nghiệp, theo IFAC thì KTQT thể hiện như một phần không thể tách rời của quy trình quản trị với vai trò cung cấp thông tin cần thiết để kiểm soát những hoạt động hiện tại của DN, hoạch định chiến lược, chiến thuật và hoạt động tương lai của DN; tối ưu hóa việc sử dụng các nguồn lực; đo lường và đánh giá hoạt động của DN; giảm thiểu tính chủ quan trong quá trình ra quyết định và cải thiện hoạt động giao tiếp trong và ngoài DN (IFAC, 1998,99). Ngoài ra, có rất nhiều nhà nghiên cứu cũng bàn về vai trò, chức năng của KTQT. Theo Ray H. Garrison và cộng sự (2012) thì KTQT đóng một vai trò chiến lược quan trọng bằng cách góp phần hình thành và triển khai thực hiện chiến lược của doanh nghiệp và giúp cho các nhà quản trị cải thiện được lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp.

Tương tự như vậy theo tác giả Trần Anh Hoa (2003) thì "kế toán quản trị là kế toán theo chức năng quản lý, vì thế vai trò của nó là cung cấp thông tin hữu ích liên quan đến việc lập kế hoạch; tổ chức, điều hành hoạt động; kiểm tra và ra quyết định". Theo đó kế toán quản trị cũng bao gồm các vai trò: Cung cấp thông tin cho quá trình lập kế hoạch; Cung cấp thông tin cho quá trình tổ chức điều hành hoạt động; Cung cấp thông tin cho quá trình kiểm soát và cung cấp thông tin cho quá trình ra quyết định.

### *2.3 Chức năng kế toán quản trị*

Chức năng lập kế hoạch: Là chức năng không thể thiếu của nhà quản trị giúp định hướng, cụ thể hóa cho các mục tiêu ngắn hạn cũng như chiến lược trong dài hạn. Việc lập kế hoạch là xuyên suốt quá trình hoạt động của một đơn vị, một tổ chức, doanh nghiệp được thể hiện qua các dự toán. Việc này, song hành với chiến lược phát triển của công ty. Thông thường hàng năm, các doanh nghiệp lập kế hoạch hoạt động cho năm tài chính mới dựa trên chiến lược đã hoạch định, đồng thời lập kế hoạch điều chỉnh cho các quyết định trước đó để phù hợp tình hình thực tiễn. Do đó, kế hoạch có thể được hiểu là bước để định hướng, kiểm tra, đánh giá tình hình hoạt động kinh doanh của các bộ phận, kết quả hoạt động kinh doanh của đơn vị.

Chức năng tổ chức điều hành: Là quá trình thực hiện các công việc tổ chức phân công các nguồn lực nhân sự, tài sản, nguồn vốn, …Phân chia trách nhiệm quyền hạn cũng như khen thưởng, phê bình các phòng ban, cá nhân phụ trách các công việc để đạt được mục tiêu doanh nghiệp đề ra.

Chức năng kiểm tra: Chức năng này được thực hiện xuyên suốt quá trình thực hiện kế hoạch, thông qua hệ thống kiểm soát nội bộ dưới dạng các quy trình nội bộ của doanh nghiệp như: kiểm tra việc thanh toán, nhập xuất kho, hay việc thực hiện các điều khoản, nội dung hợp đồng kinh tế. Để từ đó có các bước ngăn chặn, điều chỉnh, khắc phục kịp thời.

Chức năng ra quyết định: Đây là chức năng quan trọng xuyên suốt quá trình hoạt động doanh nghiệp, là sự kết hợp ba chức năng lập kế hoạch, tổ chức điều hành, kiểm tra. Chức năng này ảnh hưởng đến việc biến kế hoạch thành hiện thực, điều chỉnh kế hoạch trở nên phù hợp thực tiễn hơn, giúp đạt được mục tiêu đề ra.

### *2.4 Lý thuyết nền liên quan đến vận dụng kế toán quản trị*

#### *2.4.1 Lý thuyết hành vi dự định (Theory of Planned Behavior)*

Lý thuyết hành vi dự định (Ajzen, 1991), được phát triển từ lý thuyết hành động hợp lý (Theory of Reasoned Action) của Ajzen & Fishbein (1975) và là lý thuyết đầu tiên trong lĩnh vực nghiên cứu tâm lý xã hội. Theo lý thuyết hành động hợp lý, hành động thực tế xuất phát từ những dự định hành vi của một cá nhân. Dự định hành vi được xác định bởi thái độ cá nhân đến hành vi và chuẩn chủ quan hướng đến việc thực hiện hành vi này. Trong đó, thái độ cá nhân được đo lường bằng niềm tin và sự đánh giá kết quả của hành vi đó. Trong khi chuẩn chủ quan được Ajen (1991) định nghĩa là nhận thức của người ảnh hưởng sẽ nghĩ rằng cá

nhân đó nên hay không nên thực hiện hành vi.

Từ lý thuyết hành động hợp lý tác giả đã phát triển, cải tiến để cho ra đời lý thuyết hành vi dự định xuất phát từ giới hạn của con người đó là con người có ít sự kiểm soát. Ngoài hai nhân tố ảnh hưởng đến hành vi cá nhân theo lý thuyết hành động hợp lý, nhân tố thứ ba được tác giả đưa ra là nhân tố nhận thức kiểm soát hành vi. Nhân tố này phản ánh cách thức dễ dàng hay khó khăn khi thực hiện hành vi và việc thực hiện hành vi đó có bị kiểm soát hay hạn chế hay không.

*2.4.2 Lý thuyết dự phòng (Contingency theory)*

Lý thuyết dự phòng là lý thuyết cho rằng không có một cách thức hay mô hình nào tốt nhất cho mọi tổ chức, chỉ có những cách thức quản trị hay mô hình tốt cho từng tổ chức. Theo nhận định của Scott (1987) thì trước đây người ta cho rằng tổ chức là một hệ thống đóng, tách biệt với môi trường và chỉ bao gồm những thành phần ổn định, được xác định một cách dễ dàng. Tuy nhiên, theo tác giả tổ chức là một hệ thống mở và không được xác định một cách rõ ràng.

Sự phụ thuộc và không chắc chắn của môi trường: Các nhân tố môi trường luôn thay đổi và sự không chắc chắn này xuất phát từ chỗ con người không có khả năng thông hiểu hoàn toàn và kiểm soát các nhân tố thuộc về môi trường.

## 3. Phương pháp nghiên cứu và mô hình nghiên cứu

### *3.1 Phương pháp nghiên cứu*

Nghiên cứu được tiến hành thông qua nghiên cứu định tính và định lượng:

(1) Nghiên cứu định tính bằng xây dựng phát triển hệ thống khái niệm/thang đo và các biến quan sát và hiệu chỉnh biến quan sát phù hợp với thực tế.

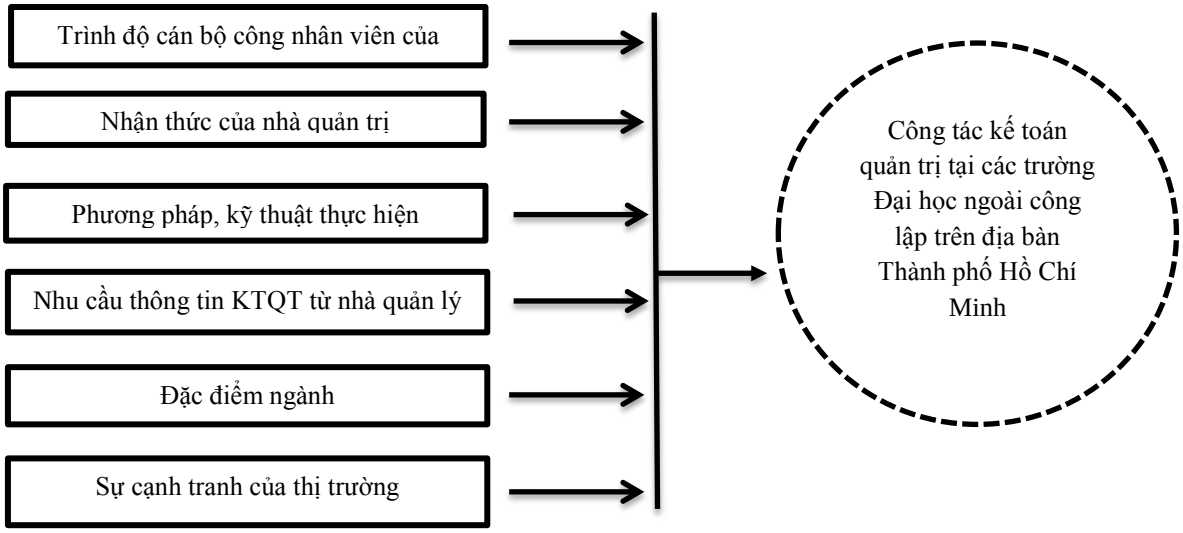
(2) Nghiên cứu định lượng: Sử dụng hệ số tin cậy Cronbach's Alpha để kiểm định mức độ chặt chẽ mà các mục hỏi trong thang đo tương quan với nhau; Phân tích nhân tố khám phá (EFA) được sử dụng để kiểm định các nhân tố ảnh hưởng và nhận diện các yếu tố được cho là phù hợp; đồng thời sử dụng phân tích hồi quy tuyến tính đa biến xác định các nhân tố và mức độ tác động của từng nhân tố ảnh hưởng đến công tác kế toán quản trị tại các Trường Đại học ngoài công lập trên địa bàn TP.HCM. Thông qua lược khảo sát các tài liệu nghiên cứu bên cạnh đó, tác giả nghiên cứu sử dụng phương pháp thảo luận nhóm để xác định có 6 nhân tố với 31 biến quan sát được cho là có tác động đến công tác kế toán quản trị tại các Trường Đại học ngoài công lập trên địa bàn TP.HCM. Tác giả sử dụng thang đo 5 Likert cho toàn bộ bảng hỏi: 1 – Hoàn toàn không đồng ý, 2 – Không đồng ý, 3 – Bình thường, 4 – Đồng ý, 5 – Hoàn toàn đồng ý. Nhóm tác giả đã gửi 300 bảng câu hỏi từ tháng 10/2023 đến tháng 12/2023 cho các trường Đại học ngoài công lập trên địa bàn TP.HCM. Kết quả nhận được 300 phiếu khảo sát, trong đó có 48 phiếu bị loại do không hợp lệ. Do đó, số lượng quan sát còn lại để đưa vào phân tích là 252 phiếu thỏa mãn điều kiện mẫu tối thiểu.

Dựa theo nghiên cứu của Hair và cộng sự (2006) cho rằng để sử dụng phương pháp EFA, kích thước mẫu tối thiểu gấp 5 lần tổng số thang đo (biến quan sát) của các biến độc lập. Nghiên cứu này có 6 biến độc lập và 1 biến phụ thuộc với tổng cộng 35 biến quan sát, vì vậy kích thước mẫu tối thiểu là **5 x 35 = 175**. Theo Tabachnick và Fidell (2007) thì cỡ mẫu tối thiểu để phân tích hồi quy đa biến cần đạt được xác định theo công thức là **n >= 50 + 8k** (k: số biến độc lập). Theo đó, nghiên cứu này có 6 biến độc lập, vì vậy kích thước mẫu tối thiểu là **50 + 8 x 6 = 98**. Nghiên cứu sử dụng cả hai phương pháp EFA và hồi quy tuyến tính nên cỡ mẫu được chọn theo nguyên tắc mẫu càng lớn càng tốt, do vậy cỡ mẫu tối thiểu phải là 175. Vì vậy tác giả chọn điều tra 252 mẫu ( > 175) là phù hợp.

### 3.2. Mô hình nghiên cứu và phương trình hồi quy

#### *3.2.1. Mô hình nghiên cứu*

Căn cứ vào các lý thuyết nền, tổng quan các công trình nghiên cứu trước, nghiên cứu chuyên gia, nhóm tác giả đã xây dựng mô hình nghiên cứu Hình 1.




**Hình 1. Mô hình nghiên cứu** (*Nguồn: Tác giả đề xuất)*

***3.2.2 Phương trình hồi quy***

Tác giả xây dựng một phương trình hồi quy đa biến để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu như sau:

Trên cơ sở lý thuyết đề xuất phương trình hồi quy dự kiến phản ánh mối tương quan giữa các nhân tố tác động đến công tác kế toán quản trị của các trường Đại học ngoài công lập trên địa bàn TP.HCM. Theo phương trình hồi quy sau:

**CTKTQT = β0 + β1TĐCB + β2NTQT + β3PPKT + β4NCTT + β5DDN + β6CTTT + δ**

Trong đó:

**β0, β1, β2, β3, β4, β5, β6**: hệ số hồi quy mô hình

**δ:** sai số

**Biến phụ thuộc CTKTQT**: Công tác kế toán quản trị tại các trường Đại học ngoài công lập trên địa bàn TP.HCM.

Biến độc lập:

**TĐCB**: Trình độ cán bộ công nhân viên của đơn vị;

**NTQT**: Nhận thức của nhà quản trị;

**PPKT**: Phương pháp, kỹ thuật thực hiện;

**NCTT**: Nhu cầu thông tin KTQT từ nhà quản lý;

**DDN**: Đặc điểm ngành;

**CTTT**: Sự cạnh tranh của thị trường.

**4. Kết quả nghiên cứu**

***4.1 Kiểm định chất lượng thang đo (Cronbach's Alpha)***

Qua kết quả kiểm định chất lượng thang đo ở bảng 1 ta thấy hệ số Cronbach's Alpha của tổng thể đều lớn hơn 0.6. Như vậy hệ thống thang đo được xây dựng gồm 7 nhân tố đảm bảo chất lượng tốt với 30 biến quan sát đặc trưng.

**Bảng 1: Kết quả phân tích chất lượng thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha**

| STT | Tên nhân tố | Số biến quan sát ban đầu | Số biến quan sát sau khi kiểm định | Cronbach's Alpha |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Trình độ cán bộ công nhân viên của đơn vị (TĐCB) | 4 | 4 | 0.698 |
| 2 | Nhận thức của nhà quản trị - NTQT | 5 | 5 | 0.833 |
| 3 | Phương pháp, kỹ thuật thực hiện - PPKT | 5 | 5 | 0.836 |
| 4 | Nhu cầu thông tin KTQT từ nhà quản lý - NCTT | 5 | 5 | 0.890 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 5 | Đặc điểm ngành – DDN | 4 | 4 | 0.789 |
| 6 | Sự cạnh tranh của thị trường - CTTT | 4 | 4 | 0.744 |
| 7 | Công tác kế toán quản trị (CTKTQT) | 3 | 3 | 0.814 |

*(Nguồn: Tác giả tổng hợp từ kết quả phân tích SPSS)*

### *4.2 Phân tích nhân tố khám phá*

*4.2.1 Phân tích nhân tố khám phá các biến độc lập*

❖ Kiểm định tính thích hợp EFA:

**Bảng 2. Hệ số KMO và kiểm định Bartlett các thành phần**

| | | |
|---|---|---|
| Hệ số KMO | | 0,815 |
| Mô hình kiểm traBartlett | Giá trị Chi-Square | 2649.706 |
| | Bậc tự do | 351 |
| | Sig (p – value) | 0,000 |

*(Nguồn: Phân tích dữ liệu của tác giả)*

Ta thấy KMO = 0,815 thoả mãn điều kiện 0,5 < KMO < 1, phân tích nhân tố khám phá là thích hợp cho dữ liệu thực tế.

❖ Kiểm định tương quan giữa các biến quan sát:

Qua bảng KMO and Bartlett's Test, ta thấy Sig. < 0,01, các biến quan sát có tương quan tuyến tính với nhân tố đại diện.

❖ Kiểm định mức độ giải thích các biến quan sát đối với các nhân tố:

**Bảng 3. Bảng phương sai trích**

| Nhân tố | Giá trị Eigenvalues | | | Chỉ số sau khi trích | | | Chỉ số sau khi xoay | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Tổng | Phương sai trích % | Tích lũy phương sai Trích % | Tổng | Phương sai trích % | Tích lũy phương sai trích % | Tổng | Phương sai trích % | Tích lũy phương sai trích % |
| 1 | 4.70 | 17.434 | 17.434 | 4.707 | 17.434 | 17.434 | 3.573 | 13.233 | 13.233 |
| 2 | 3.77 | 13.987 | 31.421 | 3.777 | 13.987 | 31.421 | 3.157 | 11.691 | 24.924 |
| 3 | 3.26 | 12.078 | 43.499 | 3.261 | 12.078 | 43.499 | 3.043 | 11.269 | 36.192 |
| 4 | 2.20 | 8.157 | 51.655 | 2.202 | 8.157 | 51.655 | 2.516 | 9.319 | 45.511 |
| 5 | 1.50 | 5.587 | 57.243 | 1.509 | 5.587 | 57.243 | 2.271 | 8.413 | 53.924 |
| 6 | 1.25 | 4.636 | 61.87 | 1.252 | 4.636 | 61.879 | 2.148 | 7.955 | 61.879 |
| 7 | 0.89 | 3.305 | 65.18 | | | | | | |

*(Nguồn: Phân tích dữ liệu của tác giả)*

Từ kết quả bảng số liệu sau khi chạy Fixed number of factors ta thấy phương sai trích là 61.879% > 50% đạt yêu cầu. Với phương pháp rút trích Principal components và phép quay Varimax, có 6 yếu tố được rút trích ra từ các biến quan sát. Điều này cũng có nghĩa 6 yếu tố rút trích ra thể hiện khả năng giải thích được 61.879% sự thay đổi của biến phụ thuộc trong tổng thể.

*4.2.2 Phân tích khám phá EFA cho biến phụ thuộc*

Biến phụ thuộc "Công tác kế toán quản trị tại các trường Đại học ngoài công lập trên địa bàn TP.HCM" với 4 biến quan sát, kết quả phân tích EFA cho thấy tất cả các điều kiện về phân tích nhân tố khám phá đều đáp ứng, hệ số KMO = 0,716 > 0,5 ; Sig. = 0,000 < 0,05; hệ số tải nhân tố > 0,5; giá trị trích Eigenvalue = 2,188 > 1 (yêu cầu lớn hơn 1); và tổng phương sai trích đạt khá cao 72,939% > 50% và đạt yêu cầu.

**Bảng 4. Hệ số KMO và kiểm định Barlett**

| **Kiểm tra KMO and Bartlett's** | | |
|---|---|---|
| Hệ số KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) | | **0,716** |
| Mô hình kiểm tra của Bartlett | Giá trị Chi-Square | 255.229 |
| | Bậc tự do | 3 |
| | Sig (giá trị P – value) | **0,000** |

*(Nguồn: Phân tích dữ liệu của tác giả)*

**Bảng 5. Phương sai trích biến phụ thuộc**

| Nhân tố | Giá trị Eigenvalues | | | Chỉ số sau khi trích | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Tổng | Phương sai trích % | Tích lũy phương sai trích % | Tổng | Phương sai trích % | Tích lũy phương sai trích % |
| 1 | 2.188 | 72.939 | 72.939 | 2.188 | 72.939 | 72.939 |
| 2 | .432 | 14.407 | 87.346 | | | |

*(Nguồn: Phân tích dữ liệu của tác giả)*

***4.3 Phân tích hồi quy bội***

Phát hiện từ bước nghiên cứu trước về các nhân tố ảnh hưởng đến công tác kế toán quản trị tại các trường Đại học ngoài công lập trên địa bàn TP.HCM và kết quả phân tích EFA cho thấy các nhân tố (1) Trình độ cán bộ công nhân viên của đơn vị; (2) Nhận thức của nhà quản trị; (3) Phương pháp, kỹ thuật thực hiện; (4) Nhu cầu thông tin KTQT từ nhà quản lý; (5) Đặc điểm ngành và (6) Sự cạnh tranh của thị trường ảnh hưởng đến công tác kế toán quản trị tại các trường Đại học ngoài công lập trên địa bàn TP.HCM.

Kiểm định sự phù hợp của mô hình:

**Bảng 6. Kiểm tra độ phù hợp của mô hình - Model Summary[b]**

| Mô hình | Hệ số R | Hệ số $R^2$ | Hệ số R2 - hiệu chỉnh | Sai số chuẩn của ước lượng | Durbin- Watson |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | .632[a] | .400 | .385 | .46842 | 1.958 |

*(Nguồn: Phân tích dữ liệu của tác giả)*

Bảng trên cho thấy, giá trị hệ số tương quan là 0,632 > 0,5. Do vậy, đây là mô hình thích hợp để sử dụng đánh giá mối quan hệ giữa biến phụ thuộc và các biến độc lập. Ngoài ra hệ số xác định của mô hình hồi quy $R^2$ hiệu chỉnh là 0,400. Nghĩa là mô hình hồi quy tuyến tính đã xây dựng phù hợp với dữ liệu 40%. Điều này cho biết khoảng 40% sự biến thiên của biến phụ thuộc (CTKTQT**)** là do tác động của 6 biến độc lập, các phần còn lại là do sai sót của các yếu tố khác. Kiểm định Durbin Watson = 1,958 trong khoảng 1< D < 3 nên không có hiện tượng tự tương quan của các phần dư.

Nghiên cứu thực hiện chạy hồi quy tuyến tính đa biến với phương pháp đưa vào một lượt (phương pháp Enter), trong đó:

**Bảng 7. Thống kê trong mô hình hồi quy bằng phương pháp Enter**

| Mô hình | Hệ số chưa chuẩn hóa | | Hệ số chuẩn hóa | t | Sig. | Thống kê đa cộng tuyến | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | B | Sai số chu | Beta | | | Hệ số Tolerance | Hệ số VIF |
| (Constant) | -.369 | .302 | | -1.223 | .223 | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| TĐCB | .175 | .055 | .175 | 3.153 | .002 | .798 | 1.252 |
| NTQT | .182 | .045 | .220 | 4.074 | .000 | .842 | 1.188 |
| PPKT | .106 | .047 | .127 | 2.275 | .024 | .785 | 1.274 |
| NCTT | .207 | .038 | .269 | 5.418 | .000 | .993 | 1.007 |
| DDN | .182 | .046 | .218 | 3.923 | .000 | .792 | 1.263 |
| CTTT | .211 | .051 | .232 | 4.101 | .000 | .765 | 1.307 |

*(Nguồn: Phân tích dữ liệu của tác giả*)

Trong bảng số liệu khi xét $t_{stat}$ và $t_{\alpha/2}$ của các biến để đo độ tin cậy thì các biến độc lập TĐCB, NTQT, PPKT, NCTT, DDN và CTTT đều đạt yêu cầu và các giá trị Sig thể hiện độ tin cậy khá cao, đều < 5%. Ngoài ra, hệ số VIF của các hệ số Beta đều nhỏ hơn 10 cho thấy không có hiện tượng đa cộng tuyến xảy ra.

***Phương trình hồi quy:***

**CTKTQT = 0.269*NCTT + 0.232*CTTT + 0.220*NTQT + 0.218*DDN + 0.175*TĐCB + 0.127*PPKT**

Để so sánh mức độ ảnh hưởng từng nhân tố độc lập đối với CTKTQT tại các trường Đại học ngoài công lập trên địa bàn TP.HCM ta căn cứ vào hệ số Beta chuẩn hóa. Ta thấy, ở phương trình hồi quy, trong 6 nhân tố ảnh hưởng đến CTKTQT tại các trường Đại học ngoài công lập trên địa bàn TP.HCM thì nhân tố Nhu cầu thông tin KTQT từ nhà quản lý ảnh hưởng mạnh nhất với Beta = 0.269; nhân tố Sự cạnh tranh của thị trường mạnh thứ hai với hệ số Beta = 0.232; nhân tố Nhận thức của nhà quản trị mạnh thứ ba với hệ số Beta = 0.220; nhân tố Đặc điểm ngành mạnh thứ tư với hệ số Beta = 0.218; nhân tố Trình độ cán bộ công nhân viên của đơn vị mạnh thứ năm với hệ số Beta = 0.175 và cuối cùng là nhân tố Phương pháp, kỹ thuật thực hiện ảnh hưởng thấp nhất với hệ số Beta = 0.127.

**5. Kết luận và hàm ý quản trị**

Thông qua các kiểm định của mô hình nghiên cứu, có thể khẳng định các nhân tố ảnh hưởng đến công tác kế toán quản trị tại các trường Đại học ngoài công lập trên địa bàn TP.HCM theo thứ tự từ cao đến thấp như sau:

**Bảng 8. Thống kê mức độ tác động của các nhân tố**

| Biến độc lập | Hệ số Beta chuẩn hóa | Thư tự tác động |
|---|---|---|
| Trình độ cán bộ công nhân viên của đơn vị - TĐCB | 0.175 | 5 |
| Nhận thức của nhà quản trị - NTQT | 0.220 | 3 |
| Phương pháp, kỹ thuật thực hiện – PPKT | 0.127 | 6 |
| Nhu cầu thông tin KTQT từ nhà quản lý – NCTT | 0.269 | 1 |
| Đặc điểm ngành - DDN | 0.218 | 4 |
| Sự cạnh tranh của thị trường - CTTT | 0.232 | 2 |

*(Nguồn: Tác giả tổng hợp)*

Xuất phát từ kết quả kiểm định mô hình nghiên cứu ở trên, tác giả đưa ra một số đề xuất mang tính chất hàm ý quản trị nhằm giúp nâng cao công tác kế toán quản trị tại các trường Đại học ngoài công lập trên địa bàn TP.HCM như sau:

**Nhu cầu thông tin KTQT từ nhà quản lý:** Lãnh đạo trường và cán bộ lãnh đạo các phòng, ban, của đơn vị cần bỏ thói quen ra quyết định đều dựa trên kinh nghiệm hay linh cảm mà nên chuyển sang việc sử dụng thông tin hữu ích của KTQT để phục vụ và đưa ra quyết định, như vậy mới khoa học và kết quả đạt được như mong muốn và hiệu quả đạt được cao hơn. Căn cứ vào từng chức năng quản trị cụ thể mà nhà quản lý các cấp xác định rõ nhu cầu thông tin KTQT để phục vụ ra quyết định.

**Sự cạnh tranh của thị trường:** Các Trường đại học cần xây dựng chiến lược và tầm nhìn lâu dài nhằm đáp ứng được việc nâng cao năng lực cạnh tranh của thị trường cho đơn vị. Kết quả nghiên cứu cho thấy, sự cạnh tranh của thị trường về nhu cầu xã hội, nhân lực, chất lượng giảng dạy, về sự đa dạng của sản phẩm dịch vụ, về chất lượng hoạt động giảng dạy đã có tác động thúc đẩy và khuyến khích các Trường ĐH vận dụng nhiều hơn KTQT. Theo đó, lãnh đạo các Trường cần nhận thức được tầm quan trọng của việc nâng cao năng lực cạnh tranh để hoạch định những chiến lược kinh doanh phù hợp trong từng giai đoạn phát triển, đồng thời là cơ sở để xây dựng chiến lược liên kết, hợp tác theo vùng, theo khu vực để nâng cao năng lực cạnh tranh trong môi trường giáo dục toàn cầu luôn biến động và thay đổi hiện nay

**Nhận thức của nhà quản trị:** Ban điều hành và cán bộ lãnh đạo các phòng, ban, của đơn vị cần thấy được vai trò quan trọng của KTQT trong việc cung cấp thông tin phục vụ ra quyết định của nhà quản trị ở các cấp quản lý khác nhau. Theo đó, Nhà quản lý đơn vị đánh giá cao về tính hữu ích của các công cụ kỹ thuật kế toán quản trị; sẵn sàng chấp nhận bỏ chi phí, công sức để đầu tư kế toán quản trị; chủ động trau dồi nâng cao kiến thức về các công cụ kỹ thuật KTQT và cần xác định rõ nhu cầu sử dụng thông tin KTQT phục vụ ra quyết định để có thể tổ chức áp dụng các nội dung, kỹ thuật KTQT phù hợp cho đơn vị

**Đặc điểm ngành:** Với các DN nói chung và các trường Đại học ngoài công lập trên địa bàn TP.HCM thì đặc điểm hoạt động của ngành nghề sẽ có tác động đến việc áp dụng nội dung, kỹ thuật KTQT cho đơn vị. Theo đó, các đơn vị cần căn cứ vào đối tượng sinh viên của mình; nhu cầu cải tiến chất lượng dịch vụ giảng dạy và học tập; cơ sở hạ tầng để xác định rõ nhu cầu thông thông tin KTQT phục vụ cho việc ra quyết định tương ứng với từng công việc quản lý. Ngoài ra, các đơn vị cần có những quy định rõ ràng về chức năng nhiệm vụ của từng bộ phận, phòng ban trong việc phối hợp và chia sẻ thông tin vừa đảm bảo tính liên thông thông tin vừa đảm bảo tính bảo mật thông tin của mỗi bộ phận

**Trình độ cán bộ công nhân viên của đơn vị:** Nhà trường cần tạo điều kiện thuận lợi cho nhân viên bộ phận kế toán tham gia sinh hoạt, học tập bồi dưỡng thường xuyên và liên tục ở các hội nghề nghiệp. Bởi vì để kế toán quản trị phát huy được vai trò của mình là phục vụ cho nhà quản trị doanh nghiệp thì việc bố trí người làm kế toán có trình độ chuyên môn, am hiểu về tổ chức, quy trình hoạt động của doanh nghiệp, có kiến thức nền tảng về quản trị doanh nghiệp, quản trị kinh doanh là điều vô cùng cần thiết.

**Phương pháp, kỹ thuật thực hiện:** Đây là vấn đề quan trọng tác động đến sự thành công của việc vận dụng KTQT cho các DN đặc biệt là các trường Đại học ngoài công lập trên địa bàn TP.HCM. Theo đó, các đơn vị cần: (1) lựa chọn mô hình kế toán quản trị phù hợp; (2) xác định được quy trình thực hiện các phương pháp kế toán quản trị cần thiết cho công ty; (3) phân loại và theo dõi theo từng hạng mục cụ thể rõ ràng: chi phí, doanh thu, lợi nhuận để từ đó đưa ra dự toán hợp lý ; (4) Lựa chọn được tiêu thức phân bổ hợp lý (nếu có); (5) Báo cáo quản trị cần mang tính hệ thống, đáp ứng được yêu cầu cung cấp thông tin cho công tác quản trị từng đơn vị, bộ phận trong đơn vị.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Ái, T. L. M. (2019). Các nhân tố ảnh hưởng đến việc vận dụng kế toán quản trị tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn tỉnh Bình Thuận.
2. Bộ tài chính, Thông tư số 53/2006/TT-BTC ngày 12 tháng 06 về việc Hướng dẫn áp dụng kế toán quản trị trong doanh nghiệp.
3. Chính Phủ, 2004. Nghị định quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Kế toán trong hoạt động kinh doanh, Chính phủ. Số 29/2004/NĐ-CP, Hà Nội.
4. Huyền, P. T. (2019). Các nhân tố ảnh hưởng đến việc vận dụng kế toán quản trị trong các doanh nghiệp thương mại ở Thành phố Hồ Chí Minh.
5. Nhân. B. T. (2015). Các nhân tố ảnh hưởng đến việc vận dụng kế toán quản trị chi phí trong các doanh nghiệp lĩnh vực công nghệ thông tin khu vực TP.HCM. Luận văn thạc sĩ. Đại học Công nghệ TP.HCM.

6. NHỊ, V. V., & TRÂM, N. T. H. (2021). Các nhân tố ảnh hưởng đến áp dụng phương pháp Kế toán quản trị chi phí tại các Doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam. Journal of Science and Technology-IUH, 51(03).
7. Quốc hội, 2015. Luật kế toán, Quốc hội nước CHXHCN Việt Nam, Số 88/2015/QH13, Hà Nội.
8. THẢO, Đ. T. T. (2022). Các nhân tố ảnh hưởng đến vận dụng Kế toán quản trị chiến lược tại Doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Journal of Science and Technology-IUH, 58(4).
9. Trí. Đ. K. (2015). Các nhân tố ảnh hưởng đến việc vận dụng kế toán quản trị cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Thành phố Hồ Chí Minh. Luận văn thạc sĩ Đại học Công nghệ TP.HCM.
10. Thu, T. M. (2019). Các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ vận dụng kế toán quản trị chi phí trong doanh nghiệp-trường hợp doanh nghiệp sản xuất giấy Việt Nam.
11. EMAN, A., & Nassar, M. (2017). The factors affecting the different management accounting practices in small and medium-sized enterprises in Jordan. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 7(12), 970-978.
12. Hoai, M. P. T. T. (2021). Factors affecting managerial accounting of production and business costs in coal mining enterprises in Vietnam. Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT), 12(14), 5687-5697.
13. Msomi, M. P., Ngibe, M., & Nyide, C. J. (2019). Factors influencing the adoption of management accounting practices (MAPs) by manufacturing small and medium enterprises (SMEs) in Durban, KwaZulu-Natal. International Journal of Entrepreneurship.
14. Nair, S. (2017). Factors affecting management accounting practices in Malaysia.
15. Suryana, A., Rifa'i, A. A., & Firmansyah, D. (2023). Factors Affecting the Application of Management Accounting to MSMEs. Asian Journal of Applied Business and Management, 2(1), 47-62.
16. Tuan, P. D., Cuong, N. T., & Anh, D. N. P. The Impact of Management Accounting Practices (MAPs) on Firm Performance: A Literature Review.
17. Tram-Nguyen, T. H., Tuan-Le, A., & Van, N. V. (2021). Factors affecting the implementation of management accounting techniques in medium-sized enterprises of Vietnam. Problems and Perspectives in Management, 19(3), 440.
18. Vu, T. K. A., Dam, B. H., & Ha, T. T. V. (2022). Factors affecting the application of strategy management accounting in Vietnamese logistics enterprises. Journal of Distribution Science, 20(1), 27-39.

# HOÀN THIỆN TỔ CHỨC CÔNG TÁC KẾ TOÁN TẠI BỆNH VIỆN BỆNH NHIỆT ĐỚI

**Nguyễn Thị Ngọc Hiếu***
Viện Đào tạo Sau đại học, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: ntnhieu.bvnd@gmail.com.

**TÓM TẮT**

Mục tiêu của bài báo này là phân tích, đánh giá thực trạng và đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện tổ chức công tác kế toán tại Bệnh viện Bệnh Nhiệt đới. Để thực hiện mục tiêu này, bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính, mà cụ thể là phân tích, thống kê mô tả, tổng hợp dựa trên những dữ liệu sơ cấp và thứ cấp. Nghiên cứu này tập trung vào việc phân tích cơ sở lý luận của việc tổ chức công tác kế toán trong các tổ chức sự nghiệp công lập và đề cập đến thực trạng công tác kế toán của Bệnh viện Bệnh Nhiệt đới. Trên cơ sở đó, tác giả đưa ra một số đề xuất kiến nghị cho việc hoàn thiện tổ chức công tác tại Bệnh viện, tác giả hy vọng thông qua nghiên cứu này sẽ nâng cao cải thiện cách tổ chức công tác kế toán, góp phần tăng cường chất lượng thông tin kế toán để đáp ứng nhu cầu sử dụng thông tin trong bối cảnh thị trường ngày càng phát triển và hội nhập.
*Từ khóa:* Công tác kế toán; Bệnh viện công; hoàn thiện.

## 1. Đặt vấn đề

Các văn bản chính trị của Đảng và Nhà nước gần đây tập trung vào hiệu quả hoạt động của các đơn vị sự nghiệp, đặc biệt là trong việc thay đổi cơ chế hoạt động của các đơn vị công lập. Qua các Nghị định, chính sách đã khuyến khích tự chủ tài chính trong các đơn vị y tế, tạo sự linh hoạt trong việc quản lý tài chính, tăng thu nhập nhân viên và cải thiện dịch vụ. Tuy nhiên, các bệnh viện công lập, như ở TP.HCM, đối mặt với nhiều thách thức, từ việc thu hút bệnh nhân đến việc quản lý tài chính trong môi trường kinh tế thị trường. Vấn đề tài chính, đặc biệt là việc thiếu kinh phí cho trang thiết bị và cơ sở vật chất, đang ảnh hưởng đến hoạt động của các bệnh viện. Cơ chế tự chủ tài chính yêu cầu sự thay đổi tổ chức và cải thiện công tác kế toán, nhưng hiện vẫn còn nhiều hạn chế: từ việc kiểm tra chứng từ, quản lý nguồn lực, đến việc cung cấp thông tin quản lý không đầy đủ và không chính xác.

Cùng với sự phát triển của ngành y tế Việt Nam, mỗi bệnh viện công lập đều có tổ chức công tác kế toán riêng nhằm thu hút vốn đầu tư từ bên ngoài, mà các thông tin tài chính này do kế toán cung cấp. Tình hình thực tế đòi hỏi Bệnh viện Bệnh Nhiệt đới phải hoàn thiện công tác kế toán trong tương lai gần. Sự thay đổi và ra đời của nhiều chính sách kinh tế và xã hội, đặc biệt là những chính sách có liên quan trực tiếp đến ngành y tế, đã có tác động mạnh mẽ đến cơ chế quản lý tài chính tại bệnh viện. Mục tiêu của cơ chế mới là đổi mới quản lý của các đơn vị, tự chịu trách nhiệm phát triển đơn vị và tạo nguồn thu nhập tăng thêm cho cán bộ viên chức, đồng thời khuyến khích các đơn vị tăng tính tự chủ và giảm sự phụ thuộc vào ngân sách nhà nước. Cho đến nay, chưa có công trình nghiên cứu khoa học nào cung cấp thông tin toàn diện và cụ thể về việc hoàn thiện công tác kế toán tại Bệnh viện Bệnh Nhiệt đới để đóng góp vào việc nâng cao hiệu quả quản lý tài chính của đơn vị trong những năm tới, cả ở phương diện lý thuyết và thực tiễn. Xuất phát từ những lý do trên, tôi đã chọn đề tài "***Hoàn thiện tổ chức công tác kế toán tại Bệnh viện Bệnh Nhiệt đới*** " làm đề tài nghiên cứu cho đề án tốt nghiệp của mình.

## 2. Cơ sở lý thuyết

### *2.1 Tổng quan nghiên cứu trước*

Nghiên cứu của Ehsan Rayegan và cộng sự (2012) đã nghiên cứu về kế toán công: Đánh giá về lý thuyết, mục tiêu và các tiêu chuẩn. Các tác giả này đã đưa ra sự tổng hợp các vấn đề trong thực hiện kế toán của các đơn vị sự nghiệp công lập, trong đó bao gồm tổ chức công tác kế toán dựa trên hai nguyên tắc là kế toán tiền mặt và kế toán dồn tích. Bài viết đề cập đến vai trò và trách nhiệm của Chính phủ đối với tổ chức công tác kế toán, chương trình đổi mới công tác quản lý tài chính công và các vấn đề liên quan đến ngân sách nhà nước. Đề xuất mở rộng thúc đẩy trách nhiệm trong việc giải trình thực hiện công tác kế toán liên quan đến nghĩa vụ kinh tế và chính trị cũng như trong nghiên cứu này.

Nathan Carroll và Justin C. Lord (2016) đã về tầm quan trọng ngày càng tăng của kế toán chi phí cho các Bệnh viện. Trong nghiên cứu này, tác giả đề xuất áp dụng phương pháp kế toán chi phí ước tính cho các bệnh viện sau khi xem xét tài liệu về các chi phí tương đối lợi ích của các phương pháp kế toán khác nhau. Nghiên cứu gợi ý rằng các bệnh viện không sử dụng các hệ thống kế toán chi phí phức tạp do chi phí tổ chức cao mà lợi ích thấp. Tổ chức công tác kế toán khoa học được nhấn mạnh với vai trò cung cấp thông tin đầy đủ, kịp thời và chính xác, tạo dựng bộ máy kế toán hiệu quả, và là cơ sở quan trọng để quản lý tài chính hiệu quả.

Baoyan Liu (2021) đã nghiên cứu về hiệu quả hạch toán chi phí bệnh viện công trong thời kỳ mới bằng phương pháp định tính, tác giả đã phân tích vai trò của kế toán chi phí trong công tác quản lý bệnh viện, thảo luận về các vấn đề tồn tại và đề xuất các giải pháp để đẩy mạnh thực hiện có hiệu quả công tác hạch toán chi phí bệnh viện, đẩy mạnh hiện đại hóa hệ thống quản trị bệnh viện và nâng cao năng lực quản lý.

Tại Việt Nam trong những năm gần đây thì có nghiên cứu của tác giả Đào Thị Hương Mai (2023), về hoàn thiện công tác kế toán tại Bệnh viện Quận 7 TP.HCM. Dù đã có nhiều cố gắng trong quá trình nghiên cứu, nhưng do hạn chế về thời gian thực hiện nghiên cứu thực tế, tác giả chưa thể khai thác nhiều vấn đề khác xung quanh công tác kế toán và các yếu tố ảnh hưởng đến công tác kế toán tại bệnh viện Quận 7, Thành phố Hồ Chí Minh. Bên cạnh đó, bảng câu hỏi khảo sát cũng chứa các câu hỏi chuyên sâu và hướng đến đối tượng không nằm trong lĩnh vực nên kết quả có thể gặp hạn chế nhất định với sự tham gia của 35 mẫu khảo sát.

Nguyễn Phương Hồng Thủy (2023) nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng đến tổ chức công tác kế toán tại các bệnh viện công lập trên địa bàn Quận 5, Thành phố Hồ Chí Minh. Kết quả nghiên cứu có 70% sự thay đổi của biến phụ thuộc được giải thích bởi 6 nhân tố trong mô hình nghiên cứu, còn lại 30% là do các yếu tố khác chưa được xét đến. Do đó, cần tiến hành thêm nhiều nghiên cứu thực nghiệm trong tương lai để xác định đầy đủ các nhân tố ảnh hưởng đến tổ chức công tác kế toán tại các bệnh viện công lập ở Quận 5.

### *2.2 Cơ sở lý thuyết về công tác kế toán của đơn vị sự nghiệp công lập*

Các đơn vị HCSN chính là những đơn vị quản lý như y tế, giáo dục, văn hóa, thông tin, khoa học công nghệ, kinh tế… hoạt động bằng nguồn kinh phí của nhà nước cấp hoặc từ các nguồn kinh phí khác như thu sự nghiệp, phí, lệ phí, hoạt động kinh doanh hay viện trợ không hoàn lại. Do đó, để quản lý và chủ động trong các khoản chi tiêu của mình, hàng năm các đơn vị HCSN phải lập dự toán cho từng khoản chi tiêu này. Dựa vào bản dự toán, ngân sách nhà nước cấp kinh phí cho các đơn vị. Chính vì vậy, kế toán không chỉ quan trọng đối với bản thân đơn vị mà còn quan trọng đối với ngân sách nhà nước.

Trong quá trình hoạt động, các đơn vị này phải có trách nhiệm chấp hành quy định của Luật ngân sách nhà nước, các tiêu chuẩn định mức, các quy định về chế độ kế toán HCSN do Nhà nước ban hành. Cụ thể là đáp ứng yêu cầu về quản lý kinh tế – tài chính, tăng cường quản lý kiểm soát chi quỹ ngân sách nhà nước, quản lý tài sản công, nâng cao chất lượng công tác kế toán và hiệu quả quản lý trong các đơn vị HCSN. Vì thế, công tác kế toán trong đơn vị HCSN phải đảm bảo được tính thống nhất giữa kế toán và yêu cầu quản lý của nhà nước và đơn vị; Đảm bảo sự thống nhất về nội dung, phương pháp của kế toán với các chế độ kế toán hiện hành của Nhà

nước; Đảm bảo sự phù hợp với đặc thù của đơn vị…

Để thực hiện chức năng, nhiệm vụ hạch toán kế toán trong một đơn vị sự nghiệp cần có một bộ máy kế toán hợp lý. Bộ máy này được xây dựng trên cơ sở định hình được khối lượng công tác kế toán và tổ chức hệ thống thông tin kế toán đạt chất lượng. Thông thường căn cứ vào quy mô, địa bàn hoạt động, cơ sở hạ tầng, trình độ quản lý cũng như trình độ chuyên môn nghiệp vụ của bộ máy kế toán, các đơn vị HCSN có thể lựa chọn một trong ba mô hình sau: Mô hình tổ chức bộ máy kế toán tập trung; Mô hình tổ chức bộ máy kế toán phân tán; Mô hình tổ chức bộ máy kế toán vừa tập trung vừa phân tán. Sau khi lựa chọn được mô hình phù hợp, các đơn vị HCSN tiến hành phân công công việc phù hợp với khả năng trình độ, năng lực của cán bộ…

## 3. Phương pháp nghiên cứu

Đề tài sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính, công cụ thống kê mô tả, cụ thể:

- Phương pháp tiếp cận thu thập thông tin. Để thực hiện việc nghiên cứu, đề tài sử dụng các phương pháp: Phương pháp phỏng vấn và thu thập thông tin tài liệu là phương pháp cơ bản. Đối tượng phỏng vấn: Giám đốc, kế toán trưởng, các nhân viên phòng kế toán,... Qua đó, đối chiếu những thông tin đã thu thập, suy luận để phác họa tổ chức công tác kế toán tại Bệnh viện Bệnh Nhiệt đới.

- Phương pháp tổng hợp, phân tích, so sánh giữa lý luận và thực tiễn tổ chức công tác kế toán tại Bệnh viện Bệnh Nhiệt đới. Tác giả chuẩn bị sẵn phiếu khảo sát với những nội dung đã được soạn thảo. Tác giả gửi phiếu khảo sát đến lãnh đạo, công chức liên quan đến công tác quản lý và thực hiện nhiệm vụ kế toán tại Bệnh viện Bệnh Nhiệt đới.

- Thông tin thu thập được tác giả tiến hành tổng hợp các ý kiến trả lời của các đối tượng nghiên cứu bằng cách thống kê, mô tả. Các câu trả lời của các đối tượng tính phần trăm các câu trả lời với sự hỗ trợ của phần mềm Excel.

- Nội dung chính của bảng khảo sát được đo lường bằng thang đo likert 5 cấp độ, cụ thể như sau: 1: Rất không tốt; 2: Không tốt; 3: Trung lập; 4: Tốt; 5: Rất tốt

## 4. Thực trạng công tác kế toán tại bệnh viện bệnh nhiệt đới, thành phố hồ chí minh

### *4.1 Thực trạng tổ chức chính sách kế toán*

Tổ chức hạch toán kế toán theo quy định của nhà nước về chế độ kế toán của các đơn vị HCSN với việc tuân thủ Luật NSNN năm 2015 và Luật kế toán năm 2015 và thông tư 107/ TT-BTC về việc áp dụng kế toán HCSN trong các bệnh viện có hiệu lực từ 01/01/2018.

Kì kế toán: năm (12 tháng) tính từ 01/01 đến hết ngày 31/12 dương lịch.

Đơn vị tiền tệ sử dụng: VNĐ.

Trích khấu hao TSCĐ: đường thẳng

Hình thức sổ kế toán

– Hiện tại bệnh viện áp dụng hình thức kế toán “chứng từ ghi sổ”.

– Chứng từ ghi sổ là chứng từ kế toán dùng để tổng hợp, phân loại và hệ thống hóa các nghiệp vụ kinh tế phát sinh có cùng nội dung kinh tế.

– Hình thức kế toán này sử dụng các loại sổ kế toán sau:

+ Chứng từ ghi sổ (Mẫu S02a -H)
+ Sổ đăng ký chứng từ ghi sổ (Mầu S02b -H)
+ Sổ cái (Mẫu S02c -H)
+ Các sổ, thẻ kế toán chi tiết
+ Sổ theo dõi TSCĐ (Mẫu S26-H)
+ Sổ TSCĐ (Mẫu S24-H)
+ Biên bản kiểm kê TSCĐ (Mẫu C32-HD)

.

**Bảng 1. Thực trạng tổ chức chính sách kế toán (n=40)**

| Thông tin | Đánh giá | n | % |
|---|---|---|---|
| Chính sách kế toán luôn được hoàn thiện phù hợp với tình hình hoạt động tại bệnh viện | Rất không tốt | 0 | 0% |
| | Không tốt | 0 | 0% |
| | Trung lập | 3 | 8% |
| | Tốt | 25 | 63% |
| | Rất tốt | 12 | 30% |
| Chế độ kế toán theo hướng dẫn hiện hành được hướng dẫn rõ ràng đầy đủ cả về cách hạch toán và mục lục ngân sách đáp ứng được nhu cầu ghi nhận và xử lý số liệu tại bệnh viện. | Rất không tốt | 0 | 0% |
| | Không tốt | 0 | 0% |
| | Trung lập | 2 | 5% |
| | Tốt | 24 | 60% |
| | Rất tốt | 14 | 35% |

Kết quả từ bảng 1 cho thấy đơn vị có chính sách kế toán luôn được hoàn thiện phù hợp với tình hình hoạt động tại bệnh viện với mức Tốt đạt 63% và chế độ kế toán theo hướng dẫn hiện hành được hướng dẫn rõ ràng đầy đủ cả về cách hạch toán và mục lục ngân sách đáp ứng được nhu cầu ghi nhận và xử lý số liệu tại bệnh viện với mức Tốt đạt 60%.

Tổng kết mức độ ảnh hưởng của tổ chức chính sách kế toán đối với tổ chức bộ máy kế toán như sau:

| | | |
|---|---|---|
| **Thực trạng tổ chức chính sách kế toán** | Rất không tốt | 0% |
| | Không tốt | 0% |
| | Trung lập | 6% |
| | Tốt | 61% |
| | Rất tốt | 33% |

***4.2 Thực trạng tổ chức bộ máy kế toán***

Tổ chức bộ máy kế toán là một trong những nội dung quan trọng và quyết định sự thành công của tổ chức kế toán tại Bệnh viện Bệnh Nhiệt đới. Hiện nay, mô hình tổ chức bộ máy kế toán Bệnh viện đang áp dụng theo mô hình tập trung. Nhân sự gồm có 34 người trong đó có 01 Trưởng phòng , 01 phó trưởng phòng kiêm kế toán trưởng, 31 nhân viên kế toán, 01 nhân viên thủ quỹ.

Phòng tài chính kế toán là phòng nghiệp vụ chịu sự lãnh đạo trực tiếp của Giám đốc bệnh viện và chịu trách nhiệm trước Giám đốc về toàn bộ hoạt động tài chính kế toán của Bệnh viện. Tham mưu cho Giám đốc Bệnh viện các phương hướng, biện pháp, quy chế tài chính, tổ chức thực hiện kế toán sao cho hiệu quả, tiết kiệm theo đúng quy chế và chế độ hiện hành. Lập và nộp đúng thời hạn các báo cáo tài chính cho các cơ quan quản lý cấp trên và cơ quan tài chính, cung cấp thông tin, số liệu kế toán theo quy định hiện hành của Nhà nước phục vụ cho việc quản lý, điều hành của Giám đốc, của cấp trên. Thực hiện tự kiểm tra tài chính và công khai tài chính theo đúng quy định

**Bảng 2. Thực trạng tổ chức bộ máy kế toán (n=40)**

| Thông tin | Đánh giá | n | % |
|---|---|---|---|
| Bệnh viện có xây dựng quy chế hoạt động cho bộ máy kế toán một cách rõ ràng và đạt hiệu quả | Rất không tốt | 0 | 0% |
| | Không tốt | 0 | 0% |
| | Trung lập | 3 | 8% |
| | Tốt | 27 | 68% |
| | Rất tốt | 10 | 25% |
| Nhiệm vụ của nhân viên kế toán có được phân công rõ ràng có tuân theo nguyên tắc bất kiệm nhiệm và nhân viên được tạo điều kiện để học tập và nâng cao trình độ | Rất không tốt | 0 | 0% |
| | Không tốt | 4 | 10% |
| | Trung lập | 5 | 13% |
| | Tốt | 16 | 40% |
| | Rất tốt | 15 | 38% |

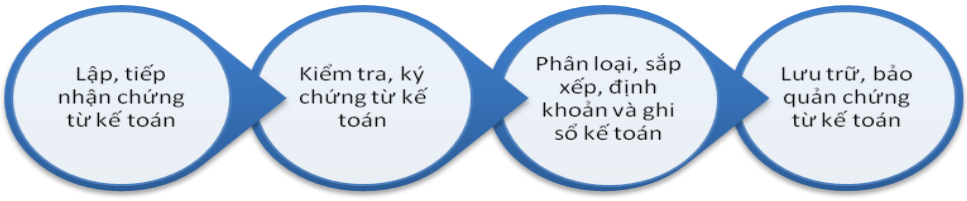
Kết quả từ bảng 2 cho thấy đơn vị có xây dựng quy chế hoạt động cho bộ máy kế toán một cách rõ ràng với mức Tốt đạt 68% và nhiệm vụ của nhân viên kế toán có được phân công rõ ràng có tuân theo nguyên tắc bất kiệm nhiệm và nhân viên có được tạo điều kiện để học tập và nâng cao trình độ với mức Tốt đạt 40%.

Tổng kết mức độ ảnh hưởng của tổ chức chính sách kế toán đối với tổ chức bộ máy kế toán như sau:

| | | |
|---|---|---|
| **Thực trạng tổ chức bộ máy kế toán** | Rất không tốt | 0% |
| | Không tốt | 5% |
| | Trung lập | 10% |
| | Tốt | 54% |
| | Rất tốt | 31% |

### *4.3 Thực trạng tổ chức thu thập thông tin kế toán*

Tại Bệnh viện Bệnh Nhiệt đới, khi có các giao dịch kinh tế tài chính phát sinh, phòng kế toán cần kiểm tra điều kiện để hạch toán ban đầu đầy đủ ở tất cả các bộ phận, đây là bước khởi đầu của quy trình kế toán. Tùy thuộc vào loại giao dịch, loại giao dịch kinh tế phát sinh và số lượng giao dịch, kế toán sử dụng các chứng từ kế toán phù hợp. Kết quả quan sát cho thấy quá trình lập, phân loại, kiểm tra chứng từ tại bệnh viện đều đảm bảo tuân thủ quy trình luân chuyển chứng từ qua 4 bước theo sơ đồ 1 dưới đây:




**Sơ đồ 1. Qui trình luân chuyển chứng từ tại Bệnh viện Bệnh Nhiệt đới**

**Bảng 3. Thực trạng tổ chức thu thập thông tin kế toán (n=40)**

| Thông tin | Đánh giá | n | % |
|---|---|---|---|
| Tổ chức thu thập thông tin kế toán thông qua hệ thống chứng từ kế toán có ý nghĩa quyết định đối với tính trung thực, khách quan của số liệu kế toán và báo cáo kế toán. | Rất không tốt | 0 | 0% |
| | Không tốt | 1 | 3% |
| | Trung lập | 3 | 8% |
| | Tốt | 20 | 50% |
| | Rất tốt | 16 | 40% |
| Trình tự thu thập thông tin tuân thủ vào quy trình luân chuyển chứng từ đảm bảo thông tin thu thập phù hợp đúng yêu cầu. | Rất không tốt | 0 | 0% |
| | Không tốt | 5 | 13% |
| | Trung lập | 6 | 15% |
| | Tốt | 9 | 23% |
| | Rất tốt | 20 | 50% |

Kết quả từ bảng 3 cho thấy đơn vị có tổ chức thu thập thông tin kế toán thông qua hệ thống chứng từ kế toán có ý nghĩa quyết định đối với tính trung thực, khách quan của số liệu kế toán và báo cáo kế toán với mức Tốt đạt 50% và trình tự thu thập thông tin tuân thủ vào quy trình luân chuyển chứng từ đảm bảo thông tin thu thập phù hợp đúng yêu cầu với mức Rất tốt đạt 50%.

Tổng kết mức độ ảnh hưởng của tổ chức thu thập thông tin kế toán như sau:

| | | |
|---|---|---|
| **Thực trạng tổ chức thu thập thông tin kế toán** | Rất không tốt | 0% |
| | Không tốt | 8% |
| | Trung lập | 11% |
| | Tốt | 36% |
| | Rất tốt | 45% |

### *4.4 Thực trạng tổ chức phân tích thông tin kế toán*

Hệ thống sổ kế toán tại Bệnh viện bao gồm các sổ kế toán tổng hợp và sổ kế toán chi tiết, hàng kỳ được tạo ra từ chương trình phần mềm FPT. Riêng phần báo cáo tài chính cung cấp cho Sở y tế sẽ được kế toán tổng hợp sử dụng phần mềm MISA. Hệ thống sổ hiện tại tại đơn vị được thiết kế theo hình thức chứng từ ghi sổ, bao gồm chứng từ ghi sổ, sổ cái, sổ quỹ tiền mặt, sổ tài sản cố định, sổ chi tiết các tài khoản, sổ theo dõi sử dụng nguồn kinh phí, sổ tổng hợp sử dụng nguồn kinh phí, sổ tiền gửi Ngân hàng, Kho bạc. Tuy nhiên, hiện tại đơn vị không in sổ đăng ký chứng từ ghi sổ mà chỉ lưu chứng từ theo thời gian dưới hình thức từng tệp, trong đó bao gồm các chứng từ gốc và chứng từ ghi sổ đi kèm.

Hằng ngày, dựa vào nội dung kinh tế được định khoản trên các chứng từ, sau khi kiểm tra và ký duyệt, thông tin kế toán được nhập vào máy theo các thông tin đã được thiết lập sẵn trong phần mềm kế toán (ví dụ: Tài khoản ghi Nợ 66121; Tài khoản ghi Có 1111, 312, 112, 4312…; Mục lục ngân sách, mục, tiểu mục; Mã chương trình; Mã đối tượng…). Dữ liệu sẽ tự động chuyển đến các sổ kế toán chi tiết, sổ tổng hợp có liên quan. Cuối tháng, kế toán thực hiện các thao tác khoá sổ và lập các báo cáo tài chính theo quy định. Việc đối chiếu giữa số liệu tổng hợp với số liệu chi tiết được thực hiện tự động, luôn đảm bảo chính xác và trung thực theo đúng các thông tin đã được nhập trong kỳ.

Bệnh viện thực hiện ghi sổ trên máy vi tính, nên tại bộ phận trực tiếp ghi sổ, tất cả các sổ kế toán được lưu trữ trên máy vi tính và chịu trách nhiệm chính bởi người trực tiếp ghi sổ. Kết thúc

một niên độ kế toán, sổ kế toán được in ra, sắp xếp và bảo quản tại bộ phận lưu trữ cùng với chứng từ kế toán.

**Bảng 4. Thực trạng tổ chức phân tích thông tin kế toán (n=40)**

| Thông tin | Đánh giá | n | % |
|---|---|---|---|
| Việc phân tích thông tin kế toán đáp ứng các yêu cầu của riêng của các đối tượng sử dụng thông tin kế toán. | Rất không tốt | 1 | 3% |
| | Không tốt | 0 | 0% |
| | Trung lập | 7 | 18% |
| | Tốt | 22 | 55% |
| | Rất tốt | 10 | 25% |
| Dữ liệu sau khi được phân tích có thể sử dụng để lãnh đạo đưa ra các quyết định cho hoạt động bệnh viện một cách hiệu quả | Rất không tốt | 0 | 0% |
| | Không tốt | 2 | 5% |
| | Trung lập | 6 | 15% |
| | Tốt | 24 | 60% |
| | Rất tốt | 8 | 20% |

Kết quả từ bảng 4 cho thấy đơn vị phân tích thông tin kế toán đáp ứng các yêu cầu của riêng của các đối tượng sử dụng thông tin kế toán với mức Tốt đạt 55% và dữ liệu sau khi được phân tích có thể sử dụng để lãnh đạo đưa ra các quyết định cho hoạt động bệnh viện một cách hiệu quả với mức Tốt đạt 60%.

Tổng kết mức độ ảnh hưởng của tổ chức phân tích thông tin kế toán như sau:

| | | |
|---|---|---|
| **Thực trạng tổ chức thu thập thông tin kế toán** | Rất không tốt | 1% |
| | Không tốt | 3% |
| | Trung lập | 16% |
| | Tốt | 58% |
| | Rất tốt | 23% |

### *4.5 Thực trạng tổ chức cung cấp thông tin kế toán*

Mục tiêu chính của kế toán là cung cấp thông tin đầy đủ và kịp thời cho các bên sử dụng. Bệnh viện cần nộp báo cáo tổng hợp hàng năm cho cơ quan chủ quản là Bộ Y tế trong tháng 12 hàng năm, tuy nhiên thường nộp báo cáo muộn hơn so với thời gian quy định. Bệnh viện cần nộp báo cáo để cho cơ quan chủ quản thực hiện kiểm tra, xét duyệt các báo cáo quyết toán. Kho bạc Nhà nước nơi mà các Bệnh viện này giao dịch thực hiện phối hợp kiểm tra, điều chỉnh số liệu kế toán liên quan đến thu, chi NSNN và các hoạt động nghiệp vụ chuyên môn của đơn vị.

Theo quy định, Giám đốc Bệnh viện chịu trách nhiệm cá nhân trước cơ quan chủ quản về quản lý tài chính trong đơn vị, bao gồm các nguồn thu cũng như các khoản chi của Bệnh viện. Phòng tài chính kế toán chịu trách nhiệm trước Giám đốc và cơ quan tài chính cấp trên về toàn bộ hoạt động tài chính kế toán tại Bệnh viện, bao gồm việc lập và thực hiện dự toán thu - chi ngân sách, cấp phát và quản lý tài sản vật thể, tổ chức và thực hiện các nghiệp vụ kế toán, báo cáo quyết toán và kiểm kê tài sản cũng như phân tích hoạt động kinh tế tài chính của Bệnh viện. Hệ thống báo cáo kế toán tại đơn vị hiện nay bao gồm:

**Bảng 5. Danh mục một số báo cáo kế toán đang sử dụng tại bệnh viện**

| Loại | Tên |
|---|---|
| B01/BCQT | Báo cáo quyết toán kinh phí hoạt động |

| | |
|---|---|
| B03/BCQT | Thuyết minh báo cáo quyết toán |
| Phụ biểu F01-011/BCQT | Báo cáo chi tiết chi từ nguồn NSNN và nguồn phí được khấu trừ để lại |
| B01/BCTC | Báo cáo tình hình tài chính |
| B02/BCTC | Báo cáo kết quả hoạt động |
| B03a/BCTC | Báo cáo lưu chuyển tiền tệ (Theo phương pháp trực tiếp) |
| B03b/BCTC | Báo cáo lưu chuyển tiền tệ (Theo phương pháp gián tiếp) |
| B04/BCTC | Thuyết minh báo cáo tài chính |
| B05/BCTC | Báo cáo tài chính (mẫu đơn giản) |
| B01/BSTT | Báo cáo bổ sung thông tin tài chính |
| S05-H | Bảng cân đối số phát sinh |

**Bảng 6. Thực trạng tổ chức cung cấp thông tin kế toán(n=40)**

| Thông tin | Đánh giá | n | % |
|---|---|---|---|
| Công tác kế toán có cung cấp thông tin đầy đủ và kịp thời cho các bên sử dụng đảm bảo tính trung thực khách quan nội dung hơn hình thức. | Rất không tốt | 0 | 0% |
| | Không tốt | 0 | 0% |
| | Trung lập | 2 | 5% |
| | Tốt | 12 | 30% |
| | Rất tốt | 26 | 65% |
| Báo cáo được gửi cho cơ quan cấp trên có được tuân theo đúng quy định về thời gian và phản ánh đầy đủ thông tin về tình hình tài chính của bệnh viện | Rất không tốt | 0 | 0% |
| | Không tốt | 0 | 0% |
| | Trung lập | 6 | 15% |
| | Tốt | 27 | 68% |
| | Rất tốt | 7 | 18% |

Kết quả từ bảng 6 cho thấy công tác kế toán có cung cấp thông tin đầy đủ và kịp thời cho các bên sử dụng đảm bảo tính trung thực khách quan nội dung hơn hình thức. với mức Rất tốt đạt 65% và báo cáo được gửi cho cơ quan cấp trên có được tuân theo đúng quy định về thời gian và phản ánh đầy đủ thông tin về tình hình tài chính của bệnh viện với mức Tốt đạt 68%.

Tổng kết mức độ ảnh hưởng của tổ chức cung cấp thông tin kế toán như sau:

| | | |
|---|---|---|
| **Thực trạng tổ chức cung cấp thông tin kế toán** | Rất không tốt | 0% |
| | Không tốt | 0% |
| | Trung lập | 10% |
| | Tốt | 49% |
| | Rất tốt | 41% |

### *4.6 Thực trạng tổ chức công tác kiểm tra kế toán*

Hiện tại, Bệnh viện thực hiện hai loại kiểm tra kế toán: kiểm tra nội bộ và kiểm tra từ các cơ quan có thẩm quyền như Sở Y Tế, KBNN, Thanh tra... Tuy nhiên, kiểm tra nội bộ chưa có sự tổ chức đầy đủ khi việc này thường do Kế toán trưởng và các kế toán viên thực hiện. Công việc này thường tập trung vào việc kiểm tra ghi chép trên các chứng từ và sổ sách kế toán, đảm bảo tính chính xác của dữ liệu kế toán và báo cáo tài chính, cũng như đánh giá hiệu quả của tổ chức kế toán trong liên kết với các phòng ban khác trong đơn vị.

Ngoài ra, kiểm tra từ các cơ quan có thẩm quyền như Sở Y Tế, cơ quan thanh tra, cơ quan kiểm toán Nhà nước cũng đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo tuân thủ các quy định pháp

luật về tài chính và kế toán tại Bệnh viện. Nội dung kiểm tra tập trung vào việc đảm bảo việc thực hiện các quy định pháp luật liên quan đúng cách.

**Bảng 7. Thực trạng tổ chức công tác kiểm tra kế toán (n=40)**

| Thông tin | Đánh giá | n | % |
|---|---|---|---|
| Công tác kiểm tra kế toán được thực hiện một cách thường xuyên có hệ thống mang lại hiệu quả giúp cải thiện nhiều trong công tác kế toán tại bệnh viện | Rất không tốt | 0 | 0% |
| | Không tốt | 0 | 0% |
| | Trung lập | 7 | 18% |
| | Tốt | 27 | 68% |
| | Rất tốt | 6 | 15% |
| Hàng năm cơ quan tài chính, cơ quan chủ quản có tiến hành kiểm tra việc thực hiện kế toán của bệnh viện | Rất không tốt | 0 | 0% |
| | Không tốt | 0 | 0% |
| | Trung lập | 4 | 10% |
| | Tốt | 22 | 55% |
| | Rất tốt | 14 | 35% |

Kết quả từ bảng 7 cho thấy công tác kiểm tra kế toán được thực hiện một cách thường xuyên có hệ thống mang lại hiệu quả giúp cải thiện nhiều trong công tác kế toán tại bệnh viện với mức Tốt đạt 68% và hàng năm cơ quan tài chính, cơ quan chủ quản có tiến hành kiểm tra việc thực hiện kế toán của bệnh viện với mức Tốt đạt 55%.

Tổng kết mức độ ảnh hưởng của tổ chức cung cấp thông tin kế toán như sau:

| | | |
|---|---|---|
| **Thực trạng tổ chức công tác kiểm tra kế toán** | Rất không tốt | 0% |
| | Không tốt | 0% |
| | Trung lập | 14% |
| | Tốt | 61% |
| | Rất tốt | 25% |

## 5. Giải pháp hoàn thiện công tác kế toán tại bệnh viện bệnh nhiệt đới, thành phố Hồ Chí Minh

Qua những thực trạng của Bệnh viện Bệnh Nhiệt Đới đã nêu trên, dựa vào cơ sở đối chiếu giữa thực tế và lý thuyết, tác giả có những ý kiến đề xuất hoàn thiện sau:

### Hoàn thiện tổ chức chính sách kế toán

Tùy chỉnh chính sách kế toán để phản ánh đúng bản chất của hoạt động y tế, bao gồm cả việc quản lý thu chi từ các nguồn tài chính khác nhau như ngân sách nhà nước, bảo hiểm y tế, và các nguồn tài trợ từ các tổ chức hay cá nhân. Cập nhật các chính sách kế toán, đảm bảo rằng chính sách kế toán phản ánh đầy đủ các quy định pháp luật trong ngành y tế và đáp ứng các yêu cầu của bệnh viện. Xây dựng cơ chế kiểm soát nội bộ mạnh mẽ để ngăn chặn gian lận, lạm dụng hay sai phạm trong quá trình kế toán. Điều này bao gồm việc áp dụng các biện pháp phòng ngừa rủi ro.

### Hoàn thiện tổ chức bộ máy kế toán

Cần tập trung vào việc đào tạo và nâng cao kiến thức cơ bản về y học và lý thuyết kế toán trên máy vi tính. Việc chỉ hướng dẫn sử dụng phần mềm có thể khiến kế toán viên chỉ biết thực hiện các thao tác cụ thể mà không hiểu sâu về ý nghĩa thực sự của dữ liệu trên báo cáo.

Bộ máy kế toán cần được tổ chức một cách hợp lý để đảm bảo chất lượng và hiệu quả của

công việc kế toán tài chính. Cần phân công nhiệm vụ một cách hợp lý trong từng bộ phận kế toán để thu thập, xử lý, phân tích và cung cấp thông tin hỗ trợ cho ban lãnh đạo Bệnh viện.

Hằng năm, cần sắp xếp thời gian cho nhân viên kế toán tham gia các khóa học ngắn hạn để nâng cao kiến thức chuyên môn, kỹ năng quản lý tài chính. Việc luân chuyển vị trí làm việc của các cán bộ kế toán thường xuyên giúp họ hiểu rõ hơn về các công việc trong Bệnh viện.

Ngoài ra, cần tổ chức đào tạo sâu hơn về việc sử dụng phần mềm kế toán với tất cả các tính năng, đảm bảo rằng các kế toán viên có thể tự tin và chủ động khi có sự thay đổi vị trí làm việc.

**Hoàn thiện tổ chức thu thập thông tin kế toán**

Bệnh viện sẽ dựa vào quy mô và tính chất hoạt động của mình để xác định các chứng từ cần thiết, dựa trên hệ thống chứng từ bắt buộc và hướng dẫn của Nhà nước. Quá trình này giúp kế toán xác định loại chứng từ mà đơn vị cần sử dụng và cung cấp hướng dẫn về cách lập (hoặc tiếp nhận), kiểm tra và luân chuyển chúng cho cá nhân và bộ phận liên quan. Mẫu chứng từ in sẵn cần được bảo quản cẩn thận để tránh hư hỏng hoặc mất mát như biên lai thu tiền và giấy tờ có giá trị tài chính khác.

Các nghiệp vụ kinh tế phát sinh ở những bộ phận có liên quan, bệnh viện cần có những qui định về cách kiểm tra nhập chứng từ theo khuôn mẫu và trình tự thanh toán cho các nhân viên có liên quan ghi nhận đầy đủ và chịu trách nhiệm khi đã được hướng dẫn

**Hoàn thiện tổ chức phân tích thông tin kế toán**

Phòng Tài chính có trách nhiệm xây dựng và hoàn thiện các quy trình thanh toán, thực hiện chúng một cách nghiêm túc và minh bạch. Họ cung cấp hướng dẫn chi tiết cho thư ký và lãnh đạo các Khoa, Phòng, Đơn vị để đảm bảo việc hiểu rõ và thực hiện đúng quy trình, bao gồm cả việc cung cấp đầy đủ chứng từ, hoá đơn và xác nhận chữ ký của người lập và lãnh đạo đơn vị.

Tổ chức lập và chuyển giao chứng từ kế toán cho từng bộ phận chức năng và nhân viên liên quan để kiểm tra, ghi chép thông tin hạch toán, thống kê, và xác nhận trách nhiệm của mình theo phân công cụ thể. Trình tự luân chuyển tùy thuộc vào loại chứng từ, nhưng việc này phải được thực hiện nhanh chóng và không gây cản trở cho công tác kế toán.

Ngoài ra, không được phép áp dụng nhiều lần việc kiểm tra cho cùng một bộ chứng từ hoặc các bộ chứng từ tương tự, làm chậm quá trình thanh toán và có thể gây tăng chi phí không mong muốn.

**Hoàn thiện tổ chức cung cấp thông tin kế toán**

Hệ thống báo cáo tài chính và báo cáo quyết toán sử dụng trong đơn vị đã được thiết kế dựa trên chương trình phần mềm để tuân thủ các quy định trong chế độ kế toán đơn vị sự nghiệp công lập. Tuy nhiên, để đảm bảo tính đầy đủ và chính xác của thông tin, cần tiến hành nâng cao chất lượng của báo cáo tài chính.

Việc đầu tư thời gian vào việc lập báo cáo là cần thiết, cần hiểu rõ về cách thức xây dựng các chỉ tiêu trên báo cáo và ý nghĩa của từng chỉ tiêu để hoàn thiện hệ thống báo cáo. Điều quan trọng là đơn vị cần tổ chức việc lập bảng thuyết minh báo cáo tài chính theo đúng quy định để phản ánh chính xác tình hình tài chính của mình.

Cần thiết lập, đặt hàng thêm phần quản lý, theo dõi cam kết chi để đối chiều kịp thời trên Kho Bạc. Hiện tại phần này còn theo dõi bằng tay rất bất tiện cho phần hành trong việc cung cấp thông tin cho lãnh đạo, đơn vị chủ quản.

**Hoàn thiện tổ chức công tác kiểm tra kế toán**

Kiểm tra kế toán đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo sự gọn gàng và tuân thủ chính xác các chế độ tài chính, cũng như ngăn chặn các hành vi tiêu cực trong quản lý tài chính. Để thực sự hiệu quả, công tác kiểm tra kế toán cần được liên tục hoàn thiện từng bước.

Để công tác kiểm tra kế toán phát huy tác dụng tốt nhất, cần điều chỉnh sao cho phù hợp với đặc thù tổ chức của Bệnh viện và bộ phận kế toán, từ đó tạo ra một hệ thống kiểm tra hoạt động đều đặn, có hiệu quả và thúc đẩy tính dân chủ của cán bộ và nhân viên trong Bệnh viện.

Tăng cường công tác kiểm tra nội bộ Ban lãnh đạo Bệnh viện cùng với Kế toán trưởng và

nhân viên kế toán cần nâng cao ý thức về việc tự kiểm tra và chịu trách nhiệm trước Nhà nước và luật pháp trong quá trình kiểm tra.

Cần thiết lập một bộ phận kiểm tra chuyên biệt để tránh xảy ra các xung đột nội bộ và đồng thời đảm bảo hiệu quả của công tác kiểm tra.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam, 2015. Luật số 88/2015/QH13 ngày 20/11/2015 của Quốc hội, Luật Kế toán, Hà Nội.
2. Bộ Tài chính (2006), Quyết định số 19/2006/QĐ-BTC ngày 30/3/2006 của Bộ trưởng Bộ Tài chính về việc ban hành chế độ kế toán hành chính sự nghiệp;
3. Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh(2012),Giáo trình tổ chức công tác kế toán, Nhà xuất bản Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh;
4. Học viện Tài chính (2011),Giáo trình tổ chức công tác kế toán , Nhà xuất bản Tài chính.
5. Huy, P. Q. (2014). Hoàn thiện hệ thống kế toán thu, chi ngân sách nhà nước tại Việt Nam (Doctoral dissertation, Đại học Kinh tế TP. HCM).
6. Linh, Đ.P. (2020). Các nhân tố ảnh hưởng đến tổ chức công tác kế toán của tổ chức công đoàn tỉnh Trà Vinh (Master dissertation, Trường Đại học Trà Vinh).
7. Lượm, L.V. (2019). Hoàn thiện công tác kế toán tại bệnh viện đa khoa tỉnh Trà Vinh (Master dissertation, Trường Đại học Trà Vinh).
8. Mai, Đ.T.H. (2023). Hoàn thiện công tác kế toán tại Bệnh Viện Quận 7, Thành Phố Hồ Chí Minh (Master dissertation, Trường Đại học Công Nghệ TP Hồ Chí Minh).
9. Tâm, N.T.Đ. (2020). Hoàn thiện công tác kế toán tại các đơn vị hành chính sự nghiệp công lập trên địa bàn tỉnh Cà Mau ( Master dissertation, Trường Đại học Công Nghệ TP Hồ Chí Minh).
10. Thủy, N.P.H. (2023). ). Các nhân tố ảnh hưởng đến tổ chức công tác kế toán tại các bệnh viện công lập trên địa bàn Quận 5, Thành phố Hồ Chí Minh ( Master dissertation, Trường Đại học Công Nghệ TP Hồ Chí Minh;
11. Carroll, N., & Lord, J. C. (2016). The growing importance of cost accounting for hospitals. Journal of health care finance, 43(2), 172.
12. Eldenburg, L. G., Krishnan, H. A., & Krishnan, R. (2017). Management accounting and control in the hospital industry: A review. Journal of Governmental & Nonprofit Accounting, 6(1), 52-91.
13. Emami, M., Nazari, K., Rayegan, E., & Parvizi, M. (2012). Government Accounting: An Assessment of Theory, Purposes and Standards. Interdisciplinary Journal of Contemporary Business Research, 3(9).
14. Ineizeh, N., Hussein, O., Alshehadeh, A., & Yamin, I. (2023). The role of the application of an accounting system in raising the efficiency of the supply chain in Jordanian hospitals. Uncertain Supply Chain Management, 11(2), 403-410.
15. Liu, B. (2021). Research on the effectiveness of public hospital cost accounting in the new period. Academic Journal of Humanities & Social Sciences, 4(4), 37-40.

# HOÀN THIỆN HỆ THỐNG KIỂM SOÁT NỘI BỘ THEO HƯỚNG QUẢN TRỊ RỦI RO TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN QUÂN ĐỘI – CHI NHÁNH BẮC SÀI GÒN

**Phạm Thị Thu Phương***
Khoa Tài chính - Kế toán, Trường Đại học Kinh tế - Tài chính Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: phuongptt21mac@uef.edu.vn.

**TÓM TẮT**

Nghiên cứu nhằm tìm hiểu tổng quan các kết quả nghiên cứu liên quan và cơ sở lý luận về hệ thống kiểm soát nội bộ (KSNB) trong ngân hàng thương mại theo chuẩn mực Basel, cũng như các yếu tố cấu thành hệ thống kiểm soát nội bộ nhằm quản lý rủi ro trong tổ chức tín dụng, làm cơ sở cho phân tích, đánh giá thực trạng hiệu quả kiểm soát nội bộ tại Ngân hàng TMCP Quân đội (CTCP) – Chi nhánh Bắc Sài Gòn, từ đó đề xuất một số giải pháp nâng cao hiệu quả kiểm soát nội bộ giúp nâng cao hiệu quả quản lý trong hoạt động của đơn vị.
*Từ khóa*: Kiểm soát nội bộ; ngân hàng thương mại cổ phần; quản trị rủi ro.

## 1. Giới thiệu

Những năm gần đây, có những chuyển biến tích cực trong hoạt động của các ngân hàng thương mại nói chung và Ngân hàng TMCP Quân Đội – Chi nhánh Bắc Sài Gòn nói riêng. Trong thời đại kinh tế hội nhập và Việt Nam ngày càng hội nhập sâu rộng vào nền kinh tế khu vực và toàn cầu, các ngân hàng thương mại đang dần xây dựng thương hiệu toàn diện hơn và phát triển thương hiệu của mình. Các ngân hàng thương mại đứng trước những cơ hội và thách thức mới trong thời kỳ hội nhập. Nhưng trong năm 2020, khi đại dịch Covid-19 bùng phát ảnh hưởng nặng nề đến tình hình kinh tế, trước những thách thức, khó khăn này, các ngân hàng luôn phải thể hiện tư duy đổi mới trong cả bộ máy quản lý và vận hành để không bị tụt hậu, không bị lạc hậu. có khả năng bắt kịp xu hướng xã hội hiện nay. Trong bối cảnh khó khăn của nền kinh tế Việt Nam hiện nay, các ngân hàng thương mại cổ phần luôn nỗ lực giành lợi thế về vốn, chất lượng nhân sự, chất lượng tín dụng, chất lượng dịch vụ để nâng cao hiệu quả hoạt động, tăng thị phần và tối đa hóa lợi nhuận. Bên cạnh việc phát triển và tăng trưởng hoạt động kinh doanh, các ngân hàng thương mại cần hết sức chú ý và nhận thức được những rủi ro có thể xảy ra. Nếu việc quản lý, kiểm soát của các ngân hàng thương mại Việt Nam không theo kịp sự phát triển của hoạt động kinh doanh thì nguy cơ rủi ro, thua lỗ là rất cao. Khi rủi ro phát sinh đối với một ngân hàng cũng dẫn đến tổn thất lớn cho ngân hàng và ảnh hưởng nghiêm trọng đến nền kinh tế quốc gia.

Với vai trò đặc biệt của hoạt động kiểm soát nói chung và KSNB nói riêng, nhiều tổ chức trên thế giới đã thực hiện nhiều nghiên cứu về KSNB và một khái niệm thống nhất về KSNB đã được phát triển nhằm đáp ứng nhu cầu và cung cấp các thành phần của các chủ thể khác nhau. hỗ trợ các đơn vị thiết lập hệ thống KSNB hiệu quả. Tuy nhiên, ngay cả khi hệ thống KSNB được thiết kế hoàn hảo thì hệ thống này cũng không thể ngăn chặn hoặc phát hiện hết các vi phạm có thể xảy ra. Một trong những biện pháp phòng vệ tốt nhất chống lại thất bại trong kinh doanh và là cơ sở quan trọng cho sự thành công của công ty là hệ thống KSNB hiệu quả giúp quản lý rủi ro và cho phép tạo ra và bảo toàn giá trị. Các tổ chức thành công hiểu cách tận dụng các cơ hội và trong nhiều trường hợp giải quyết các mối đe dọa thông qua việc sử dụng các quy trình kiểm soát hiệu quả và từ đó cải thiện kết quả của họ. Vì vậy, luôn tồn tại rủi ro kiểm soát trong những trường hợp này, điều này đặt ra yêu cầu cấp thiết đối với Ngân hàng TMCP Quân đội, Chi nhánh Bắc Sài Gòn trong việc nâng cao hơn nữa năng lực quản trị rủi ro trong hoạt động kinh doanh của, vì đây là điều kiện cực kỳ cần

thiết trong giai đoạn hiện nay. nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh và sự ổn định thể hiện. và phát triển bền vững, giữ vững thương hiệu, nâng cao uy tín và khả năng cạnh tranh của ngân hàng trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế.

## 2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

### *2.1 Tổng quan các nghiên cứu nước ngoài*

Demsetz, Rebecca S., (1997) thực hiện đề tài về rủi ro tại ngân hàng. Tác phẩm đề cập đến rủi ro đạo đức liên quan đến bảo hiểm tiền gửi tạo ra rủi ro đối với ngân hàng. Thông qua đó tác phẩm nói đến bộ phận quản lý, rủi ro quản lý cũng có thể bù đắp cho sự rủi ro bắt nguồn từ đạo đức. Các mô hình về rủi ro ngân hàng có xu hướng tập trung vào vai trò của bộ phận quản lý. Tác phẩm này ước tính một mô hình thống nhất và thấy rằng cả giá trị quyền kinh doanh và cơ cấu sở hữu có ảnh hưởng đến rủi ro tại các ngân hàng và có sự tương tác đó là: Mối quan hệ giữa cơ cấu sở hữu và rủi ro chỉ có ý nghĩa ở các ngân hàng quy mô nhỏ. Vấn đề nghiêm trọng nhất và những xung đột giữa cách quản lý của người sở hữu và người quản lý. Rủi ro mà ngân hàng gặp phải đã đưa ra trong tác phẩm này. Qua đó cho thấy vấn đề của bộ phận quản lý ảnh hưởng đến rủi ro cho các ngân hàng.

Allen N. Berger (2004) nghiên cứu về những ảnh hưởng tiềm ẩn về cạnh tranh của Basel II trong các ngân hàng ở các thị trường tín dụng SME ở Hoa Kỳ. Hiệu ứng tiềm năng của Basel II tại các ngân hàng trong thị trường tín dụng SME tại Hoa Kỳ của tác giả Allen N. Berger, thuộc Hội đồng Thống đốc Cục dự trữ Liên bang với nội dung xem xét tác động cạnh tranh của việc đề xuất Basel II vốn vào các ngân hàng trên thị trường cho hoạt động tín dụng nhỏ tại Mỹ được đưa ra và giải quyết việc giảm thiểu rủi ro cho các khoản tín dụng SME tại các tổ chức ngân hàng lớn.

James O'Brien, Jeremy Berkowitz (2005) nghiên cứu về ước lượng rủi ro thương mại của ngân hàng: Phương pháp tiếp cận mô hình nhân tố. Rủi ro trong danh mục đầu tư và quản lý ngân hàng rất quan trọng đối với sự an toàn của các ngân hàng và sự hoạt động của các thị trường chứng khoán. Trong tác phẩm này, doanh thu thương mại hàng ngày của ngân hàng đại lý lớn được sử dụng để nghiên cứu các rủi ro thị trường bằng phương pháp mô hình nhân tố thị trường, ước tính mức độ rủi ro của tỷ giá hối đoái, lãi suất, vốn cổ phần, và yếu tố thị trường tín dụng. Một khuôn mẫu mô hình các yếu tố ảnh hưởng được trình bày và sử dụng hai phương pháp mô hình hóa: một mô hình hệ số ngẫu nhiên và các hồi quy yếu tố lượn sóng. Kết quả cho thấy mức độ tiếp xúc với thị trường trung bình nhỏ với sự thay đổi đáng kể về mức độ phơi nhiễm theo thời gian. Ngoại trừ lãi suất, có sự không đồng nhất trong việc tiếp xúc thị trường giữa các đại lý. Đối với lãi suất, các đại lý có độ dài trung bình nhỏ và tiếp xúc khác nhau thay đổi với mức giá. Các vấn đề liên quan đến rủi ro của các ngân hàng và các vấn đề ổn định thị trường được đưa ra thảo luận. .

Morton Glantz, Johnathan Mun, (2008) nghiên cứu về những điều cơ bản để làm thế nào để tuân thủ các quy định của Basel II về rủi ro tín dụng từng bước dựa trên cơ sở rủi ro tín dụng theo các phương pháp rủi ro tín dụng tiên tiến. Cuốn sách /quản lý rủi ro tín dụng đã tiếp cận "công cụ mới" để thực hiện Basel II. Các ứng dụng thực tiễn được trình bày trong cuốn sách này là rất lớn, bao gồm các yêu cầu về rủi ro tín dụng, sự lan rộng tín dụng, rủi ro mặc định, giá trị rủi ro, rủi ro thị trường ... và phân tích tài chính, Phân tích nguy cơ và phân tích các lựa chọn thực. Cuốn sách này nhằm vào các nhà thực hành ngân hàng và các nhà phân tích tài chính, những người đòi hỏi các thuật toán, mô hình và hiểu biết sâu sắc trong việc giải quyết các vấn đề liên quan đến rủi ro.

### *2.2 Tổng quan về kiểm soát nội bộ trong ngân hàng thương mại*

Theo Ủy ban Giám sát Ngân hàng Basel (2003), mô hình hệ thống KSNB trong ngân hàng mô tả các yếu tố cơ bản của hệ thống lành mạnh và bộc lộ kinh nghiệm của các nước thành viên. Các nguyên tắc đã được đặt ra trong các tài liệu trước đây của Ủy ban. Mục đích của báo cáo Basel là phác thảo một số nguyên tắc mà cơ quan thanh tra sử dụng để đánh giá hệ thống KSNB trong ngân hàng. Hệ thống KSNB hiệu quả là một phần không thể thiếu trong quản lý ngân hàng và là cơ sở cho các giao dịch ngân hàng lành mạnh và an toàn.

Mục tiêu chính của KSNB thể hiện sự hữu hiệu và hiệu quả trong hoạt động ngân hàng. Ngân hàng phải sử dụng hiệu quả và đảm bảo an toàn cho nguồn lực không bị hao hụt. Hệ thống KSNB thể hiện sự đáng tin cậy, cung cấp thông tin đầy đủ và kịp thời cho những hoạt động của ngân hàng. Bên cạnh đó các nguyên tắc KSNB phải tuân thủ các quy định và luật pháp hiện hành, nó phải đảm bảo chắc chắn hoạt động kinh doanh của ngân hàng phải tuân thủ đúng luật pháp đề ra để đảm bảo mục đích về quyền lợi và hình ảnh của ngân hàng.

Nguyên tắc cơ bản hệ thống KSNB trong ngân hàng theo Basel: gồm 13 nguyên tắc và chia thành các nhóm yếu tố có mối quan hệ chặt chẽ với nhau, cụ thể gồm: Giám sát quản lý và văn hóa kiểm soát (có 3 nguyên tắc); Xác định và đánh giá rủi ro (có 1 nguyên tắc); Các hoạt động kiểm soát và phân công nhiệm vụ (có 2 nguyên tắc); Thông tin và trao đổi thông tin (có 3 nguyên tắc); Giám sát và các hoạt động chỉnh sửa (có 3 nguyên tắc) và Đánh giá hệ thống KSNB thông qua cơ quan thanh tra ngân hàng (có 1 nguyên tắc).

***2.3 Sự hữu hiệu của hệ thống kiểm soát nội bộ***

Hệ thống KSNB của các tổ chức khác nhau hoạt động hiệu quả khác nhau. Báo cáo COSO 2013 nêu rõ rằng hệ thống KSNB có hiệu quả khi hội đồng quản trị và các nhà quản lý đảm bảo một cách hợp lý rằng ba tiêu chí sau được đáp ứng: (1) Họ hiểu rõ mục đích và mục tiêu cần đạt được, hoạt động đạt được mục tiêu của tổ chức; (2) Báo cáo tài chính hàng năm được lập và trình bày một cách đáng tin cậy; (3) Luật pháp và các quy định được tuân thủ.

***2.4 Phương pháp nghiên cứu***

Để thực hiện nghiên cứu đề tài, tác giả sử dụng nhóm các phương pháp nghiên cứu định tính. Cụ thể là thu thập số liệu thông qua phiếu khảo sát được gửi tới cán bộ tại các phòng nghiệp vụ trong NHTMCP Quân Đội – Chi nhánh Bắc Sài Gòn. Phỏng vấn trực tiếp các cán bộ ngân hàng, khảo sát các quy trình nghiệp vụ. Thu thập, phân tích thông tin một số vụ gian lận gần đây trong một số ngân hàng từ đó nhận diện một số yếu kém KSNB trong hoạt động tín dụng của đơn vị.

Để thu thập dữ liệu sơ cấp, tác giả đến từng phòng của các đối tượng được khảo sát để phỏng vấn và gặp gỡ, trao đổi theo các mẫu câu hỏi đã được soạn sẵn; phát các bảng câu hỏi và hướng dẫn trả lời. Bảng câu hỏi được thiết kế dựa trên công cụ đánh giá KSNB trong hoạt động tín dụng của Basel II nhằm thu thập những thông tin về nhận thức của nhà quản lý và của nhân viên trong ngân hàng về tổ chức và vận hành KSNB trong hoạt động này. Dựa trên kết quả khảo sát tác giả tổng hợp, tính tỷ lệ phần trăm các câu trả lời, sử dụng phương pháp thống kê mô tả để phân tích, đánh giá chung về thực trạng KSNB tại NHTMCP Quân Đội – Chi nhánh Bắc Sài Gòn với mẫu khảo sát là 67.

**Bảng 1. Thống kê chức vụ của đối tượng được khảo sát**

| STT | Chức danh người trả lời khảo sát | Số người khảo sát | Tỷ lệ % |
|---|---|---|---|
| 1 | Giám đốc, Phó Giám đốc | 04 | 6 |
| 2 | Trưởng, phó các phòng ban | 12 | 18 |
| 3 | Nhân viên | 51 | 76 |
| **Tổng cộng** | | **67** | **100** |

*(Nguồn: Tổng hợp từ dữ liệu điều tra)*

**3. Kết quả nghiên cứu**

***3.1 Thực trạng kiểm soát nội bộ của MB – Chi nhánh Bắc Sài Gòn***

**Thứ nhất, về môi trường kiểm soát**

***Triết lý và phong cách điều hành:*** Về việc NH nên áp dụng triển khai hệ thống KSNB vào hệ thống quản lý NH. Ngoài ra, kết quả với 100% ý kiến đánh giá cao về triết lý kinh doanh; phong cách điều hành và thái độ làm việc và kinh doanh của ban Lãnh đạo và toàn thể nhân viên của các đơn vị kinh doanh (ĐVKD). Điều này cho thấy kiểm soát nội bộ và phong cách làm việc của người quản trị là rất quan trọng và cho thấy Ban lãnh đạo cũng như toàn thể nhân viên đã hiểu rõ tầm quan trọng của KSNB trong công tác quản lý và rằng sự thành công của ngân hàng ngày nay là có thể nhờ nó. các đơn vị kinh doanh có chiến lược kinh doanh đơn giản nhưng hiệu quả bằng việc luôn linh hoạt nhận diện, khai thác cơ hội và nâng cao khả năng kiểm soát hoạt động kinh doanh. Tuy nhiên, những năm gần đây, sự cạnh tranh giữa các

ngân hàng tại thị trường Việt Nam ngày càng khốc liệt khi nhiều ngân hàng và MB - Chi nhánh Bắc Sài Gòn phát triển mạnh mẽ với chiến lược đổi mới nhằm mở rộng và trở thành ngân hàng dẫn đầu khu vực.

***Hội đồng quản trị:*** 96% ý kiến đồng tình với tác giả rằng HĐQT cần có thành viên độc lập và điều hành. Vì các thành viên độc lập không có lợi ích cá nhân trong đơn vị nên họ đưa ra ý kiến khách quan và không phục vụ lợi ích cá nhân của bất kỳ cá nhân, nhóm cá nhân nào. Vì vậy, việc thành lập ủy ban này với đa số thành viên độc lập sẽ tăng cường trách nhiệm giải trình trong đơn vị. Quản lý rủi ro. Đảm bảo liên lạc hiệu quả giữa các ủy ban, Hội đồng quản trị và kiểm toán viên nội bộ và độc lập. Nhưng có một số nhỏ ý kiến 4% không đồng ý với điều này vì cho rằng có nhiều thành viên trong bộ máy hội đồng quản trị là cồng kềnh, quản lý dễ bị trùng lắp, chồng chéo. Hội đồng quản trị là những nhà lãnh đạo hiểu biết, chiếm 94% ý kiến đồng ý về chủ tịch hội đồng quản trị phải là người có kiến thức sâu rộng am hiểu mọi vấn đề trong cuộc sống cũng như trong hoạt động kinh doanh của ngân hàng, là người đại diện pháp luật về việc chấp hành các quy định, quy chế do NHNN ban hành.

***Tính chính trực và giá trị đạo đức:*** MB – Chi nhánh Bắc Sài Gòn là một trong những khu vực đặc biệt quan trọng của hệ thống MB. NH rất quan tâm đến giá trị đạo đức nghề nghiệp điều đó mang lại thương hiệu cho Eximbank tại khu vực Đông Nam Bộ thường được trụ sở chính triển khai khóa học đạo tạo nghiệp vụ cho nhân viên mới khi vừa được tuyển dụng, các khóa đào tạo kỹ năng bán hàng cho tất cả nhân viên tại đơn vị nhằm trang bị những kiến thức chuyên môn đầy đủ, kỹ năng thực hành thành thạo trong quá trình tác nghiệp, phục vụ khách hàng. Giá trị đạo đức được quy định rõ ràng cụ thể bằng văn bản tới từng đơn vị và được Ban lãnh đạo triển khai phổ biến đến từng nhân viên. Công tác chăm lo đời sống của người lao động được quan tâm sâu sắc cụ thể theo từng hoạt động của công đoàn tại từng đơn vị.

***Năng lực cán bộ công nhân viên:*** Với 67 phiếu khảo sát thì có hơn 100% là đồng ý việc các quy định, tiêu chuẩn đầy đủ của một vị trí công việc theo yêu cầu tuyển dụng nhưng đối với những lao động mới tuyển dụng thì cần được NH đưa đi học tập và đào tạo thường xuyên, còn đối với những cán bộ nhân viên thành thạo nghiệp vụ thì thời gian 6 tháng kiểm tra lại tay nghề là không phù hợp, mất thời gian. Với 74% ý kiến không đồng ý với quyết định này và đó cũng là một bất cập ngầm đối với việc giám sát chất lượng từng công việc.

***Cơ cấu tổ chức phân chia trách nhiệm và quyền hạn:*** Việc phân chia chức năng và quyền hạn có quy định rõ ràng trong văn bản do ngân hàng đề có chức năng quan sát lẫn nhau tỷ lệ này chiếm trên 70% ý kiến không đồng ý, chỉ có một số ít 28% là đồng ý. Điều này cho thấy việc phân chia chức năng và quyền hạn để giám sát lẫn nhau chưa thực sự nhân rộng trong các bộ phận, các phòng ban và điều này cũng thể hiện rằng. Ở các bộ phận thậm chí ở từng nhân viên đều có phong cách làm việc khá độc lập, tự chủ đây cũng là một ưu điểm cần được phát huy nhân rộng trong mỗi cá nhân nhưng việc chỉ tập trung vào công việc cá nhân mà chưa có tinh thần quan sát, tương trợ, giúp đỡ nhau hoàn thành công việc thì đây cũng là một rủi ro tiềm tàng vì chưa có tinh thần đoàn kết cao giữa các phòng, ban trong ngân hàng. Việc phân chia quyền hạn và chức năng không tạo sự trùng lắp chiếm tỷ lệ 94% điều này cho thấy trong giao dịch khách hàng yêu cầu được các cán bộ ở các bộ phận xử lý kịp thời và nhanh chóng, nhưng với câu trả lời 4/67 chiếm 6% ý kiến không đồng ý cũng là một rủi ro tiềm ẩn khi một số nhân viên trong đơn vị chưa nhận thức được việc quan trọng của phân chia quyền hạn và chức năng không trùng lắp trong đơn vị để mặt phân công công việc ngày càng tốt hơn. Tuy nhiên 6% ý kiến không đồng ý việc phân chia chức năng và quyền hạn tạo sự trùng lắp giữa các bộ phận.

**Thứ hai, về thiết lập mục tiêu:** Qua quá trình khảo sát cho thấy trên 100% ý kiến cho rằng mục tiêu kinh doanh của ngân hàng rõ ràng, các đơn vị đã xây dựng các mục tiêu cụ thể để tăng lợi nhuận thiết thực, khi mục tiêu đã rõ ràng và từ đó nó được nhân rộng ra trong hệ thống để toàn thể người lao động có thể dễ dàng nắm rõ và thực hiện mục tiêu chung của đơn vị. Các đơn vị thường xuyên xem xét mức độ rủi ro chấp nhận được để có kế hoạch mục tiêu kinh doanh mới định kỳ hoặc thường xuyên.

**Thứ ba, về nhận dạng sự kiện tiềm tàng:** MB – Chi nhánh Bắc Sài Gòn gặp khó khăn rất lớn do đồng thời phải hướng các hoạt động ra thị trường bên ngoài và cạnh tranh với các ngân hàng nước ngoài tham gia thị trường Việt Nam. Đây là vấn đề mà đơn vị đã xem xét và nhận diện nó một cách thường xuyên để có những định hướng và bước đi phù hợp trong giai đoạn hiện nay hơn 90% ý kiến đồng ý. Thêm vào đó vai trò của nhóm ngân hàng nước ngoài ngày càng tăng nhờ sức mạnh về vốn, công nghệ, quy mô hoạt động toàn cầu và dịch vụ đa dạng. Trong khi đó, khả năng tài chính, trình độ quản lý công nghệ của đơn vị trong khu vực còn thấp, các dịch vụ NH chưa phong phú, hấp dẫn... nên thách thức đối với đơn vị là đáng kể, đặc biệt là đối với những phạm vi hoạt động kinh doanh trùng với lĩnh vực hoạt động có ưu thế của các ngân hàng nước ngoài như: thanh toán quốc tế, tài trợ thương mại, bảo lãnh,...điều này cho thấy MB – Chi nhánh Bắc Sài Gòn đã rất chú trọng đến việc nhận diện những rủi ro có thể gây ảnh hưởng đến mục tiêu chung. Bên cạnh đó rủi ro về thay đổi nhân sự cao cấp cũng được ngân hàng chú ý, tỷ lệ hơn 70%.

**Thứ tư, về đánh giá rủi ro:** MB – Chi nhánh Bắc Sài Gòn đề cao việc phân tích, đánh giá rủi ro nhưng thực tế ngân hàng vẫn chưa có ban nghiên cứu phát triển chuyên sâu phân tích rủi ro, 96% đồng ý. Có chăng là những trưởng bộ phận kiêm nhiệm việc rà soát thị trường đưa ra ý kiến để Hội sở chính tổng hợp, phân tích và nghiên cứu. Mục tiêu, chiến lược kinh doanh của đơn vị luôn rõ ràng và luôn phù hợp với mục tiêu chung và điều này tác giả nhận được hơn 90% ý kiến đồng tình.

**Thứ năm, về phản ứng rủi ro:** Hơn 90% ý kiến được khảo sát đều đồng tình và điều này cũng được quy định của MB nêu rõ. Trong lĩnh vực chủ động huy động sự phối hợp giữa các phòng ban, đơn vị để bán chéo, bán chéo sản phẩm. Tiếp cận, tư vấn, chào bán và cung cấp tất cả các sản phẩm, dịch vụ trên các kênh bán hàng phù hợp và đáp ứng kịp thời nhu cầu của khách hàng. Trong lĩnh vực đầu tư vốn, chúng tôi thực hiện hoạt động: tín dụng, dịch vụ thanh toán, trong đó có phát triển các đơn vị chấp nhận thẻ, kinh doanh ngoại hối và tài trợ thương mại. Được 100% tán thành, HĐQT đã có chỉ đạo Chi nhánh phối hợp với các bộ phận liên quan của Trụ sở chính và các tổ chức quản lý bên ngoài thực hiện các hoạt động thanh tra, kiểm toán, điều tra, giám sát liên quan đến số liệu kế toán của Chi nhánh.

**Thứ sáu, về hoạt động kiểm soát:** kết quả khảo sát cho thấy gần 100% ý kiến cho rằng việc cung cấp đầy đủ trang thiết bị làm việc cho từng cán bộ được NH chú trọng và bảo mật điển hình như sau khi một cán bộ đảm nhận một vị trí nào đó thì được NH tổ chức cho đi tập huấn để sử dụng phần mềm cũng như cấp riêng quyền truy cập cho từng cá nhân nhằm tạo sự bảo mật và cũng đảm bảo việc quản lý rủi ro một cách chặt chẽ của NH. Các công việc hàng ngày, tháng, quý của kế toán, giao dịch viên cũng được quy định rõ ràng trong văn bản về việc kiểm kê tài sản, luân chuyển chứng từ...được nhân viên thực hiện theo đúng quy trình, nghiêm túc.

**Thứ bảy, về thông tin, truyền thông:** 100% số người được hỏi cho biết ngân hàng có website nội bộ riêng cung cấp các tài liệu về quy định, thủ tục mà toàn thể nhân viên có thể cập nhật kịp thời. Tổ chức kế toán dựa trên phần mềm quản lý tất cả các lĩnh vực hoạt động nên việc cung cấp số liệu, thông tin nhanh chóng, chính xác, đảm bảo tính trung thực, chính xác, minh bạch trong hoạt động kế toán. Từ đó, thông tin được cung cấp cho ban quản lý một cách kịp thời và chính xác. Nhưng hơn 90% ý kiến cho rằng có tâm lý sợ xung đột và tôn trọng cấp trên trực tiếp. Thông tin đến từ nhiều nơi nên ban giám khảo sẽ khó chọn lọc được.

**Thứ tám, về giám sát:** Qua khảo sát 67 người thì 100% ý kiến đồng ý việc hệ thống kiểm soát nội bộ tạo ra nhằm giúp các bộ phận và nhân viên quản lý lẫn nhau, điều này cho thấy hệ thống kiểm soát nội bộ tại NH là một hệ thống có quy trình quản lý về con người cũng như chứng từ chặt chẽ và khép kín. Bên cạnh đó, có sự đánh giá thường xuyên, định kỳ của nhà quản lý một cách nhanh chóng về sự hữu hiệu của hệ thống kiểm soát nội bộ nhằm kịp thời phát hiện những sai sót cũng như phát huy những thế mạnh tiềm năng vốn có tại NH.

***3.2 Đánh giá thực trạng KSNB của MB – Chi nhánh Bắc Sài Gòn***

*3.2.1 Những ưu điểm*

*Về môi trường kiểm soát:* NH là một môi trường làm việc đầy năng động. Ban lãnh đạo luôn đề cao tính chính trực và giá trị đạo đức. Điều này được minh chứng trong việc NH thường xuyên đề ra các văn bản quy định cũng như những nội quy, quy chế, đặc biệt lấy tiêu chuẩn ISO làm thước đo cho mọi hoạt động hằng ngày.

*Về thiết lập mục tiêu:* Hằng năm NH đều đặt ra chỉ tiêu kinh doanh đề ra các mục tiêu chung cho từng bộ phận, đã quán triệt mục tiêu cụ thể từng phòng ban, phân loại mục tiêu đưa vào hoạt động mục tiêu trong tháng, quý.

*Về nhận dạng sự kiện tiềm tàng:* Phải đánh giá và phân tích được mặt thuận lợi, mặt khó khăn thì đơn vị mới hoàn thành được mục tiêu đặt ra.

*Về phản ứng và đối phó với rủi ro:* NH thường xuyên kiểm tra mọi hoạt động chung của các phòng ban, luôn soát xét các chứng từ và quy trình luân chuyển theo quy trình định sẵn.

*Về hoạt động kiểm soát:* Việc lưu trữ chứng từ đảm bảo đúng quy định của Bộ tài chính, của NH. NH luôn coi trọng việc kiểm soát toàn bộ hệ thống bằng việc ứng dụng công nghệ thông tin vào từng công việc cụ thể. Chứng từ được cập nhật một cách thường xuyên, chính xác việc đảm bảo việc truyền tải thông tin bằng những con số một cách có hiệu quả. Công việc bảo trì, bảo dưỡng công cụ, dụng cụ, thiết bị được thực hiện một cách nghiêm túc theo kế hoạch.

*Về thông tin truyền thông:* Những thông tin phải hồi từ khách hàng được tiếp thu, rút kinh nghiệm và phản hồi một cách nghiêm túc.

*Về giám sát:* Mặc dù không có cơ quan quản lý độc lập nhưng nhân viên nhận thức được tầm quan trọng của việc giám sát ngang hàng. Chúng chỉ mang tính chất tương đối trong phạm vi chức năng, nhiệm vụ được giao. Việc tự đánh giá hệ thống KSNB không được thực hiện và bị bỏ qua. Đồng thời, việc đánh giá độc lập hệ thống kiểm soát nội bộ không đảm bảo tính độc lập. Hiện nay, vẫn còn nhiều quy trình nghiệp vụ chưa được ban hành hoặc đã tồn tại nhưng chưa hoàn thiện và chưa bao gồm đầy đủ các bước để thực hiện từng nghiệp vụ.

*3.2.2 Những tồn tại*

**Về môi trường kiểm soát:** Ban lãnh đạo vẫn chưa đi đầu trong công tác kiểm soát, xử lý vi phạm về phong cách làm việc, thái độ đối với cấp dưới còn thiên vị chưa thực sự hài hòa. Hoặc có vi phạm nhưng vì tính răn đe chưa cao nên vẫn chưa thuyết phục được sự thay đổi mà thay vào đó còn nhiều trường hợp tái lại vi phạm nhiều lần. Việc thực hiện chính sách luân chuyển cán bộ chưa triệt để. Nhân sự tại bộ phận KSNB còn rất ít chỉ có một người tại một CN nên việc xây dựng hệ thống KSNB còn chưa được quan tâm đúng mức ở bộ phận này.

**Về thiết lập mục tiêu:** NH có thiết lập mục tiêu rõ ràng và cụ thể đến từng bộ phận từng nhân viên nhưng chưa mấy quan tâm xem xét.

**Về nhận dạng sự kiện tiềm tàng:** Chưa thực sự đánh giá và phân tích được mặt thuận lợi, mặt khó khăn của đơn vị để từng bước hoàn thành mục tiêu đặt ra. Đơn vị chưa nhận ra được tầm quan trọng của yếu tố bên ngoài và việc nhận dạng sự kiện không diễn ra thường xuyên như là nhận diện rủi ro liên quan đến khách hàng, tài sản đảm bảo, khả năng trả nợ. Giao dịch viên chưa có khả năng nhận diện tốt rủi ro về tiền giả, khách hàng, rủi ro về gian lận trong chứng từ do khách hàng gửi đến. Phòng hậu kiểm luôn có nhân viên kiêm nhiệm bộ phận hậu kiểm, chưa có tuyển thêm nhân viên để chuyên phụ trách công việc hậu kiểm.

**Về đánh giá và phản ứng rủi ro:** Chi nhánh coi trọng việc phân tích và đánh giá rủi ro nhưng lại không có bộ phận nghiên cứu đánh giá rủi ro toàn diện. Khi cung cấp dịch vụ theo quy trình bị sai sót, nhân viên phải tìm ra nguyên nhân, khắc phục và yêu cầu nhân viên xem xét lại quy trình để có trách nhiệm hơn trong công việc và nhận thức được những hạn chế của sai sót. Các ngân hàng chưa quan tâm nhiều đến việc hạn chế mức độ rủi ro phát sinh và còn yếu kém trong việc thúc đẩy phản ứng rủi ro.

**Về hoạt động kiểm soát:** Chi nhánh chưa hiểu đúng về công tác thanh tra, dẫn đến cố tình che giấu khuyết điểm, không tạo điều kiện để thực hiện nhiệm vụ thanh tra. Sự phối hợp giữa bộ phận chuyên môn và kiểm toán chưa chặt chẽ, chưa có các cuộc họp định kỳ với trưởng bộ phận chuyên môn để lấy ý kiến phản hồi từ các bộ phận này về công tác KSNB.

**Về thông tin truyền thông:** Các thông tin chiến lược và mục tiêu của đơn vị chưa được truyền đạt rộng rãi đến nhân viên nên ý thức làm việc hướng tới mục tiêu chung của nhân viên đơn vị chưa cao. Thông tin rời rạc, không thể kết nối, cản trở sự phối hợp giữa các bộ phận để đạt được mục tiêu.

**Về giám sát:** Các chỉ tiêu giám sát được trích xuất riêng cho từng màn hình kế toán nên không bao quát hết các rủi ro, dấu hiệu bất thường đối với từng giao dịch, khách hàng và do đó đôi khi bị bỏ qua hoặc không được ghi nhận đầy đủ. Các phương pháp giám sát từ xa chậm đổi mới, kém hiệu quả, lạc hậu và ít ảnh hưởng đến công tác quản lý.

## 4. Kết luận và kiến nghị

**Thứ nhất, về môi trường kiểm soát:** Lãnh đạo đơn vị cần thực sự coi trọng vai trò của hệ thống KSNB bằng cách thiết lập cơ chế kiểm soát toàn diện đối với mọi hoạt động của ngân hàng, từ đó tạo dựng văn hóa kiểm soát toàn diện trong tổ chức. Ban Giám đốc và các trưởng bộ phận phổ biến văn hóa quản lý rủi ro một cách toàn diện đến toàn thể nhân viên. Thường xuyên rà soát phong cách làm việc, văn hóa làm việc ở từng bộ phận. thường xuyên tổ chức các cuộc thi học hỏi về quản lý rủi ro để nhân viên hiểu về quản lý rủi ro và có kiến thức toàn diện. Sự liên kết chặt chẽ giữa các bộ phận, gắn kết chặt chẽ hoạt động của hệ thống KSNB với hoạt động quản lý rủi ro trong ngân hàng nhằm giảm thiểu rủi ro hoạt động. Trong hoạt động kinh doanh cần tham khảo ý kiến của các chuyên gia về cơ hội và thách thức của khách hàng tiềm năng.

**Thứ hai, về thiết lập mục tiêu – nhận diện và đánh giá rủi ro:** Đơn vị xác định rõ mục tiêu chung và truyền đạt đến từng bộ phận thông qua tài liệu được lãnh đạo từng bộ phận phát cho toàn thể nhân viên để học cách thực hiện. Việc nhận diện rủi ro chưa được quan tâm đúng mức nên nếu rơi vào trạng thái rủi ro sẽ khó xử lý các rủi ro phát sinh. Các ngân hàng nên thành lập bộ phận nhận diện các rủi ro phát sinh trong hoạt động kinh doanh.

**Thứ ba, về đối phó với những rủi ro:** NH nên thiết lập một bộ phận chuyên nghiên cứu, phân tích, quản lý rủi ro. Bộ phận này sẽ chịu trách nhiệm trong việc tham mưu, đề xuất những phương án nhắm đối phó với rủi ro. Đồng thời tuyên truyền đến từng nhân viên các rủi ro để từ đó nhân viên có thể nhận dạng và đối phó với rủi ro. Thường xuyên đào tạo nâng cao nghiệp vụ chuyên môn cho bộ phận này. Chuyển giao hoặc chia sẽ một phần rủi ro với các đơn vị khác như: tận dụng các dịch vụ bảo hiểm có lợi đối với NH để dự phòng các tổn thất mà khi NH không thể giảm thiểu được rủi ro đến mức có thể. Hoặc mua bảo hiểm cho người quản trị điều hành cao nhất vì đây là người quyết định toàn bộ quá trình hoạt động kinh doanh của NH.

**Thứ tư, về hoạt động kiểm soát:** Chi nhánh cần tăng cường kiểm tra, giám sát hoạt động và có biện pháp kịp thời sàng lọc, điều động những nhân viên có dấu hiệu vi phạm hoặc phát hiện vi phạm. Đơn vị cần tăng cường giám sát, quản lý chặt chẽ ngày giờ làm việc bằng việc lấy dấu vân tay tại ATM trước và sau khi tan sở. Quá trình luân chuyển hồ sơ giao dịch thuốc đến bộ phận hậu kiểm vẫn rất chậm, mặc dù có văn bản quy định hồ sơ phải được chuyển đến bộ phận hậu kiểm sau một ngày. Cần tăng cường giám sát và động lực chia sẻ tài liệu bằng cách ghi lại ngày giao của từng tài liệu. Trường hợp chậm trễ đột xuất thì phải ghi nhận sai sót rồi trừ vào lương hàng tháng. Thường xuyên cập nhật các văn bản, chính sách, quy định của đơn vị để đảm bảo hoạt động KSNB của đơn vị không bị lỗi thời hoặc lạc hậu.

**Thứ năm, về thông tin và truyền thông:** Quản lý và phân phối các tài liệu tóm tắt quy trình kinh doanh, quy định cho từng loại sản phẩm và hướng dẫn cho khách hàng. Những nội quy này sẽ được đăng tải trên website NH để tất cả khách hàng và nhân viên đều được biết. Ngân hàng thông báo định kỳ hàng quý cho toàn thể nhân viên về kết quả kinh doanh và kết quả đạt được so với mục tiêu đề ra. Điều này cũng giúp nhân viên có thể đánh giá được kết quả đạt được để tiếp tục phấn đấu thực hiện tốt hơn công việc được giao. Việc thông báo cho nhân viên về hoạt động của ngân hàng có thể được thực hiện bằng cách đăng tải các bản tin nội bộ trên website nội bộ.

**Thứ sáu, về công tác giám sát:** NH cần xây dựng quy trình giám sát thường xuyên kết hợp với giám sát định kỳ được thực hiện bởi kiểm soát viên nội bộ nhằm đưa ra những ý kiến,

những đánh giá độc lập, khách quan đối với hệ thống KSNB. Kiểm toán viên được đào tạo chuyên sâu ngành NH, được tham gia cọ sát các quy trình, các hoạt động ngành NH. Mọi ý kiến, phát hiện của kiểm soát nội bộ được Ban Giám đốc quan tâm, xem xét giải quyết dứt điểm để tránh hậu quả nghiêm trọng xảy ra.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Ngân hàng nhà nước Việt Nam (2006), "*Số 36/2006/QĐ-NHNN ngày 01/08/2006 về việc ban hành quy chế kiểm tra, kiểm soát nội bộ của tổ chức tín dụng*"
2. Ngân hàng nhà nước Việt Nam (2006), *"Số 37/2006/QĐ-NHHH ngày 01/08/2006 về việc ban hành quy chế kiểm toán nội bộ của tổ chức tín dụng"*
3. Allen N. Berger. (2004). Potential Competitive Effects of Basel II on Banks in SME Credit Markets in United States,, Board of Governors of the Federal Reserve System, Washington, DC 20551 U.S.A. Wharton Financial Institutions Center, Philadelphia, PA 19104 U.S.A.
4. Basel committee on Banking suppervision (2001), "Consultative Document: Operational Risk", Supporting document to the New Basel Accord, www.bis.org, www.en.wikipedia.org.
5. Basel Bank Committee of Supervision (2003), Enhancing Coporate Governance for Banking Organizations.
6. Demsetz, Rebecca S. (1997) Agency problems and risk taking at banks, Chi Nhánh Dự trữ Liên bang New York năm 1997.
7. O'Brien, James Michael and Berkowitz, Jeremy, Estimating Bank Trading Risk: A Factor
8. Model Approach (September 2005). NBER Working Paper No.w11608. Available at SSRN: https://ssrn.com/abstract=804254.

# THỰC TRẠNG CHI PHÍ TUÂN THỦ THUẾ THU NHẬP DOANH NGHIỆP TẠI CÁC DOANH NGHIỆP TRÊN ĐỊA BÀN QUẬN TÂN BÌNH, THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

**Nguyễn Trọng Tân**[1,2*]
[1]Viện Đào tạo Sau đại học, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
[2]Đội Kiểm tra thuế số 2 - Chi cục Thuế quận Tân Bình.
*Tác giả liên hệ, Email: nguyentrongtan05071993@gmail.com.

## TÓM TẮT

Tân Bình là quận nội thành nằm ở phía Tây Bắc cửa ngõ TP.HCM với diện tích hơn 22,38 $km^2$ gồm 15 phường, là địa bàn có cảng hàng không quốc tế Tân Sơn Nhất (diện tích 8,44 $km^2$) nên số lượng doanh nghiệp (DN) trên địa bàn quận Tân Bình lớn, nguồn thu thuế từ Chi cục Thuế quận Tân Bình chiếm tỷ trọng lớn trong tổng thu Ngân sách nhà nước (NSNN) của TP.HCM, đặc biệt là thu từ thuế Thu nhập doanh nghiệp (TNDN). Loại thuế này rất phức tạp đòi hỏi phải kiểm soát chặt chẽ để tránh thất thu cho NSNN. Bài viết này tác giả đã sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính để thực hiện. Kết quả nghiên cứu chính của đề tài đã phân tích, đánh giá thực trạng và đề xuất được các giải pháp cải thiện chi phí tuân thủ thuế TNDN, nhằm hướng tới một hệ thống thuế hiệu quả, minh bạch, công bằng hơn và DN có thể vừa đảm bảo tuân thủ tốt chính sách, quy định thuế TNDN lại vừa tối ưu hóa chi phí tuân thủ thuế TNDN của DN.
*Từ khóa:* Chi phí tuân thủ thuế TNDN; quận Tân Bình; TP.HCM.

## 1. Đặt vấn đề

Trong cơ cấu nguồn thu ngân sách nhà nước, Thuế được xem là khoản đóng góp mang tính quyền lực bởi nếu không có khoản này, Nhà nước sẽ không đủ tiềm lực để duy trì các hoạt động hay thực hiện các chức năng quan trọng. Thuế thu nhập doanh nghiệp bao gồm toàn bộ số thuế thu nhập tính trên thu nhập chịu thuế thu nhập doanh nghiệp, kể cả các khoản thu nhập nhận được từ hoạt động sản xuất, kinh doanh hàng hoá, dịch vụ tại nước ngoài mà Việt Nam chưa ký Hiệp định về tránh đánh thuế hai lần. Ngành thuế Việt Nam trong những năm vừa qua đã và đang thực hiện cơ chế quản lý thuế theo cách người nộp thuế tự khai, tự nộp thuế theo số tính toán của doanh nghiệp và nộp thuế vào Ngân sách nhà nước theo đúng thời hạn dựa trên những quy định hiện hành, đồng thời NNT phải tự chịu trách nhiệm trên việc tự kê khai và tự tính toán của mình. Tuy nhiên, trong việc tự kê khai và nộp thuế của doanh nghiệp không thể tránh khỏi một số doanh nghiệp không thực hiện tuân thủ đúng như quy định mà ngược lại có hành vi cố ý làm trái với quy định, sai quy định dẫn đến cơ quan nhà nước thất thoát thuế với số tiền lớn. Người nộp thuế thường cân nhắc rất kĩ về chi phí tuân thủ thuế thu nhập doanh nghiệp của doanh nghiệp mình. Và đồng thời, việc tuân thủ thuế TNDN cũng là trách nhiệm quản lý của cơ quan thuế, làm sao để có thể phát hiện kịp thời về hành vi gian lận thuế của doanh nghiệp, từ đó có thể nâng cao cơ chế tự khai tự nộp của doanh nghiệp phát huy thật sự hiệu quả.

Tân Bình là quận nội thành nằm ở phía Tây Bắc cửa ngõ Thành phố Hồ Chí Minh với diện tích hơn 22.38 km2 bao gồm 15 phường, là địa bàn có cảng hàng không quốc tế Tân Sơn Nhất (diện tích 8.44 km2). Có điều kiện tự nhiên tương đối thuận lợi, tốc độ đô thị hóa cao cùng với sự gia tăng dân số đã tác động đến sự phát triển kinh tế xã hội, thu hút một số lượng lớn các tổ chức

hoạt động trên địa bàn quận với số thu nộp vào Ngân sách nhà nước nằm trong top Thành phố Hồ Chí Minh. Theo báo cáo tổng kết công tác quản lý thuế năm 2022, tính đến 31/12/2022 trên địa bàn quận Tân Bình có 55.428 doanh nghiệp (trong đó: đang hoạt động và tạm ngừng kinh doanh là 25.086 doanh nghiệp và 30.342 doanh nghiệp giải thể khóa mã số thuế, không hoạt động tại địa chỉ đã đăng ký, chuyển địa bàn). Dự toán pháp lệnh thu ngân sách Nhà nước năm 2022 được Cục Thuế Tp.Hồ Chí Minh giao theo Thông báo số 18481/TB-CT ngày 29/12/2021 là 4.184 tỷ đồng; trong đó, chỉ tiêu thu từ khu vực kinh tế là 2.430 tỷ đồng. Kết quả thu NSNN lũy kế đến ngày 31/12/2022: Tổng thu NSNN là 5.918 tỷ 082 triệu đồng, đạt 141,45% so với dự toán năm 2022, tăng 33,02% so với cùng kỳ năm 2021; trong đó thu từ khu vực kinh tế là 3.095 tỷ 326 triệu đồng, đạt 127,38% so với dự toán năm 2022, tăng 16,52% so với cùng kỳ năm 2021. Tuy kết quả thu NSNN đạt 141,45% do dự toán pháp lệnh giao nhưng tính đến ngày 31/12/2022, Chi cục Thuế đã thực hiện kiểm tra 1.519 lượt doanh nghiệp, đạt 100,53% so với chỉ tiêu Cục Thuế giao; số doanh nghiệp sai phạm có tổng số thuế truy thu, phạt, giảm âm, giảm lỗ quy ra thuế là 321 tỷ 158 triệu đồng, đạt 214,11% so với chỉ tiêu Cục Thuế giao. Nhận định được vấn đề phức tạp liên quan đến việc tuân thủ thuế TNDN, tác giả đã đi tìm hiểu về các nhân tố ảnh hưởng đến chi phí tuân thủ thuế TNDN của các doanh nghiệp trên địa bàn quận Tân Bình, TPHCM để chỉ ra được những nhân tố nào thật sự ảnh hưởng đến gánh nặng về thuế của DN trong hoạt động kinh doanh hiện nay, từ đó giúp nhà nước, cơ quan chức năng nhận ra được vấn đề, vướng mắc của DN để thực hiện cải cách về chính sách thuế ở Việt Nam hướng tới một hệ thống thuế hiệu quả, minh bạch và công bằng hơn và doanh nghiệp có thể nhận thức những yếu tố ảnh hưởng đến chi phí tuân thủ thuế TNDN vừa làm sao vừa đảm bảo tuân thủ tốt chính sách, quy định thuế TNDN lại vừa tối ưu hóa chi phí tuân thủ thuế TNDN trong hoạt động của doanh nghiệp là nội dung cần được làm sáng tỏ. Xuất phát từ những điểm trên, tác giả quyết định lựa chọn đề tài "**Thực trạng chi phí tuân thủ thuế thu nhập doanh nghiệp tại các doanh nghiệp trên địa bàn quận Tân Bình, TP.HCM**" để thực hiện nghiên cứu.

## 2. Cơ sở lý thuyết và các nghiên cứu trước

### *2.1 Cơ sở lý thuyết*

Sandford (1995) định nghĩa chi phí tuân thủ thuế là chi phí phát sinh bởi người nộp thuế để đáp ứng những yêu cầu của luật thuế và cơ quan thuế. Những chi phí này vượt ra khỏi số tiền thuế phải chi trả và những chi phí do những biến dạng vốn có trong bản chất của thuế.

Evans (2003) lại cung cấp một định nghĩa khác, được xem là rõ ràng và rộng hơn về các điều khoản liên quan đến chi phí thuế: "Hệ thống thuế hiện đại có khả năng áp đặt một gánh nặng lên NNT và đặc biệt là đối với NNT kinh doanh nhỏ. Gánh nặng bao gồm ba yếu tố: Yếu tố thứ nhất là bản thân các loại thuế, cho dù là thuế trực thu hay thuế gián thu. Yếu tố thứ hai là chi phí hiệu quả liên quan đến biến dạng thị trường do thuế gây ra. Yếu tố cuối cùng là chi phí vận hành của hệ thống thuế: chi phí của chính phủ dành cho việc quản lý và thu thuế (thường được gọi là "chi phí hành chính" cũng do NNT chịu) và chi phí của NNT dùng cho việc tuân thủ (kể cả việc không tuân thủ) với nghĩa vụ thuế (thường được gọi là "chi phí tuân thủ").

OECD (2009) định nghĩa chi phí tuân thủ thuế là một trong những yếu tố kinh tế ảnh hưởng đến tuân thủ thuế. NNT phải đối diện một số chi phí để tuân thủ quy định luật thuế ngoài số tiền phải nộp. Chi phí này bao gồm thời gian hoàn thành yêu cầu theo quy định, chi phí kế toán, chi phí gián tiếp gắn liền sự phức tạp của pháp luật bao gồm chi phí tâm lý.

### *2.2 Các nghiên cứu trước*

Fauziati, Popi ; Kassim, Aza Azlina Md (2018) với nghiên cứu: "The Effect of Business Characteristics on Tax Compliance Costs". Hiện nay, nghiên cứu về ảnh hưởng của đặc điểm kinh doanh đến chi phí tuân thủ thuế vẫn còn ít. Nghiên cứu này xem xét tác động của các đặc điểm kinh doanh (tuổi hoạt động, quy mô, lĩnh vực và quản lý rủi ro) đến chi phí tuân thủ thuế. Thiết kế nghiên cứu được áp dụng trong nghiên cứu này là thiết kế khảo sát. Các câu hỏi đã được

gửi cho các thành viên của Sở Hợp tác xã và Doanh nghiệp vừa và nhỏ ở thành phố Padang. Phương pháp chọn mẫu phi xác suất được sử dụng làm phương pháp chọn mẫu và có 92 người trả lời đã tham gia vào nghiên cứu này. Dữ liệu thu được được phân tích bằng SPSS. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng độ tuổi hoạt động, quy mô và lĩnh vực không ảnh hưởng đến chi phí tuân thủ thuế trong khi quản lý rủi ro có ảnh hưởng đến chi phí tuân thủ thuế.

Doreen Musimenta (2020) với nghiên cứu: "Knowledge requirements, tax complexity, compliance costs and tax compliance in Uganda". Mục đích của nghiên cứu này là xem xét mối quan hệ giữa yêu cầu kiến thức, độ phức tạp của hệ thống thuế và việc tuân thủ thuế ở Uganda đồng thời khám phá những tác động gián tiếp của chi phí tuân thủ. Kết quả nghiên cứu này cho thấy yêu cầu về kiến thức không có mối quan hệ đáng kể với chi phí tuân thủ. Yêu cầu về kiến thức phù hợp nhất trong việc giải thích chi phí nội bộ của việc tuân thủ so với chi phí bên ngoài. Ngoài ra kết quả còn chỉ ra rằng người nộp thuế có đủ kiến thức về thuế để có thể tuân thủ thuế nhưng điều đó không loại trừ thực tế là người nộp thuế vẫn phải chịu chi phí tuân thủ. Khi hệ thống thuế trở nên phức tạp hơn thì chi phí tuân thủ cũng tăng cao. Các hệ thống thuế phức tạp đòi hỏi người nộp thuế phải được đào tạo thêm cũng như tìm kiếm thêm những tư vấn để tuân thủ.

Võ Thị Yến Phương (2019) "Các nhân tố ảnh hưởng đến chi phí tuân thủ thuế thu nhập doanh nghiệp tại các doanh nghiệp địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh" đã xác định các nhân tố ảnh hưởng; đưa ra các nhân tố ảnh hưởng đến chi phí tuân thủ thuế TNDN của DN để Nhà nước, cơ quan chức năng nhận ra được vấn đề, vướng mắc của DN, thực hiện cải cách về chính sách, quy định và công tác quản lý thuế ở Việt Nam hướng tới một hệ thống thuế hiệu quả, minh bạch và công bằng hơn.

Huỳnh Thanh Huy (2020) "Nghiên cứu các yếu tố tác động đến chi phí tuân thủ thuế của các doanh nghiệp FDI tại Bình Dương" đã xác định các yếu tố ảnh hưởng đến Chi phí tuân thủ thuế đối với các DN FDI tại tỉnh Bình Dương; đánh giá mức độ tác động của từng yếu tố đến Chi phí tuân thủ thuế của các DN. Từ kết quả nghiên cứu, tác giả đề xuất một số hàm ý quản trị nhằm giảm bớt Chi phí tuân thủ thuế cho các DN trên địa bàn theo hướng phù hợp, công bằng và tiết kiệm về mặt chi phí trong việc chấp hành sự tuân thủ thuế đối với CQT hiện nay.

Lê Bích Phi (2021) "Các nhân tố ảnh hưởng đến chi phí tuân thủ thuế thu nhập doanh nghiệp tại các doanh nghiệp trên địa bàn thành phố Nha Trang" đã xác định các biến đánh giá có ý nghĩa thống kê như Năng lực thuế, Quản lý thuế, Quy định thuế tác động đến chi phí tuân thủ thuế TNDN. Tác giả đề tài cũng đưa những đề xuất, kiến nghị cơ bản đến nhà nước, cơ quan thuế (quản lý thuế, quy định thuế) và doanh nghiệp (năng lực thuế) để làm sao tối ưu hóa chi phí tuân thủ thuế TNDN nói riêng và toàn ngành thuế nói chung dựa trên mức độ tác động, ảnh hưởng cụ thể của từng nhân tố.

## 3. Phương pháp nghiên cứu

Tác giả chủ yếu sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính và công cụ thống kê mô tả. Thu thập thông tin tài liệu và trực tiếp phỏng vấn các đối tượng là Ban lãnh đạo và các công chức thuế thực hiện công tác kiểm tra các DN thuộc Chi cục Thuế quận Tân Bình, Thành phố Hồ Chí Minh. Qua đó, đối chiếu những thông tin đã thu thập, suy luận để phác họa về chi phí tuân thủ thuế TNDN của công tác kiểm tra thuế tại tại Chi cục Thuế quận Tân Bình, Thành phố Hồ Chí Minh.

## 4. Thực trạng chi phí tuân thủ thuế thu nhập doanh nghiệp tại các doanh nghiệp trên địa bàn quận tân bình, Tp.HCM

Tháng 08/1990, Bộ Tài chính ban hành Quyết định số 315 TC/QĐ-TCCB thành lập Chi cục thuế Nhà nước đặt tại các Huyện, Quận, thị xã, thành phố trong đó có Chi cục thuế quận Tân Bình. Chi cục thuế quận Tân Bình là Tổ chức trong hệ thống hành chính Nhà nước thuộc Cục thuế Nhà nước, có tư cách pháp nhân công quyền, có con dấu riêng và được mở tài khoản tại Kho bạc Nhà nước. Địa chỉ trụ sở: 450 Trường Chinh, Phường 13, quận Tân Bình, Thành phố Hồ Chí

Minh. Cục Thuế Thành phố Hồ Chí Minh ban hành Quyết định số 1572/QĐ-CT ngày 13/3/2020 về việc tổ chức bộ máy của Chi cục Thuế quận Tân Bình trực thuộc Cục Thuế Thành phố Hồ Chí Minh, có chức năng, nhiệm vụ tổ chức, triển khai thực hiện công tác quản lý thuế, phí, lệ phí và các khoản thu khác của NSNN trên địa bàn quận Tân Bình. Đơn vị thực hiện nhiệm vụ, quyền hạn theo quy định của Luật Quản lý thuế, các Luật thuế và các quy định pháp luật có liên quan.

Tính đến 31/12/2022 trên địa bàn quận Tân Bình có 55.428 doanh nghiệp (trong đó: đang hoạt động và tạm ngừng kinh doanh là 25.086 doanh nghiệp và 30.342 doanh nghiệp giải thể khóa mã số thuế, không hoạt động tại địa chỉ đã đăng ký, chuyển địa bàn), trong đó, DN mới thành lập ngày càng nhiều và còn non trẻ, thiếu kiến thức về thuế nên việc chấp hành nghĩa vụ thuế còn nhiều sai sót dẫn đến việc quản lý thuế rất phức tạp.

Dưới đây là những số liệu tại Chi cục Thuế quận Tân Bình trong những năm qua được thu thập và thống kê từ các Báo cáo tổng kết thực hiện nhiệm vụ công tác thuế hàng năm của đơn vị.

**Bảng 1. Thống kê tình hình kiểm tra thuế**

Đơn vị tính: triệu đồng

| STT | Nội dung | Năm 2020 | Năm 2021 | Năm 2022 |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Số DN đã có Quyết định kiểm tra | 1.698 | 809 | 1.519 |
| 2 | Số thuế truy thu, phạt | 97.700 | 46.982 | 117.078 |
| 3 | Số giảm âm, giảm lỗ | 159.335 | 81.894 | 204.080 |
| 4 | Tổng số thuế truy thu, phạt, giảm âm, giảm lỗ | 257.035 | 128.876 | 321.158 |
| 5 | Trung bình 1 DN có số thế truy thu, phạt, giảm âm, giảm lỗ | 151,37 | 159,30 | 211,43 |

*(Nguồn: tác giả tự tổng hợp)*

Qua số liệu thống kê tại bảng 1 cho thấy kết quả kiểm tra thuế trung bình của 1 DN có số thuế truy thu, phạt, giảm âm, giảm lỗ tăng qua các năm, cụ thể năm 2020 151,37 triệu đồng/DN, năm 2021 159,30 triệu đồng/DN tăng 7,93 triệu đồng/DN so với năm 2020, năm 2022 211,41 triệu đồng/DN tăng 52,13 triệu đồng/DN so với năm 2021.

Với phương pháp quan sát và tổng hợp tài liệu và trực tiếp phỏng vấn các công chức thuế thực hiện công tác kiểm tra các DN thuộc Chi cục Thuế quận Tân Bình, Thành phố Hồ Chí Minh, tác giả đạt được một số thành quả nhất định, tuy nhiên vẫn còn tồn tại nhiều hạn chế ảnh hưởng đến hiệu quả công tác quản lý thuế của đơn vị như:

**Đối với cơ quan quản lý thuế:**

**Môi trường kiểm soát:** Hiện tại thì Chi cục Thuế vẫn chưa xây dựng được một chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp cụ thể cho cán bộ công chức tại đơn vị. Ban lãnh đạo cần xây dựng các chuẩn mực người công chức thuế và phải xác định được mục tiêu chính của công việc được giao, đối tượng phục vụ chủ yếu để làm nền tảng cho chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp trong việc thực thi công vụ. Điều này là do những nguyên nhân: ý thức và đạo đức nghề nghiệp của từng công chức. Mặt khác nguồn nhân lực ngành thuế chưa đủ để có thể đáp ứng yêu cầu công việc một cách kịp thời, phục vụ tốt cho NNT.

**Đánh giá rủi ro:** Chi cục Thuế thực hiện nhiệm vụ kiểm tra về việc kê khai hồ sơ khai thuế của các DN. Các DN không phản ánh đúng tình hình thực tế tại các DN dẫn đến xác định số thuế TNDN phải nộp của các DN không chính xác gây thất thu NSNN. Nguyên nhân còn đến từ việc nội tại trong đơn vị chưa xây dựng một quy trình giám sát chặt chẽ các rủi ro và có kế hoạch đối phó trong các trường hợp có sự biến động đột xuất về cơ cấu tổ chức, chính sách.

**Hoạt động kiểm soát:** Các văn bản pháp luật của các Ban, ngành, bộ phận liên quan còn tồn tại nhiều điểm chưa thống nhất, chưa tạo sự hỗ trợ nhau trong quá trình công tác kiểm tra thuế để kiểm soát chặt chẽ tính tuân thủ thuế của các doanh nghiệp. Nguyên nhân tồn tại: Quy định của luật và các văn bản hướng dẫn về xử phạt các hành vi vi phạm về trốn thuế, nộp tờ khai kê khai thuế và tiền thuế trễ hạn chưa đủ sức răn đe. Công tác kiểm tra, kiểm soát nội bộ ngành chưa

thật sự chú trọng và chưa xem đây là đây là một biện pháp trọng yếu trong công tác quản lý thuế.

**Thông tin và truyền thông:** Bên cạnh những điểm mạnh, các hạn chế rất lớn còn tồn tại trong thông tin và truyền thông có thể đề cập như sau: Mặc dù đang áp dụng nhiều phương pháp tuyên truyền, phổ biến chính sách thuế… nhưng chính sách thuế thường xuyên thay đổi và chỉnh sửa bổ sung nên dẫn đến NNT cập nhật không kịp thời. Bên cạnh đó, các nhân viên kế toán ít quan tâm đến việc tham gia các buổi tập huấn, vì thế họ có thể không cập nhật kịp thời các văn bản thông tư, nghị định mới về thuế TNDN làm ảnh hưởng đến công tác quản lý thuế.

**Giám sát:** Bộ phận kiểm tra thuế chưa thực hiện đầy đủ chức năng kiểm soát của mình do khối lượng và yêu cầu công việc kiểm tra các đơn vị ngày càng lớn, 01 công chức hiện nay phải thực hiện nhiều đầu công việc, nhiều mặt công tác, dẫn đến việc xử lý công việc bị dàn trải, thiếu chuyên sâu. Đội ngũ công chức thuế thực hiện công tác kiểm tra, giám sát chưa phát hiện hết các sai phạm, gian lận của doanh nghiệp. Ứng dung hệ thống thông tin tường xuyên bị lỗi hệ thống gây mất nhiều thời gian trong việc tra cứu. Trình độ công chức thuế về ứng dụng công nghệ thông tin còn yếu, việc phân quyền sử dụng phần mềm thực hiện chưa tốt, gây nên nhiều khó khăn trong việc đối chiếu số liệu khi thực hiện công tác kiểm tra thuế

**Đối với doanh nghiệp:**

Qua khảo sát, tổng hợp tài liệu và trực tiếp phỏng vấn các công chức công thuế thực hiện công tác kiểm tra các DN thuộc Chi cục Thuế quận Tân Bình, Thành phố Hồ Chí Minh nhận thấy:

Doanh nghiệp lớn sẽ có chi phí tuân thủ thuế càng cao so với DN vừa, nhỏ và siêu nhỏ. Tức là chi phí tuân thủ thuế TNDN sẽ có mức độ tăng dần theo quy mô. DN có thời gian hoạt động ngắn thì chưa phát sinh gánh nặng chi phí tuân thủ thuế nhiều, có thể do hoạt động của những DN này chưa phức tạp cũng như chưa phát sinh các giao dich có nhiều rủi ro về thuế. Do đó, mà họ gánh chịu chi phí tuân thủ là thấp hơn so với các DN có thời gian hoạt động lâu và có nhiều giao dịch lớn, phức tạp và ẩn nhiều rủi ro.

DN sản xuất sẽ có chi phí tuân thủ thuế TNDN lớn hơn DN thương mại và dịch vụ. Và đồng thời DN xây dựng cũng có chi phí tuân thủ thuế TNDN lớn hơn DN thương mại và dịch vụ. Sở dĩ như vậy là do trên thực tế DN sản xuất, xây dựng thường có những nghiệp vụ, giao dịch phát sinh nhiều, phức tạp như định mức nguyên vật liệu, nhân công, hạch toán theo mức độ hoàn thành của công trình xây dựng … trong khí đó các DN thương mại, dịch vụ sẽ không phát sinh nhiều các giao dịch, vấn đề chứa nhiều rủi ro như các DN sản xuất, xây dựng trên nên họ gánh chịu chi phí tuân thủ là thấp hơn so với các DN này.

Bên cạnh đó, quy định thuế của cơ quan thuế càng sát sao thì làm cho chi phí tuân thủ thuế TNDN của DN càng cao. Chính vì vậy, đây được xem là yếu tố chính ảnh hưởng đến gánh nặng chi phí tuân thủ của DN

Qua khảo sát trực tiếp phỏng vấn các công chức thì tác giả nhận thấy không có sự khác biệt nhiều giữa DN thương mại và dịch vụ vì mức độ giao dịch, các vấn đề về thuế tương đối là giống nhau, không có sự khác biệt rõ ràng. Cũng tương tự như vậy, giữa DN sản xuất và xây dựng đều có mức độ phức tạp có thể là gần tương đương nhau, nhiều vấn đề về thuế cần được nắm rõ, giải trình khi kê khai thuế cũng như khi giải trình cho cơ quan thuế trong các đợt thanh tra, kiểm tra.

## 5. Kết luận và kiến nghị

Tính tuân thủ thuế TNDN hiện nay luôn gặp phải những khó khăn nhất định cả từ phía cơ quan thuế lẫn NNT. Công tác kiểm tra thuế luôn được xem là công cụ kiểm soát hữu hiệu, nhằm hạn chế rủi ro và đảm bảo hoàn thành mục tiêu của mỗi tổ chức. Thông qua khảo sát, tác giả phân tích và đánh giá thực trạng tính tuân thủ thuế TNDN tại các DN trên địa bàn quận Tân Bình chưa cao. Do đó, tác giả kiến nghị một số giải pháp nhằm hoàn thiện tính tuân thủ chi phí thuế TNDN từ đó giúp nhà nước, cơ quan chức năng nhận ra được vấn đề, vướng mắc của DN để thực hiện cải cách về chính sách thuế hướng tới một hệ thống thuế hiệu quả, minh bạch và công bằng hơn

và doanh nghiệp có thể nhận thức những yếu tố ảnh hưởng đến chi phí tuân thủ thuế TNDN vừa làm sao vừa đảm bảo tuân thủ tốt chính sách, quy định thuế TNDN lại vừa tối ưu hóa chi phí tuân thủ thuế TNDN trong hoạt động của doanh nghiệp.

**Đối với cơ quan quản lý thuế:**

**Môi trường kiểm soát:** Nâng cao hiệu quả tổ chức thi hành pháp luật, chấp hành pháp luật; Đổi mới công tác đánh giá công chức, đảm bảo đánh giá đúng, khách quan, công bằng, công khai, khắc phục tình trạng bình quân, nể nang trong đánh giá; Thường xuyên kiểm tra, giám sát việc thực hiện các quy định về chuẩn mực đạo đức, quy tắc ứng xử đối với công chức thuế. Tăng cường công tác đề xuất tuyên dương DN tiêu biểu chấp hành pháp luật thuế và nộp ngân sách nhà để khuyến thích nâng cao tinh thần chấp hành tính tuân thủ thuế của các DN.

**Đánh giá rủi ro:** Tổ chức triển khai thực hiện có hiệu quả các chủ trương, chính sách, các giải pháp phòng, chống tham nhũng, lãng phí, tập trung vào các lĩnh vực dễ phát sinh tiêu cực; Tập trung nguồn lực để phát triển và đẩy mạnh khai thác các Ứng dụng ngành để đảm bảo trong quá trình công tác; Tổ chức sát hạch, kiểm tra và đánh giá trình độ năng lực của công chức trong toàn đơn vị theo định kỳ.

**Hoạt động kiểm soát:** Công tác tổ chức cán bộ cần được chú trọng, cụ thể như: luân chuyển, chuyển đổi vị trí công tác, điều động, bổ nhiệm theo đúng quy định; công tác đánh giá, xếp loại công chức theo hướng thực chất, hiệu quả; đẩy mạnh công tác chuyển đổi số;

**Thông tin và truyền thông:** Xây dựng các trang mạng để tuyên truyền, phổ biến chính sách Pháp luật về thuế đến NNT kịp thời như: Zalo; Facebook…; Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động quản lý, chỉ đạo điều hành của đơn vị; Phối hợp các đơn vị có liên quan thực hiện kiểm tra phòng chống gian lận thương mại, gian lận về giá, qua đó phát hiện ngăn chặn và xử lý nghiêm các hành vi vi phạm pháp luật, đặc biệt là hành vi mua, bán hoá đơn, sử dụng hoá đơn bất hợp pháp.

**Giám sát:** Tăng cường ban hành kế hoạch giám sát, kiểm tra việc thực hiện chính sách pháp luật thuế của các DN; kế hoạch kiểm tra nội bộ và thực hiện kiểm tra nội bộ việc thực thi công vụ của công chức thuế; Thực hiện tốt công tác kiểm tra theo đúng quy định, quy trình, đánh giá tình hình chấp hành pháp luật để xử lý vướng mắc kịp thời và kiến nghị hoàn thiện các văn bản quy phạm pháp luật về thuế.

**Đối với doanh nghiệp:**

Doanh nghiệp cần nâng cao việc hiểu và nắm rõ các quy định, nguyên tắc tính thuế TNDN, có kỹ năng lập kế hoạch thuế cho công ty, khi có các vấn đề phát sinh liên quan đến thuế TNDN sẽ chủ động biết cách xử lý hợp lý, nâng cao công tác giám sát, đào tạo nhân viên bên dưới liên quan đến việc kê khai, xử lý các vấn đề liên quan đến thuế TNDN.

Ngoài ra, DN cũng nên tích cực tham gia thường xuyên các buổi hội thảo cập nhật thuế do cơ quan thuế tổ chức cũng như các lớp học về kiến thức thuế do các công ty tư vấn thuế tổ chức để nắm bắt kịp thời và đầy đủ các thay đổi về quy định nhằm tuân thủ thuế một cách tốt hơn.

Thêm vào đó, chủ DN cũng như kế toán trưởng, kế toán phụ trách nên sát sao theo dõi và nắm rõ hoạt động kinh doanh hàng ngày của DN mình sẽ có cái nhìn tổng quan và chi tiết khi các vấn đề phát sinh sẽ có cách xử lý kịp thời đồng thời tuân thủ đúng theo quy định.

Không những thể, DN cũng nên xây dựng hệ thống thông tin kế toán một cách hiệu quả, điều này sẽ giúp DN chủ động hơn trong việc lưu trữ dữ liệu, chứng từ, sổ sách, thực hiện kê khai các hồ sơ thuế theo quy định và sẽ phục vụ cho công tác thanh tra, kiểm tra một cách nhanh chóng, đáp ứng theo yêu cầu của cơ quan thuế. Từ đó, DN có thể giảm thiểu chi phí tuân thủ thuế không cần thiết.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Bộ Tài Chính. (2014). *Thông tư 78/2014/TT-BTC ban hành ngày 18 tháng 6 năm 2014.*
2. Doreen Musimenta. (2020). *Knowledge requirements, tax complexity, compliance costs and tax compliance in Uganda.*
3. Huỳnh Thanh Huy. (2020). *Nghiên cứu các yếu tố tác động đến chi phí tuân thủ thuế của các doanh nghiệp FDI tại Bình Dương*. Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Thủ Dầu Một.
4. Lê Bích Phi. (2021). *Các nhân tố ảnh hưởng đến chi phí tuân thủ thuế thu nhập doanh nghiệp tại các doanh nghiệp trên địa bàn thành phố Nha Trang*. Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu.
5. Fauziati, Popi; Kassim, Aza Azlina Md. (2018). *The Effect of Business Characteristics on Tax Compliance Costs.*
6. Võ Thị Yến Phương. (2019). *Các nhân tố ảnh hưởng đến chi phí tuân thủ thuế thu nhập doanh nghiệp tại các doanh nghiệp địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh*. Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.

# CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN VIỆC VẬN DỤNG KẾ TOÁN QUẢN TRỊ TẠI CÁC CÔNG TY SẢN XUẤT THÉP TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

**Nguyễn Thị Diệu***
Viện Đào tạo Sau đại học, Trường Đại học Công nghệ TP. Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: vanessnguyendieu@gmail.com.

**TÓM TẮT**

Kế toán quản trị là một công cụ cung cấp thông tin cho nhà quản trị nội bộ doanh nghiệp nhằm phục vụ quản lý khá hiệu quả cho đơn vị. Trong phạm vi bài viết này, tác giả sử dụng kết hợp phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng trên cơ sở sử dụng việc kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha, kiểm định nhân tố khám phá (EFA) và phân tích hồi quy nhằm kiểm chứng các nhân tố ảnh hưởng đến việc việc vận dụng kế toán quả trị tại các doanh nghiệp sản xuất thép trên địa bàn TP.HCM, từ đó đề xuất các kiến nghị nhằm có thể vận dụng phương pháp này cho các doanh nghiệp.
*Từ khóa:* kế toán quản trị; sản xuất thép; TP.HCM.

## 1. Đặt vấn đề

Theo Kaplan and Cooper (1998), chức năng của KTQT là thu thập, xử lý, phân tích và cung cấp thông tin theo các yêu cầu của nhà quản trị, qua đó giúp nhà quản trị có cơ sở dữ liệu để lên kế hoạch, điều hành, tổ chức thực hiện kế hoạch và đưa ra các quyết định chuẩn xác hơn, qua đó cải thiện hiệu quả hoạt động. Đây là một quy trình hoàn thiện liên tục với nhiều nội dung và phương pháp khác nhau để phù hợp với từng loại hình DN.

Với sự thay đổi cơ chế và trình độ quản lý kinh tế, hệ thống kế toán DN Việt Nam nói chung và kế toán KTQT ở các DNSX nói riêng đã không ngừng cải cách và hoàn thiện. Tuy nhiên do đặc thù của ngành sản xuất công nghiệp, công tác KTQT của DNSX Việt Nam hiện nay còn nhiều mặt hạn chế, chưa thực sự đáp ứng được yêu cầu quản trị trong DN. Theo khảo sát của tác giả, hiện tại hầu hết các DNSX ngành thép đang áp dụng phương pháp tính giá thành truyền thống mà chưa có chú trọng vận dụng KTQT vào trong quản lý. Do vậy tác giả nghiên cứu đề tài này với mục tiêu xác định các nhân tố tác động và mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố đến việc vận dụng KTQT tại các DNSX thép trên địa bàn TP. HCM. Từ việc nhận diện nhân tố tác động và mức độ ảnh hưởng của chúng, tác giả đề xuất một số hàm ý quản trị nhằm có thể vận dụng KTQT cho các đơn vị một cách phù hợp nhất để cung cấp thông tin cho các nhà quản lý, góp nâng cao hiệu quả công tác quản lý, hoạch định tài chính trong các DN.

## 2. Cơ sở lý thuyết

### *2.1 Kế toán quản trị là gì?*

Theo định nghĩa của hiệp hội kế toán Mỹ (NAA) – văn kiện số 1A tháng 03/1981, thì: "Kế toán quản trị là quá trình cung cấp thông tin cho nhà quản lý doanh nghiệp trong việc lập và thực hiện kế hoạch, trong việc kiểm soát và điều hành hoạt động của doanh nghiệp. Quy trình của kế toán quản trị bao gồm các công việc xác định, cân, đo, đong, đếm, thu thập, tích lũy, phân tích, chuẩn bị thông tin, giải thích và cung cấp thông tin cho nhà quản lý để các nhà quản lý xử lý những thông tin này theo hướng có lợi nhất cho doanh nghiệp."

Theo Garison và cộng sự (2012), mục tiêu cơ bản của kế toán quản trị (KTQT) là cung cấp thông tin tài chính và phi tài chính cho các nhà quản lý công ty. Tùy theo nhu cầu của nhà

quản lý, KTQT sẽ cung cấp các thông tin dạng khác nhau. Tựu chung lại, thông tin KTQT cung cấp giúp nhà quản lý thực hiện những công việc sau:

- Lập kế hoạch ngắn hạn và dài hạn.
- Tổ chức, điều hành và kiểm soát hiệu quả hoạt động và trách nhiệm quản lý của tất cả các bộ phận trong tổ chức.
- Ra các quyết định kinh tế đúng đắn.

***2.2 Các phương pháp sử dụng trong kế toán quản trị***

KTQT sử dụng các phương pháp sau:

- *Phương pháp chứng từ kế toán*: do đặc điểm riêng của KTQT nên ngoài việc sử dụng các chứng từ theo qui định, KTQT còn sử dụng nhiều chứng từ nội bộ khác để phục vụ cho việc thu thập, phân loại, xử lý thông tin nhằm cung cấp thông tin đáp ứng yêu cầu quản lý công ty.
- *Phương pháp tài khoản:* để phục vụ cho yêu cầu cung cấp thông tin, phục vụ cho yêu cầu quản lý nội bộ tại công ty, KTQT phải thiết kế hệ thống tài khoản chi tiết phù hợp với đặc điểm, qui mô hoạt động và yêu cầu quản lý tại công ty.
- *Phương pháp tính giá:* bên cạnh việc cung cấp thông tin phục vụ cho yêu cầu quản lý nội bộ, KTQT còn cung cấp thông tin về chi phí, giá thành cho kế toán tài chính để lập các báo cáo tài chính cung cấp cho bộ phận bên ngoài. Vì thế, ngoài những phương pháp tính giá đáp ứng yêu cầu cung cấp thông tin trong nội bộ, KTQT còn phải tuân thủ những nguyên tắc tính giá các yếu tố đầu vào, đầu ra theo các chuẩn mực kế toán hiện hành nhằm đảm bảo được tính trung thực, hợp lý của thông tin trên báo cáo tài chính.
- *Phương pháp tổng hợp, cân đối:* phương pháp tổng hợp cân đối được vận dụng trong KTQT thông qua việc xây dựng các chỉ tiêu trên hệ thống báo cáo KTQT phải đảm bảo tính tổng hợp và cân đối.

***2.3 Nội dung cơ bản của kế toán quản trị***

Theo giáo trình KTQT của Bộ Môn KTQT – Trường Đại Học Kinh Tế TP.HCM (2013) thì nội dung của KTQT rộng, tuỳ thuộc vào quy mô, tính hiện đại quản trị quản trị và trình độ nhà quản trị, đặc điểm SXKD, ... mà có thể ứng dụng toàn bộ hoặc một phần cơ bản của KTQT. Tuy nhiên trong giới hạn phạm vi nghiên cứu, tác giả chỉ trình bày một số nội dung liên quan đến KTQT phục vụ cho đề tài.

**(1) Phân loại chi phí:** Đối với nhà quản lý, chi phí là mối quan tâm hàng đầu vì chi phí ảnh hưởng trực tiếp đến lợi nhuận. Bên cạnh đó, hầu như quyết định nào của nhà quản trị cũng liên quan đến chi phí. Do đó, chi phí phải được đo lường và nhận diện theo nhiều cách khác nhau để phù hợp với từng loại quyết định của nhà quản trị.

**(2) Hệ thống chi phí linh hoạt:** Cung cấp thông tin chi phí linh hoạt là một trong những nội dung cơ bản của KTQT. Nếu như kế toán tài chính về tính giá thành sản phẩm, dịch vụ dựa trên ba khoản mục nguyên vật liệu trực tiếp, nhân công trực tiếp và chi phí sản xuất chung, thì KTQT về tính giá thành sản phẩm, dịch vụ dựa trên hai loại chi phí là biến phí và định phí. Từ đó khái niệm giá thành biến phí hay giá thành khách hàng được sử dụng trong KTQT, nó được vận dụng trong các tình huống để nhà quản trị đưa ra giá bán linh hoạt tại mọi thời điểm. Với cách xác định này, giá thành sản phẩm dịch vụ được tính như sau:

**(3) Kế toán trách nhiệm:** Kế toán trách nhiệm là hệ thống thu thập, xử lý và truyền đạt thông tin có thể kiểm soát theo phạm vi trách nhiệm của từng nhà quản trị nhằm đạt được mục tiêu chung của tổ chức. Gắn với kế toán trách nhiệm là các trung tâm trách nhiệm. Trung tâm trách nhiệm là một bộ phận hay một phòng ban chức năng mà kết quả của nó được gắn trách nhiệm trực tiếp của một nhà quản lý cụ thể. Có bốn loại trung tâm trách nhiệm, bao gồm: trung tâm chi phí, trung tâm doanh thu, trung tâm lợi nhuận và trung tâm đầu tư.

**(4) Lập dự toán ngân sách:** Dự toán là một kế hoạch mà trong đó thể hiện những mục tiêu tổ chức cần phải đạt được đồng thời chỉ rõ cách thức huy động những nguồn lực để thực hiện các mục tiêu mà tổ chức đặt ra.

**(5) Phân tích mối quan hệ chi phí – khối lượng – lợi nhuận:** Nhằm nghiên cứu sự tác động qua lại giữa năm yếu tố sản lượng, kết cấu mặt hàng, chi phí khả biến, chi phí bất biến,

giá bán đồng thời xem xét sự tác động đó làm lợi nhuận biến động như thế nào. Việc am hiểu mối quan hệ C-V-P là cần thiết cho việc quản lý thành công của một đơn vị. Phân tích mối quan hệ C-V-P cho thấy sự thay đổi của doanh thu, chi phí, kết cấu mặt hàng và giá bán sản phẩm lên lợi nhuận của đơn vị. Phân tích mối quan hệ C-V-P là một công cụ cho nhà quản lý nhận thức rõ những quá trình thay đổi nào là có lợi nhất cho đơn vị.

Việc xác định được sản lượng và doanh thu để đơn vị hòa vốn hoặc đạt được lợi nhuận mục tiêu cung cấp cho nhà quản trị những thông tin hữu ích cho việc lập kế hoạch và ra quyết định. Hai phương pháp được sử dụng để xác định sản lượng trên doanh thu để doanh nghiệp hòa vốn hoặc đạt được lợi nhuận mục tiêu là phương pháp số dư đảm phí (contribution approach) và phương pháp phương trình (equation approach).

## 3. Phương pháp nghiên cứu và mô hình nghiên cứu

### *3.1 Phương pháp nghiên cứu*

Nghiên cứu được tiến hành thông qua 2 bước: (1) Bước 1: Nghiên cứu định tính bằng xây dựng phát triển hệ thống khái niệm/thang đo và các biến quan sát và hiệu chỉnh biến quan sát phù hợp với thực tế. (2) Bước 2: Nghiên cứu định lượng: Sử dụng hệ số tin cậy Cronbach Alpha để kiểm định mức độ chặt chẽ mà các mục hỏi trong thang đo tương quan với nhau; Phân tích nhân tố khám phá (EFA) được sử dụng để kiểm định các nhân tố ảnh hưởng và nhận diện các yếu tố được cho là phù hợp; đồng thời sử dụng phân tích hồi qui tuyến tính đa biến xác định các nhân tố và mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố đến việc vận dụng KTQT cho các doanh nghiệp sản xuất thép trên địa bàn TP.HCM.

Thông qua lược khảo các tài liệu nghiên cứu và tham vấn chuyên gia, bên cạnh đó, tác giả nghiên cứu sử dụng phương pháp thảo luận nhóm để xác định có 5 biến độc lập với 22 thang đo được cho là có tác động đến biến phụ thuộc là "Vận dụng KTQT cho các doanh nghiệp sản xuất thép trên địa bàn với TP.HCM" với 3 thang đo.

### *3.2 Dữ liệu và phương pháp thu thập dữ liệu*

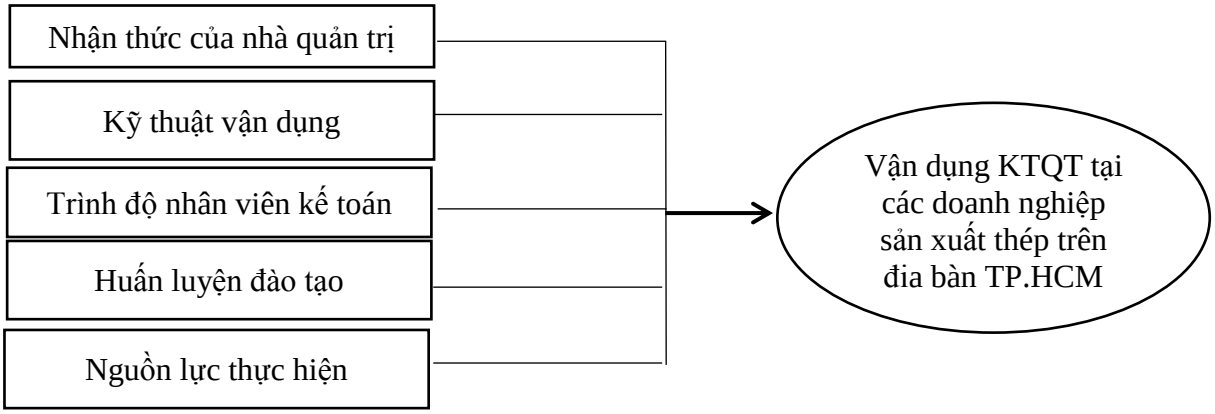
Để phục vụ nghiên cứu, tác giả tiến hành phỏng vấn chuyên gia gồm những nhà quản lý và nghiên cứu am hiểu trong lĩnh vực quản lý kinh tế nhằm xây dựng các thang đo cho từng biến độc lập và biến phụ thuộc trong mô hình nghiên cứu và dữ liệu sơ cấp nhằm kiểm định mô hình nghiên cứu.

Dữ liệu sơ cấp được thu thập thông qua phương pháp sưu tầm tài liệu, phương pháp phỏng vấn các nhà quản lý là giám đốc, phó giám đốc và kế toán trưởng của các doanh nghiệp sản xuất thép trên địa bàn TP.HCM. Nội dung các câu hỏi là các biến quan sát đo lường mức độ tác động của các nhân tố đến việc vận dụng KTQT cho các doanh nghiệp sản xuất thép trên địa bàn TP.HCM tại các trường và sử dụng thang đo 5 Likert cho toàn bộ bảng hỏi: 1 – hoàn toàn đồng ý, 2 – không đồng ý, 3 – bình thường, 4 – Đồng ý, 5 – Hoàn toàn đồng ý.

Để sử dụng kiểm định EFA, kích thước mẫu phải lớn. Theo quan điểm của Kenneth A. Bollen (2011) cho rằng kích thước mẫu tối thiểu là 5 quan sát cho một câu hỏi cần ước lượng. Theo đó, nghiên cứu này có 25 câu hỏi, vì vậy kích thước mẫu tối thiểu là 25x5 = 125. Để đạt được tối thiểu 125 quan sát, tác giả đã gửi 200 bảng câu hỏi từ tháng 10/2023 đến tháng 12/2023 cho các doanh nghiệp sản xuất thép trên địa bàn TP. HCM. Kết quả nhận được 159 phiếu khảo sát, trong đó có 13 phiếu bị loại do không hợp lệ (chủ yếu là do thiếu thông tin). Do đó, số lượng quan sát còn lại để đưa vào phân tích là 146 phiếu đưa vào phân tích dữ liệu, vượt mẫu tối thiểu là 125.

### *3.3 Mô hình nghiên cứu*

Thông qua các bước nghiên cứu, tác giả xác định được 5 biến độc lập với 22 thang đo đến việc vận dụng KTQT cho các doanh nghiệp sản xuất thép trên địa bàn TP.HCM, do vậy mô hình nghiên cứu được đề xuất như sau:




**Hình 3.1. Mô hình nghiên cứu**

*(Nguồn: Tác giả đề xuất)*

### *3.4 Phương pháp xử lý dữ liệu*

Căn cứ số liệu khảo sát, tác giả sử dụng phần mềm SPSS Statistics 26.0 để phân tích độ tin cậy của các nhân tố cũng như các tiêu chỉ đo lường nhân tố, đồng thời áp dụng phương pháp thống kê để tổng hợp, so sánh nhằm lượng hóa mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến việc vận dụng KTQT cho các doanh nghiệp sản xuất thép trên địa bàn TP.HCM.

## 4. Kết quả nghiên cứu

### *4.1 Kiểm định chất lượng thang đo*

**Bảng 4.1. Kết quả phân tích chất lượng thang đo bằng hệ số Cronbach Alpha**

| STT | Nhóm biến | Số biến quan sát | Cronbach Alpha |
|---|---|---|---|
| 1 | Nhận thức của nhà quản trị | 5 | 0.851 |
| 2 | Kỹ thuật vận dụng | 4 | 0.857 |
| 3 | Trình độ nhân viên kế toán | 4 | 0.881 |
| 4 | Huấn luyện đào tạo | 4 | 0.860 |
| 5 | Nguồn lực thực hiện | 5 | 0.766 |
| 6 | Vận dụng KTQT cho các doanh nghiệp sản xuất thép trên địa bàn TP.HCM | 3 | 0.863 |

*(Nguồn: Phân tích dữ liệu của tác giả)*

Qua kết quả kiểm định chất lượng thang đo ở bảng 2 ta thấy hệ số Cronbach's Alpha của tổng thể đều lớn hơn 0.6. Như vậy hệ thống thang đo được xây dựng gồm 5 thang đo đảm bảo chất lượng tốt với 17 biến quan sát đặc trưng.

### *4.2 Phân tích nhân tố khám phá*

**Phân tích nhân tố khám phá EFA biến phụ thuộc**

**Bảng 4.2. Hệ số KMO và kiểm định Barlett.**

| **Kiểm tra KMO and Bartlett's** | | |
|---|---|---|
| Hệ số KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) | | **.727** |
| Mô hình kiểm tra của Bartlett | Giá trị Chi-Square | 201.637 |
| | Bậc tự do | 3 |
| | Sig (giá trị P – value) | **.000** |

*(Nguồn: Phân tích dữ liệu của tác giả)*

Kết quả kiểm định Bartlett's cho thấy giữa các biến trong tổng thể có mối tương quan với nhau (sig = **0.000**<0.05, bác bỏ $H_0$, nhận $H_1$). Đồng thời, hệ số KMO = 0.727 lớn hơn 0.5 (> 0.5), chứng tỏ phân tích nhân tố để nhóm các biến lại với nhau là thích hợp và dữ liệu phù hợp cho việc phân tích.

**Bảng 4.3. Phương sai trích biến phụ thuộc**

| Nhân tố | Giá trị Eigenvalues | | | Chỉ số sau khi trích | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Tổng | Phương sai trích % | Tích lũy phương sai trích % | Tổng | Phương sai trích % | Tích lũy phương sai trích % |
| 1 | 2.360 | 78.654 | 78.654 | 2.360 | 78.654 | 78.654 |
| 2 | .375 | 12.498 | 91.152 | | | |
| 3 | .265 | 8.848 | 100.000 | | | |

*(Nguồn: Phân tích dữ liệu của tác giả)*

Kết quả cho thấy với phương pháp rút trích Principal components và phép quay Varimax, có 1 yếu tố được rút trích ra từ biến quan sát. Phương sai trích là 78.654% > 50% đạt yêu cầu.

**Phân tích nhân tố khám phá EFA biến độc lập**

**Bảng 4.4. Hệ số KMO và kiểm định Barlett.**

| Kiểm tra KMO and Bartlett's | | |
|---|---|---|
| Hệ số KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) | | **.736** |
| Mô hình kiểm tra của Bartlett | Giá trị Chi-Square | 1903.620 |
| | Bậc tự do | 231 |
| | Sig (giá trị P – value) | **.000** |

*(Nguồn: Phân tích dữ liệu của tác giả)*

Kết quả kiểm định Barlett cho thấy giữa các biến trong tổng thể có mối tương quan với nhau (sig = 0,00 < 0.05, bác bỏ $H_0$, nhận $H_1$). Đồng thời, hệ số KMO = 0.736 > 0.5. Chứng tỏ phân tích nhân tố để nhóm các biến lại với nhau là thích hợp và dữ liệu phù hợp cho việc phân tích.

**Bảng 4.5. Bảng phương sai trích**

| Nhân tố | Giá trị Eigenvalues | | | Chỉ số sau khi trích | | | Chỉ số sau khi xoay | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Tổng | Phương sai trích % | Tích lũy phương sai trích % | Tổng | Phương sai trích % | Tích lũy phương sai trích % | Tổng | Phương sai trích % | Tích lũy phương sai trích % |
| 1 | 5.999 | 27.269 | 27.269 | 5.999 | 27.269 | 27.269 | 3.356 | 15.253 | 15.253 |
| 2 | 2.998 | 13.626 | 40.895 | 2.998 | 13.626 | 40.895 | 3.129 | 14.224 | 29.477 |
| 3 | 2.263 | 10.287 | 51.182 | 2.263 | 10.287 | 51.182 | 3.036 | 13.802 | 43.279 |
| 4 | 2.038 | 9.264 | 60.446 | 2.038 | 9.264 | 60.446 | 2.892 | 13.146 | 56.425 |
| 5 | 1.803 | 8.196 | 68.641 | 1.803 | 8.196 | 68.641 | 2.688 | 12.216 | 68.641 |
| 6 | .937 | 4.258 | 72.900 | | | | | | |

*(Nguồn: Phân tích dữ liệu của tác giả)*

Từ kết quả bảng số liệu sau khi chạy Fixed number of factors ta thấy phương sai trích là 68.641% > 50% đạt yêu cầu. Với phương pháp rút trích Principal components và phép quay Varimax, có 5 nhân tố được rút trích ra từ các biến quan sát. Điều này cũng có nghĩa 5 nhân tố rút trích ra thể hiện khả năng giải thích được 68.641% sự thay đổi của biến phụ thuộc trong tổng thể.

**Bảng 4.6. Ma trận xoay nhân tố**

| | Component | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| NT4 | .836 | | | | |
| NT1 | .827 | | | | |
| NT5 | .724 | | | | |
| NT3 | .722 | | | | |
| NT2 | .703 | | | | |
| KT2 | | .798 | | | |
| KT3 | | .775 | | | |
| KT1 | | .774 | | | |
| KT4 | | .697 | | | |
| TD1 | | | .862 | | |
| TD2 | | | .859 | | |
| TD4 | | | .817 | | |
| TD3 | | | .782 | | |
| HL1 | | | | .928 | |
| HL3 | | | | .842 | |
| HL2 | | | | .764 | |
| HL4 | | | | .745 | |
| NL2 | | | | | .774 |
| NL3 | | | | | .750 |
| NL5 | | | | | .707 |
| NL1 | | | | | .670 |
| NL4 | | | | | .598 |

Kết quả phân tích EFA cho thấy các biến được gom thành 5 nhóm. Hệ số tải nhân tố (Factor Loading) của các biến > 0.5 và hiệu số giữa các thành phần trong cùng yếu tố đều lớn hơn 0.3.

Kết quả các nhóm yếu tố được gom lại gồm 5 nhóm với 22 biến quan sát, cụ thể như sau:

Nhóm 1 (Yếu tố Nhận thức của nhà quản trị) gồm 5 biến: NT1, NT2, NT3, NT4, NT5.
Nhóm 2 (Yếu tố Kỹ thuật vận dụng) gồm 4 biến: KT1, KT2, KT3, KT4.
Nhóm 3 (Yếu tố Trình độ nhân viên kế toán) gồm 4 biến: TD1, TD2, TD3, TD4.
Nhóm 4 (Yếu tố Huấn luyện đào tạo) gồm 4 biến: HL1, HL2, HL3, HL4.
Nhóm 5 (Yếu tố Nguồn lực thực hiện) gồm 5 biến: NL1, NL2, NL3, NL4 và NL5.

***4.3 Kiểm định mô hình hồi quy tuyến tính đa biến***

**Bảng 4.6. Thông số thống kê trong mô hình hồi qui bằng phương pháp Enter**

| Mô hình | Hệ số chưa chuẩn hóa | | Hệ số chuẩn hóa | t | Sig. | Thống kê đa cộng tuyến | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | B | Sai số chuẩn | Beta | | | Hệ số Tolerance | Hệ số VIF |
| (Constant) | -1.032 | .314 | | -3.285 | .001 | | |
| NT | .402 | .064 | .363 | 6.309 | .000 | .770 | 1.298 |
| KT | .325 | .063 | .316 | 5.173 | .000 | .685 | 1.459 |
| TD | .185 | .055 | .186 | 3.371 | .001 | .839 | 1.192 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| HL | .178 | .051 | .188 | 3.509 | .001 | .891 | 1.123 |
| NL | .193 | .062 | .171 | 3.127 | .002 | .853 | 1.173 |
| Biến phụ thuộc: (Y) | | | | | | | |

*(Nguồn: Phân tích dữ liệu của tác giả)*

Trong bảng số liệu khi xét $t_{stat}$ và $t_{\alpha/2}$ của các biến để đo độ tin cậy thì các biến độc lập NT, KT, TD, HL và NL đều đạt yêu cầu và các giá trị Sig. thể hiện độ tin cậy khá cao, đều < 0.05. Ngoài ra, hệ số VIF của các hệ số Beta đều nhỏ hơn 10 và hệ số Tolerance đều > 0.5 cho thấy không có hiện tượng đa cộng tuyến xảy ra.

### *4.4. Đánh giá mức độ phù hợp của mô hình hồi qui tuyến tính đa biến*

**Bảng 4.7. Mức độ phù hợp của mô hình**

| Mô hình | Hệ số R | Hệ số $R^2$ | Hệ số R2 - hiệu chỉnh | Sai số chuẩn của ước lượng | Thống kê thay đổi | | | | Hệ số |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | Hệ số $R^2$ sau khi đổi | Hệ số F khi đổi | Bậc tự do 1 | Bậc tự do 2 | Durbin-Watson |
| 1 | .808[a] | .652 | .640 | .33260 | .652 | 51.034 | 5 | 136 | 2.134 |
| a Biến độc lập: (Constant): NT, KT, TD, HL, NL | | | | | | | | | |
| b Biến phụ thuộc: VD | | | | | | | | | |

*(Nguồn: Phân tích dữ liệu của tác giả)*

Bảng trên cho thấy, giá trị hệ số tương quan là 0.640 > 0.5. Do vậy, đây là mô hình thích hợp để sử dụng đánh giá mối quan hệ giữa biến phụ thuộc và các biến độc lập. Ngoài ra hệ số xác định của mô hình hồi quy $R^2$ hiệu chỉnh là 0.640. Nghĩa là mô hình hồi quy tuyến tính đã xây dựng phù hợp với dữ liệu 64.0%. Điều này cho biết khoảng 64.0%. sự biến thiên của biến phụ thuộc (vận dụng KTQT tại các doanh nghiệp sản xuất thép trên địa bàn TP.HCM**)** là do tác động của các biến độc lập gồm Nhận thức của nhà quản trị (NT); Kỹ thuật vận dụng (KT); Trình độ nhận viên (TD), Huấn luyện đào tạo (HL) và Nguồn lực thực hiện **(**NL**)**, các phần còn lại là do sai sót của các yếu tố khác. Kiểm định Durbin Watson = 2.134 trong khoảng 1< D < 3 nên không có hiện tượng tự tương quan của các phần dư.

## 5. Kết luận và hàm ý chính sách

### *5.1 Kết luận*

Thông qua các kiểm định của mô hình nghiên cứu, có thể khẳng định các giả thuyết H1, H2, H3, H4 và H5 đều được chấp nhận và có 5 nhân tố ảnh hưởng đến việc vận dụng KTQT tại các doanh nghiệp sản xuất thép trên địa bàn TP.HCM theo thứ tự từ cao đến thấp như sau:

**Bảng 5.1. Tổng hợp mức độ tác động của các biến trong mô hình nghiên cứu**

| Biến độc lập | Giá trị tuyệt đối | Tỷ lệ % |
|---|---|---|
| Nhận thức của nhà quản trị | + 0.363 | 32.55 |
| Kỹ thuật vận dụng | + 0.316 | 28.34 |
| Huấn luyện đào tạo | + 0.188 | 16.86 |
| Trình độ nhân viên kế toán | + 0.186 | 16.68 |
| Nguồn lực thực hiện | + 0.062 | 5.57 |
| **Cộng** | **1.115** | **100%** |

*(Nguồn: Tác giả tổng hợp)*

Theo số liệu của bảng 5.1 ta thấy, Theo đó các nhân tố Nhận thức của nhà quản trị; Kỹ thuật vận dụng; Trình độ nhân viên kế toán; Huấn luyện đào tạo; Nguồn lực thực hiện đều tác động cùng chiều đến việc vận dụng KTQT tại các doanh nghiệp sản xuất thép trên địa bàn TP.HCM. Trong đó, nhân tố Nhận thức của nhà quản trị tác động mạnh nhất với hệ số beta chuẩn hóa là 0.363; nhân tố Kỹ thuật vận dụng tác động mạnh thứ hai với hệ số beta chuẩn hóa là 0.316; thứ ba là nhân tố Huấn luyện đào tạo với hệ số beta chuẩn hóa là 0.188; thứ tư là nhân tố Trình độ nhân viên kế toán với hệ số beta chuẩn hóa là 0.186 và tác động yếu nhất là nhân tố Nguồn lực thực hiện với hệ số beta chuẩn hóa là 0.062.

***5.2 Hàm ý quản trị***

Xuất phát từ kết quả kiểm định mô hình nghiên cứu ở trên, tác giả đưa ra một số hàm ý quản trị nhằm có thể vận dụng KTQT cho các doanh nghiệp sản xuất thép trên địa bàn TP.HCM như sau:

**Đối với nhận thức của nhà quản trị:** Đây là yếu tố quan trọng nhất tác động đến việc có vận dụng KTQT cho các doanh nghiệp hay không. Doanh nghiệp nâng cao nhận thức của nhà quản trị về tính hữu ích của việc áp dụng phương pháp ABC, bởi vì khi hiểu được vai trò quan trọng của phương pháp này trong đơn vị thì nhà quản trị sẽ có thông tin hữu ích nhằm quản trị tốt hơn về chi phí của đơn vị. Theo đó, bản thân nhà quản trị cần phải trao dồi tìm hiểu cả lý luận và thực tiễn về nội dung, phương pháp KTQT; từ đó nhà quản trị nhận thức được sự hiệu quả trong quản trị doanh nghiệp hiện đại mà công cụ kế toán này đem lại.

**Đối với kỹ thuật vận dụng:** Đây là vấn đề quan trọng quyết định đến sự thành công của việc vận dụng KTQT cho các doanh nghiệp. Theo đó, các DN cần xác định đối tượng cần phân tích để thực hiện các phương pháp, kỹ thuật kế toán phù hợp, trong đó ưu tiên áp dụng phương pháp phân loại, phân tích chi phí theo chức năng hoạt động để làm cơ sở thực hiện các kỹ thuật phổ biến của KTQT như phân tích mối quan hệ chi phí – khối lượng – lợi nhuận; dự toán ngân sách; thẻ điểm cân bằng; …

**Đối với công tác huấn luyện đào tạo và trình độ nhân viên kế toán:** Lãnh đạo doanh nghiệp cần phổ biến rộng rãi và có kế hoạch huấn luyện đào tạo từ các chuyên gia để triển khai KTQT cho tất cả cán bộ nhận viên của đơn vị biết và sắp xếp thời gian tham gia đầy đủ các buổi huấn luyện. Ngoài ra, đơn vị cần tạo điều kiện thuận lợi cho nhân viên bộ phận kế toán tham gia sinh hoạt, học tập bồi dưỡng thường xuyên và liên tục ở các hội nghề nghiệp kế toán có hỗ trợ việc triển khai các phương pháp kế toán hiện đại này. Doanh nghiệp chủ động mời các chuyên gia hoặc các Giám đốc điều hành hoặc Giám đốc tài chính đang áp dụng mô hình KTQT tại đơn vị của họ rất thành công đến để trao đổi mang tính chất chuyên đề nhằm tăng tính thực tế; đây chính là mô hình đào tạo gắn kết giữa lý thuyết và thực hành.

**Đối với nguồn lực thực hiện:** Theo đó lãnh đạo các doanh nghiệp cần chú trọng đầu tư, cải cách triệt trong cơ cấu tổ chức bộ máy quản lý cũng như cơ sở vậy chất phù hợp để có thể triển khai việc vận dụng KTQT cho đơn vị một cách hiệu quả. Theo đó, cần khuyến khích đội ngũ cán bộ nhân viên phát huy tính chủ, sáng tạo trong công việc và cùng hỗ trợ với nhau để hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Kaplan R.S and Robin Cooper, 1988. *How Cost Accounting Distorts Product Cost*, Vol 69, No 10, page 204 -228.
2. Kenneth A. Bollen, *Evaluating Effect, Composite, and Causal Indicators in Structural Equation Models*, MIS Quarterly, Vol. 35, No. 2 (June 2011), pp. 359-372
3. Maher, M., Lanen, W., Rajan, M.. (2006), *Fundamentals of Cost Accounting,* McGraw-Hill Companies, Inc.
4. Ray H. Garrison, Eric W. Noreen, Peter C. Brewer (2012), *Managerial Accounting*, McGraw Hill, Irwin, 13rd edition.

# THỰC TRẠNG VẬN DỤNG KẾ TOÁN QUẢN TRỊ TẠI CÁC DOANH NGHIỆP SẢN XUẤT THỰC PHẨM KHU VỰC THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

**Trần Thị Kiều Oanh***
Viện Đào tạo Sau đại học, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: tranoanh4993@gmail.com.

**TÓM TẮT**

Quản lý hiệu quả hoạt động sản xuất, kinh doanh là một trong những quan tâm hàng đầu của các nhà quản trị. Trong bối cảnh khủng hoảng và rủi ro tài chính cao, việc vận dụng hệ thống kế toán quản trị (KTQT) trong doanh nghiệp có ý nghĩa đặc biệt quan trọng, nhằm đáp ứng nhu cầu về thông tin cho các nhà quản trị trong việc ra quyết định và bảo đảm hiệu quả các chức năng quản lý về lập kế hoạch, tổ chức và kiểm soát các quy trình hoạt động. Trong bài viết này tác giả đã sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính để thực hiện đề tài. Kết quả nghiên cứu chính của đề tài đã phân tích, đánh giá thực trạng và đề xuất được các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả vận dụng KTQT tại các doanh nghiệp sản xuất thực phẩm khu vực Thành phố Hồ Chí Minh.
*Từ khóa:* Doanh nghiệp sản xuất thực phẩm; Kế toán quản trị; Thành phố Hồ Chí Minh.

## 1. Đặt vấn đề

KTQT là một phần thiết yếu của quy trình quản lý trong việc xác định, đo lường, phân tích, diễn giải và trình bày thông tin hữu ích để hỗ trợ quản lý đưa ra quyết định và tạo ra chính sách cũng như hoạt động hàng ngày của một tổ chức để đạt được mục tiêu của họ (Horngren et cộng sự, 2007). Tại các nước phát triển như Anh, Pháp và Mỹ từ lâu đã áp dụng KTQT trong việc điều hành và quản lý doanh nghiệp. Ở Việt Nam, kế toán quản trị chỉ mới xuất hiện gần đây, phù hợp với các chính sách, chế độ kế toán cập nhật được doanh nghiệp triển khai nhằm củng cố hệ thống thông tin kế toán của doanh nghiệp. Sự phát triển này trở nên cấp bách vào đầu những năm 2000, khi các công ty tìm cách nâng cao chất lượng quản lý và duy trì tính cạnh tranh trong bối cảnh nhu cầu hội nhập kinh tế quốc tế.

Sau gần 50 năm phát triển, ngành chế biến lương thực - thực phẩm là ngành phát triển mạnh nhất trong 4 ngành công nghiệp trọng yếu của Thành phố Hồ Chí Minh. Theo Phó Giáo sư, Tiến sĩ Lại Quốc Đạt, Trường Đại học Bách Khoa - Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh, xu hướng hướng phát triển ngành chế biến lương thực - thực phẩm đòi hỏi phải tối ưu hóa sản xuất, chi phí sản xuất, số hóa sản xuất... Cùng với đó, xu hướng ngành yêu cầu doanh nghiệp phải không ngừng thích ứng với chuỗi cung ứng, sản phẩm cá nhân hóa, đảm bảo môi trường bền vững... Tuy nhiên trên thực tế, các DNSX nói chung và các DNSX thực phẩm trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh nói riêng chưa dành nhiều sự quan tâm và nhận thức một cách đầy đủ về việc vận dụng KTQT. Các doanh nghiệp vẫn đang rất lúng túng trong việc thiết lập các mô hình linh hoạt và hiệu quả để thu thập, phân tích dữ liệu nhằm hỗ trợ các nhà quản trị trong việc đa ra quyết định. Sự bất cập này có thể làm tổn hại đến lợi thế cạnh tranh của các công ty trên thị trường. Và do đó, cần được giải quyết bằng cách tổ chức và sử dụng hiệu quả KTQT, làm như vậy mới có thể tạo điều kiện thuận lợi cho việc quản lý và vận hành doanh nghiệp của người quản trị.

Với ý nghĩa và vai trò quan trọng của kế toán quản trị trong hệ thống quản lý doanh nghiệp, tác giả chọn nghiên cứu đề tài "***Thực trạng vận dụng kế toán quản trị tại các doanh nghiệp sản xuất thực phẩm khu vực Thành phố Hồ Chí Minh***".

## 2. Cơ sở lý thuyết và tổng quan nghiên cứu

### *2.1 Cơ sở lý thuyết*

Theo Luật Kế toán Việt Nam ngày 01 tháng 01 năm 2004, thông tư 53/2006/TT-BTC ban hành ngày 12/06/2006 thì KTQT được định nghĩa như sau: "Kế toán quản trị là việc thu thập, xử lý, phân tích và cung cấp thông tin kinh tế, tài chính theo yêu cầu quản trị và quyết định kinh tế tài chính trong nội bộ đơn vị kế toán."

Theo Hiệp hội kế toán viên quản trị Hoa Kỳ thì "Kế toán quản trị là quá trình nhận diện, đo lường, tổng hợp, phân tích, diễn giải và truyền đạt các thông tin tài chính và phitài chính đến các nhà quản trị lập kế hoạch, đánh giá, và điều hành mọi hoạt động nội bộtrong một tổ chức nhằm nâng cao hiệu quả sử dụng vốn, tài sản của tổ chức đó". Quan điểm này cho rằng kế toán quản trị có vai trò ghi nhận các nghiệp vụ kinh tế phát sinh đã xảy trong một tổ chức, thông qua các thước đo khác nhau, trên cơ sở tổng hợp và phân tích để ước tính, dự báo các sự kiện kinh tế có thể xảy ra trong tương lai. Giúp cho các nhà quản trị có thể lập kế hoạch, đánh giá và điều hành các hoạt động của một tổ chức đượchiệu quả hơn.

Theo quan điểm trường phái của kế toán quản trị Mỹ (Robert S. Kaplan): "Kế toán quản trị là một bộ phận của hệ thống thông tin quản trị trong các tổ chức mà nhà quản trị dựa vào đó để hoạch định, kiểm soát các hoạt động của tổ chức". Quan điểm này nhấn mạnh vai trò của kế toán quản trị trong việc xây dựng các dự toán, hoạch định, kiểm soát, điều hành mọi hoạt động của một tổ chức.

Thực vậy, thông tin mà KTQT cung cấp có tầm quan trọng đặc biệt trong vận hành doanh nghiệp, cũng như phục vụ cho việc kiểm soát và đánh giá doanh nghiệp.

### *2.2 Tổng quan nghiên cứu trước*

Sudhashini Nair & Yee Soon Nian (2017) với nghiên cứu: "Factors Affecting Management Accounting Practices in Malaysia". Tổng cộng có 200 người trả lời từ Thung lũng Klang, Malaysia đã tham gia vào cuộc khảo sát. Kết quả nghiên cứu cho thấy việc vận dụng KTQT bị ảnh hưởng bởi quy mô tổ chức và công nghệ sản xuất tiên tiến. Do đó, chính phủ, khu vực công và tư nhân cũng như các cơ quan quản lý cần chú ý nhiều hơn để phát triển các chính sách và thủ tục phù hợp nhằm cho phép vận dụng KTQT tốt hơn.

Diah Agustina Prihastiwi, Mahfud Sholihin (2018) với nghiên cứu: "Factors A□ ecting the Use of Management Accounting Practices in Small and Medium Enterprises: Evidence from Indonesia". Nghiên cứu này nhằm mục đích khám phá mức độ áp dụng kế toán quản trị trong doanh nghiệp vừa và nhỏ tại một trong những quốc gia đang phát triển là Indonesia. Hơn nữa, nghiên cứu này cũng xem xét các yếu tố có thể ảnh hưởng đến mức độ sử dụng kế toán quản trị ở các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Kết quả nghiên cứu cho thấy trình độ chuyên môn của nhân viên kế toán nội bộ, sự tham gia của chủ sở hữu/người quản lý và quy mô của công ty ảnh hưởng đáng kể đến việc sử dụng KTQT ở các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Kết quả cũng cho thấy KTQT truyền thống vẫn đang chiếm ưu thế trong việc sử dụng KTQT của các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Indonesia.

Shadi Maher Al-Khasawneh (2020) với nghiên cứu: "Factors affecting usage of modern management accounting techniques in industrial companies listed in Amman stock exchange". Bảng câu hỏi được sử dụng để thu thập dữ liệu từ 46 công ty hoạt động trong lĩnh vực công nghiệp, tổng cộng 152 bảng câu hỏi được phát cho nhân viên tại các đơn vị kinh doanh tài chính trong công ty và dữ liệu của 116 bảng câu hỏi được sử dụng trong quá trình phân tích thông qua phần mềm Smart-PLS. Kết quả cho thấy nhận thức về sự biến động của môi trường và mức độ cạnh tranh trên thị trường do các yếu tố bên ngoài có tác động tích cực và đáng kể đến các kỹ

thuật kế toán quản trị hiện đại. Ngoài ra, kết quả còn cho thấy công nghệ sản xuất tiên tiến, chiến lược khác biệt hóa và chiến lược chi phí thấp là các yếu tố bên trong có tác động tích cực và đáng kể đến kỹ thuật kế toán quản trị hiện đại, nhưng không có tác động đáng kể bởi văn hóa tổ chức và cơ cấu tổ chức như các yếu tố bên trong đến kế toán quản trị.

Oleg A. Diegtiar (2021) với nghiên cứu: "Certain Aspects of the Management Accounting System for Small and Medium-Sized Enterprises". Mục tiêu của nghiên cứu là xác định những hạn chế và đặc điểm của việc thiết lập hệ thống kế toán quản trị ở các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Ukraina. Kết quả phân tích cho thấy các doanh nghiệp nhỏ và vừa chưa quan tâm đúng mức đến quy trình kế toán quản trị.

Nguyễn Đăng Hoài Vũ (2021) với nghiên cứu: "Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định việc vận dụng kế toán quản trị tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại huyện Thới Lai thành phố Cần Thơ". Sau quá trình khảo sát từ tháng 11/2020 đến tháng 02/2021, kết quả thu về được 136 phiếu khảo sát trong đó có 125 phiếu hợp lệ được mã hóa thông qua phần mềm SPSS để phân tích, tác giả đã nghiên cứu và tổng hợp thấy được thực trạng việc vận dụng kế toán quản trị trong các DNNVV tại huyện Thới Lai là rất thấp.

Huỳnh Tấn Dũng, Phạm Thị Thúy Ngân (2022) với nghiên cứu: "Các nhân tố ảnh hưởng đến khả năng áp dụng kế toán quản trị tại các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực công nghệ thông tin tại Thành phố Hồ Chí Minh". Nghiên cứu đã khảo sát 150 doanh nghiệp công nghệ thông tin tại Thành phố Hồ Chí Minh. Kết quả nghiên cứu khẳng định 6 nhân tố ảnh hưởng đến khả năng áp dụng kế toán quản trị trong doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực công nghệ thông tin tại TP.HCM bao gồm: Cấu trúc của sản phẩm, Quy mô doanh nghiệp, Trình độ nhân viên kế toán, Hiểu biết của người điều hành doanh nghiệp về kế toán quản trị, Quy định pháp lý và chính sách ngành, Chi phí tổ chức kế toán quản trị. Mức độ tác động của các nhân tố cũng được trình bày và phân tích cụ thể trong bài nghiên cứu.

Đỗ Thị Thu Thảo (2022) với nghiên cứu: "Các nhân tố ảnh hưởng đến vận dụng kế toán quản trị chiến lược tại doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam". Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng năng lực kế toán viên không có ý nghĩa thống kê khi thể hiện sự tác động đến vận dụng KTQT chiến lược, tuy nhiên đây sẽ là vấn đề cần được xem xét thêm vì sự tham gia của kế toán là một mắt xích quan trọng trong quy trình chiến lược của doanh nghiệp khi vận dụng KTQT chiến lược. Bên cạnh đó kết quả nghiên cứu đã đóng góp vào việc ủng hộ vận dụng KTQT chiến lược, khuyến khích các doanh nghiệp (kể cả các doanh nghiệp nhỏ và vừa) thực hành KTQT chiến lược mà không quá coi trọng yếu tố quy mô doanh nghiệp.

Nguyễn Phạm Trần Long (2023) với nghiên cứu: "Những nhân tố tác động đến vận dụng kế toán quản trị tại các doanh nghiệp sản xuất quy mô lớn ở Việt Nam". Từ kết quả nghiên cứu, tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả việc vận dụng kế toán quản trị tại các DNSX quy mô lớn ở Việt Nam như các DN cần thay đổi tư duy quản trị, xác định được các chiến lược kinh doanh để đạt được các mục tiêu dài hạn, phải xây dựng được văn hóa DN mạnh, có sự đồng thuận cao, tổ chức ứng dụng công nghệ tiên tiến trong công tác kế toán quản trị, xây dựng một đội ngũ nguồn nhân lực có trình độ chuyên môn cao, nhiều kinh nghiệm và có sự am hiểu sâu sắc về hoạt động sản xuất - kinh doanh, chủ động, đẩy mạnh triển khai kế toán quản trị trong hoạt động điều hành sản xuất - kinh doanh.

**3. Phương pháp nghiên cứu**

Tác giả chủ yếu sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính và công cụ thống kê mô tả. Thu thập thông tin tài liệu và trực tiếp phỏng vấn các đối tượng là: cán bộ lãnh đạo, nhân viên, chuyên viên đang công tác tại các DNSX thực phẩm khu vực TP.HCM. Qua đó, đối chiếu những thông tin đã thu thập, suy luận để phác họa thực trạng vận dụng kế toán quản trị tại các DNSX thực phẩm khu vực TP.HCM; Tổng hợp, phân tích, so sánh giữa lý luận và thực tiễn thực trạng vận dụng kế toán quản trị tại các DNSX khu vực TP.HCM.

**4. Thực trạng vấn đề nghiên cứu**

Việc vận dụng KTQT trong công tác quản lý DN khá phổ biến tại nhiều quốc gia trên thế giới, đặc biệt là các nước có nền kinh tế thị trường phát triển như Mỹ, Pháp, Anh, Canada. Có thể thấy hiện nay KTQT ở các nước tiên tiến đã phát triển vượt xa khỏi hình thái ban đầu của nó là hệ thống dự toán ngân sách nhằm phục vụ cho việc kiểm soát chi phí. KTQT ngày nay đã có những bước tiến rất xa trong những năm cuối thế kỷ 20 để trở thành một bộ phận không thể tách rời của quản trị doanh nghiệp, vài trò của KTQT trong việc thiết lập định hướng chiến lược, quản lý nguồn lực và kiểm soát tổ chức đã được công nhận rõ ràng. KTQT hiện đại đã chuyển sang một hình thái mới, hình thái phát triển tầm nhìn chiến lược đi kèm với sự hỗ trợ mạnh mẽ của công nghệ thông tin. Nhưng ở Việt Nam, thuật ngữ "Kế toán quản trị" mới được công nhận trong Luật Kế toán 2003 và Luật Kế toán năm 2015. Vào năm 2006, Bộ Tài chính đã ban hành Thông tư số 53/2006/TT-BTC hướng dẫn áp dụng KTQT trong doanh nghiệp, đây có thể coi là một dấu mốc quan trọng trong hệ thống văn bản quy phạm pháp luật, tạo thuận lợi cho việc áp dụng KTQT trong các doanh nghiệp. Tuy nhiên, hiện nay việc áp dụng KTQT vào công tác quản lý vẫn chưa được các doanh nghiệp quan tâm, chú trọng đúng mức và còn nhiều hạn chế. Trong tình hình thực tế hiện nay, hiện trạng áp dụng KTQT trong các DNSX thực phẩm khu vực TP.HCM có những đặc điểm sau:

***Một là***, phần lớn các DNSX luôn dành nhiều sự quan tâm, chú trọng đến kế toán tài chính, mặc dù trong quá trình điều hành doanh nghiệp họ đều phải đưa ra quyết định trên những thông tin của KTQT thì KTQT chỉ mới được tiếp cần và có sự hiểu biết trong giới hạn nhất định. Thông tin có được là do xử lý một cách cảm quan và kinh nghiệp của nhà quản lý nên nó không thực sự chính xác và mang tính khoa học không cao.

***Hai là***, KTQT trong các DNSX chủ yếu hiện nay vẫn chỉ dừng lại ở khâu lập kế hoạch và quản trị chi phí, chứ chưa tạo ra giá trị tăng thêm cho doanh nghiệp. KTQT còn vẫn bị hiểu sai từ nội dung đến cách thức xây dựng khiến cho nhiều doanh nghiệp còn lúng túng khi nghiên cứu để áp dụng vào thực tiễn.

***Ba là,*** còn ít DNSX chú trọng đến việc đào tạo KTQT, do đó nhân viên tại DN được đào tạo chủ yếu để thực hiện công tác KTTC, có rất nhiều nhân viên kế toán chưa có kiến thức đúng đắn về cách sử dụng thông tin kế toán quản trị. Nếu trình độ chuyên môn của nhân viên kế toán không đáp ứng yêu cầu sẽ khiến cho việc vận dụng KTQT trong DN kém hiệu quả.

***Bốn là***, về hệ thống chứng từ, lập sổ sách báo cáo KTQT hiện nay còn nhiều DNSX chưa sử dụng đầy đủ các chứng từ và hệ thống tài khoản kế toán cần thiết để phản ánh các nghiệp vụ kinh tế, tài chính phát sinh cho đúng với tính chất và nội dung của nghiệp vụ cũng như yêu cầu quản lý. Đa phần các DNSX thực phẩm khu vực TP.HCM tổ chức mô hình bộ máy kế toán theo hình thức tập trung, chưa tổ chức bộ máy KTQT riêng và đang kết hợp với KTTC để thực hiện công việc của KTQT. Theo mô hình này nhân viên kế toán trong đơn vị đảm nhận từng bộ phận, đồng thời thực hiện cả công việc kế toán tài chính và kế toán quản trị. Hệ thống tài khoản kế toán sử dụng theo chế độ kế toán tài chính; sổ kế toán của kế toán tài chính được ghi chép tổng hợp còn kế toán quản trị căn cứ vào nhu cầu thông tin quản trị cụ thể đối với từng hoạt động, từng chỉ tiêu mà mở sổ chi tiết theo hình thức sổ của kế toán tài chính và tự xây dựng; báo cáo kế toán được lập định kỳ theo kế toán tài chính nhưng chi tiết hơn, có thể lập theo nhu cầu quản lý.

***Năm là***, về công tác phân tích báo cáo KTQT trong các DNSX mới chỉ dừng lại báo cáo bắt buộc theo quy định của chế độ kế toán hiện hành, còn báo cáo của KTQT phục vụ cho yêu cầu quản trị thì hầu như chưa có cơ sở để thực hiện. Đa phần còn chưa được quan tâm đúng mức và mang nặng tính hình thức, việc phân tích báo cáo KTQT chủ yếu dưới hình thức diễn giải, giải thích số liệu hoặc thuyết minh mà chưa có dự toán cần thiết cho tương lai.

***Sáu là,*** việc ứng dụng phần mềm dùng cho KTQT chưa được áp dụng, do DNSX chưa nhận thức rõ tầm quan trọng của KTQT và do hạn chế về nhân lực và chi phí bỏ ra. Các DN hầu

hết mới chỉ sử dụng phần mềm kế toán vào công tác kế toán mà chủ yếu là kế toán tài chính tại DN. Việc sử dụng một hệ thống phần mềm quản trị thống nhất toàn DN vẫn chưa được chú trọng triển khai trong khi cơ sở thông tin số liệu phục vụ công tác KTQT nói riêng và KTQT chi phí nói chung lại liên quan đến hầu hết các bộ phận trong DN.

**5. Kết luận và kiến nghị**

KTQT là một công cụ hỗ trợ công tác quản lý trong các tổ chức, doanh nghiệp nói chung, trong đó đặc biệt là những tổ chức, doanh nghiệp hoạt động với quy mô toàn cầu và có hoạt động kinh doanh phức tạp. So với kế toán tài chính, KTQT là một lĩnh vực vẫn còn khá mới mẻ. Vì vậy, các khái niệm và công cụ của kế toán quản trị đang được hoàn thiện dần nhằm cung cấp thông tin trợ giúp cho các quyết định của nhà quản trị. Bên cạnh đó, môi trường kinh doanh đang thay đổi nhanh chóng, để KTQT trở thành một công cụ hữu hiệu trong tương lai, hệ thống KTQT phải được thay đổi, cải tiến để thích ứng với những thay đổi đó.

Từ những thực trạng trên, nghiên cứu đã đề xuất một số khuyến nghị nhằm thúc đẩy việc áp dụng KTQT tại các DNSX thực phẩm khu vực TP.HCM như sau:

*Về phía Nhà nước và các cơ quan chức năng*:

Nhà nước và các cơ quan quản lý cần can thiệp nhằm quy định và hướng dẫn mô hình KTQT, để DN thấy tầm quan trọng và hiệu quả mang lại khi vận dụng KTQT. Đồng thời, cần hỗ trợ các DN tốt hơn trong việc đào tạo nhân lực, nghiên cứu, triển khai phát triển lâu dài KTQT. Nhà nước nên coi KTQT là một nghề tư vấn để cung cấp chứng chỉ hành nghề như dịch vụ kiểm toán nội bộ tại các nước phát triển, từ đó có thể cung cấp thông tin về KTQT để các DN biết đến và từng bước vận dụng vào đơn vị.

*Về phía tổ chức hiệp hội doanh nghiệp:*

Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, Hội Kế toán Việt Nam cần có mối liên hệ chặt chẽ về tổ chức các khóa học nâng cao năng lực quản lý đối với lãnh đạo các DN, trong đó có chú ý đến nội dung các chuyên đề đào tạo về KTQT nói chung và KTQT chi phí nói riêng để các nhà quản lý chỉ đạo vận dụng vào DN.

*Về phía các DNSX:*

- Thông tin KTQT giúp nhà quản trị thực hiện chức năng hoạch định, lập dự toán sản xuất kinh doanh, dự toán dòng tiền, hay dự toán chi phí quản trị… Đồng thời, thông tin KTQT còn hỗ trợ nhà quản trị đưa ra quyết định như kế hoạch đầu tư, kinh doanh sản xuất nào sẽ tối ưu nhất? Sản phẩm cần phải thay đổi ra sao? Mức giá bán nào có thể cạnh tranh được? Lựa chọn hoạt động sản xuất nào không gây hại đến môi trường sinh thái? Bên cạnh đó, thông tin KTQT cũng giúp nhà quản trị thực hiện chức năng giám sát dựa trên kết quả phân tích, so sánh, tổng hợp nhằm giúp cho việc kiểm soát các hoạt động của doanh nghiệp và việc đưa ra quyết định quản trị đạt hiệu quả. Do vậy, doanh nghiệp cần nâng cao nhận thức về những lợi ích mà KTQT mang lại nhằm giúp doanh nghiệp nâng cao hiệu quả hoạt động, tạo sự khác biệt với các đối thủ cạnh tranh và giảm thiểu các mối đe dọa từ hàng hóa, dịch vụ thay thế sản phẩm của doanh nghiệp.

- Xây dựng phần mềm hỗ trợ công tác kế toán quản trị và nâng cao mức độ áp dụng công nghệ trong doanh nghiệp. Cuộc cách mạng công nghệ đang diễn ra ngày càng mạnh mẽ với sự ra đời của các thiết bị máy móc hiện đại, ứng dụng thông minh, công nghệ trí tuệ nhân tạo. Khi hệ thống thông tin KTQT được hỗ trợ bởi phần mềm chuyên dụng sẽ làm giảm thời gian thu thập, xử lý thông tin, qua đó nhanh chóng đáp ứng thông tin cho nhà quản trị trong việc ra quyết định có hiệu quả. Vì vậy, nhà quản trị cần đẩy mạnh đầu tư cơ sở vật chất, ứng dụng công nghệ thông tin cho hệ thống KTQT, lựa chọn những phần mềm hiện đại có thể tích hợp được nhiều chức năng phù hợp với tính chất hoạt động kinh doanh của DN.

- Nâng cao trình độ đội ngũ KTQT của doanh nghiệp. Trình độ của đội ngũ kế toán nói chung và KTQT nói riêng là nhân tố quan trọng nhất ảnh hưởng tới sự thành bại của việc triển khai hệ thống KTQT. Người làm công tác KTQT phải thường xuyên cập nhật kiến thức, học hỏi

không ngừng nâng cao trình độ chuyên môn bằng cách theo học các chương trình đào tạo kế toán trưởng, giám đốc tài chính, hoặc các chứng chỉ nghề nghiệp quốc tế như ACCA, CIMA, CMA. Do đó, doanh nghiệp có thể hợp tác với các cơ sở giáo dục đào tạo uy tín về kế toán quản trị để tổ chức các lớp tập huấn, cập nhật kiến thức, các khóa đào tạo KTQT.

- DN cần xây dựng hệ thống chứng từ, hệ thống tài khoản, hệ thống sổ sách kế toán và hệ thống báo cáo KTQT cho phù hợp với công tác quản lý và đặc điểm SXKD riêng của DN, dựa trên các mô hình KTQT đã được áp dụng của các DN trong và ngoài nước. Báo cáo của KTQT lập ra phải sử dụng kết hợp với các báo cáo khác của DN như báo cáo về thị trường, đối thủ cạnh tranh, … để có những nhìn nhận một cách toàn diện hơn về các yếu tố tác động đến hoạt động của DN.

- Tăng cường phối hợp, trao đổi thông tin giữa các bộ phận, phòng ban trong DN. Để việc triển khai KTQT có hiệu quả, DN cần xây dựng cơ chế trao đổi thông tin giữa các bộ phận, phòng ban trong doanh nghiệp. Các thông tin KTQT thu thập được như việc huy động và sử dụng nguồn lực, dự toán sản xuất kinh doanh, báo cáo chi phí - khối lượng - lợi nhuận, báo cáo đánh giá hiệu quả hoạt động… cần có sự phối hợp chặt chẽ trong nội bộ doanh nghiệp, để đảm bảo chất lượng và tính chính xác của các thông tin công bố.

Tóm lại, nghiên cứu này đã đóng góp một kết quả thực chứng về thực trạng vận dụng KTQT của các DNSX thực phẩm khu vực TP.HCM. Kết quả nghiên cứu giúp các nhà quản lý định vị được trình độ phát triển KTQT tại đơn vị mình, từ đó lên kế hoạch triển khai áp dụng các phương pháp KTQT hiện đại và phù hợp để nâng cao nội lực và khả năng cạnh tranh của DN trên thị trường. Các cơ quan quản lý Nhà nước và các Hiệp hội nghề nghiệp, các nhà nghiên cứu được cung cấp một bức tranh tổng thể về kế toán quản trị tại các DNSX thực phẩm khu vực TP.HCM làm tiền đề cho các nghiên cứu chuyên sâu về lĩnh vực vận dụng KTQT tại các DNSX thực phẩm khu vực TP.HCM.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Bộ Tài Chính (2006). Thông tư 53/2006/TT-BTC ban hành ngày 12/06/2006 "*Hướng dẫn chế độ áp dụng KTQT trong các DN*".
2. Luật Kế toán Việt Nam ngày 01 tháng 01 năm 2004.
3. Diah Agustina Prihastiwi, Mahfud Sholihin, (2018). *Factors Affecting the Use of Management Accounting Practices in Small and Medium Enterprises: Evidence from Indonesia*. Jurnal Dinamika Akuntansi.
4. Diah Agustina Prihastiwi, Mahfud Sholihin, (2018). *Factors Affecting the Use of Management Accounting Practices in Small and Medium Enterprises: Evidence from Indonesia*. Jurnal Dinamika Akuntansi.
5. Shadi Maher Al-Khasawneh, (2020). *Factors Affecting Usage Of Modern Management Accounting Techniques In Industrial Companies Listed In Amman Stock Exchange*. International Journal of Research in Commerce and Management Studies.
6. Sudhashini Nair & Yee Soon Nian, (2017). *Factors Affecting Management Accounting Practices in Malaysia*. International Journal of Business and Management.
7. Đỗ Thị Thu Thảo, (2022). *Các nhân tố ảnh hưởng đến vận dụng kế toán quản trị chiến lược tại doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam*. Tạp chí Khoa học và Công nghệ.
8. Huỳnh Tấn Dũng, Phạm Thị Thúy Ngân, (2022). *Các nhân tố ảnh hưởng đến khả năng áp dụng kế toán quản trị tại các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực công nghệ thông tin tại Thành phố Hồ Chí Minh.* Tạp chí Khoa học và Công nghệ, Trường Đại học Công nghiệp TP.HCM.

9. Nguyễn Đăng Hoài Vũ, (2012). *Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định việc vận dụng kế toán quản trị tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại huyện Thới Lai thành phố Cần Thơ*. Luận văn Thạc sĩ, Trường Đại học Tây Đô.
10. Nguyễn Phạm Trần Long, (2023). *Những nhân tố tác động đến vận dụng kế toán quản trị tại các doanh nghiệp sản xuất quy mô lớn ở Việt Nam*. Các kết quả nghiên cứu khoa học và ứng dụng công nghệ, Tạp chí Công Thương.

# CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN VIỆC LỰA CHỌN CÔNG TY DỊCH VỤ KẾ TOÁN CỦA CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

**Huỳnh Tấn Lực**[1,2*]
[1]Viện Đào tạo Sau đại học, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
[2]Hội Tư vấn và Đại lý thuế Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: luchuynhtan@gmail.com.

**TÓM TẮT**

Nghiên cứu này được thực hiện nhằm đo lường các nhân tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn công ty dịch vụ kế toán (DVKT) của các doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) tại TP.HCM. Đề tài được nghiên cứu thông qua việc sử dụng kết hợp phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng bằng việc sử dụng mô hình định lượng nhân tố khám phá (EFA). Kết quả đã xác định có 7 nhân tố ảnh hưởng cùng chiều đến việc lựa chọn công ty dịch vụ kế toán (DVKT) của các doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) tại TP.HCM bao gồm: Hình ảnh nhà cung cấp, Khả năng đáp ứng, Sự giới thiệu, Lợi ích cảm nhận, Đội ngũ nhân viên, Giá phí và Trình độ chuyên môn.
*Từ khóa:* dịch vụ kế toán; doanh nghiệp nhỏ và vừa; lựa chọn; thành phố Hồ Chí Minh.

## I. Đặt vấn đề

Trong những năm gần đây, kế toán Việt Nam không ngừng được đổi mới, góp phần nâng cao hiệu quả của công tác quản lý kinh tế tài chính thông qua công cụ hữu hiệu này. Nền kinh tế nước ta đã và đang hội nhập sâu vào kinh tế thế giới, kế toán càng trở nên quan trọng trong việc cung cấp thông tin về kinh tế tài chính phục vụ cho công tác điều hành quá trình sản xuất kinh doanh của các DN. Tuy nhiên hầu hết những đơn vị mới thành lập đều thất bại nhanh chóng vì họ không nắm bắt được tầm quan trọng của kế toán, thuế và pháp luật. Mặt khác, để tổ chức một bộ phận kế toán riêng thì chi phí chi để vận hành là cao so với quy mô và tiềm lực của DN, đồng thời hiệu quả mang lại trong việc tổ chức công tác kế toán để cung cấp thông tin phục vụ quản lý không cao. Theo Luật kế toán Việt Nam (2015), DN hoàn toàn có thể lựa chọn DVKT với chi phí thấp mà hiệu quả chấp nhận được, do vậy trong thời gian gần đây các DN nói chung, đặc biệt là các DNNVV thường tìm đến công ty dịch vụ kế toán như là một nhu cầu thiết yếu đối với họ. Hơn nữa, theo xu hướng hiện nay, đối với các DN việc sử dụng DVKT trong tổ chức công tác kế toán mà không phải tổ chức bộ máy kế toán, bố trí người làm kế toán đang là xu hướng phổ biến ở tất cả các nước phát triển mà các DN đang triển khai thực hiện ngày càng nhiều mà Việt Nam cũng không là ngoại lệ.

## 2. Cơ sở lý thuyết

### *2.1 Tổng quan các nghiên cứu trước*

Trong thời gian qua, đã có nhiều nghiên cứu liên quan đến vấn đề này. Chẳng hạn, Saxby, Carl L., và cộng sự (2004) đã tiến hành khám phá các nhân tố tác động đến chất lượng DVKT cũng như đo lường mức độ tác động của các nhân tố này đến sự hài lòng của khách hàng. Carl L. Saxby và cộng sự dùng mô hình năm nhân tố SERVQUAL để khám phá ra các nhân tố tác động đến chất lượng DVKT bằng phương pháp nghiên cứu định tính thông qua kỹ thuật phỏng vấn chuyên sâu các chuyên gia. Mặt khác, để đo lường mối liên hệ giữa chất lượng DVKT đến sự hài lòng của khách hàng bằng phương pháp định lượng thông qua bảng câu hỏi khảo sát với thang đo dựa trện mô hình SERVQUAL. Kết quả nghiên cứu cho thấy các công ty DVKT có thể nâng cao sự hài lòng khách hàng bằng cách tập trung vào tiêu chí

bằng cấp " chứng chỉ kế toán công chứng" với nhân tố sự tin cậy và năng lực phục vụ, đồng thời kiến thức chuyên môn kế toán viên thực hiện dịch vụ cũng là một trong những thành phần quan trọng của tác động đến sự hài lòng khách hàng và sự lựa chọn dịch vụ sử dụng của các DN.

Tiếp tục kế thừa nghiên cứu trước liên quan đến công cụ SERVQUAL đo lường chất lượng dịch vụ, Maja Zaman Groff và cộng sự (2012) đã xác định ảnh hưởng của trình độ chuyên môn của đơn vị cung cấp DVKT trong nhận thức của khách hàng về lựa chọn dịch DVKT của họ.

Trong nghiên cứu với tựa đề của tác giả Nguyễn Vũ Việt (2013), tác giả xác định các yếu tố thuộc về môi trường và các tiêu chí đánh giá các yếu tố này ảnh hưởng đến thị trường DVKT bao gồm: kinh tế, pháp lý và văn hóa xã hội. Các quy định khung pháp lý về quản lý kinh tế tài chính và về lĩnh vực kế toán gắn liền với sự tồn tại và phát triển của thị trường DVKT. Các tiêu chí đo lường và đánh giá trình độ phát triển của nền kinh tế thị trường là cơ sở để đánh giá yếu tô môi trường kinh tế ảnh hưởng tới sự phát triển của DVKT. Những khía cạnh của văn hóa xã hội trực tiếp ảnh hưởng đến thị trường DVKT gồm: quan điểm của xã hội về ý nghĩa của thông tin tài chính và tính minh bạch của thông tin, thói quen và phương thức truyền thống ảnh hưởng sâu sắc đến mức độ chấp nhận DVKT của các DN.

Ajmal Hafeez và Otto Andersen (2014) nghiên cứu đề tài nhằm giải quyết mục tiêu xác định và đo lường các yếu tố ảnh hưởng đến thực tiễn thuê ngoài dịch vụ kế toán giữa các DNVVN tại Pakistan. Nghiên cứu tiến hành thực hiện một cuộc khảo sát với 302 DNVVN Pakistan, bằng cách sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện, các đối tượng khảo sát bao gồm chủ sở hữu /quản lý/giám đốc tài chính của các doanh nghiệp đó ở 9 thành phố lớn của Pakistan. Bằng phân tích hồi quy đa biến kết quả nghiên cứu cho thấy tần suất các nhiệm vụ không thường xuyên, tính đặc thù của tài sản, cơ hội, niềm tin vào kế toán và cạnh tranh có tác động đáng kể đến thuê ngoài dịch vụ kế toán. Hơn nữa, các biến kiểm soát như giới tính, trình độ giáo dục, kinh nghiệm, quy mô doanh nghiệp và độ tuổi công ty cũng ảnh hưởng đến quyết định thuê ngoài dịch vụ kế toán. Điều này được giải thích rằng các doanh nghiệp vừa và nhỏ có hạn chế về nguồn lực của đơn vị nên họ thay đổi phương thức tổ chức công tác kế toán nội bộ truyền thống bằng việc thuê ngoài dịch vụ kế toán.

### *2.2 Khái quát về dịch vụ kế toán*

*Khái niệm dịch vụ kế toán:*

Theo luật kế toán Việt Nam năm 2015 do Quốc Hội ban hành ngày 20 tháng 11 năm 2015 thì hoạt động kinh doanh DVKT là việc cung cấp dịch vụ làm kế toán, làm kế toán trưởng, lập báo cáo tài chính, tư vấn kế toán và các công việc khác thuộc nội dung công tác kế toán theo quy định của Luật này cho các tổ chức, cá nhân có nhu cầu. Hành nghề kế toán là hoạt động cung cấp dịch vụ kế toán của tổ chức hoặc cá nhân có đủ tiêu chuẩn, điều kiện thực hiện dịch vụ kế toán.

*Các sản phẩm của dịch vụ kế toán:*

Tại Điều 55, Luật kế toán Việt Nam (2015) có quy định, tổ chức và cá nhân có đăng ký kinh doanh DVKT được thực hiện các dịch vụ kế toán sau: Làm kế toán; Làm kế toán trưởng; Thiết lập cụ thể hệ thống kế toán cho đơn vị kế toán; Cung cấp và tư vấn áp dụng công nghệ thông tin về kế toán; Bồi dưỡng nghiệp vụ kế toán, cập nhật kiến thức kế toán; Tư vấn tài chính; Kê khai thuế; Các dịch vụ khác về kế toán theo quy định của pháp luật.

### *2.3 Các lý thuyết nền*

**(1) Lý thuyết hành vi**

Quy trình mua dịch vụ của DN cũng được thực hiện bởi những con người. Người quyết định việc mua dịch vụ trong DN là ban lãnh đạo của công ty. Việc quyết định lựa chọn dịch vụ ảnh hưởng bởi hành vi của con người. Lý thuyết về hành vi được thể hiện qua lý thuyết hành động hợp lý (Theory of Reasoned Action - TRA). Thuyết hành động hợp lý được Ajzen và Fishbein xây dựng từ năm 1975. Mô hình TRA cho thấy hành vi được quyết định bởi ý định thực hiện hành vi đó. Hai yếu tố chính ảnh hưởng đến ý định là thái độ và chuẩn chủ quan. Trong đó, thái độ được đo lường bằng niềm tin đối với những thuộc tính của sản phẩm.

Chuẩn chủ quan là tác động của những người ảnh hưởng như bạn bè, đồng nghiệp, những người từng sử dụng dịch vụ,...đến quyết định mua của một cá nhân. Mô hình mua dịch vụ và lý thuyết hành động hợp lý là một trong những cơ sở để giải thích hành vi của người sử dụng dịch vụ. Lý thuyết này là cơ sở giải thích cho mối quan hệ giữa những người có ảnh hưởng như nhân tố sự giới thiệu (bạn bè, đồng nghiệp, những người từng sử dụng dịch vụ...) đến quyết định lựa chọn công ty DVKT của các DN.

**(2) Lý thuyết chi phí giao dịch**

Lý thuyết chi phí giao dịch (Transaction Cost Economies theory - TCE) của DN được Ronald Harry Coase đưa ra lần đầu tiên vào năm 1937 và được O.E. Williamson cùng những người khác tiếp tục phát triển cho đến nay. Lý thuyết này cho rằng một DN có thể cạnh tranh và tồn tại phụ thuộc rất lớn vào việc tiết kiệm chi phí giao dịch. Lý thuyết này giải thích cho câu hỏi "Tại sao một số hoạt động lại được thuê ngoài DN?". Câu trả lời là sử dụng dịch vụ thuê ngoài để tiết kiệm chi phí cho DN. Như vậy, lý thuyết của Ronald tập trung chủ yếu vào lợi ích mang lại từ thuê ngoài. Lý thuyết chi phí giao dịch là một trong những lý thuyết quan trọng cho những nghiên cứu về quyết định lựa chọn DVKT của các doanh nghiệp (Klein, 2005). Lý thuyết này giúp tác giả hình thành nên ý tưởng về tác động của nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn công ty DVKT của các doanh nghiệp như Giá phí; trình độ nhân viên, lợi ích cảm nhận, và khả năng đáp ứng của công ty DVKT.

**(3) Lý thuyết dựa trên nguồn lực**

Lý thuyết dựa trên nguồn lực (RBV - Resources-based view) được đề cập đến trong các nghiên cứu về marketing vào những năm 1990. Lý thuyết này sau đó cũng đã được nhiều tác giả nghiên cứu, trong đó có Barney (1991). Bamey đã phân loại nguồn lực thành ba thành phần: nguồn lực vật chất, nguồn nhân lực, nguồn vốn tổ chức. Ngoài ra, ông cũng đã nhấn mạnh đến các đặc điểm nguồn lực là có giá trị, hiếm, khó bắt chước và không thể thay thế sẽ tạo ra lợi thế cạnh tranh bền vững cho doanh nghiệp. Trong môi trường cạnh tranh hiện nay, các doanh nghiệp không chỉ sẽ cạnh tranh với nhau bằng sự khác biệt về nguồn lực mà còn bằng việc phối hợp sử dụng các nguồn lực một cách hiệu quả. Lý thuyết dựa trên nguồn lực cũng là một trong những lý thuyết quan trọng trong nghiên cứu vấn đề quyết định lựa chọn DVKT. Lý thuyết này giúp tác giả xác định thêm một nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn công ty DVKT như: Trình độ chuyên môn; Lợi ích cảm nhận; Khả năng đáp ứng.

## 3. Phương pháp nghiên cứu

### *3.1 Dữ liệu và phương pháp thu thập dữ liệu*

Để phục vụ nghiên cứu, tác giả tiến hành thu thập gồm cả dữ liệu thứ cấp để tìm hiểu thực trạng về việc sử dụng các DVKT thuê ngoài của các DNNVV tại TP.HCM và dữ liệu sơ cấp nhằm xây dựng mô hình nghiên cứu và kiểm định mô hình.

Dữ liệu sơ cấp được thu thập thông qua phương pháp sưu tầm tài liệu, phương pháp phỏng vấn sâu chuyên gia và các nhà quản lý của các đơn vị. Dữ liệu sơ cấp được thu thập thông qua bảng câu hỏi khảo sát thông qua phỏng vấn trực tiếp và sử dụng phần mềm Google Documents. Nội dung các câu hỏi là các biến quan sát đo lường các loại trung tâm trách nhiệm và sử dụng thang đo 5 Likert cho toàn bộ bảng hỏi: 1 – hoàn toàn đồng ý, 2 – không đồng ý, 3 – bình thường, 4 – Đồng ý, 5 – Hoàn toàn đồng ý. Đối tượng khảo sát là thành viên hội đồng quản trị, Ban giám đốc của các DNNVV tại TP.HCM.

Để sử dụng kiểm định EFA, kích thước mẫu phải lớn. Theo Tabachnick, B.G., & Fidell, L.S. (1996) thì quy mô mẫu có thể xác định theo công thức: n >= 50 + 8k, với k là số biến độc lập của mô hình. Trong nghiên cứu này, số lượng biến độc lập đưa vào phân tích là 5 với 22 biến quan sát. Như vậy cỡ mẫu tối thiểu phải là n = 50 + 8*7 = 106. Đề tài sử dụng 202 mẫu lớn hơn cỡ mẫu tối thiểu là phù hợp.

### *3.2 Giả thuyết và mô hình nghiên cứu*

Căn cứ vào tổng quan các công trình nghiên cứu trước, nghiên cứu chuyên gia, tác giả đã xây dựng 7 giả thuyết nghiên cứu như sau:

- H1: Đội ngũ nhân viên có ảnh hưởng cùng chiều đến việc lựa chọn công ty DVKT của các DNNVV tại TP.HCM.

- H2: Sự giới thiệu có ảnh hưởng cùng chiều đến việc lựa chọn công ty DVKT của các DNNVV tại TP.HCM.

- H3: Trình độ chuyên môn có ảnh hưởng cùng chiều đến việc lựa chọn công ty DVKT của các DNNVV tại TP.HCM.

- H4: Khả năng đáp ứng có ảnh hưởng cùng chiều đến việc lựa chọn công ty DVKT của các DNNVV tại TP.HCM.

- H5: Giá phí có ảnh hưởng cùng chiều đến việc lựa chọn công ty DVKT của các DNNVV tại TP.HCM.

- H6: Lợi ích cảm nhận có ảnh hưởng cùng chiều đến việc lựa chọn công ty DVKT của các DNNVV tại TP.HCM.

- H7: Hình ảnh nhà cung cấp dịch vụ có ảnh hưởng cùng chiều đến l việc lựa chọn công ty DVKT của các DNNVV tại TP.HCM.

Từ các giả thuyết trên, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như sau: Kỹ thuật phân tích nhân tố (factor analysis) đã được sử dụng trong nghiên cứu này nhằm rút gọn và gom các yếu tố thuộc tính đó lại thành một nhân tố có ý nghĩa hơn, ít hơn về số lượng. (Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc 2005). Ta có mô hình nghiên cứu được thể hiện như sau:

$$\mathbf{DVKT = \beta_0 + \beta_1\ DNNV + \beta_2\ SGT + \beta_3\ TDCM + \beta_4\ KN + \beta_5\ GP + \beta_6\ LICN + \beta_7\ NCC + \varepsilon}$$

Trong đ ú

*Các biến độc lập:* DNNV: Đội ngũ nhân viên; SGT: Sự giới thiệu; TDCM: Trình độ chuyên môn; KN: Khả năng đáp ứng; GP: Giá phí; LICN: Lợi ích cảm nhận và NCC: Hình ảnh nhà cung cấp dịch vụ

*Biến phụ thuộc:* DVKT: việc lựa chọn công ty DVKT của các DNNVV tại TP.HCM.

Với ε: hằng số tự do;

βi, i: 1÷ 7, là hệ số hồi quy riêng phần

### *3.3 Phương pháp xử lý dữ liệu*

Căn cứ số liệu khảo sát, tác giả thực hiện việc xử lý dữ liệu bằng phương pháp thống kê mô tả để xác định trọng số và tầng suất của các biến trong mô hình nghiên cứu. Mặt khác, dữ liệu thu thập qua bước phương pháp định lượng sẽ được xử lý trên phần mềm SPSS Statistics 26.0 để phân tích độ tin cậy của các nhân tố cũng như các tiêu chỉ đo lường nhân tố, đồng thời áp dụng phương pháp thống kê để tổng hợp, so sánh nhằm lượng hóa mức độ ảnh hưởng của các nhân tố tác động đến việc lựa chọn công ty DVKT của các DNNVV tại TP.HCM, cụ thể tác giả thực hiện như sau:

- Đánh giá độ tin cậy các thang đo.

- Phân tích nhân tố khám phá: nhằm đảm bảo mô hình EFA đảm bảo khả năng tin cậy, đòi hỏi phải thực hiện các kiểm định: Kiểm định tính thích hợp EFA; kiểm định tương quan của các biến quan sát trong thước đo đại diện.

- Phân tích hồi quy đa biến: để mô hình đảm bảo khả năng tin cậy và hiệu quả, đòi hỏi thực hiện các bước kiểm định: Kiểm định tương quan từng phần của các hệ số hồi quy; mức độ phù hợp của mô hình; hiện tượng phương sai phần dư thay đổi.

## 4. Kết quả nghiên cứu

### *4.1 Thống kê mô tả về các biến trong mô hình nghiên cứu*

***Bảng 1. Kết quả thống kê mô tả các biến độc lập và phụ thuộc***

| | Số quan sát | Giá trị nhỏ nhất | Giá trị lớn nhất | Giá trị trung bình | Độ lệch chuẩn |
|---|---|---|---|---|---|
| DNNV | 202 | 1,00 | 5,00 | 3,5461 | ,63765 |
| SGT | 202 | 1,00 | 5,00 | 3,7474 | ,71596 |
| TDCM | 202 | 2,00 | 5,00 | 3,4868 | ,65921 |
| KN | 202 | 2,00 | 5,00 | 3,8684 | ,62153 |
| GP | 202 | 2,60 | 5,00 | 3,5386 | ,61551 |
| LICN | 202 | 1,50 | 5,00 | 3,6623 | ,67097 |
| NCC | 202 | 1,00 | 5,00 | 3,4444 | ,67351 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| DVKY | 202 | 2,00 | 5,00 | 3,6053 | ,70056 |
| Valid N (listwise) | 202 | | | | |

*(Nguồn: tác giả tính toán, tổng hợp)*

Số liệu bảng 1 cho thấy, trong số 202 quan sát của các biến độc lập có giá trị trung bình từ 3,4444 đến 3,8684, điều này cho thấy kết quả khảo sát có sự tập trung cao và đáng tin cậy. Đối với biến phụ thuộc, trong 202 quan sát, giá trị trung bình là 3,6053, giá trị lớn nhất là 5,0 và giá trị nhỏ nhất 2,0 với độ lệch chuẩn 0,70056. Kết quả thống kê cho thấy khoảng cách giữa giá trị lớn nhất, giá trị nhỏ nhất và độ lệch chuẩn nhỏ cho thấy không có sự khác biệt về việc lựa chọn công ty DVKT của các DNNVV tại TP.HCM

***4.2 Kết quả kiểm định mô hình***

***Kiểm định chất lượng thang đo***

***Bảng 2. Kết quả phân tích chất lượng thang đo bằng hệ số Cronbach Alpha***

| STT | Nhóm biến | Số biến quan sát | Cronbach Alpha |
|---|---|---|---|
| 1 | Đội ngũ nhân viên | 6 | 0,861 |
| 2 | Sự giới thiệu | 5 | 0,878 |
| 3 | Trình độ chuyên môn | 4 | 0,813 |
| 4 | Khả năng đáp ứng | 3 | 0,800 |
| 5 | Giá phí | 5 | 0,880 |
| 6 | Lợi ích cảm nhận | 4 | 0,688 |
| 7 | Hình ảnh nhà cung cấp dịch vụ | 5 | 0,801 |
| 8 | Việc lựa chọn công ty DVKT của các DNNVV tại TP.HCM | 4 | 0,852 |

(*Nguồn: tính toán của tác giả)*

Qua kết quả kiểm định chất lượng thang đo ở bảng 5 ta thấy hệ số Cronbach's Alpha của tổng thể đều lớn hơn 0.6. Như vậy hệ thống thang đo được xây dựng gồm 8 thang đo đảm bảo chất lượng tốt với 36 biến quan sát đặc trưng.

***Phân tích nhân tố khám phá các biến độc lập***

Kiểm định tính thích hợp EFA: Ta thấy KMO = 0,816 thoả mãn điều kiện 0,5 < KMO < 1, phân tích nhân tố khám phá là thích hợp cho dữ liệu thực tế.

Kiểm định tương quan giữa các biến quan sát: Qua bảng KMO and Bartlett's Test, ta thấy Sig. < 0,01, các biến quan sát có tương quan tuyến tính với nhân tố đại diện.

Kiểm định mức độ giải thích các biến quan sát đối với các nhân tố: kết quả bảng số liệu sau khi chạy Fixed number of factors ta thấy phương sai trích là 74,12% > 50% đạt yêu cầu. Với phương pháp rút trích Principal components và phép quay Varimax, có 7 yếu tố được rút trích ra từ các biến quan sát. Điều này cũng có nghĩa 7 yếu tố rút trích ra thể hiện khả năng giải thích được 74,12% sự thay đổi của biến phụ thuộc trong tổng thể. Kết quả phân tích EFA cho thấy các biến được gom thành 7 nhóm. Hệ số tải nhân tố (Factor Loading) của các biến đều lớn hơn 0,5 và hiệu số giữa các thành phần trong cùng yếu tố đều lớn hơn 0,3.

**Phân tích khám phá EFA cho biến phụ thuộc**

Biến phụ thuộc "Việc lựa chọn công ty DVKT của các DNNVV tại TP.HCM" với 4 biến quan sát, kết quả phân tích EFA cho thấy tất cả các điều kiện về phân tích nhân tố khám phá đều đáp ứng, hệ số KMO = 0,711 > 0,5 ; Sig. = 0,000 < 0.05; hệ số tải nhân tố > 0.5; giá trị trích Eigenvalue = 3.933 > 1 (yêu cầu lớn hơn 1); và tổng phương sai trích đạt khá cao 77,214% > 50% và đạt yêu cầu.

**Phân tích hồi quy bội:** Phát hiện từ bước nghiên cứu trước về các nhân tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn công ty DVKT của các DNNVV tại TP.HCM và kết quả phân tích EFA cho thấy các nhân tố Đội ngũ nhân viên, Giá phí, Sự giới thiệu, Hình ảnh nhà cung cấp, Trình độ chuyên môn, Khả năng đáp ứng, Lợi ích cảm nhận.

**Kiểm định sự phù hợp của mô hình**

**Bảng 3. Kiểm tra độ phù hợp của mô hình - Model Summary[b]**

| Mô hình | Hệ sốR | Hệ sốR2 | Hệ số R2 - hiệu chỉnh | Sai số chuẩn của ước lượng |
|---|---|---|---|---|
| 1 | .822[a] | .676 | .664 | .22163 |

Biến độc lập: DNNV, GP, SGT, NCC, TDCM, KN, LICN
Biến phụ thuộc: DVKT

*(Nguồn: Phân tích dữ liệu của tác giả)*

Bảng trên cho thấy, giá trị hệ số tương quan là 0.822 > 0,5. Do vậy, đây là mô hình thích hợp để sử dụng đánh giá mối quan hệ giữa biến phụ thuộc và các biến độc lập. Ngoài ra hệ số xác định của mô hình hồi quy $R^2$ hiệu chỉnh là 0,664. Nghĩa là mô hình hồi quy tuyến tính đã xây dựng phù hợp với dữ liệu 66,4%. Điều này cho biết khoảng 66,4%. sự biến thiên của biến phụ thuộc (DVKT**)** là do tác động của các biến độc lập **(**DNNV, GP, SGT, NCC, TDCM, KN, LICN**)**, các phần còn lại là do sai sót của các yếu tố khác.

Nghiên cứu thực hiện chạy hồi quy tuyến tính đa biến với phương pháp đưa vào một lượt (phương pháp Enter).

***Bảng 4. Thống kê trong mô hình hồi qui bằng phương pháp Enter***

| Mô hình | | Hệ số chưa chuẩn hóa | | Hệ số chuẩn | Giá trị t | Mức ý nghĩa Sig. | Thống kê đa cộng tuyến | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Sai số chuẩn | Beta | | | Mức độ chấp nhận biến | Hệ số phóng đại phương sai VIF |
| 1 | (Constant) | -2.445 | .301 | | -8.110 | .000 | | |
| | DNVN | .093 | .030 | .140 | 3.097 | .002 | .819 | 1.222 |
| | SGT | .150 | .041 | .157 | 3.680 | .000 | .916 | 1.091 |
| | TDCM | .061 | .028 | .096 | 2.170 | .031 | .847 | 1.181 |
| | KN | .125 | .026 | .206 | 4.735 | .000 | .886 | 1.129 |
| | GP | .089 | .037 | .102 | 2.368 | .019 | .901 | 1.110 |
| | LICN | .109 | .032 | .143 | 3.377 | .001 | .930 | 1.076 |
| | NCC | .766 | .072 | .542 | 10.704 | .000 | .650 | 1.538 |
| a. Biến phụ thuộc: DVKT | | | | | | | | |

*(Nguồn:Phân tích dữ liệu của tác giả)*

Trong bảng số liệu khi xét $t_{stat}$ và $t_{\alpha/2}$ của các biến để đo độ tin cậy thì các biến độc lập đều đạt yêu cầu và các giá trị Sig thể hiện độ tin cậy khá cao, đều < 5%. Ngoài ra, hệ số VIF của các hệ số Beta đều nhỏ hơn 10 cho thấy không có hiện tượng đa cộng tuyến xảy ra.

***Phương trình hồi quy:***

**DVKT = 0,140*DNNV + 0,157*SGT + 0,096*TDCM + 0,206*KN + 0,102*GP+ 0,143*LICN+ 0,542*NCC**

Như vậy, cả 07 nhân tố: Đội ngũ nhân viên, Giá phí, Sự giới thiệu, Hình ảnh nhà cung cấp, Trình độ chuyên môn, Khả năng đáp ứng, Lợi ích cảm nhận đều có ảnh hưởng tỷ lệ thuận đến việc lựa chọn công ty DVKT của các DNNVV tại TP.HCM. Tức là khi ĐNNV, GP, SGT, NCC, TĐCM, KN, LICN càng cao thì ảnh hưởng cùng chiều đến việc lựa chọn công ty DVKT của các DNNVV tại TP.HCM. Trong 7 nhân tố này thì nhân tố có sự ảnh hưởng mạnh nhất đến việc lựa chọn công ty DVKT của các DNNVV tại TP.HCM là Hình ảnh nhà cung cấp ( $\beta = 0.542$), tiếp đến là khả năng đáp ứng ( $\beta = 0.206$), Sự giới thiệu ( $\beta = 0.157$), Lợi ích cảm nhận ( $\beta = 0.143$), Đội ngũ nhân viên ( $\beta = 0.140$), Giá phí ( $\beta = 0.102$) và cuối cùng là nhân tố Trình độ chuyên môn ( $\beta = 0.096$). Như vậy, giả thuyết H1, H2, H3, H4, H5, H6, H7 cho mô hình nghiên cứu lý thuyết chính thức được chấp nhận.

**5. Kết luận và hàm ý chính sách**

Thông qua các kiểm định của mô hình nghiên cứu, có thể khẳng định các nhân tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn công ty DVKT của các DNNVV tại TP.HCM theo thứ tự từ cao đến thấp như sau:

| Biến độc lập | Giá trị tuyệt đối |
|---|---|
| Đội ngũ nhân viên | 0,140 |
| Sự giới thiệu | 0,157 |
| Trình độ chuyên môn | 0,096 |
| Khả năng đáp ứng | 0,206 |
| Giá phí | 0,102 |
| Lợi ích cảm nhận | 0,143 |
| Hình ảnh nhà cung cấp dịch vụ | 0,542 |

Xuất phát từ kết quả kiểm định mô hình nghiên cứu ở trên, tác giả đưa ra một số đề xuất nhằm giúp nâng cao hiệu quả trong việc lựa chọn công ty DVKT của các DNNVV tại TP.HCM như sau:

**(1) Hình ảnh nhà cung cấp:** các DN cung cấp DVKT nên chú ý đến việc xây dựng thương hiệu, tăng ngân sách và đầu tư công sức vào việc tạo dựng hình ảnh thương hiệu tạo ra sự khác biệt và lợi thế cạnh tranh, tạo lòng tin với các doanh nghiệp cung cấp DVKT khác, các công ty dịch vụ kế toán có thể tham gia thi lấy chứng chỉ hành nghề kế toán; thường xuyên tham gia các buổi hội thảo cập nhật kiến thức kế toán; đăng ký hành nghề với Hội kế toán và kiểm toán Việt Nam; các đối tượng cung cấp dịch vụ kế toán trao đổi với nhau một cách cởi mở, thẳng thắn chia sẻ về kinh nghiệm cũng như khó khăn trong việc khai thác và duy trì khách hàng mà ở đây chính là các DNVVV tại TP.HCM. Mặt khác với sự phát triển không ngừng của Internet, các trang mạng xã hội,... Các công ty cung cấp DVKT có thể đầu tư hơn vào các phương tiện quảng cáo cho công ty mình như xây dựng trang web công ty chuyên nghiệp, đăng tin quảng cáo trên các tên miền phổ biến, qua Facebook,...để các đối tác biết về công ty, và có thể dễ dàng tìm kiếm, tham khảo thông tin về các dịch vụ kế toán mà công ty cung cấp.

**(2) Khả năng đáp ứng:** các công ty cung cấp DVKT cần xây dựng kế hoạch khảo sát khách hàng nói chung, tìm hiểu lĩnh vực hoạt động của khách hàng trước khi cung cấp dịch vụ có như vậy mới đáp ứng tốt hơn các yêu cầu của doanh nghiệp. Thêm vào đó các công ty dịch vụ kế toán cần đào tạo sự nhanh nhạy - chuyên nghiệp - hiệu quả cho đội ngũ nhân lực nhằm gia tăng khả năng đáp ứng nhu cầu cao và rộng của khách hàng.

**(3) Sự giới thiệu:** các công ty cung cấp DVKT cần phải cung cấp những dịch vụ với chất lượng dịch vụ và chất lượng phục vụ cao nhất để tạo uy tín, niềm tin cho khách hàng hiện tại của mình để họ có những tác động truyền miệng tích cực về dịch vụ đến các đơn vị có nhu cầu sừ dụng có ý định và nhu cầu sử dụng DVKT.

**(4) Lợi ích cảm nhận:** Trước khi ký kết hợp đồng quy định rõ các cam kết về đảm bảo bảo mật thông tin, số liệu cho khách hàng và các chế tài theo quy định của Hiệp hội nghề nghiệp Việt Nam. Khi vi phạm các cam kết, công ty phải chịu trách nhiệm bồi thường thiệt hại cho DN theo những điều khoản đã cam kết trong hợp đồng. Mặt khác, các công ty cung cấp dịch vụ cần xây dựng chính sách khen thưởng, tạo điều kiện cho đội ngũ nhân viên tham gia các khóa huấn luyện nâng cao chuyên môn, cơ hội thăng tiến để khuyến khích nhân viên gắn bó với cơ hội nghề nghiệp của mình, ổn định đội ngũ năng lực. Vì dịch vụ kế toán không giống như các dịch vụ thông thường khác, quá trình cung cấp dịch vụ lâu dài, thường xuyên và liên tục nên khách hàng sẽ cảm thấy yên tâm nếu nhân viên cung cấp dịch vụ gắn bó, cùng đồng hành với khách hàng, thể hiện sự quan tâm chăm sóc đến từng đối tác.

**(5) Đội ngũ nhân viên:** Trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt, nguồn nhân lực chất lượng cao làm việc trong lĩnh vực dịch vụ là rất cần thiết, để có được đội ngũ cán bộ nhân viên có trình độ năng lực chuyên môn tốt, tác phong làm việc chuyên nghiệp đòi hỏi các công ty DVKT phải có chính sách tuyển dụng, chính sách đào tạo và chính sách đãi ngộ thỏa đáng, coi trọng vấn đề nguồn nhân lực (đội ngũ cán bộ quản lý chủ chốt , kế toán viên), trong đó cần

phải biết đặt yếu tố con người vào vị trí trung tâm của các hoạt động của doanh nghiệp, coi trọng vấn đề tuyển dụng và duy trì nhân sự chủ chốt, đào tạo, bồi dưỡng kế toán viên. Đối với công tác tuyển dụng nhân viên thì ngoài các yêu cầu về chuyên môn nghiệp vụ của các ứng viên, các công ty cung cấp DVKT cần chú trọng về kỹ năng giao tiếp, kỹ năng tiếp cận sự thay đổi trong môi trường làm việc, khả năng giải quyết tình huống... Ngoài ra, việc tuyển dụng và lựa chọn cần theo đúng chiến lược phát triển dịch vụ nói chung và dịch vụ kế toán nói riêng trong từng thời kỳ, từng phân khúc thị trường. Phương pháp tuyển dụng và lựa chọn các ứng cử viên cũng cần lập kế hoạch rõ ràng, đặc biệt đối với nguồn nhân lực chất lượng cao.

Đối với công tác đào tạo: Các công ty DVKT cần tổ chức thường xuyên các khóa đào tạo, cập nhật các văn bản chính sách pháp luật mới vì môi trường kinh tế cũng như các luật, chính sách liên quan đến kế toán, thuế,... vẫn chưa ổn định luôn phát triển, thay đổi không ngừng khi nước ta đã và đang hội nhập với nền kinh tế thế giới bên cạnh đó các chính sách ưu đãi. Ngoài đào tạo về các nghiệp vụ, sản phẩm của công ty thì các nhân viên cần được đào tạo về các kỹ năng mềm như kỹ năng thuyết phục khách hàng, kỹ năng giải quyết vấn đề, kỹ năng về công nghệ thông tin của dịch vụ kế toán...góp phần thể hiện sự quan tâm chăm sóc đến từng khách hàng.

**(6) Giá phí:** các công ty cung cấp dịch vụ cần phải cân đối hài hòa giữa lợi nhuận của mình với lợi ích của khách hàng để xây dựng chính sách giá hợp lý. Bên cạnh đó các công ty DVKT cần tối thiểu hóa các chi phí nhằm đưa ra mức giá phí hợp lý thõa mãn nhu cầu của khách hàng. Đa dạng các mức giá phí để phù hợp với từng loại hình khách hàng, từng nhu cầu của khách hàng Mặt khác cần có chính sách giá linh hoạt, cập nhật phù hợp với thị trường để có thể gia tăng khả năng cạnh tranh và thu hút khách hàng lựa chọn dịch vụ.

**(7) Trình độ chuyên môn:** Các công ty cung cấp dịch vụ kế toán cần phải xây dựng và hoàn thiện đầy đủ các quy chế ràng buộc và tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát hoạt động kế toán, kiểm soát chất lượng bằng các quy chế, quy trình công tác, quy trình nghiệp vụ đối với những người hành nghề.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Luật số 88/2015/QH13, Luật Kế toán do Quốc Hội ban hành ngày 20 tháng 11 năm 2015.
2. Apena Hedayatnia (2011), *An exploratory study of strategic approach to target marketing segmentation of Australian and international students marketing strategy in higher education.*
3. A.S.Jadhav, R.M.Sonar (2009), *Evaluating and selecting software packages: A review*, Software Tech, Volume 51.
4. Based Views (RBV) prospective. International Journal of Business and Management, 9(7), 19-32.
5. Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, *17*(1), 99-120.
6. Hafeez, A., & Andersen, O. (2014). Factors influencing accounting outsourcing practices among smes in Pakistan context: Transaction Cost Economics (TCE) and Resource-Journal of International Marketing and Exporting Vol 16 No.1 201.
7. Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research.* Reading, MA: Addison-Wesley.
8. Klein, R. B. (2005). Principles and Practice of Structural Equation Modeling (2nd ed.). New York: Guilford.
9. Maja Zaman Groff, Neza Stumberger, Sergeja Slapnicar (2012), *The Influence of Professional Qualification on Customers' Perceived Quality of Accounting Services and Retention Decision.*

10. Nguyễn Vũ Việt (2013), Nhân tố môi trường và tiêu chí đánh giá ảnh hưởng đến thị trường dịch vụ kế toán, Nghiên cứu tài chính kế toán - Trường Đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh.
11. Saxby, Carl L., Craig R. Ehlen, and Timothy R. Koski, (2004), *Service Quality in Accounting Firms: The Relationship of Service Quality to Client Satiosfaction and Firm/Client Conflict*, Journal of Business and Economics Research, Volume 2, Number 11 (November 2004), 75-87.
12. Tabachnick, B.G., & Fidell, L.S. (1996), *Using multivariate statistics (ấn bản lần 3)*, New York, Mỹ: HarperCollins.

# VẬN DỤNG THẺ ĐIỂM CÂN BẰNG ĐỂ ĐÁNH GIÁ THÀNH QUẢ HOẠT ĐỘNG TẠI BỆNH VIỆN NHI ĐỒNG 2

**Hà Thị Kim Cúc***
Viện Đào tạo Sau đại học, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: kimcucnd2@yahoo.com.

## TÓM TẮT

Trong nghiên cứu này, ý nghĩa và tác dụng của phương pháp thẻ điểm cân bằng Balanced Scorecard (BSC) trong việc đánh giá thành quả hoạt động Bệnh viện Nhi Đồng 2. Để thực hiện nghiên cứu, nhóm tác giả đã sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính nhằm hệ thống hóa cơ sở lý thuyết về thẻ điểm cân bằng trong doanh nghiệp cũng như tìm hiểu thực trạng công tác đánh giá thành quả hoạt động tại Bệnh viện Nhi Đồng 2, từ đó đề xuất định hướng nhằm vận dụng thẻ điểm câng bằng cho bệnh viện.
*Từ khóa:* Thẻ điểm cân bằng (BSC); thành quả hoạt động; bệnh viện nhi đồng 2.

## 1. Đặt vấn đề

Là một bệnh viện công tự chủ về tài chính với tổng doah thu hàng năm hơn 1.000 tỷ đồng, là bệnh viện chuyên khoa Nhi – hạng 1, đồng thời cũng là một trong 4 bệnh viện Nhi hàng đầu tại Việt Nam phụ trách công tác khám, chữa bệnh cho trẻ em từ 0 đến dưới 16 tuổi. Bệnh viện Nhi Đồng 2 đang tiến từng bước vững chắc trên con đường phát triển và khẳng định vị trí là một trong những bệnh viện uy tín nhất trong lĩnh vực chăm sóc sức khỏe cho bệnh nhi. Tuy nhiên trong bối cảnh cạnh tranh khốc liệt như hiện nay: Các bệnh viện và các phòng khám tư nhân mở ra rất nhiều, với mức thu nhập khá hấp dẫn, cơ sở vật chất, máy móc thiết bị hiện đại và dịch vụ chăm sóc khách hàng tuyệt vời,.. Để có thể duy trì và giữ vững được vị thế của mình, đòi hỏi bệnh viện cần phải xây dựng kế hoạch triển khai chiến lược khoa học và một hệ thống đo lường thành quả hoạt động phù hợp. Tuy nhiên phương pháp đo lường truyền thống hiện tại bệnh viện đang áp dụng, chủ yếu qua thước đo tài chính ngắn hạn vẫn chưa giúp bệnh viện phát huy hết thực lực và có những quyết sách đúng đắn trong định hướng mục tiêu phát triển của bệnh viện.

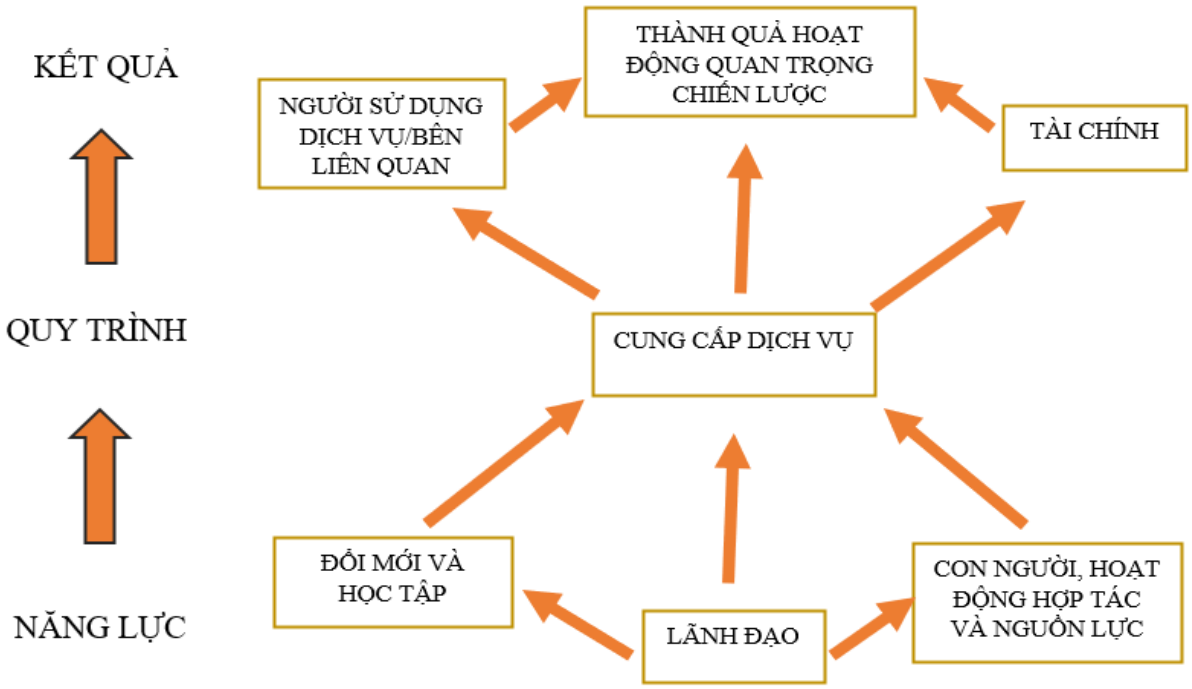
Qua thực tế tìm hiểu, tác giả nhận thấy hệ thống thẻ điểm cân bằng – BSC ( balanceed Scorecard) được phát triển và giới thiệu vào những năm 1990 bởi 2 tác giả Robert S Kaplan và David Norton là một giải pháp tốt nhất, nhằm đưa ra những thước đo hiệu suất để đánh giá và quản lý chiến lược một cách hữu hiệu, đồng thời giúp các tổ chức chuyển tầm nhìn và chiến lược thành những mục tiêu và thước đo cụ thể thông qua bốn phương diện: Tài chính, khách hàng, qui trình hoạt động nội bộ, học hỏi và phát triển. Thẻ điểm cân bằng đã giải quyết được những hạn chế đo lường thành quả hoạt động bằng các thước đo tài chính mang tính ngắn hạn để từ đó giúp đo lường, đánh giá thành quả hoạt động toàn diện hơn.

Dựa trên những quan sát tình hình nội tại của bệnh viện cùng những kiến thức có được khi tiếp cập với hệ thống thẻ điểm cân bằng, tác giả mong muốn vận dụng hệ thống thẻ điểm cân bằng để Bệnh viện Nhi Đồng 2 đánh giá đúng thành quả hoạt động nội tại của bệnh viện cũng như hướng đến việc xây dựng một hệ thống đánh giá thành quả hoạt động hoàn chỉnh và phù hợp nhất đối với bệnh viện.

## 2. Cơ sở lý thuyết

### *2.1 Khái niệm và vai trò của thẻ điểm khu vực công*

Thẻ điểm khu vực công (PSS) là một mô hình quản lý hoạt động và cải thiện dịch vụ tích hợp dành cho khu vực công và khu vực phi lợi nhuận (Moullin, 2002). Nó nhằm mục đích cải thiện dịch vụ và đảm bảo rằng chiến lược, quy trình và thước đo hiệu suất của tổ chức đều phù hợp với nhau và phản ánh nhu cầu cũng như mong đợi của người dùng dịch vụ.




*(Nguồn: Max Moullin, 2017)*

**Hình 1.1. Mô hình Thẻ điểm khu vực công**

Trọng tâm của PSS là mô hình rất đơn giản nhưng mạnh mẽ ở phía bên trái (xem hình 1.1). Trong đó năng lực được xác định là các yếu tố dựa trên tổ chức, văn hóa và nguồn lực (con người, thực hành, công nghệ và cơ sở hạ tầng) cần thiết để hỗ trợ và nâng cao các quy trình để các quy trình hoạt động hiệu lực và hiệu quả. Quy trình khi vận hành sẽ dẫn đến các kết quả tương ứng. Mô hình lý tưởng cho việc tiếp cận dựa trên hội thảo, khuyến khích các nhà quản lý, nhân viên, những người sử dụng dịch vụ và các bên liên quan xác định được kết quả quan trọng, sau đó thiết kế lại hoặc tạo ra các quy trình mới nhằm đạt được kết quả mong đợi và giải quyết các yếu tố năng lực và tổ chức cần có để các quy trình có hiệu quả trong việc đạt được các kết quả. Điều này có thể được thực hiện cho một dịch vụ nói chung hoặc để giúp các tổ chức khác nhau làm việc cùng nhau nhằm tập trung vào một kết quả cụ thể.

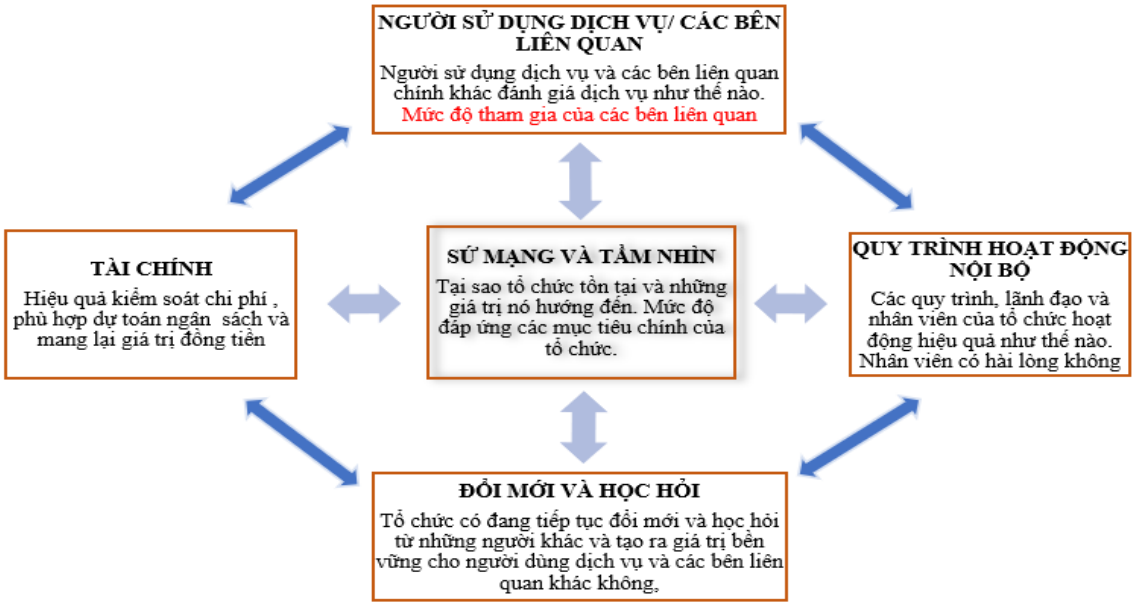
Bên phải (xem hình 1.1) cung cấp chi tiết hơn về các yếu tố khác nhau của mô hình. Kết quả bao gồm những thành quả hoạt động chính mà tổ chức đang hướng đến, những kết quả được yêu cầu bởi những người sử dụng và các bên liên qua chính khác, cùng với các kết quả tài chính như hòa vốn, đảm bảo tài trợ và cung cấp giá trị dòng tiền. Cung cấp dịch vụ là thước đo cho yếu tố quy trình. Cung cấp dịch vụ là những gì người dùng và các bên liên quan thực tế trải nghiệm. Năng lực cụ thể là những gì cần làm để hỗ trợ nhân viên và các quy trình trong việc cung cấp các kết quả đầu ra cần thiết, gồm các kỹ năng và động lực của con người, hợp tác làm việc, sử dụng nguồn lực, cùng với một nền văn hóa của tổ chức dựa trên sự đổi mới và học hỏi - tất cả được củng cố bởi sự lãnh đạo hiệu quả và mang tính hỗ trợ.

Với vai trò là một hệ thống đo lường và quản lý hiệu suất, được thiết kế đặc biệt cho khu vực công và khu vực tự nguyện, Thẻ điểm khu vực công hướng đến giải quyết những vấn đề

quan trọng đối với sự thành công trong quản lý hiệu suất hoạt động của các tổ chức khu vực công. Các vấn đề này bao gồm: (1) chú trọng vào sự tham gia của người sử dụng dịch vụ và các bên liên quan, (2) tập trung vào kết quả và các động lực dựa trên bằng chứng của các kết quả (3) hoạt động xuyên các ranh giới của tổ chức, (4) cải tiến quy trình và giải quyết các vấn đề về năng lực và tổ chức, (5) tích hợp quản lý rủi ro và (6) phát triển văn hóa dựa trên sự cải tiến, đổi mới và học hỏi.

***2.2 Nội dung thẻ điểm khu vực công***

Về cơ bản, nội dung của PSS được thể hiện thông qua phương diện tài chính, phương diện khách hàng, phương diện quy trình nội bộ và phương diện đổi mới và học hỏi. Các phương diện của PSS và mối liên hệ của chúng được minh họa trong Hình 1.2.




*(Nguồn: Moullin, 2002)*

**Hình 1.2. Các phương diện của Thẻ điểm khu vực công**

Các phương diện của PSS có sự tác động qua lại với nhau và được đặt trong mối liên hệ mật thiết với sứ mạng và tầm nhìn chiến lược của tổ chức.

**(1) Sứ mạng và tầm nhìn**

**Sứ mạng**

Sứ mạng (Mission) là bản tóm tắt về những giá trị của một tổ chức ở thời điểm hiện tại, nó giải thích tính hữu ích của tổ chức, giải thích vì sao tổ chức hiện hữu, sự tồn tại này là để làm gì và phục vụ cho ai?

**Tầm nhìn và Chiến lược**

Tầm nhìn (Vision) là mục tiêu dài hạn của một tổ chức theo mốc thời gian cụ thể, giải thích tổ chức đang hướng đến đâu hay vị trí mà tổ chức muốn đạt được trong tương lai và khi nào thì đạt được đến đích đó.

Trong khi đó, Chiến lược (Strategy) cụ thể hóa cho tầm nhìn, đó là tổ hợp những quyết định, hành động, cách thức được lên kế hoạch để đạt được các mục tiêu mà tổ chức hướng đến. Trong nghiên cứu về các tổ chức phi lợi nhuận, Kaplan (2001) nhấn mạnh rằng: "Sự khởi đầu của bất kỳ hệ thống đo lường hiệu suất nào cũng phải là một tuyên bố chiến lược rõ ràng". Trong thực tế, việc phát triển các chiến lược thường không gây ra vấn đề cho hầu hết các tổ chức thuộc khu vực tư nhân, nhưng đối với các tổ chức khu vực công thì đó lại là một vấn đề phức tạp hơn. Vì lợi nhuận không phải là động lực chi phối, các tổ chức khu vực công thường gặp phải những khó khăn trong việc đưa ra các chiến lược để đạt được các mục tiêu rõ ràng (Forbes, 1998).

**(2) Phương diện tài chính**

Phương diện tài chính giúp đo lường, tổng kết việc thực hiện những hoạt động của tổ chức một cách có hệ thống và rõ ràng bằng những con số cụ thể. Thông qua thước đo tài chính, nhà quản trị cũng như ban lãnh đạo có thể đánh giá được các chiến lược đã triển khai và xem xét thực tế nó có đóng góp vào việc cải thiện hiệu quả hoạt động của tổ chức hay không. Đối với các tổ chức thuộc khu vực công, mục tiêu về tài chính không chủ yếu nhằm vào việc sinh lợi nhuận mà tập trung vào các khía cạnh về hiệu quả quản lý và sử dụng ngân sách được cấp – hiệu quả kiểm soát chi phí, mức độ hoàn thành nhiệm vụ thu ngân sách nhà nước (đối với các cơ quan quản lý thu như cơ quan thuế, cơ quan hải quan…). Bên cạnh đó là độ chính xác của dự toán tài chính so với kết quả cuối năm đạt được. Thật vậy, công tác lập dự toán tài chính cần được chú trọng bởi đó là căn cứ cho việc điều hành thu, chi ngân sách một cách khoa học và hợp lý, phù hợp với tình hình thực tế và dự báo tăng trưởng trong lĩnh vực mà tổ chức đang hoạt động cũng như phù hợp với mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội.

**(3) Phương diện người sử dụng dịch vụ và các bên liên quan**

Triết lý quản trị hiện đại luôn đánh giá cao tầm quan trọng của khách hàng và các phương pháp nhằm đáp ứng nhu cầu của họ. Đối với các tổ chức khu vực công, khách hàng được hiểu là những người sử dụng dịch vụ và các bên liên quan khác của tổ chức. Như đã đề cập ở trên, PSS nhấn mạnh vai trò của người sử dụng dịch vụ và các bên liên quan. Thật vậy, với sự tham gia của người sử dụng dịch vụ sẽ đặt trải nghiệm và kiến thức của họ vào trung tâm của việc thiết kế và cung cấp dịch vụ công hiệu quả (Osborne, Radnor, & Nasi, 2013). Sự tham gia của nhân viên cũng rất quan trọng để quản lý hiệu suất thành công, bởi vì nhân viên không chỉ cần hiểu rõ về các mục tiêu chiến lược và các chỉ số hoạt động chính mà họ cần chia sẻ tầm nhìn của tổ chức cho người khác.

**(4) Phương diện quy trình hoạt động nội bộ hiệu lực và hiệu quả**

Quy trình hoạt động nội bộ hiệu lực và hiệu quả đóng vai trò cốt lõi trong việc nâng cao hiệu quả hoạt động đối với các tổ chức khu vực công, có ảnh hưởng trực tiếp đến giá trị mang lại cho khách hàng, tổ chức và nhân viên. Tùy vào đặc thù của từng lĩnh vực hoạt động, mỗi tổ chức sẽ tự xây dựng cho mình một quy trình hoạt động nội bộ riêng biệt sau khi đã nghiên cứu về đối tượng khách hàng là người sử dụng dịch vụ do tổ chức cung cấp. Với một quy trình hoạt động nội bộ hữu hiệu, tổ chức có thể tập trung nguồn lực để đạt được hiệu quả trong việc đem lại sự hài lòng cho khách hàng và hoàn thành các mục tiêu tài chính của tổ chức.

Để xác định được các chỉ tiêu thực sự đo lường khả năng tạo ra giá trị cho khách hàng và đánh giá được hiệu quả hoạt động của tổ chức, các tổ chức khu vực công một mặt cần đo lường và kiểm soát các quy trình hoạt động nội bộ hiện tại bằng việc sử dụng các chỉ tiêu về chất lượng và thời gian, mặt khác họ phải cải tiến và xây dựng được quy trình mới mà tổ chức thực hiện xuất sắc. Các quy trình này phải là các quy trình then chốt để đảm bảo tổ chức triển khai thành công chiến lược của mình. Các chỉ tiêu đo lường chỉ nên tập trung vào các quy trình nội bộ có ảnh hưởng lớn nhất đến sự hài lòng của khách hàng và việc thực hiện các mục tiêu tài chính của tổ chức.

**(5) Phương diện đổi mới và học tập**

Cùng với các mục tiêu về tài chính, người sử dụng dịch vụ và quy trình nội bộ, vấn đề quan trọng mà các tổ chức khu vực công cần đặt sự chú trọng để đạt được sự thành công trong việc nâng cao hiệu suất hoạt động đó là phát triển văn hóa cải tiến, đổi mới và học hỏi, thay vì văn hóa đổ lỗi từ trên xuống (Moullin, 2004). Cần lưu ý rằng, cách tiếp cận của PSS đối với các mục tiêu được thiết lập dựa trên thước đo quản lý hiệu suất là có chọn lọc. Thay vì chỉ định mục tiêu cho từng thước đo có thể dẫn đến tác động "xấu" là việc nhân viên ưu tiên thực hiện mục tiêu hơn là phục vụ công chúng, theo quan điểm của PSS các mục tiêu chỉ nên được sử dụng nếu chúng liên quan đến kết quả hoặc các động lực dựa trên bằng chứng của kết quả và giá trị đạt được vượt quá

chi phí của nó, hay nói cách khác khi đặt ra các mục tiêu cần phải đảm bảo rằng cùng với việc đạt được các kết quả đã đề ra thì các yếu tố rủi ro tiềm ẩn cũng có thể được xác định và giảm thiểu. Như thế, PSS nhấn mạnh tầm quan trọng của sự cởi mở và tin tưởng trong văn hóa quản lý hiệu suất dựa trên cải tiến, đổi mới và học hỏi thay vì đặt nặng việc đạt được các mục tiêu.

**3. Phương pháp nghiên cứu**

Tác giả sử dụng phương pháp thu thập, phân tích tài liệu bao gồm các bài báo, luận văn… để hệ thống hóa lý luận về thẻ điểm cân bằng. Sử dụng phương pháp phỏng vấn trực tiếp, lãnh đạo quản lý tại các phòng chức năng và bệnh nhân cuả bệnh viện, thực hiện khảo sát bằng bảng câu hỏi nhằm đánh giá thực trạng về cách thức đánh giá thành quả hoạt động của Bệnh viện Nhi Đồng 2; đồng thời sử dụng phương pháp phân tích, so sánh, suy luận để đề xuất giải pháp vận dụng thẻ điểm cân bằng để đánh giá thành quả hoạt động tại Bệnh viện Nhi Đồng 2.

**4. Thực trạng đánh giá thành quả hoạt động của bệnh viện nhi đồng 2**

❖ **Về phương diện tài chính**

Bệnh viện đã đưa ra các chỉ tiêu đo lường về đánh giá tài sản, đánh giá kết quả hoạt động kinh doanh, đánh giá các chỉ số tài chính để đánh giá thành quả hoạt động tại bệnh viện:

**Bảng 4.1. Báo cáo phân tích tài sản năm 2021 và 2022 của Bệnh viện**

| Chỉ tiêu | Năm 2022 | Năm 2021 | Chênh lệch năm 2022 so với 2021 | |
|---|---|---|---|---|
| | | | +/- | % |
| Tổng tài sản | 12.117.420.301.483 | 12.100.659.102.022 | 16.761.199.461 | 100,138% |

*(Nguồn: Tổng hợp từ BCTC của Bệnh viện năm 2021, 2022)*

**Bảng 4.2. Báo cáo về tình hình kết quả kinh doanh năm 2021 và 2022 của Bệnh viện**

| Chỉ tiêu | Năm 2022 | Năm 2021 | Chênh lệch năm 2022 so với năm 2021 | |
|---|---|---|---|---|
| | | | +/- | % |
| Tổng tài doanh thu (Tỷ đ) | 1.342 | 801 | 541 | 167.54% |
| Thặng dư/Thâm hụt trong năm (tỷ đ) | 348 | 22 | 326 | 1581.81% |
| Lương bình quân/LĐ/tháng (triệu đ) | 21 | 18 | 3 | 116.66% |

*(Nguồn: Tổng hợp từ BCTC của Bệnh viện năm 2021, 2022)*

**Bảng 4.3. Báo cáo về các chỉ số tài chính năm 2021 và 2022 của Bệnh viện**

| Chỉ tiêu | Năm 2022 | Năm 2021 | Chênh lệch năm 2022 so với năm 2021 | |
|---|---|---|---|---|
| | | | +/- | % |
| Hệ số thanh toán ngắn hạn | 0.95 | 0.99 | -0.04 | 95.95% |
| Hệ số thanh toán nhanh | 0.04 | 0.06 | 0.02 | 66,66% |
| Hệ số Nợ/ Tổng tài sản | 12.905.449.567.163 | 12.366.857.793.836 | 538,591,773,327 | 104.36% |

*(Nguồn: Tổng hợp từ BCTC của Bệnh viện năm 2021, 2022)*

**Ưu điểm**: Việc đánh giá thành quả hoạt động của bệnh viện dựa vào các thước đo tài chính cho thấy thành quả hoạt động của bệnh viện trong ngắn hạn. Do đó, các chỉ tiêu tài chính tương đối rõ ràng ở các bộ phận. Mặt khác, quy trình thực hiện khá đơn giản, chỉ cần lập báo cáo so sánh mức chênh lệch của các chỉ tiêu giữa kế hoạch với thực hiện, giữa hiện tại và quá khứ.

**Nhược điểm:**

Bệnh viện chỉ sử dụng một số chỉ tiêu tài chính để đo lường thành quả hoạt động của năm hiện tại chủ yếu dựa vào báo cáo tài chính và các bộ phận. Tuy nhiên**,** các báo cáo này được lập chỉ dừng lại ở việc so sánh mức chênh lệch của các chỉ tiêu giữa kế hoạch với mục tiêu hoặc so với cùng kỳ, các thước đo được sử dụng không liên quan đến thực hiện chiến lược của bệnh viện.

Bên cạnh đó, cùng với mỗi giai đoạn phát triển của bệnh viện thì mục tiêu tài chính khác nhau, tuy nhiên các chiến lược phát triển chưa được xác định rõ ràng, dẫn đến các mục tiêu tài chính còn mang tính chung chung.

Chưa đưa ra chỉ tiêu cụ thể để bệnh viện phấn đấu đạt được, và chưa có hình thức thưởng cho bộ phận có những giải pháp nhằm thu hút bệnh nhân và tăng thu nhập cho bệnh viện viện để từ đó nhân viên toàn bệnh viện phấn đấu, năng động và tích cực hơn trong việc để tăng doanh thu cho bệnh viện.

Thước đo mức lương bình quân đầu người/tháng của viên chức, người lao động không thể hiện được mục tiêu nâng cao đời sống nhân viên vì mức lương để đo lường được tính chung cho tất cả các bộ phận và nếu mức lương tăng do tăng lương cơ bản theo qui định của nhà nước thì thước đo trên cũng không có giá trị.

❖ **Phương diện khách hàng**

Khách hàng của bệnh là bệnh nhân. Đây cũng là một trong những yếu tố quyết định sự thành công hay thất bại của bệnh viện. Hiện nay, khách hàng tại bệnh viện được chia làm 2 nhóm: Bệnh nhân Bảo hiểm y tế và Bệnh nhân dịch vụ.

Bệnh viện đã dựa vào các chỉ tiêu: Số lượng khách hàng, bệnh nhân đến khám, Doanh thu của từng nhóm khách hàng để đánh giá

**Bảng 2.4. Báo cáo phân tích tình hình khách hàng năm 2021 và 2022 của Bệnh viện**

| Chỉ tiêu | Năm 2022 | Năm 2021 | Chênh lệch năm 2022 so với 2021 (%) |
|---|---|---|---|
| Số lượng bệnh nhân BHYT | 108.316 | 82.817 | 130% |
| Số lượng bệnh nhân dịch vụ | 1.310.200 | 1.050.200 | 124% |
| Doanh thu từ khám BHYT | 442.686.821.999 | 320.364.612.620 | 138% |
| Doanh thu từ khám bệnh dịch vụ | 355.180.752.014 | 161.679.498.812 | 219% |

*(Nguồn: Tổng hợp từ Báo cáo khác của bệnh viện, 2022)*

**Ưu điểm**: Bệnh viện đã đánh giá được sự tăng giảm số lượng khách hàng cũng như doanh thu của từng loại khách hàng qua các năm. Bên cạnh đó, bệnh viện cũng đã có những hoạt động nhằm tạo lập và tăng cường mối quan hệ với khách hàng, cụ thể là đưa thông tin lên các phương tiện thông tin đại chúng nhằm tiếp cận khách hang nhanh chóng hơn.

**Nhược điểm:**

Hiện nay Ban lãnh đạo bệnh viện chỉ quan tâm đến việc theo dõi doanh thu của từng nhóm bệnh nhân là tăng bao nhiêu và sự hài lòng của bệnh nhân thông qua số lần phản ánh, khiếu nại trong năm mà bỏ qua việc đánh giá, khảo sát thăm dò sự hài lòng của bệnh nhân trước và sau khi đến khám và điều trị tại bệnh viện, mà đây là yếu tố cần thiết và thực sự quan trọng trong việc đánh giá thành quả hoạt động của bệnh viện ở phương diện khách hàng.

Bệnh viện chưa có mục tiêu và thước đo các chỉ số để đo lường và quản lý trong phương diện khách hàng gắn với chiến lược của bệnh viện

❖ **Phương diện qui trình hoạt động nội bộ**

**Ưu điểm**: Tuy hiện tại bệnh viện chưa xây dựng quy trình đo lường, đánh giá cũng như chưa có thước đo để đo lường, đánh giá phương diện quy trình kinh doanh nội bộ nhưng bệnh viện cũng đã có đánh giá các tiêu chuẩn liên quan đến quy trình khám, chữa bệnh theo yêu cầu.

**Nhược điểm**: Chỉ dừng lại về mặt kỹ thuật chưa xây dựng quy trình và thước đo cụ thể để đánh giá năng suất và hiệu quả của quy trình hoạt động kinh doanh, hoạt động nhóm hay hoạt động có sự gắn kết chặt chẽ giữa các phòng ban và các bộ phận chức năng khác nhau trong việc thực hiện các giai đoạn của một quy trình cụ thể. Ngoài ra, việc đánh giá cũng chưa chỉ ra sự kết nối, đảm bảo cho phương diện khách hàng.

❖ **Về phương diện học hỏi và phát triển:**

Nguồn nhân lực luôn là yếu tố quan trọng hàng đầu đối với sự tồn tại và phát triển của mỗi tổ chức. Đặc biệt hơn với Bệnh viện Nhi Đồng 2, công tác khám chữa bệnh  một loại dịch vụ đặc biệt có ảnh hưởng trực tiếp đến tính mạng và sức khỏe con người- nên nguồn nhân lực là một trong những vấn đề ưu tiên hàng đầu của Bệnh viện. Vì thế bệnh viện luôn ý thức việc nâng cao trình độ chuyên môn cho nhân viên, thu hút nhân viên có trình độ chuyên môn cao.

Bệnh viện dựa vào các chỉ tiêu sau: Số lượng nhân viên, tỷ lệ nhân viên có trình độ bác sỹ, chuyên khoa cấp I, chuyên khoa cấp II, đại học trở lên, tỷ lệ nhân viên có trình độ dược sĩ đại học, chuyên khoa cấp I về dược sỹ, số đợt tập huấn, hội thảo khoa học trong năm để đánh giá về phương diện học hỏi và phát triển và so sánh giữa năm này với năm trước.

**Bảng 2.5. Bảng phân tích tình hình nhân sự tại bệnh viện nhi đồng năm 2022 và 2021**

| Chỉ tiêu | Năm 2022 | Năm 2021 | Chênh lệch (%) năm 2022 so với năm 2021 |
|---|---|---|---|
| **Tổng số** | **1680** | **1683** | **99.82%** |
| **Bác sĩ :** | **368** | **401** | **91.77%** |
| - Tiến sĩ, phó tiến sĩ | 05 | 04 | 125% |
| - Thạc sĩ | 64 | 72 | 88.88% |
| - CK II | 48 | 44 | 109,09% |
| - CK I | 122 | 103 | 108.44% |
| - Bác sĩ | 149 | 178 | 83.70% |
| **Điều dưỡng :** | **709** | **715** | **99.16%** |
| - Thạc sĩ/Chuyên khoa I | 04 | 2 | 200% |
| - Cử nhân | 289 | 280 | 103.21% |
| - Cao đẳng | 114 | 100 | 114% |
| - Trung cấp | 297 | 327 | 90.82% |
| - Sơ cấp | 5 | 06 | 83.33% |
| **Kỹ thuật viên :** | **102** | **100** | **102%** |
| - Cao học | 01 | 01 | 100% |
| - Đại học | 67 | 62 | 108.06% |
| - Cao đẳng | 2 | - | 200% |
| - Trung cấp | 32 | 37 | 86.48% |
| **Kỷ sư** | **21** | **25** | **84%** |
| **Dược sĩ :** | **73** | **70** | **104.28%** |
| - Cao học | 02 | 02 | 100% |
| - CKII | 01 | 01 | 100% |
| - Đại học | 15 | 16 | 93.75% |

| | | | |
|---|---|---|---|
| - Cao đẳng | 43 | 18 | 238.88% |
| - Trung học | 11 | 12 | 91.66% |
| - Sơ cấp | 01 | 01 | 100% |
| **Chuyên môn khác :** | **387** | **372** | **104.03%** |
| - Cao học | 04 | 04 | 100% |
| - Đại học | 52 | 48 | 108.33% |
| - Cao đẳng | 35 | 27 | 129.62% |
| - Trung học | 12 | 13 | 92.3% |
| - Khác | 268 | 256 | 104.68% |

*(Nguồn: Tổng hợp từ Báo cáo khác của Bệnh viện, 2022)*

**Ưu điểm**: Việc đánh giá học hỏi phát triển của bệnh viện tuy chỉ đề cập những bước đánh giá sơ khai, đơn giản về nguồn nhân lực nên dễ tính, dễ làm.

**Nhược điểm**: Chưa tạo sự kết nối với quy trình kinh doanh nội bộ, với khách hàng trong đảm bảo các vấn đề tài chính theo tầm nhìn, chiến lược. Cụ thể:

- Các mục tiêu chiến lược của nhà quản lý chưa được truyền đạt thông suốt đến nhân viên. Do đó, nhân viên không thấy được vai trò cũng như động lực của bản thân.

- Các bộ phận phòng ban chỉ quan tâm đến thành quả của bộ phận mình mà không có sự liên kết với nhau và với thành quả chung của Bệnh viện

- Năng lực của hệ thống thông tin chưa được đánh giá cao, cũng như chưa có hệ thống thước đo để đo lường sự hiệu quả của nó trong việc giúp nhân viên tìm hiểu về khách hàng.

- Chưa có một hệ thống đánh giá thành quả của bộ phận quản lý cũng như nhân viên. Việc đánh giá theo hệ thống chỉ tiêu chưa rõ ràng, cảm tính.

- Chưa cụ thể hóa chiến lược ở phương diện này thành những mục tiêu cụ thể, cũng như xây dựng những chỉ tiêu, thước đo tương ứng để đo lường sự hài lòng của nhân viên, khả năng giữ chân và năng suất của nhân viên.

**5. Vận dụng thẻ điểm cân bằng để đánh giá thành quả hoạt động tại bệnh viện nhi đồng 2**

***5.1 Tầm nhìn - chiến lược phát triển của Bệnh viện***

- **Tầm nhìn:**

Trở thành bệnh viện có tất cả các chuyên khoa về nhi với chất lượng hàng đầu Việt nam và khu vực

- **Chiến lược:**

- Chiến lược về phát triển kinh doanh: Dựa vào tình bình thực tế, sự cạnh tr-nh của các bệnh viện tư bệnh viện đưa những dự báo về doanh thu, lợi nhuận, thu nhập của viên chức.

- Chiến lược phát triển mối quan hệ đối với khách hàng (bệnh nhân): Nâng cao chất lượng và đa dạng hóa các hình thức khám chữa bệnh nhằm thu hút và tạo lòng tin đối với bệnh nhân**,** thỏa mãn nhu cầu, hợp tác đáp ứng nhu cầu người bệnh và dịch vụ tốt nhất.

- Chiến lược nâng cao sự hài lòng của nhân viên: Hướng đến giá trị tinh thần là tiêu chí mới của bệnh viện đối với viên chức. Ngoài tiền lương, bệnh viện có chế độ thưởng cho viên chức vượt chỉ tiêu, hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ. Đảm bảo thu nhập cho nhân viên, tạo điều kiện cho nhân viên có điều kiện phát triển nghề nghiệp và phát huy năng lực của bản thân.

- Chiến lược phát triển cơ sở vật chất : Đầu tư máy móc, trang thiết bị hiện đại nhằm phục vụ tốt cho bệnh nhân, hệ thống công nghệ thông tin.

- Chiến lược phát triển tổ chức - quản lý: Xây dựng bộ máy quản lý và cơ chế tinh giản, hiệu quả, thông suốt. Nâng cao năng lực cán bộ lãnh đạo quản lý. Tăng cường tính tự chủ, tự chịu trách nhiệm của các bộ phận.

***5.2 Xác lập mối quan hệ giữa từng phương diện với Tầm nhìn – Chiến lược hoạt động của Bệnh viện – Bản đồ chiến lược***

Dựa vào Tầm nhìn-chiến lược của Bệnh viện đã được xác lập, tác giả xây dựng các mục tiêu của từng phương diện cụ thể. **(Bảng 5.1)**

**Bảng 5.1 Quan hệ từng phương diện với Tầm nhìn – Chiến lược Bệnh viện**

| Tầm nhìn | Phương diện | Mục tiêu | Chỉ tiêu |
|---|---|---|---|
| | Tài chính | Nâng cao giá trị của Bệnh viện | Thu nhập bình quân của nhân viên |
| | | Tối đa hóa lợi nhuận | Tốc độ tăng trưởng doanh thu |
| | | | Tỉ lệ giảm chi phí đơn vị |
| | | | Tỷ lệ chênh lệch thu chi |
| | | Tối đa hóa hiệu quả sử dụng vốn | Tỷ lệ xuất toán bảo hiểm y tế |
| | Khách hàng | Gia tăng độ truyền thông | Truyền thông đến người dân |
| | | Thu hút khách hàng mới | Tỷ lệ khách hàng mới |
| | | Giữ chân khách hàng cũ | Tỷ lệ khách hàng cũ |
| | | Nâng cao sự hài lòng của khách hàng, người bệnh | Sự hài lòng của khách hàng, người bệnh sau khám |
| | Quy trình kinh doanh | Cải tiến quy trình, tăng năng suất làm việc | Tỷ lệ quy trình nghiệp vụ được cải tiến, tiết kiệm chi phí được thực hiện. |
| | | Nâng cao chất lượng dịch vụ khám ngoài giờ | Sự hài lòng của khách hàng về dịch vụ ngoài giờ.<br>Số lần khách hàng phàn nàn trong kỳ về dịch vụ |
| | | Rút ngắn thời gian chờ khám ngoại trú, chờ mổ chương trình | Thời gian chờ khám, chờ mổ |
| | | Rút ngắn thời gian chờ đóng tiền viện phí | Thời gian chờ đóng tiền |
| | Học hỏi và phát triển | Tăng số lượng đề tài nghiên cứu khoa học cấp cơ sở | Số lượng đề tài nghiên cứu khoa học |
| | | Nâng cao sự hài lòng của nhân viên đối với bệnh viện | Sự hài lòng của nhân viên. |
| | | Nâng cao năng lực của nhân viên | Tỷ lệ nhân viên tham gia các khóa đào tạo chuyên môn. |
| | | | Tỷ lệ cán bộ diện qui hoạch được đào tạo đủ tiêu chuẩn chức danh |
| | | Thu hút và giữ chân người tài | Các nhân viên gắn kết với bệnh viện |
| | | Nâng cao chất lượng của hệ thống công nghệ thông tin | Phần mềm, các ứng dụng công nghệ thông tin |

### *5.3 Xác lập các nội dung đo lường, đánh giá thành quả hoạt động*

*5.3.1 Phương diện tài chính*

Phương diện tài chính có vai trò như một trọng điểm cho các mục tiêu và thước đo của các phương diện còn lại, thể hiện cái nhìn tổng quát về kết quả hoạt động kinh doanh của bệnh viện

cũng như kết quả đạt được của các phương diện khách hàng, quy trình kinh doanh nội bộ, học hỏi và phát triển.

❖ **Chỉ tiêu đo lường**

- Thu nhập bình quân của nhân viên: Căn cứ vào bảng lương và thu nhập tăng thêm của bệnh viện. ( Thu nhập bình quân của nhân viên năm nay /thu nhập bình quân năm trước ) x 100%
- Doanh thu đạt được = doanh thu đạt được/ doanh thu kế hoạch) x 100%.
- Giảm chi phí: Tỷ lệ chi chi phí tăng hay giảm = Chi phí thực hiện /Chi phí kế hoạch) x 100%
- Chênh lệch thu chi = Tổng thu – Tổng chi
- Tỷ lệ xuất toán bảo hiểm : (Tổng số tiền viện phí không được bảo hiểm thanh toán / tổng số đề nghị thanh toán bảo hiểm) x 100%

Các chỉ tiêu này có mối quan hệ nhân quả với nhau: Để có số chênh lệch thu chi cao thì trong năm doanh thu phải cao, chí phí phải thấp. Tỷ lê xuất toán bảo hiểm phải giảm thì không ảnh hưởng đến nguồn kinh phí của bệnh viện, các chỉ tiêu này sẽ quyết định đến thu nhập của nhân viên.

*5.3.2 Phương diện khách hàng*

Các mục tiêu của phương diện khách hàng có mối quan hệ nhân quả với nhau. Nâng cao sự hài lòng của khách hàng là nền tảng cho những mục tiêu khác. Từ chính việc nâng cao sự hài lòng của khách hàng này giúp bệnh viện giữ chân được khách hàng cũ, thu hút nhiều khách hàng mới, hơn nữa nếu chúng ta có một bộ phận truyền thông tốt , nhiều bệnh nhân sẽ biết đến qui mô, uy tín và những mặt mạnh của bệnh viện từ đó danh tiếng của bệnh viện ngày càng người dân biết đến, đây cũng là một trong những yếu tố thu hút khách hàng mới, giữ chân khách hàng cũ.

❖ **Chỉ tiêu đo lường:** Sử dụng đồng thời thước đo tài chính và phi tài chính.

**Mục tiêu gia tăng độ truyền thông**

Để đo lường mục tiêu này có thể dựa vào kết quả báo cáo từ chuyên gia của ngành hoặc số liệu thống kê của phòng Công tác xã hội của bệnh viện, và các nguồn công khai khác cung cấp những đánh giá về bệnh viện Nhi Đồng 2**.**

**Mục tiêu thu hút khách hàng mới:**

Tỷ lệ khách hàng mới = (Số lượng KH mới/Tổng số KH trong kỳ) *100%

Để đạt được mục tiêu, Bệnh viện cần tìm kiếm khách hàng thông qua hoạt động quảng cáo, marketing… Việc đánh giá được thực hiện định kỳ tháng, quý, năm.

**Mục tiêu giữ chân khách hàng cũ:**

Tỷ lệ khách hàng cũ = (Số lượng khách hàng cũ/ Tổng số KH trong kỳ)*100%

Để đạt được mục tiêu này, Bệnh viện cần thực hiện tốt và không ngừng nâng cao chất lượng phục vụ cũng như chăm sóc khách hàng hoặc có những chế độ ưu đãi dành cho những khách hàng thân thiết. Việc đánh giá được thực hiện định kỳ tháng, quý, năm.

**Mục tiêu nâng cao sự hài lòng của khách hàng:**

Mục tiêu này vô cùng quan trọng đối với bệnh viện. Vì nguồn thu chính của bệnh viện là từ thu chi phí khám chữa bệnh của bệnh nhân, nếu bệnh nhân hông hài lòng thì bệnh viện sẽ không có bệnh nhân và sẽ ảnh hưởng rất lớn đến nguồn thu của bệnh viện. Vì vậy, để đạt được mục tiêu này, bệnh viện sẽ đo lường bằng cách khảo sát sự hài lòng của khách hàng đối với Bệnh viện. Bảng khảo sát sẽ được gởi trực tiếp, fax hoặc mail đến khách hàng, bao gồm tập hợp các câu hỏi liên quan đến những nội dung: về quy trình phục vụ, chất lượng sản phẩm/ dịch vụ, thời gian phục vụ, giá cả, thái độ phục vụ của nhân viên

*5.3.3 Phương diện quy trình kinh doanh nội bộ*

Nội dung của phương diện này, Bệnh viện sẽ tìm ra những quy trình nào đã lỗi thời, không còn phù hợp với tình hình thực tế của Bệnh viện nữa, xây dựng quy trình mới hoặc cải tiến quy trình cũ nhằm nâng cao hiệu quả công việc, tiết kiệm thời gian và công sức của nhân viên nhằm thúc đẩy bệnh viện ngày càng phát triển hơn

❖ **Chỉ tiêu đo lường:**

**Mục tiêu cải tiến quy trình tăng năng suất làm việc:**

Tỷ lệ quy trình nghiệp vụ được cải tiến, tiết kiệm chi phí được thực hiện = Số lượng sáng kiến cải tiến công việc, tiết kiệm chi phí được thực hiện.

Khuyến khích nhân viên có sáng kiến và giải pháp cải tiến, tiết kiệm chi phí bằng giá trị tình thần và vật chất là hành động thiết thực của bệnh viện nhằm đạt được mục tiêu. Việc đánh giá được thực hiện hàng năm.

**Mục tiêu nâng cao chất lượng dịch vụ:**

- Sự hài lòng của khách hàng về dịch vụ được đo lường: đo lường thông qua khảo sát bằng bảng câu hỏi, ngoài những nội dung đã thể hiện ở phương diện khách hàng, còn có các nội dung về: thời gian hoàn tất thủ tục khám bệnh, tốc độ xử lý thông tin…

- Số phàn nàn của khách hàng trong kỳ: tổng số phàn nàn của khách hàng thông qua mail, điện thoại của khách hàng trong kỳ về dịch vụ.

Để nâng cao sự hài lòng của khách hàng và hạn chế phàn nàn của khách hàng về chất lượng dịch vụ, bệnh viện cần cải thiện quy trình làm việc, nâng cao chất lượng phục vụ, mọi thủ tục được thực hiện nhanh chóng. Việc đánh giá được thực hiện hàng năm.

**Mục tiêu rút ngắn thời gian chờ khám ngoại trú, thời gian chờ mổ chương trình**

Thời gian chờ khám = Thời gian từ lúc vào khai thông tin nhập liêu đến lúc vào phòng khám

Thời gian chờ mổ chương trình = Thời gian từ ngày được bác sĩ khám, chỉ định mổ đến ngày có lịch mổ.

Thời gian chờ khám quá dài cũng là một trong những nguyên nhân bệnh nhân không hài lòng và dễ dẫn đến mất bệnh nhân (bệnh nhân không quay lại bệnh viện nữa). Để thực hiện tốt mục tiêu này Bệnh viện cần cải tiến các quy trình khám bệnh, quy trình mổ chương trình, giảm bớt các thủ tục không cần thiết để rút ngắn thời gian thực hiện dịch vụ.Việc đánh giá được thực hiện hàng quý, năm.

**Mục tiêu rút ngắn thời gian chờ đóng viện phí**

- Thời gian chờ đóng tiền viện phí = Thời gian hồ sơ bệnh nhân được chuyển đến phòng Tái chính kế toán đến thời gian bệnh nhân được gọi tên đóng tiền và nhận được biên lai thu tiền (hóa đơn).

- Số phàn nàn của bệnh nhân trong kỳ: Tổng số phàn nàn của bệnh nhân thông qua mail, điện thoại của bệnh nhân trong kỳ về dịch vụ.

*5.3.4 Phương diện học hỏi phát triển*

Nội dung của phương diện học hỏi và phát triển là cung cấp những cơ sở hạ tầng cũng như nguồn nhân lực cần thiết giúp trung tâm thực hiện tốt được những mục tiêu đề ra cho các phương diện khách hàng, quy trình kinh doanh nội bộ và tàichính. Do đó, các mục tiêu, chỉ tiêu và thước đo trong phương diện học hỏi và phát triển là tiền đề để xây dựng nên Thẻ điểm cân bằng

❖ **Chỉ tiêu đo lường:**

**Tăng số lượng đề tài nghiên cứu khoa học cấp cơ sở:**

Chức năng , nhiệm vụ của Bệnh viện, ngoài việc khám và điều trị cho bệnh nhi, Bệnh viện Nhi Đồng 2 phải thục hiện tốt việc nghiên cứu khoa học. Để đo lường chỉ tiêu này, bệnh viện dựa vào kết quả thống kê  về số lượng đề tài nghiên cứu khoa học được nghiệm thu của phòng Chỉ Đạo tuyến là phòng được phân công phụ trách công tác nghiên cứu khoa học của bệnh viện.

**Mục tiêu nâng cao sự hài lòng của nhân viên:**

Sự hài lòng của nhân viên được đo lường thông qua bảng khảo sát hàng năm được gởi trực tiếp hoặc mail. Nội dung khảo sát:

+ Mức độ hài lòng của nhân viên về tổng thể bệnh viện
+ Mức độ hài lòng về thu nhập, chế độ đãi ngộ
+ Mức độ hài lòng của nhân viên về điều kiện và môi trường làm việc
+ Mức độ hài lòng về cơ hội học hỏi và phát triển nghề nghiệp
+ Mức độ hài lòng về sự quan tâm hỗ trợ của nhà quản lý

**Mục tiêu nâng cao năng lực của nhân viên:**

- Tỷ lệ nhân viên tham gia các khóa đào tạo chuyên môn = (Số nhân viên tham gia các khóa đào tạo chuyên môn /Tổng số nhân viên)*100%

- Tỷ lệ cán bộ diện qui hoạch được đào tạo đủ tiêu chuẩn chức danh = (Số lượng cán bộ thuộc diện quy hoạch được đào tạo đủ tiêu chuẩn chức danh/Tổng số cán bộ quy hoạch)*100%. Để đạt được mục tiêu, bệnh viện cần khuyến khích nhân viên học tập nâng cao trình độ bằng việc xây dựng chế độ đãi ngộ xứng đáng: Hỗ trợ kinh phí , xắp xếp thời gian và nhân sự thay thế công việc cho nhân viên đi học.Việc đánh giá được thực hiện hàng năm.

**Mục tiêu thu hút và giữ chân người tài :**

Để đo lường chỉ tiêu này , bệnh viện sẽ dựa vào số liệu báo cáo nhân sự của phòng Tổ chức cán bộ. Việc này được đánh giá thực hiện theo quí, năm. Nhằm phân tích tìm ra nguyên nhân và có biện pháp khắc phục và đưa ra hướng giải quyết.

**Mục tiêu nâng cao năng lực của hệ thống thông tin:**

- Mức độ sẵn có các thông tin chiến lược = Số lượng các quá trình có sẵn thông tin/Tổng số quá trình cần thực hiện.

Bệnh viện cần cải tiến và nâng cao các phần mềm ứng dụng để đáp ứng mục tiêu này. Việc đánh giá được thực hiện hàng năm.

### *5.4 Triển khai hệ thống tổ chức vận hành BSC*

Sau khi các mục tiêu, chiến lược đã được kiện toàn bệnh viện sẽ đưa vào áp dụng và từ những mục tiêu chung của bệnh viện, các khoa phòng căn cứ vào đó và xây dựng mục tiêu cho khoa phòng, từng nhân viên sẽ căn cứ vào các mục tiêu của khoa phòng để xây dựng mục tiêu cho cá nhân. Căn cứ vào các mục tiêu mà các khoa phòng và cá nhân đã đưa ra, nhóm thực thi BSC sẽ chấm điểm. Đây chính là cơ sở mà bệnh viện dựa vào đó để trả lương, thưởng cho nhân viên.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Hồ Văn Số (2016), *Vận dụng Thẻ điểm cân bằng trong đánh giá kết quả hoạt động tại CCT huyện Lộc Hà tỉnh Hà Tĩnh,* Luận văn Thạc sĩ.
2. Nguyễn Thị Hương (2021), *Vận dụng Thẻ điểm khu vực công (PUBLIC SECTOR SCORECARD-PSS) để đánh giá thành quả hoạt động quản lý thuế tại Chi cục Thuế TP Tuy Hòa*, Luận văn Thạc sĩ.
3. Trần Minh Hoàng (2020), *Ứng dụng thẻ điểm khu vực công (Public Sector Scorecard) trong đánh giá thành quả hoạt động tại Chi cục Thuế quận Tân Phú*, Luận văn Thạc sĩ.
4. Trần Mai Đông – Phạm Quang Huy – Nguyễn Thị Ngọc Oanh (2020), 'Bàn về kinh nghiệm áp dụng bảng điểm khu vực công PSS tại một số quốc gia trong việc đánh giá kết quả hoạt động của tổ chức công', *Tạp chí công thương* số 3 tháng 2/2020, trang 272-277
5. Firer, S., & Williams, S. M. (2003), *Intellectual capital and traditional measures of corporate performance*, Journal of intellectual capital.
6. Huy, P. Q., & Phuc, V. K. (2020), *The impact of public sector scorecard adoption on the effectiveness of accounting information systems towards the sustainable performance in public sector*, Cogent Business & Management, 7(1), 1717718.

7. Matsuura, M., Watkins, J., & Dorotinsky, W. (2010), *Overview of Public Sector Performance Assessment Processes in Japan*.
8. Moullin, M. (2009), *Public sector scorecard: Max Moullin explains how an integrated framework can be used to measure and improve the performance of healthcare services*, Nursing Management (Harrow), 16(5), 26-32.
9. Moulin, M. (2002), *Delivering excellence in health and social care: Open University Press Buckingham.*
10. Moullin, M. (2017), *Improving and evaluating performance with the Public Sector Scorecard*, International Journal of Productivity and Performance Management, 66(4), 442-458.

# CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CHI PHÍ TUÂN THỦ THUẾ CỦA CÁC DOANH NGHIỆP FDI TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

**Phan Công Luận***
Viện Đào tạo Sau đại học, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
Hội Tư vấn và Đại lý thuế Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: luanphan@nguoitroly.com.

## TÓM TẮT

Nghiên cứu này được thực hiện nhằm đo lường các nhân tố ảnh hưởng chi phí tuân thủ thuế (CPTTT) của các doanh nghiệp (DN) FDI trên địa bàn TP.HCM. Mẫu khảo sát gồm 265 cá nhân là đại diện lãnh đạo của các DN FDI tại TP.HCM. Thông qua việc sử dụng kết hợp phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng bằng việc sử dụng mô hình định lượng nhân tố khám phá (EFA), kết quả cho thấy các nhân tố Quy định thuế của Nhà nước về chính sách thuế; Công tác quản lý thuế của CQT; Quy trình, quy chuẩn của DN; Đội ngũ nhân viên của DN làm việc liên quan đến thuế tác động ngược chiều đến CPTTT và chỉ có 1 nhân tố Ngân sách hoạt động của DN tác động cùng chiều đến CPTTT của các DN.
*Từ khóa:* chi phí tuân thủ thuế; doanh nghiệp FDI; thành phố Hồ Chí Minh.

## 1. Giới thiệu

Trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp thì chi phí tuân thủ thuế (CPTTT) có vai trò hết sức quan trọng, quyết định kết quả hoạt động của doanh nghiệp. Chi phí tuân thủ thuế là những chi phí mà người nộp nộp thuế (NNT) phát sinh do thực hiện việc tuân thủ các quy định của pháp luật về thuế. Chi phí này bao gồn cả thời gian và tiền bạc mà NNT phải bỏ ra để hoàn thành các quy định của pháp luật thuế yêu cầu. Về thời gian bao gồm thời gian tiêu tốn để hoàn thành các báo cáo thuế, thời gian nộp hồ sơ khai thuế, thời gian nghiên cứu chính sách pháp luật thuế; Về tiền bạc bao gồm chi phí thuê nhân viên kế toán, thuê chuyên gia tư vấn thuế, chi phí nộp thuế, nộp tiền phạt do không thực hiện theo quy định của pháp luật thuế,... Chi phí tuân thủ thuế là một trong những yếu tố ảnh hưởng rất lớn đến hành vi tuân thủ của NNT. Thành phố Hồ Chí Minh - trung tâm kinh tế lớn nhất của cả nước, nơi có nhiều thuận lợi trong việc phát triển kinh tế, thu hút các nguồn lực tài chính, nguồn nhân lực, ứng dụng công nghệ khoa học đa dạng, phong phú tạo điều kiện thuận lợi để các doanh nghiệp phát triển hoạt động sản xuất kinh doanh. Đặc biệt là các doanh nghiệp kinh doanh bất động sản có nhiều điều kiện để phát triển mạnh mẽ. Tuy nhiên, theo đánh giá tình hình kê khai, nộp thuế của các doanh nghiệp FDI trên địa bàn TP.HCM vẫn còn thấp, chưa phản ánh đúng thực tế hoạt động kinh doanh, chưa tương xứng với quy mô cũng như kỳ vọng nộp thuế vào NSNN.

## 2. Cơ sở lý thuyết

### *2.1 Khái niệm về chi phí tuân thủ thuế*

Trên thế giới, có khá nhiều khái niệm về CPTTT, trong đó có một số khái niệm phải kể tới như sau:

Theo Sandford, Godwin và Hardwick (1989), CPTTT được nảy sinh ra do khu vực công, và nó sẽ không xảy ra nếu thuế không tồn tại (hay nói cách khác CPTTT sẽ không xuất hiện nếu thuế bị bãi bỏ). Vì vậy, họ định nghĩa CPTTT là những chi phí phát sinh bởi những

NNT hoặc các bên thứ ba (ví dụ như các DN) để đáp ứng những yêu cầu đặt ra với họ nhằm tuân thủ luật thuế với quy định và mức độ đã đưa ra.

Sandford (1995), CPTTT là chi phí phát sinh bởi NNT để đáp ứng những yêu cầu của luật thuế và CQT. Những chi phí này vượt ra khỏi số tiền thuế phải chi trả và những chi phí do những biến dạng vốn có trong bản chất của thuế.

Theo Chris Evans (2006), mặc dù vẫn còn nhiều tranh cãi về việc xác định chi phí được đưa vào tính toán CPTTT nhưng có thể xác định những chi phí cốt lõi không thể phủ nhận được để tuân thủ các yêu cầu của thuế như sau:

- Những chi phí của lao động hoặc thời gian sử dụng để hoàn thành các hoạt động liên quan đến thuế. Ví dụ, thời gian để một nhân viên đạt được những hiểu biết cần thiết để xử lý các quy định về thuế như thuế TNCN, thuế GTGT ... thời gian cần thiết để thu thập chứng từ, ghi chép số liệu để có thể hoàn thành việc hoàn thuế …
- Những chi phí thuê chuyên gia bên ngoài để hỗ trợ việc hoàn thành các hoạt động về thuế. Ví dụ như, phí trả cho chuyên gia tư vấn thuế.
- Những chi phí không thường xuyên phát sinh trong khi hoàn thành các hoạt động về thuế, bao gồm phần mềm máy tính, cước bưu điện, phí đi lại ...

Ngoài những chi phí chủ yếu kể trên, còn có một số chi phí cần phải kể đến như chi phí tâm lý do hệ thống thuế. NNT chịu áp lực, lo lắng, thất vọng là kết quả của việc cố gắng tuân thủ các quy định của thuế. Tuy nhiên, những chi phí tâm lý này khó đo lường được. Vì vậy, một số chi phí xã hội khác khó đo lường cũng được lờ đi khỏi nghiên cứu.

Tóm lại, CPTTT là những chi phí mà NNT (bao gồm cả cá nhân và DN) phát sinh do việc tuân thủ các quy định về luật thuế gây ra. Chi phí này bao gồm thời gian và tiền bạc mà NNT bỏ ra để hoàn thành các yêu cầu theo quy định của luật thuế. Về tiền bạc, phải kể đến chi phí thuê nhân viên kế toán, chi phí thuê chuyên gia tư vấn bên ngoài, chi phí tiền phạt do thực hiện không đúng quy định, chi phí tìm hiểu pháp luật thuế liên quan, chi phí hối lộ lót tay ... Về thời gian, có thể liệt kê một số thời gian tiêu tốn như: thời gian hoàn thành các báo cáo theo quy định, thời gian tìm hiểu luật thuế, thời gian nộp hồ sơ thuế ... Ngoài ra, còn có chi phí tâm lý do lo lắng, căng thẳng khi tuân thủ luật thuế.

***2.2 Tổng quan các công trình nghiên cứu trước***

Nghiên cứu Jackson và Million (1986) tổng hợp các nghiên cứu trước đó và xác định được 14 yếu tố tác động đến hành vi tuân thủ thuế của người nộp thuế. Những yếu tố này đã được Fischer và cộng sự tổng hợp thành 4 nhóm yếu tố trong mô hình mở rộng của ông bao gồm các yếu tố tác động đến cơ hội không tuân thủ, quan điểm và nhận thức của người nộp thuế, các yếu tố liên quan đến hệ thống thuế và các yếu tố nhân khẩu học.

Evans (2003) đã nghiên cứu về chi phí vận hành thuế và cho rằng mặc dù mục đích nghiên cứu khác nhau, thành phần của CPTTT được phân tích khác nhau, một hay nhiều sắc thuế khác nhau, các tác giả khác nhau ... nhưng tựu trung lại có cùng các kết luận: (1) CPTTT có ý nghĩa thống kê, có tính lũy thoái, đặc biệt là gánh nặng đối với các DNNVV; (2) CPTTT có tính hồi quy (theo từng sắc thuế khác nhau, từng quy mô DN khác nhau ...); (3) CPTTT không phải lúc nào cũng giảm.

Ernc Loo và Jatta (2009) nghiên cứu hành vi tuân thủ của người nộp thuế cá nhân tại Malaysia bằng cách sử dụng phương pháp hỗn hợp. Mục đích của bài này là trình bày những phát hiện từ một nghiên cứu phương pháp hỗn hợp vào ảnh hưởng của sự ra đời của tự đánh giá về hành vi tuân thủ của người nộp thuế cá nhân tại Malaysia. Kết quả nghiên cứu đã xác định sự ra đời của tự đánh giá có ảnh hưởng tích cực đối với hành vi tuân thủ. Đặc biệt, tiếp thu kiến thức thuế có ảnh hưởng đáng kể hành vi tuân thủ. Người nộp thuế đã được tìm thấy là nhạy cảm với kiểm toán thuế và tiền phạt.

Eichfelder và Kegels (2012) nghiên cứu về chi phí tuân thủ phát sinh bởi hành động đại diện. Ngiên cứu cho rằng CPTTT không chỉ bị ảnh hưởng bởi chính pháp luật về thuế, mà còn chịu ảnh hưởng thông qua việc công tác quản lý thuế của cơ quan thuế và sự hiểu biết về kế toán và thuế, ý thức chấp hành tuân thủ thuế của bản thân các DN cũng như nhân

viên của họ làm việc liên quan đến công tác thuế. Theo tính toán của họ, quản lý thuế không thân thiện làm tăng CPTTT trung bình của DN khoảng 25%.

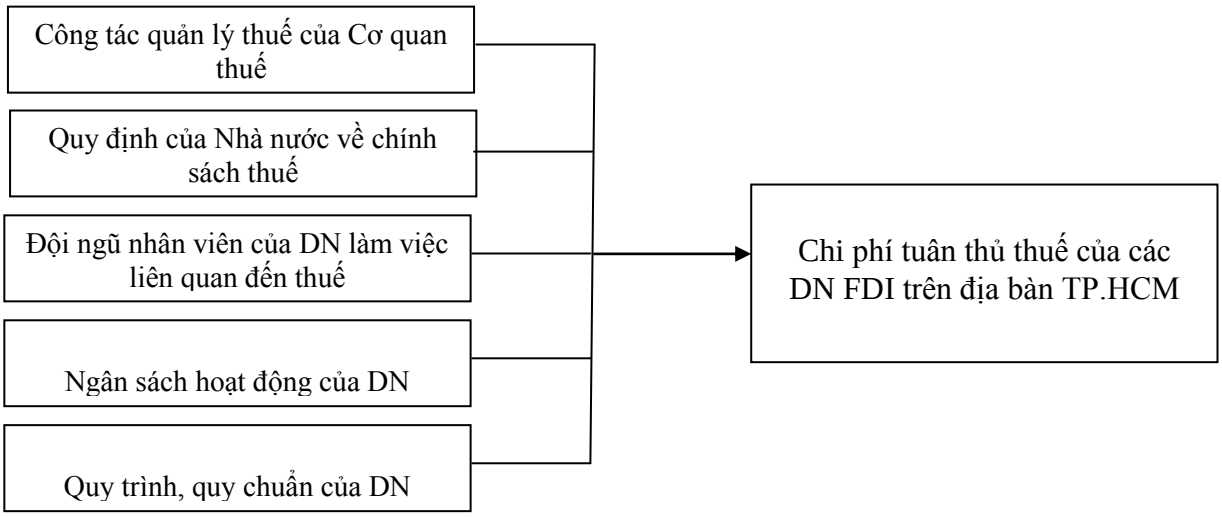
Bayu Agatyan (2013) nghiên cứu về các yếu tố kiểm tra ảnh hưởng đến việc tuân thủ thuế thu nhập cá nhân tại quận Aceh, Indonesia. Tác giả đã sử dụng kết hợp phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng để thực hiện đề tài. Kết quả cho thấy, một số yếu tố đã được xem là quan trọng để giải thích sự tuân thủ thuế: mức thu nhập thực tế, thuế suất, thuế, thanh tra thuế, xác suất kiểm toán, tiền phạt và hình phạt.

Phạm Anh Tài (2017), *"Biện pháp nâng cao tính tuân thủ thuế của doanh nghiệp trên địa bàn Quận 12 – TP. Hồ Chí Minh"*. Đây là đề tài luận văn thạc sĩ, nghiên cứu này xem xét tác động của các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tuân thủ thuế của doanh nghiệp trên địa bàn Quận 12 - TP Hồ Chí Minh. Mẫu gồm 35 biến quan sát nghiên cứu dữ liệu khảo sát của 285 doanh nghiệp trong giai đoạn 2013 - 2015. Mô hình nghiên cứu được xây dựng bởi 9 yếu tố ảnh hưởng: *Thuế suất; Tính đơn giản của việc kê khai thuế; Hiệu quả hoạt động của Cơ quan Thuế; Công tác kiểm tra thuế; Kiến thức thuế; Nhận thức tích cực về tính công bằng của thuế, Nhận thức tích cực về chi tiêu Chính phủ; Hình phạt; Tình trạng tài chính.* Mô hình nghiên cứu được thực hiện hồi quy bằng phần mềm thống kê SPSS 20.0.

## 3. Mô hình nghiên cứu và giả thuyết nghiên cứu

### *3.1 Mô hình nghiên cứu*

Kế thừa các công trình nghiên cứu trước liên quan và kết quả nghiên cứu chuyên gia, tác giả đã tiến hành xây dựng mô hình nghiên cứu chính thức như sau:




**Hình 2. Mô hình nghiên cứu chính thức**

*(Nguồn: Tác giả xây dựng)*

### *3.2 Các giả thuyết nghiên cứu*

*Giả thuyết 1 ($H_1$):* Công tác quản lý thuế của cơ quan thuế có tác động ngược chiều (-) đến CPTTT của các DN FDI trên địa bàn TP.HCM.

*Giả thuyết 2 ($H_2$):* Quy định của Nhà nước về chính sách thuế có tác động ngược chiều (-) đến CPTTT của các DN FDI trên địa bàn TP.HCM.

*Giả thuyết 3 ($H_3$):* Đội ngũ nhân viên trong DN làm việc liên quan đến thuế có tác động ngược chiều (-) đến CPTTT của các DN FDI trên địa bàn TP.HCM.

*Giả thuyết 4 ($H_4$):* Ngân sách hoạt động của DN có tác động cùng chiều (+) đến CPTTT của các DN FDI trên địa bàn TP.HCM.

*Giả thuyết 5 ($H_5$):* Quy trình, quy chuẩn của DN có tác động ngược chiều (-) đến CPTTT của các DN FDI trên địa bàn TP.HCM.

## 4. Phương pháp nghiên cứu

### *4.1 Phương pháp chọn mẫu và thu thập dữ liệu*

Nghiên cứu được thực hiện qua thông qua 01 bảng câu hỏi với thang đo cấp bậc Likert với 5 điểm bởi đây là thang đo sử dụng một dãy số dương. Các chỉ báo được đánh giá với lựa

chọn số 1 là hoàn toàn không đồng ý với phát biểu, lựa chọn số 5 là hoàn toàn đồng ý với phát biểu và mức độ đồng ý phát biểu tăng dần từ 1 đến 5. Phương pháp chọn mẫu được lựa chọn là phương pháp chọn mẫu phân tầng, sau khi xác định cỡ mẫu phù hợp sẽ được phân bổ theo từng tiêu chí khác nhau như giới tính, độ tuổi và đặc điểm nghề nghiệp cán bộ công nhân viên của các DN.

Theo quan điểm của Bollen (1989) cho rằng kích thước mẫu tối thiểu là 5 quan sát cho một câu hỏi cần ước lượng của các biến độc lập. Theo đó, nghiên cứu này có 26 câu hỏi, vì vậy kích thước mẫu tối thiểu là 26x5 = 130. Để đạt được tối thiểu 130 quan sát, tác giả đã gửi 290 bảng câu hỏi từ tháng 11/2023 đến tháng 12/2023 cho lãnh đạo của các DN FDI trên địa bàn TP.HCM gồm đại diện ban giám đốc, trưởng, phó các bộ phận và công nhân viên có kinh nghiệm làm làm việc lâu năm tại các DN. Kết quả thu về 274 phiếu, trong đó 9 phiếu bị loại do không hợp lệ (chủ yếu là do thiếu thông tin). Do đó số lượng quan sát đưa vào phân tích là 265 phiếu thỏa yêu cầu kích thước mẫu tối thiểu cho nghiên cứu.

### *4.2 Phương pháp nghiên cứu*

*4.2.1 Nghiên cứu định tính*

Tác giả sử dụng hai phương pháp nghiên cứu chính, đó là nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng. Trong đó, nghiên cứu định tính được thực hiện thông qua việc thu thập, tìm hiểu, đánh giá và tổng hợp tài liệu, tham khảo các thang đo và có điều chỉnh để phù hợp với điều kiện hoạt động hiện tại của các DN FDI trên địa bàn TP.HCM.. Việc điều chỉnh thang đo được thực hiện dựa trên kết quả của các cuộc phỏng vấn sâu với chuyên gia và thảo luận nhóm với 7 cá nhân là giảng viên, cán bộ có sự am hiểu về CPTTT trong DN.

*4.2.2 Nghiên cứu định lượng*

Nghiên cứu định lượng được tiến hành thông qua việc thu thập dữ liệu điều tra bảng câu hỏi và xử lý bằng phần mềm SPSS 26.0 để phân tích dữ liệu bằng các kỹ thuật: phân tích mô tả, kiểm định Cronbach's Alpha, phân tích khám phá EFA, phân tích hồi quy bội.

## 5. Phân tích dữ liệu nghiên cứu

### *5.1 Kiểm định hệ số Cronbach's Alpha*

Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha cho thang đo được thể hiện tại bảng 2 cho thấy các thang đo này đều có hệ số Cronbach's Alpha > 0.6 và hệ số tương quan biến tổng > 0.3. Vì vậy điều này cho thấy tất cả các thang đo và biến quan sát đều đạt độ tin cậy và được sử dụng trong phân tích EFA tiếp theo.

**Bảng 1. Kết quả kiểm định hệ số Cronbach's Alpha các thang đo**

| Thang đo | Số biến quan sát | Crobach's Alpha | Ghi chú |
|---|---|---|---|
| Công tác quản lý thuế của cơ quan thuế - QL | 5 | 0.911 | Đạt |
| Quy định của Nhà nước về chính sách thuế - QD | 5 | 0.934 | Đạt |
| Đội ngũ nhân viên trong DN làm việc liên quan đến thuế - NV | 4 | 0.866 | Đạt |
| Ngân sách hoạt động của DN – NS | 5 | 0.919 | Đạt |
| Quy trình, quy chuẩn của DN – QT | 4 | 0.897 | Đạt |
| Chi phí tuân thủ thuế của các DN FDI trên địa bàn TP.HCM- TTT | 3 | 0.924 | Đạt |

*(Nguồn: Kết quả phân tích từ phần mềm SPSS 26.0)*

### *5.2 Phân tích nhân tố khám phá EFA*

*(a) Kết quả phân tích EFA thang đo các nhân tố là biến độc lập:*

Kết quả phân tích cho thấy hệ số KMO = 0.867 > 0.5, kiểm định Batlett có p-value bằng 0.000 < 0.05, phương sai trích bằng 77.115% > 50%, các hệ số factor loading đều lớn hơn 0.5, các biến quan sát hình thành 5 nhân tố. Như vậy các tiêu chuẩn khi sử dụng phân tích khám phá nhân tố đều phù hợp với tập dữ liệu nghiên cứu.

(b) *Kết quả phân tích EFA thang đo của nhân tố là biến phụ thuộc*

Kết quả phân tích EFA cho thấy hệ số KMO = 0.737 > 0.5, kiểm định Bartlett có p-value bằng 0.000 < 0.05, phương sai trích bằng 86.491% > 50%, các biến quan sát chỉ hình thành duy nhất một nhân tố. Như vậy sử dụng phân tích EFA là phù hợp và thang đo biến phụ thuộc (CPTTT của các DN FDI trên địa bàn TP.HCM) chỉ là thang đo đơn hướng.

Như vậy sau khi tiến hành phân tích khám phá nhân tố từ tập hợp các biến quan sát xây dựng được, không có nhân tố nào thay đổi. Vì vậy mô hình nghiên cứu và các giả thuyết nghiên cứu vẫn được giữ nguyên như mô hình ban đầu.

***5.3 Kết quả phân tích hồi quy***

Từ kết quả của bảng 2 ta thấy, có 5 nhân tố tố có ý nghĩa về mặt thống kê. Các nhân tố bao gồm: công tác quản lý thuế của cơ quan thuế; quy định của Nhà nước về chính sách thuế; quy trình, quy chuẩn của DN; Đội ngũ nhân viên của DN làm việc liên quan đến thuế và nhân tố ngân sách hoạt động của DN. Vì vậy phương trình hồi quy được xác định như sau:

**TTT = - 0.278*QD – 0.259*QL – 0.238*QT – 0.150*NV + 0.130*NS**

Bên cạnh đó thống kê F của phân tích phương sai có p-value bằng 0,000 cho thấy kết quả ước lượng là phù hợp. Giá trị $R^2$ hiệu chỉnh = 0.648 cho biết rằng các biến độc lập trong mô hình có thể giải thích được 64.8% sự biến thiên của biến phụ thuộc. Hay nói cách khác, giá trị $R^2$ hiệu chỉnh giải thích được 64.8% sự phù hợp của mô hình. Hệ số VIF của các biến phụ thuộc trong mô hình đều nhỏ hơn 10 vì vậy cho thấy không có sự tồn tại của hiện tượng đa cộng tuyến.

Cũng căn cứ vào kết quả của bảng 2, ta có thể nhận thấy các giả thuyết đều được chấp nhận doc giá trị p-value đều nhỏ hơn (<) 0.05.

**Bảng 2. Kết quả phân tích hồi quy**

| | Mô hình | Hệ số chưa chuẩn hóa | | Hệ số đã chuẩn hóa Beta | t | Mức ý nghĩa (Sig.) | Hệ số phóng đại phương sai (VIF) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Sai số chuẩn | | | | |
| 1 | (Constant) | .860 | 0.224 | | 3.821 | 0.001 | |
| | QL | -.289 | 0.061 | -.259 | -4.577 | 0.000 | 1.859 |
| | QD | -.340 | 0.065 | -.278 | -4.844 | 0.000 | 1.845 |
| | NV | -.168 | 0.067 | -.150 | -2.797 | 0.006 | 1.650 |
| | NS | .155 | 0.062 | .130 | 3.717 | 0.000 | 1.914 |
| | QT | -.272 | 0.062 | -.238 | -3.092 | 0.002 | 1.694 |
| | $R^2$ hiệu chỉnh | .648 | | | | | |
| | F | 79.685 | | | | | |
| | Sig. F | 0.000[a] | | | | | |

*(Nguồn: Kết quả phân tích từ phần mềm SPSS 26.0)*

## 6. Kết luận và một số hàm ý quản trị

***6.1 Kết luận***

Nghiên cứu được bắt đầu từ việc tìm hiểu các công trình nghiên cứu trong nước và nước ngoài có liên quan để xác định vấn đề nghiên cứu; hệ thống hóa các cơ sở lý thuyết liên quan đến CPTTT cũng như các yếu tố tố tác động CPTTT của các DN FDI trên địa bàn TP.HCM. Trên cơ sở đó tác giả đề xuất mô hình lý thuyết nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến CPTTT của các DN FDI trên địa bàn TP.HCM gồm 5 nhân tố, trong đó có 4 nhân tố tác động ngược chiều gồm: Công tác quản lý thuế của CQT với 5 biến quan sát; Quy định của Nhà nước về chính sách thuế có 5 biến quan sát; Đội ngũ nhân viên của DN làm việc liên quan đến thuế có 4 biến quan sát và Quy trình, quy chuẩn của DN có 4 biến quan sát; và có 1 nhân tố tác động cùng chiều đến CPTTT của các DN, đó là Ngân sách hoạt động của DN có 5 biến quan sát.

***6.2 Hàm ý quản trị***

*6.2.1 Đối với Quy định của Nhà nước về chính sách thuế*

Như đã nêu, do chính sách pháp luật về thuế của ta còn nhiều sửa đổi bổ sung, ban hành, thu hồi, hủy bỏ liên tục qua các năm. Để có thể cập nhật nắm bắt chính sách mới, phù

hợp với thời gian hiệu lực của hành vi đang xem xét, có thể nói là khá nặng và phức tạp làm tăng CPTTT, DN cần có nhân lực phụ trách riêng việc cật nhật kịp thời chính sách pháp luật này. Vốn tính chất hoạt động phức tạp trên nhiều khía cạnh, do vậy việc kê khai hồ sơ thuế của DN FDI mất khá nhiều công đoạn thực hiện, thời gian, CP tuân thủ và tuân thủ chính sách đúng tại thời điểm kê khai. Theo đó, tác giả gợi ý vài kiến nghị về quy định pháp luật về chính sách thuế như sau: Quy định thuế đơn giản, dễ hiểu, rõ ràng và nhất quán**;** Thủ tục quyết toán thuế là phù hợp; Quy định thuế cụ thể hóa về thành phần biểu mẫu, thời hạn khai nộp thuế và thời gian lưu trữ hồ sơ; Quy định thuế có tham khảo ý kiến doanh nghiệp trước khi ban hành hoặc thay đổi; Quy định thuế có những khoảng thời gian hợp lý (từ khi ban hành đến khi áp dụng) khi có thay đổi để doanh nghiệp tìm hiểu và thích nghi.

*6.2.2 Đối với công tác quản lý thuế của cơ quan thuế*

Sửa đổi chính sách như ở gợi ý trên cũng đi đôi nâng cao áp dụng hệ thống công nghệ thông tin vào công tác quản lý thuế để giảm thời gian kê khai thuế, tra cứu, lưu trữ hồ sơ thuế... từ đó nâng cao ý thức tự nguyện đóng góp, tuân thủ, NNT tin tưởng vào quản trị của cơ quan chức năng. Theo đó, tác giả cơ quan thuế cần thực hiện các công việc sau: Cơ quan thuế xử lý vi phạm chuẩn xác và công khai; Cán bộ thuế trả kết quả (hoặc đưa ra câu trả lời) rõ ràng, chính xác, nhất quán, không có mâu thuẫn; Cán bộ thuế trả kết quả đúng thời hạn; Việc thông tin, tuyên truyền các quy định thuế được thực hiện kịp thời; hình thức cung cấp dịch vụ công của Cơ quan thuế phù hợp với nhu cầu của DN.

*6.2.3 Đối với Quy trình, quy chuẩn của doanh nghiệp*

Hầu hết các DN FDI trên địa bàn TP.HCM luôn tồn tại sự phức tạp trong hoạt động kinh doanh, con người, vận hành hệ thống, tuân thủ chính sách pháp lý cồng kềnh hiện nay của ta. Những điểm này nếu quản lý không tốt rất dễ mất kiểm soát và tạo ra nhiều rủi ro tiềm tàng lớn, tăng đột biến CPTTT. Do vậy, để giảm thiểu và quản lý tốt CPTTT, các DN này cần có các qui trình, quy chuẩn chuẩn hướng dẫn thực hiện, vận hành đơn giản, thống nhất và tuân thủ chính sách pháp luật. Theo đó, tác giả đề xuất vài kiến nghị như sau: các DN cần xây dựng quy trình, quy chuẩn rõ ràng xúc tích dễ hiểu, hướng dẫn từng bộ phận, phòng ban, chức năng và tuân thủ theo chính sách pháp luật; Thường xuyên cật nhật quy trình, quy chuẩn, bám sát theo thực tiễn hoạt động; Định kỳ giám sát, kiểm tra việc thực hiện quy trình chuẩn.

*6.2.4 Đối với Đội ngũ nhân viên của DN làm việc liên quan đến thuế*

Đối với đội ngũ nhân viên của DN làm việc liên quan đến thuế được tốt và hiệu quả, tác giả đề xuất một số gợi ý kiến nghị như sau: các DN tạo điều kiện cho nhân viên có kỹ năng, trình độ, kiến thức chuyên môn; nhân viên cập nhật kịp thời những thay đổi chính sách thuế và kế toán của Bộ Tài chính; nhân viên có trách nhiệm, giải quyết thỏa đáng yêu cầu trong công việc.

*6.2.5 Đối với ngân sách hoạt động của doanh nghiệp*

Việc xây dựng và triển khai kế hoạch ngân sách rất quan trọng cho các DN, được phòng tài chính của bên vùng kiểm soát trực tiếp, từ đó họ có kế hoạch chuẩn bị nguồn vốn ngắn hạn hoặc dài hạn theo thực tế của tập đoàn và phân bổ về các công ty con ở các nước. Việc quản lý ngân sách cũng sẽ có những qui định được phép điều chỉnh trong một số trường hợp chiến lược kinh doanh trong năm thực hiện có thay đổi, ảnh hưởng lớn, thì những trường hợp này cũng được phép điều chỉnh ngân sách, và báo cáo về phòng tài chính của công ty, nhưng với thời lượng hạn chế. Do vậy, tính chất quản lý tiền rất quan trọng, ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động, tác giả đề xuất một số gợi ý, kiến nghị về quản lý ngân sách như sau: Xây dựng ngân sách dựa vào ngân sách năm trước và điều chỉnh theo các thay đổi chiến lược bán hàng, kế hoạch sản xuất, nguồn nhân lực; Lập kế hoạch chi phí theo chiến lược hoạt động, kinh doanh từ tất cả các phòng ban; Kế hoạch đóng góp chi phí tuân thủ thuế vào ngân sách nhà nước, thuế khấu trừ/ thuế phải trả, dự báo, trích trước các khoản truy thu, phạt..., rủi ro doanh nghiệp đã dự báo và chấp nhận được theo tỷ lệ Lợi Nhuận đạt được; Dự toán ngân sách được kiểm soát thực hiện từng hạng mục doanh thu, chi phí, từng đội ngũ phòng ban; Trong quá trình phòng Kiểm soát và hệ thống giám sát thực hiện ngân sách báo hạng mục đề xuất chi ảnh

hưởng vượt ngân sách đã phê duyệt, thì có thể xem xét tiến hành điều chỉnh ngân sách phù hợp, sát thực tiễn.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Agatyan, Bayu, Examination Factors Affected the Personal Income Tax Compliance In Aceh Province, Indonesia (April 9, 2013). Available at SSRN: https://ssrn.com/abstract=2247242 or http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2247242
2. Bollen, K.A. (1989) Structural Equations with Latent Variables. John Wiley and Sons, Inc., New York.
3. Christina M.Ritsema (2003), Economic and Behavioral Determinants of Tax Compliance: Evidence from the 1997 Arkansas Tax Penalty Amnesty Program.
4. Evans (2003), "Studying the Studies: an overview of recent research into taxaton operating costs", eJITAX 4, 1(1) eJournal of Tax Research 64.
5. Eichfelder, S. & Kegels, C., 2012, Compliance costs caused by agency action? Empirical evidence and implications for tax compliance.Ernc Loo và Jatta (2009), "Understanding the compliance behaviour of Malaysian individual taxpayers using a mixed method approach", US National Library of Medicine, National Institutes of Health
6. Evans (2003), "Studying the Studies: an overview of recent research into taxaton operating costs", eJITAX 4, 1(1) eJournal of Tax Research 64.
7. Jackson and Million (1986), Second Annual Research Conference, March 23 – 26, 1986, Proceedings, U.S. Department of Commerce BUREAU OF THE CENSUS.
8. Phạm Anh Tài (2017), "Biện pháp nâng cao tính tuân thủ thuế của doanh nghiệp trên địa bàn quận 12 – TP. Hồ Chí Minh", Luận văn thạc sĩ trường ĐH
9. Sandford, Godwin và Hardwick (1989), "The compliance costs of excise duties in Croatia", danijela kuliš institute of public finance 10000 zagreb croatia.
10. Sandford, C. (ed.) (1995). Taxation Compliance Costs: Measurement and Policy, Bath: Fiscal Publications.

# CÁC NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN CHẤT LƯỢNG THÔNG TIN TRÊN BÁO CÁO TÀI CHÍNH CỦA CÁC CHI NHÁNH NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

**Nguyễn Thị Thắm***
Viện Đào tạo Sau đại học, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: neobright022@gmail.com.

## TÓM TẮT

Nghiên cứu này nhằm xác định và đo lường mức độ tác động của các nhân tố đến chất lượng thông tin trên báo cáo tài chính (BCTC) của các chi nhánh Ngân hàng thương mại cổ phần đầu tư và phát triển Việt Nam (BIDV) tại TP.HCM. Tác giả đã sử dụng mô hình định lượng nhân tố khám phá (EFA) nhằm kiểm định độ tin cậy thang đo, phân tích EFA và phân tích hồi quy. Kết quả cho thấy có 7 nhân tố tác động, trong đó tổ chức hệ thống thông tin kế toán, môi trường pháp lý, môi trường văn hóa là những yếu tố quan trọng quyết định đến chất lượng thông tin trên BCTC của các đơn vị. Từ kết quả nghiên cứu, tác giả đưa ra một số kiến nghị nhằm nâng cao hơn nữa chất lượng thông tin trên BCTC của các đơn vị.
*Từ khóa:* Chất lượng thông tin; báo cáo tài chính; chi nhánh BIDV.

## 1. Giới thiệu

Theo Choi và Mueller (1984), BCTC là một yêu cầu tất yếu khách quan, ra đời và phát triển từ đòi hỏi của đời sống kinh tế, từ yêu cầu khoa học và có hiệu quả hoạt động kinh doanh của các Ngân hàng. Nó là công cụ không thể thiếu được đối với các nhà quản lý kinh tế, là một hình thức biểu hiện của chức năng tổ chức và quản lý kinh tế của Nhà nước. Bên cạnh đó Ngân hàng có vai trò quan trọng trong nền kinh tế nói chung và là mọi mắt xích, then chốt trong hệ thống tài chính nói riêng. BCTC không chỉ giúp cho nhà quản trị ngân hàng nhìn nhận toàn diện bộ mặt của ngân hàng trong kỳ hoạt động qua một cách khách quan và tương đối trung thực. Bên cạnh đó sự biến động các chỉ tiêu, các khoản mục trên báo cáo tài chính giúp cho nhà quản trị hiểu rõ nguyên nhân và nhận biết được các nhân tố ảnh hưởng đến các khoản mục đó để từ đó có các biện pháp đối phó thích hợp nhằm hạn chế nhược điểm và phát huy ưu điểm của bản thân ngân hàng, nâng cao tính cạnh tranh.

Ngoài ra theo Xu, H. et al. (2003) BCTC còn giúp cho các nhà quản trị nhận biết và dự đoán những rủi ro hay tiềm năng trong tương lai. Rủi ro là những nguy cơ tiềm ẩn có thể gặp phải và gây ra các hậu quả to lớn cho ngân hàng, do vậy việc nhận biết các rủi ro giúp các nhà quản trị có biện pháp phòng ngừa thích hợp. Đối lập rủi ro là tiềm năng và cơ hội mang đến cho ngân hàng những điều kiện làm ăn vô cùng thuận lợi. Đồng thời việc phân tích BCTC của ngân hàng còn giúp cho các nhà đầu tư có một cái nhìn sâu sắc hơn về tình hình tài chính của ngân hàng. Thông tin chất lượng kém có thể có những tác động xã hội và kinh doanh đáng kể. Vì vậy, chất lượng thông tin trên BCTC là nhu cầu thật sự cần thiết không chỉ cho DN lập BCTC mà còn cần thiết cho các đối tượng sử dụng có liên quan. Đây là cơ sở quan trọng để tác giả tiến hành nghiên cứu ảnh hưởng đến chất lượng thông tin trên BCTC của các chi nhánh ngân hàng BIDV trên địa bàn TP.HCM.

## 2. Cơ sở lý thuyết và giả thuyết nghiên cứu

### *2.1 Tổng quan về chất lượng thông tin trên báo cáo tài chính*

***Quan điểm của Hội đồng chuẩn mực kế toán quốc tế - IASB:*** Theo IASB, các đặc điểm chất lượng của thông tin trên BCTC gồm: có thể hiểu được, thích hợp, đáng tin cậy và có thể so sánh. Đặc điểm có thể hiểu: được thể hiện BCTC hữu ích khi người sử dụng có thể hiểu được thông tin trên báo cáo với giả thiết là có kiến thức về lĩnh vực; Đặc điểm thích hợp: thông tin được gọi là thích hợp khi đáp ứng được nhu cầu ra quyết định của người sử dụng, giúp người sử dụng thông tin có thể đánh giá tình hình hoạt động của doanh nghiệp dựa trên dữ liệu quá khứ, hiện tại và dự đoán trong tương lai; Đặc điểm đáng tin cậy: thông tin được xem là đáng tin cậy khi không có sự sai sót trọng yếu, phản ánh trung thực và đầy đủ bản chất vấn đề cần trình bày; Đặc điểm có thể so sánh: thông tin chỉ hữu ích khi thông tin có thể so sánh với các thời kỳ báo cáo, giữa các doanh nghiệp trong cùng lĩnh vực kinh doanh. Vì vậy phương pháp kế toán cần được sử dụng một cách nhất quán giữa các kỳ báo cáo.

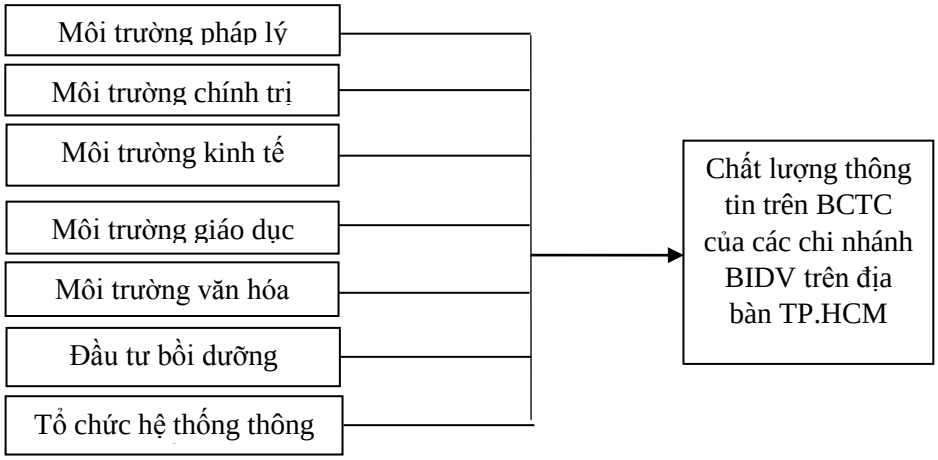
***Quan điểm Hội đồng chuẩn mực kế toán tài chính Hoa Kỳ (FASB):*** Theo quan điểm của FASB, chất lượng của thông tin trên BCTC được chia làm 2 nhóm đặc điểm bao gồm: (1) Đặc điểm cơ bản gồm thích hợp và đáng tin cậy; (2) nhóm các đặc điểm thứ yếu là nhất quán và có thể so sánh được. FASB cũng đưa ra các hạn chế của chất lượng thông tin là vấn đề: cân nhắc chi phí – hiệu quả; trọng yếu và thận trọng. Thông tin kế toán thích hợp là thông tin giúp người ra quyết định (người sử dụng) có thể thay đổi quyết định của mình và được thể hiện thông tin phải có giá trị dự đoán hay đánh giá; Tính kịp thời của thông tin được hiểu là đáp ứng được về thời gian cho người sử dụng thông tin cũng như người ra quyết định để họ có thể sử dụng hoặc đưa ra quyết định kịp thời; Tính đáng tin cậy thể hiện thông tin phải phản ánh trung thực các sự kiện hay nghiệp vụ cần trình bày và cần xem trọng nội dung hơn là hình thức, nghĩa là phải trình bày phù hợp với bản chất kinh tế chứ không chỉ căn cứ và hình thức pháp lý; Thông tin phải trung lập, khách quan và cuối cùng là đảm bảo tính thận trong và được thể hiện là khi thực hiện một sự xét đoán hay ước tính trong điều kiện chưa rõ ràng phải đảm bảo sao cho tài sản và thu nhập không bị thổi phồng, nợ phải trả không bị giấu bớt; Thông tin phải đầy đủ trong phạm vi của trọng yếu và chi phí. Một sự bỏ sót có thể làm thông tin bị hiểu lầm hay sai lệch và do đó sẽ ảnh hưởng đến tính đáng tin cậy; Thông tin phải có khả năng so sánh được và nhất quán.

Theo chuẩn mực kế toán Việt Nam: chất lượng thông tin được trình bày ở nội dung "các yêu cầu cơ bản đối với kế toán", bao gồm Trung thực: Các thông tin và số liệu kế toán phải được ghi chép và báo cáo trên cơ sở các bằng chứng đầy đủ, khách quan và đúng với thực tế về hiện trạng, bản chất nội dung và giá trị của nghiệp vụ kinh tế phát sinh; Khách quan: Các thông tin và số liệu kế toán phải được ghi chép và báo cáo đúng với thực tế, không bị xuyên tạc, không bị bóp méo; Đầy đủ: Mọi nghiệp vụ kinh tế, tài chính phát sinh liên quan tới kỳ kế toán phải được ghi chép và báo cáo đầy đủ, không bị bỏ sót; Kịp thời: Các thông tin và số liệu kế toán phải được ghi chép và báo cáo kịp thời, đúng hoặc trước thời hạn qui định, không được chậm trễ; Dễ hiểu: Các thông tin và số liệu kết toán trình bày trong BCTC phải rõ ràng, dễ hiểu đối với người sử dụng. Có thể so sánh: Các thông tin và số liệu kế toán cần được tính toán và trình bày nhất quán. Trường hợp không nhất quán thì phải giải trình trong phần thuyết minh để người sử dụng BCTC có thể so sánh và đánh giá.

Tóm lại, các tiêu chuẩn chất lượng thông tin trên BCTC là khác nhau giữa các quan điểm khác nhau tùy thuộc vào bối cảnh nghiên cứu cùng mục tiêu, quan điểm sử dụng khác nhau. Theo FASB, IASB và chuẩn mực kế toán Việt Nam đều dựa trên quan điểm chính là chất lượng thông tin kế toán đồng nghĩa với chất lượng thông tin trên BCTC, tức là làm sao cho người đọc, người sử dụng BCTC có được những thông tin dầy đủ, tin cậy, rõ ràng,… để đưa ra các đánh giá, quyết định phù hợp nhất. Trong khi đó, theo quan điểm của DeLone, W. H. and McLean, E. R. (2003) dựa trên việc ứng dụng công nghệ thông tin thì chất lượng thông tin ngoài tính đầy đủ, chính xác thì càng tập trung về sự bảo mật, an toàn và sẵn sàng đối với người sử dụng.

***2.2 Mô hình nghiên cứu và giả thuyết nghiên cứu***

Căn cứ vào kết quả tổng quan các công trình nghiên cứu trước liên quan và các lý thuyết nền về hệ thống thông tin hữu ích, lý thuyết công nghệ - tổ chức – môi trường kinh doanh và mô hình hệ thống thông tin thành công DeLone & McLean 2003 cũng như kết quả khảo sát chuyên gia, tác giả xây dựng mô hình nghiên cứu như sau:




**Hình 1. Mô hình nghiên cứu**

*(Nguồn: Tác giả xây dựng)*

*H1: Môi trường pháp lý có tác động cùng chiều (+) đến chất lượng thông tin trên BCTC của các Chi nhánh BIDV trên địa bàn TP.HCM.*

*H2: Môi trường chính trị có tác động cùng chiều (+) đến chất lượng thông tin trên BCTC của các Chi nhánh BIDV trên địa bàn TP.HCM.*

*H3: Môi trường kinh tế có tác động cùng chiều (+) đến chất lượng thông tin trên BCTC của các Chi nhánh BIDV trên địa bàn TP.HCM.*

*H4: Môi trường giáo dục có tác động cùng chiều (+) đến chất lượng thông tin trên BCTC của các Chi nhánh BIDV trên địa bàn TP.HCM.*

*H5: Môi trường văn hóa có tác động cùng chiều (+) đến chất lượng thông tin trên BCTC của các Chi nhánh BIDV trên địa bàn TP.HCM.*

*H6: Đào tạo bồi dưỡng có tác động cùng chiều (+) đến chất lượng thông tin trên BCTC của các Chi nhánh BIDV trên địa bàn TP.HCM.*

*H7: Tổ chức hệ thống thông tin kế toán có tác động cùng chiều (+) đến chất lượng thông tin trên BCTC của các Chi nhánh BIDV trên địa bàn TP.HCM.*

## 3. Phương pháp nghiên cứu, thu thập và xử lý dữ liệu

### *3.1 Phương pháp nghiên cứu*

Nghiên cứu được tiến hành thông qua hai giai đoạn: (1) Nghiên cứu định tính bằng xây dựng phát triển hệ thống khái niệm/thang đo và các biến quan sát và hiệu chỉnh biến quan sát phù hợp với thực tế. (2) Nghiên cứu định lượng bằng việc ứng dụng mô hình nhân tố khám phá (EFA) thông qua việc sử dụng hệ số tin cậy Cronbach Alpha để kiểm định mức độ chặt chẽ mà các mục hỏi trong thang đo tương quan với nhau; Phân tích nhân tố khám phá (EFA) được sử dụng để kiểm định các nhân tố ảnh hưởng và nhận diện các nhân tố được cho là phù hợp; đồng thời sử dụng phân tích hồi qui tuyến tính đa biến xác định các nhân tố và mức độ tác động của từng nhân tố đến chất lượng thông tin trên BCTC của các chi nhánh BIDV trên địa bàn TP.HCM.

### *3.2 Dữ liệu và phương pháp thu thập dữ liệu*

Thông qua lược khảo các tài liệu nghiên cứu liên quan và quy định về chất lượng thông tin trên BCTC của DN, tác giả xác định có 7 nhân tố độc lập với 28 thang đo được cho là có tác động đến việc một biến phụ thuộc với 3 biến quan sát. Để phục vụ nghiên cứu, tác giả tiến hành

thu thập dữ liệu sơ cấp nhằm phục vụ kiểm định mô hình nghiên cứu. Dữ liệu sơ cấp được thu thập thông qua phương pháp sưu tầm tài liệu, phương pháp phỏng vấn chuyên gia và gửi phiếu khảo sát. Nội dung các câu hỏi là các biến quan sát đo lường mức độ tác động của các nhân tố đến chất lượng thông tin trên BCTC của các chi nhánh BIDV trên địa bàn TP.HCM và sử dụng thang đo 5 Likert cho toàn bộ bảng hỏi: 1 – hoàn toàn không đồng ý, 2 – không đồng ý, 3 – bình thường, 4 – Đồng ý, 5 – Hoàn toàn đồng ý. Đối tượng khảo sát là lãnh đạo và cán bộ nhân viên kế toán của các chi nhánh BIDV trên địa bàn TP.HCM.

Để sử dụng kiểm định EFA, kích thước mẫu phải lớn. Theo quan điểm của Bollen (1989) cho rằng kích thước mẫu tối thiểu là 5 quan sát cho một câu hỏi cần ước lượng. Theo đó, nghiên cứu này có 28 câu hỏi, vì vậy kích thước mẫu tối thiểu là 28x5 = 140. Để đạt được tối thiểu 120 quan sát, tác giả đã gửi 250 bảng câu hỏi từ tháng 11/2023 đến tháng 12/2023 đến các chi nhánh BIDV trên địa bàn TP.HCM. Kết quả nhận được 236 phiếu khảo sát, trong đó có 15 phiếu bị loại do không hợp lệ (chủ yếu là do thiếu thông tin). Do đó, số lượng quan sát còn lại để đưa vào phân tích là 221 phiếu và vượt cỡ mẫu tối thiểu. Đối tượng khảo sát là Kế toán trưởng, Kế toán tổng hợp và Kế toán viên có kinh nghiệm làm việc lâu năm của các chi nhánh BIDV trên địa bàn TP.HCM.

### *3.3 Phương pháp xử lý dữ liệu*

Căn cứ số liệu khảo sát, bài viết sử dụng phần mềm SPSS Statistics 26.0 để phân tích độ tin cậy của các nhân tố cũng như các tiêu chí đo lường nhân tố, đồng thời, áp dụng phương pháp thống kê để tổng hợp, so sánh nhằm lượng hóa mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến chất lượng thông tin trên BCTC của các chi nhánh BIDV trên địa bàn TP.HCM.

## 4. Kết quả nghiên cứu

### *4.1 Thống kê mô tả về mẫu nghiên cứu*

Phần mềm SPSS 26.0 được sử dụng để tiến hành phân tích trong nghiên cứu. Trong số 196 cá nhân được khảo sát thì có thông tin về mẫu nghiên cứu được thể hiện chi tiết trong bàng 1 như sau:

**Bảng 1. Thống kê mô tả mẫu điều tra**

| Đặc điểm | Tần suất | Tỷ lệ % |
|---|---|---|
| **Đối tượng tham gia khảo sát** | N = 221 | 100% |
| Kế toán trưởng, kế toán tổng hợp | 76 | 34% |
| Nhân viên kế toán | 145 | 66% |
| **Giới tính** | N = 221 | 100% |
| Nam | 92 | 42% |
| Nữ | 129 | 58% |
| **Trình độ chuyên môn** | N = 221 | 100% |
| Đại học | 179 | 81% |
| Sau đại học | 42 | 19% |

*(Nguồn: Kết quả phân tích từ phần mềm SPSS 26.0)*

### *4.2 Kiểm định hệ số Cronbach's Alpha*

Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha cho thang đo được thể hiện tại bảng 2 cho thấy các thang đo này đều có hệ số Cronbach's Alpha > 0.6 và hệ số tương quan biến tổng > 0.3. Vì vậy điều này cho thấy tất cả các thang đo và biến quan sát đều đạt độ tin cậy và được sử dụng trong phân tích EFA tiếp theo.

**Bảng 2. Kết quả kiểm định hệ số Cronbach's Alpha các thang đo**

| Thang đo | Số biến quan sát | Crobach's Alpha | Ghi chú |
|---|---|---|---|
| Môi trường pháp lý (MTPL) | 4 | 0.802 | Đạt |
| Môi trường chính trị (MTCT) | 3 | 0.863 | Đạt |
| Môi trường kinh tế (MTKT) | 3 | 0.828 | Đạt |

| | | | |
|---|---|---|---|
| Môi trường giáo dục (MTGD) | 3 | 0.796 | Đạt |
| Môi trường văn hóa (MTVH) | 3 | 0.724 | Đạt |
| Đào tạo bồi dưỡng (DTBD) | 3 | 0.769 | Đạt |
| Tổ chức hệ thống thông tin kế toán (TCKT) | 3 | 0.818 | Đạt |
| Chất lượng thông tin trên BCTC (CLBCTC) | 3 | 0.883 | Đạt |

*(Nguồn: Kết quả phân tích từ phần mềm SPSS 26.0.)*

### *4.3 Phân tích nhân tố khám phá EFA*

*(a) Kết quả phân tích EFA thang đo các yếu tố:*

Từ kết quả điều tra, dữ liệu được phân tích khám phá nhân tố với sự hỗ trợ của phần mềm SPSS, sau khi đã loại đi các biến có hệ số factor loading nhỏ hơn 0.5, kết quả phân tích khám phá nhân tố cuối cùng thu được như sau :

**Bảng 3. Kết quả phân tích EFA đối với thang đo các biến độc lập**

| Biến quan sát | Nhân tố 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| MTPL4 | .816 | | | | | | |
| MTPL1 | .793 | | | | | | |
| MTPL2 | .777 | | | | | | |
| MTPL3 | .763 | | | | | | |
| MTCT2 | | .895 | | | | | |
| MTCT1 | | .884 | | | | | |
| MTCT3 | | .871 | | | | | |
| MTKT2 | | | .863 | | | | |
| MTKT3 | | | .858 | | | | |
| MTKT1 | | | .855 | | | | |
| TCKT1 | | | | .856 | | | |
| TCKT2 | | | | .849 | | | |
| TCKT3 | | | | .846 | | | |
| MTGD3 | | | | | .863 | | |
| MTGD2 | | | | | .822 | | |
| MTGD1 | | | | | .820 | | |
| DTBD2 | | | | | | .876 | |
| DTBD3 | | | | | | .791 | |
| DTBD1 | | | | | | .786 | |
| MTVH1 | | | | | | | .812 |
| MTVH2 | | | | | | | .792 |
| MTVH3 | | | | | | | .764 |
| KMO = 0.676 > 0.5, Kiểm định Batlett's Chi-Square = 1612.266, Sig =0.000 < 0.05<br>Phương sai trích = 71.602% > 50% | | | | | | | |

*(Nguồn: Kết quả phân tích từ phần mềm SPSS 26.0)*

Kết quả phân tích cho thấy hệ số KMO = 0.676 > 0.5, kiểm định Batlett có p-value bằng 0.000 < 0.05, phương sai trích bằng 71.602 % > 50% (bảng 3), các hệ số factor loading đều lớn hơn 0.5, các biến quan sát hình thành 7 nhân tố. Như vậy các tiêu chuẩn khi sử dụng phân tích khám phá nhân tố đều phù hợp với tập dữ liệu nghiên cứu.

*(b) Kết quả phân tích EFA thang đo các yếu tố sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ*

**Bảng 4. Kết quả phân tích EFA đối với biến Chất lượng thông tin trên BCTC (biến phụ thuộc)**

| Biến | Nhân tố |
|---|---|
| | 1 |
| CLBCTC2 | 0.921 |
| CLBCTC3 | 0.908 |
| CLBCTC1 | 0.878 |
| KMO = 0.735 > 0.5, Kiểm định Batlett's Chi-Square =330.523, Sig =0.000 < 0.05 | |
| Phương sai trích = 81.449% > 50% | |

*(Nguồn: Kết quả phân tích từ phần mềm SPSS 26.0)*

Kết quả phân tích EFA cho thấy hệ số KMO = 0.735 > 0.5, kiểm định Bartlett có p-value bằng 0.000 < 0.05, phương sai trích bằng 81.449% > 50%, các biến quan sát chỉ hình thành duy nhất một nhân tố (bảng 4). Như vậy sử dụng phân tích EFA là phù hợp và thang đo biến phụ thuộc (Chất lượng thông tin trên BCTC) chỉ là thang đo đơn hướng.

Như vậy sau khi tiến hành phân tích khám phá nhân tố từ tập hợp các biến quan sát xây dựng được, không có nhân tố nào thay đổi. Vì vậy mô hình nghiên cứu và các giả thuyết nghiên cứu vẫn được giữ nguyên như mô hình ban đầu.

***4.4 Kết quả phân tích hồi quy***

Từ kết quả của bảng 5 ta thấy, có 7 nhân tố tố có ý nghĩa về mặt thống kê. Các nhân tố bao gồm: Môi trường pháp lý (MTPL); Môi trường chính trị (MTCT); Môi trường kinh tế (MTKT); Môi trường giáo dục (MTGD); Môi trường văn hóa (MTVH); Đào tạo bồi dưỡng (DTBD) và Tổ chức hệ thống thông tin kế toán (TCKT). Vì vậy phương trình hồi quy được xác định như sau:

**CLBCTC = 0.206.MTPL + 0.213.MTCT + 0.263.MTKT + 0.205.MTGD + 0.246.MTVH + 0.190.DTBD + 0.201.TCKT**

Bên cạnh đó thống kê F của phân tích phương sai có p-value bằng 0,000 cho thấy kết quả ước lượng là phù hợp. Giá trị $R^2$ hiệu chỉnh = 0.642 cho biết rằng các biến độc lập trong mô hình có thể giải thích được 64.2% sự biến thiên của biến phụ thuộc. Hay nói cách khác, giá trị $R^2$ hiệu chỉnh giải thích được 64.2% sự phù hợp của mô hình. Hệ số VIF của các biến phụ thuộc trong mô hình đều nhỏ hơn 10 vì vậy cho thấy không có sự tồn tại của hiện tượng đa cộng tuyến. Cũng căn cứ vào kết quả của bảng 5, ta có thể nhận thấy các giả thuyết đều được chấp nhận doc giá trị p-value đều nhỏ hơn (<) 0.05.

**Bảng 5. Kết quả phân tích hồi quy**

| | Mô hình | Hệ số chưa chuẩn hóa | | Hệ số đã chuẩn hóa | t | Mức ý nghĩa | Hệ số phóng đại phương sai |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Sai số chuẩn | Beta | | (Sig.) | (VIF) |
| 1 | (Constant) | -2.193 | .323 | | -6.796 | .000 | |
| | MTPL | .205 | .047 | .206 | 4.373 | .000 | 1.211 |
| | MTCT | .238 | .054 | .213 | 4.444 | .000 | 1.249 |
| | MTKT | .291 | .051 | .263 | 5.688 | .000 | 1.167 |
| | MTGD | .172 | .039 | .205 | 4.440 | .000 | 1.161 |
| | MTVH | .252 | .054 | .246 | 4.652 | .000 | 1.529 |
| | DTBD | .206 | .052 | .190 | 3.978 | .000 | 1.243 |
| | TCKT | .222 | .050 | .201 | 4.413 | .000 | 1.126 |
| | $R^2$ hiệu chỉnh | .642 | | | | | |
| | F | 50.988 | | | | | |

| | |
|---|---|
| Sig. F | 0.000[a] |

*(Nguồn: Kết quả phân tích từ phần mềm SPSS 26.0)*

## 5. Kết luận và một số hàm ý quản trị

### *5.1 Kết luận*

Trên cơ sở kết quả nghiên cứu định lượng về các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng thông tin trên BCTC của các chi nhánh ngân hàng BIDV tại TP.HCM, có thể rút ra một số các kết luận như sau: Phương trình hồi quy tuyến tính bội được trích theo hệ số Beta chuẩn hóa cho thấy, tất cả 7 nhân tố đều có hệ số Beta dương và tác động củng chiều đến chất lượng thông tin trên BCTC của các chi nhánh ngân hàng BIDV tại TP.HCM, trong đó nhân tố Môi trường kinh tế có hệ số Beta chuẩn hóa cao nhất so với tất cả các nhân tố còn lại và có tác động mạnh nhất đến chất lượng thông tin trên BCTC của các chi nhánh ngân hàng. Hệ số Beta chuẩn hóa của nhân tố Môi trường văn hóa bằng 0.246 và có tác động mạnh thứ hai; tiếp theo là nhân tố Môi trường chính trị có hệ số Beta chuẩn hóa là 0.213 và có mức tác động mạnh thứ ba; nhân tố Môi trường pháp lý có hệ số  bằng 0.206 và có mức tác động mạnh thứ tư; nhân tố Môi trường giáo dục có hệ số Beta chuẩn hóa là 0.205 và có mức tác động mạnh thứ năm; nhân tố Tổ chức hệ thống thông tin kế toán có hệ số Beta chuẩn hóa là 0.201 và nhân tố Đào tạo bồi dưỡng có hệ số Beta chuẩn hóa bằng 0.190 lần lượt có mức tác động thứ sáu và thứ bảy.

### *5.2 Hàm ý quản trị*

**Đối với môi trường kinh tế:** Lãnh đạo các chi nhánh BIDV cần có chiến lược kinh doanh nhằm mở rộng quy mô kinh doanh về đa dạng hóa việc kêu gọi vốn kinh doanh, đa dạng hóa dịch vụ cung cấp cho khách hàng; đồng thời xem xét, đánh giá sự canh tranh trong nền kinh tế, qua đó đòi hỏi bộ phận kế toán sẽ chủ động cung cấp thông tin tài chính kịp thời, chất lượng nhằm làm cơ sở để phục vụ không chỉ cho nhà quản trị nội bộ Chi nhánh để ra quyết định mà còn phải cung cấp thông tin thông qua BCTC cho các bên có lợi ích kinh tế liên quan đến Chi nhánh.

**Đối với môi trường văn hóa:** các Chi nhánh cần tạo một môi trường làm việc thuận lợi để giúp cho cán bộ công nhân viên tập trung hoàn thành công việc một cách hiệu quả. đồng thời đơn vị cũng có những chính sách khen thưởng động viên đối với những cá nhân có ý tưởng sáng tạo, có ích và khả năng hợp tác hiệu quả. Xây dựng tốt mối quan hệ giữa cấp trên và cấp dưới trong trao đổi ý kiến làm việc cũng như mối quan hệ giao tiếp cá nhân; cần phải hạn chế tối đa lợi ích nhóm, thiết lập hệ thống kiểm soát tài chính và hoạt động thu chi hiệu quả, phù hợp với mục tiêu phát triển của đơn vị; cần nâng cao quyền được kiểm soát tình hình tài chính của ban kiểm soát và các bên liên quan sẽ góp phần nâng cao tính minh bạch và nâng cao chất lượng thông tin trên BCTC tại các đơn vị.

**Đối với môi trường chính trị:** Các cá nhân, tổ chức có lợi ích kinh tế liên quan đều có quyền được xem BCTC của các Chi nhánh nếu có nhu cầu và lý do chính đáng, hợp pháp. Do đó, cần tăng cường tính dân chủ trong việc công khai BCTC và ban hành các quy định trách nhiệm liên quan đến việc công khai BCTC các Chi nhánh. Khuynh hướng giám sát tình hình quản lý, sử dụng tài chính của các cơ quan giám sát càng chặt chẽ, quyết liệt thì chất lượng BCTC tại các đơn vị càng minh bạch, do vậy các cơ quan quản lý Nhà nước cần ban hành các văn bản nhằm quy định thực hiện việc bắt buộc công bố thông tin và giám sát kiểm tra chất lượng thông tin trên BCTC nhằm hạn chế sự gian lận, sai sót và thiếu minh bạch trong việc cung cấp thông tin trên BCTC.

**Đối với môi trường pháp lý:** các đơn vị cần tiếp tục thực hiện nghiêm Luật Kế toán số 88/2015/QH13 ngày 20/11/2017; Luật Ngân hàng Nhà nước Việt Nam số 46/2010/QH12 và chế độ kế toán hiện hành áp dụng cho lĩnh vực ngân hàng. Mặt khác, cần tăng cường kiểm soát nội bộ đối với các bộ phận tại các Chi nhánh nhằm kịp thời phát hiện gian lận, sai sót nhằm đảm bảo hiệu quả hoạt động, tuân thủ. Bộ phận kiểm soát của ngân hàng thường xuyên kiểm tra đôn đốc hướng dẫn các Chi nhánh trong công tác kế toán, tổ chức nhằm nâng cao chất lượng thông tin

trên BCTC; đồng thời cần tăng cường tính công khai bắt buộc và minh bạch trong cung cấp thông tin.

**Đối với môi trường giáo dục:** Các Chi nhánh ngân hàng cần phải chú trọng công tác đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ chuyên sâu. Các Chi nhánh cần tổ chức những buổi hội thảo về đề tài kế toán công dành cho những người đang làm công tác kế toán để họ có cơ hội tiếp xúc, trao đổi kinh nghiệm nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ; cần ưu tiên tuyển dụng nhân viên kế toán làm việc trong đơn vị cần phải công khai minh bạch, những người có trình độ và đạo đức nghề nghiệp, đặc biệt khi bổ nhiệm người đứng đầu bộ phận kế toán phải chọn người có kinh nghiệm, chuyên môn sâu về kế toán và có đủ năng lực theo yêu cầu của kế toán trưởng.

**Đối với tổ chức hệ thống thông tin kế toán:** các Chi nhánh cần triển khai xây dựng hệ thống kiểm soát nội bộ từ khâu thu thập dữ liệu đến khâu cung cấp thông tin thông qua BCTC vì hệ thống kiểm soát nội bộ tốt sẽ hỗ trợ các đơn vị kiểm soát được việc chấp hành các quy định pháp luật về kế toán, giảm thiểu các sai sót và rủi ro ảnh hưởng đến công tác kế toán tại đơn vị. Ngoài ra, mọi hoạt động của từng phần hành kế toán cần có quy trình, quy định cụ thể trách nhiệm quyền hạn của từng bộ phận, từng đối tượng có liên quan nhằm tránh sai sót trong quá trình xử lý dữ liệu để cung cấp thông tin cho việc lập BCTC cho đơn vị.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Bollen, K.A. (1989), *Structural Equations with Latent Variables*. John Wiley and Sons, Inc., New York.
2. Choi và Mueller (1984), *International accounting standards and transnational corporations*, faculty working paper nO. 1089 College of Commerce and Business Administration University of Illinois at Urb ana- Champaign.
3. DeLone, W. H. and McLean, E. R. (2003) *The DeLone and McLean Model of Information Systems Success : A Ten-Year Update*, Journal of Management Information Systems, 19(4), pp. 9–30.
4. Xu, H. et al. (2003), *The Quality of Financial Reporting through Increasing the Competence of Internal Accountants and Accrual Basis*, International Journal of Economics, Business and Management Studies, Vol 5, e-ISSN: 2226-4809/p-ISSN: 2304-6945.

# CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN KẾ TOÁN QUẢN TRỊ DỰA TRÊN PHƯƠNG PHÁP PHÂN BỔ CHI PHÍ ƯỚC TÍNH THEO MỨC ĐỘ HOẠT ĐỘNG (ABC) CHO CÁC DOANH NGHIỆP SẢN XUẤT TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

**Trần Phúc Hậu[1,*], Trương Quang Hiếu[2]**
[1]Viện Đào tạo Sau đại học, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
[2]Khoa Tài chính - Thương mại, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: hautp68p1@gmail.com.

## TÓM TẮT

Mục tiêu của bài báo này là xác định và đo lường những yếu tố tác động đến Kế toán quản trị (KTQT) dựa trên phương pháp phân bổ chi phí ước tính theo ABC tại các doanh nghiệp (DN) Sản xuất trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh (TP. HCM). Trên cơ sở khảo sát, phân tích, xử lý, đánh giá các kết quả đã thu được để đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao KTQT dựa trên phương pháp phân bổ chi phí ước tính theo ABC tại các DN Sản xuất trên địa bàn TP. HCM nhằm tăng khả năng cạnh tranh trong bối cảnh hòa nhập và phát triển tại thị trường Việt Nam nói chung và TP. HCM nói riêng. Nghiên cứu thực hiện phân tích 280 mẫu khảo sát tại các DN Sản xuất trên địa bàn TP. HCM. Phương pháp nghiên cứu kết hợp định tính và định lượng. Kỹ thuật phân tích bao gồm thống kê mô tả, kiểm tra độ tin cậy thang đo, phân tích EFA, hồi quy tuyến tính. Có 05 nhân tố có tác động tích cực đến KTQT dựa trên phương pháp phân bổ chi phí ước tính theo ABC tại các DN Sản xuất trên địa bàn TP. HCM, gồm: Đặc điểm sản xuất kinh doanh, Chiến lược kinh doanh, Trình độ nhân viên kế toán, Văn hóa doanh nghiệp và Nguồn lực tài chính.
*Từ khóa:* Kế toán Quản trị; ABC; Doanh nghiệp Sản xuất.

## 1. Giới thiệu

Theo cổng thông tin điện tử Bộ Tài Chính, cuộc trao đổi với phóng viên Tạp chí Hải quan, TS. Trần Toàn Thắng, Trưởng Ban Kinh tế ngành và Doanh nghiệp (Bộ Kế hoạch và Đầu tư) cho rằng, với nền tảng tăng trưởng khá cao trong năm 2022, tăng trưởng kinh tế Việt Nam năm 2023 đã chậm lại, từng bước trở về trạng thái trước Covid-19, do sức bật cầu trong nước đã không mạnh mẽ như năm 2022. Thêm nữa hệ thống kế toán chi phí truyền thống ngày càng bộc lộ rõ nét những hạn chế trong vận dụng thực tế tại các doanh nghiệp. Sự phát triển mạnh mẽ của khoa học và công nghệ, những dây chuyền sản xuất tự động đã trở nên phổ biến, nhiều loại sản phẩm được sản xuất ra hàng loạt, chi phí lao động chiếm tỷ trọng ngày càng nhỏ trong tổng chi phí sản xuất, trong khi chi phí quản lý và sản xuất ngày càng tăng dần lên và chiếm tỷ trọng lớn, cho nên phân bổ chi phí gián tiếp dựa trên tiêu thức phân bổ đơn giản trở nên không còn phù hợp nữa. Hiện nay, KTQT dựa trên Phương pháp phân bổ chi phí ước tính theo ABC là phương pháp ưu việt giúp doanh nghiệp tăng hiệu quả hoạt động và tăng khả năng cạnh tranh.

Việc thực hiện nghiên cứu về chủ đề này trong các DN Sản xuất trên địa bàn TP. HCM là rất thú vị và cần thiết. Điều này có thể mang lại những kết quả quý giá và đóng góp cho việc phát triển kinh tế của TP. HCM nói chung và của các DN sản xuất trên địa bàn TP. HCM nói riêng.

## 2. Tổng quan nghiên cứu trước và cơ sở lý thuyết về kế toán quản trị dựa trên phương pháp phân bổ chi phí ước tính theo ABC

### *2.1 Tổng quan các nghiên cứu trước*

Anderson (1999), đã tiến hành đánh giá hệ thống xác định chi phí theo hoạt động tại General Motor, dữ liệu phỏng vấn được thu thập từ 21 doanh nghiệp. Từ đó, đã chỉ ra hai nhóm yếu tố ảnh hưởng đến quá trình triển khai, vận dụng phương pháp kế toán ABC, đó là: nhóm yếu tố có tính chất tổ chức (như: sự hỗ trợ của các nhà quản lý cấp cao, sự bồi dưỡng, đào tạo để áp dụng hệ thống xác định chi phí theo hoạt động); nhóm yếu tố có tính chất bối cảnh (như: mức độ cạnh tranh, sự phù hợp của các quyết định của nhà quản trị, sự thích nghi của hệ thống hiện hành). Khalid (2005), cũng đã tiến hành khảo sát các doanh nghiệp sản xuất ở Mỹ, từ đó, chỉ ra hai nhóm yếu tố ảnh hưởng đến sự thành công của phương pháp kế toán ABC, đó là: nhóm yếu tố thuộc tổ chức (như: sự hỗ trợ của nhà quản lý cấp cao, chủ sở hữu không phải là kế toán, sự đào tạo nhân viên); nhóm yếu tố thuộc bối cảnh (như: tính hữu ích của thông tin chi phí, sự hiện diện của công nghệ thông tin và quy mô của doanh nghiệp). Majid và Sulaiman (2008), đã nghiên cứu vận dụng phương pháp kế toán ABC vào các doanh nghiệp đa quốc gia ở Malaysia, từ đó chỉ ra những lợi ích của việc vận dụng phương pháp này. Nghiên cứu đã cho thấy, mặc dù phương pháp kế toán ABC không được sử dụng rộng rãi nhưng là công cụ hữu ích để cải thiện hiệu quả của doanh nghiệp. Các yếu tố cần thiết để đảm bảo vận dụng thành công phương pháp kế toán ABC, đó là: cơ cấu tổ chức doanh nghiệp cần được thiết kế theo mô hình nằm ngang trong đó quy trình sản xuất được phân chia thành các hoạt động; những người nắm giữ trọng trách trong dự án ABC phải có đủ năng lực và hiểu biết sâu rộng về công nghệ thông tin; thông tin chi phí về các hoạt động; sự ủng hộ của nhà quản trị và các cổ đông. Fei và Isa (2010), đã chỉ ra các yếu tố: hành vi, tổ chức và kỹ thuật là những yếu tố chính quyết định sự thành công của phương pháp kế toán ABC. Ngoài ra, các yếu tố: vai trò của văn hoá và cấu trúc của tổ chức cũng ảnh hưởng đáng kể đến khả năng vận dụng thành công phương pháp kế toán ABC của doanh nghiệp.

*Theo Trần Văn Tùng và các cộng sự (2021),* Khi nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến việc việc vận dụng phương pháp ABC tại các doanh nghiệp sản xuất thép trên địa bàn TP.HCM. Kết quả nghiên cứu cho thấy, có 5 nhân tố bao gồm: Nhận thức của nhà quản trị; Kỹ thuật vận dụng; Trình độ nhân viên kế toán; Huấn luyện đào tạo; Nguồn lực thực hiện. Đều tác động cùng chiều đến việc vận dụng phương pháp chi phí ABC tại các doanh nghiệp sản xuất thép trên địa bàn TP.HCM, trong đó, nhân tố nhận thức của nhà quản trị tác động mạnh nhất.

### *2.2 Cơ sở lý thuyết về kế toán quản trị dựa trên phương pháp phân bổ chi phí ước tính theo ABC*

❖ *Khái niệm về kế toán quản trị dựa trên phương pháp phân bổ chi phí ước tính theo ABC*

*Theo Douglas (1992)* khi nghiên cứu ứng dụng triển khai phương pháp phân bổ chi phí ước tính theo mức độ hoạt động, tác giả nêu khái niệm về phương pháp này như sau: "Phương pháp phân bổ chi phí ước tính theo mức độ hoạt động (Phương pháp ABC) là một khái niệm về kế toán chi phí, khái niệm dựa trên tiền đề sản phẩm sử dụng các hoạt động để hoàn thành, và các hoạt động đòi hỏi các chi phí để thực hiện. Như vậy, hệ thống này được thiết kế các chi phí không được tập hợp trực tiếp đến các sản phẩm, mà các chi phí được tập hợp đến các hoạt động, tiếp theo các hoạt động được tập hợp đến các sản phẩm tiêu dùng trực tiếp hoạt động đó."

❖ *Lịch sử hình thành và phát triển của kế toán quản trị dựa trên phương pháp phân bổ chi phí ước tính theo ABC*

**Bảng 1. Tổng hợp Lịch sử hình thành và phát triển Phương pháp phân bổ chi phí ước tính theo ABC**

| Giai đoạn | Giai đoạn 1 | | | Giai đoạn 2 | Giai đoạn 3 | Giai đoạn 4 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | ***Pha 1*** | ***Pha 2*** | ***Pha 3*** | | | |
| *Liên quan đến* | Chi phí gián tiếp và những biến động | Mối quan hệ giữa sản phẩm và hoạt động | Phân lớp hoạt động – Sản phẩm | Hoạt động và quá trình sản xuất | Quá trình sản xuất – toàn bộ hoạt động | Thông tin về hoạt động – Kết quả quản lý |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | kinh doanh | |
| *Tiếp cận* | Phạm vi hẹp | Phạm vi hẹp | Phạm vi hẹp | Phạm vi hẹp | Phạm vi rộng | Phạm vi rộng |
| *Tập trung vào* | Chi phí sản phẩm được tính chính xác | | Chi phí sản phẩm để ra quyết định | Chi phí để ra quyết định mang tính chiến thuật | Hoạch định chiến lược chi phí | Xây dựng các chỉ số đo lường kết quả hoạt động |
| *Kết quả đạt được* | Hệ thống kế toán chi phí chính xác | | Hệ thống quản lý ABM | Phân tích quá trình sản xuất | Khả năng chống đỡ của doanh nghiệp | Hợp nhất với các giải pháp quản trị kết quả hoạt động |

*(Nguồn: Moisello, A. M. (2012). ABC: Evolution, problems of implementation and organizational variables)*

❖ *Các bước triển khai kế toán quản trị dựa trên phương pháp phân bổ chi phí ước tính theo ABC*

*Bước 1: Tìm hiểu hiện trạng của doanh nghiệp và xác định mục tiêu Kaizen*

Trong giai đoạn này, các nhà quản lý cần tập trung vào việc đánh giá toàn diện và chân thành về các khía cạnh khác nhau của doanh nghiệp, từ quy trình sản xuất, quản lý tồn kho, dịch vụ khách hàng, đến mô hình kinh doanh tổng thể. Mục tiêu của bước này là có cái nhìn rõ ràng về tình hình thực tế, những thách thức đang tồn tại và cơ hội cải tiến.

Bên cạnh đó, mục tiêu Kaizen cần được xác định một cách cụ thể và rõ ràng. Điều này có thể bao gồm các chỉ số hiệu suất mà doanh nghiệp muốn cải thiện như thời gian sản xuất, chất lượng sản phẩm, tỷ lệ tồn kho không cần thiết, hoặc bất kỳ khía cạnh nào mà doanh nghiệp muốn tập trung cải tiến. Việc xác định mục tiêu Kaizen là cốt lõi để đảm bảo rằng những nỗ lực cải tiến đều hướng đến mục tiêu thực sự có ý nghĩa cho doanh nghiệp.

*Bước 2: Xác định nguyên nhân gốc rễ của vấn đề đang gặp phải*

Sau khi đã tìm hiểu tình hình tổng thể của doanh nghiệp và xác định mục tiêu cụ thể cho quá trình Kaizen, bước tiếp theo là tập trung vào việc xác định nguyên nhân gốc rễ của các vấn đề đang gặp phải. Mục tiêu của bước này là không chỉ giải quyết các vấn đề hiện hữu mà còn ngăn chặn chúng tái diễn trong tương lai.

Trong quá trình này, cần tiến hành một cuộc thảo luận và phân tích chi tiết về nguyên nhân gây ra các vấn đề. Điều này có thể bao gồm việc tập trung vào các khuyết điểm trong quy trình làm việc, chất lượng sản phẩm, hiệu suất máy móc, tương tác giữa các bộ phận trong tổ chức và nhiều khía cạnh khác. Để làm được điều này, doanh nghiệp cần sử dụng dữ liệu, số liệu thống kê và thông tin được thu thập từ quá trình đánh giá để xác định các nguyên nhân chính gây ra vấn đề.

*Bước 3: Xác định giải pháp tốt nhất cho vấn đề*

Bước 3 tập trung vào việc xác định và lựa chọn giải pháp tốt nhất cho các nguyên nhân gốc rễ đã được xác định ở bước 2. Quá trình này khuyến khích sự sáng tạo và tư duy tương tác của nhân viên trong việc tìm ra các giải pháp cải tiến. Mỗi cá nhân từ các cấp quản lý và các phòng ban khác nhau cùng tham gia vào việc đưa ra ý tưởng và giải pháp. Chính vì vậy, không gian cho sự sáng tạo là rất quan trọng, vì đôi khi các giải pháp không truyền thống và đột phá có thể nảy sinh từ những góc nhìn khác nhau. Tất cả các ý kiến và ý tưởng đều được đánh giá và xem xét, dù là nhỏ hay lớn.

Mục tiêu chính của bước này là chọn ra một giải pháp khả thi và thực hiện được. Khi lựa chọn được giải pháp, cần phải xem xét các yếu tố như khả năng thực hiện, tài nguyên cần thiết,

thời gian thực hiện, và khả năng ảnh hưởng tích cực đối với vấn đề. Một giải pháp nên được chọn dựa trên tính khả thi và tiềm năng để giải quyết nguyên nhân gốc rễ. Sau khi đã chọn giải pháp tốt nhất, cần xác định một kế hoạch thực hiện cụ thể. Kế hoạch này nên bao gồm các bước cụ thể để triển khai giải pháp, lịch trình thực hiện, người chịu trách nhiệm, và các chỉ số đo lường để theo dõi quá trình và kết quả.

***Các lý thuyết nền phục vụ***

**Lý thuyết bất định (Lý thuyết ngẫu nhiên)**

*Theo Spekle (2003),* các yếu tố bất định tác động đến thiết kế của doanh nghiệp đồng thời tác động đến các công cụ kỹ thuật của kế toán quản trị. Nói cách khác, một hệ thống kế toán quản trị thích hợp với doanh nghiệp phụ thuộc vào đặc điểm doanh nghiệp và môi trường doanh nghiệp đó đang hoạt động. Điều này cho thấy, không thể xây dựng một mô hình khuôn mẫu về vận dụng các phương pháp kế toán cho tất cả các doanh nghiệp. Có nghĩa là việc lựa chọn vận dụng phương pháp kế toán ABC đạt hiệu quả phải thích hợp với từng doanh nghiệp, với môi trường bên trong và bên ngoài mà doanh nghiệp đó đang hoạt động. Lý thuyết này được nhiều học giả lựa chọn khi nghiên cứu về các yếu tố bất định tác động đến sự vận dụng và triển khai phương pháp kế toán ABC vào doanh nghiệp, điển hình như: Anderson (1999), Khalid (2005), Majid và Ali (2013). Hầu hết các nghiên cứu đều cho rằng mức độ thành công khi vận dụng phương pháp kế toán ABC vào các doanh nghiệp khác nhau thì có sự khác nhau, đồng thời mức độ thành công khi vận dụng vào một doanh nghiệp nhưng ở các giai đoạn phát triển khác nhau cũng có sự khác nhau. Các yếu tố tác động đến mức độ thành công kế toán quản trị chi phí theo phương pháp ABC gồm: Môi trường, đặc điểm, chiến lược kinh doanh và văn hoá của doanh nghiệp.

**Lý thuyết quan hệ chi phí – lợi ích**

Lý thuyết quan hệ chi phí - lợi ích chỉ ra rằng, lợi ích có được từ việc các thông tin kế toán được cung cấp phải được xem xét trong mối quan hệ với chi phí dùng để tạo ra và cung cấp thông tin đó. Như vậy, mức độ vận dụng thành công phương pháp kế toán quản trị chi phí theo ABC phải được xem xét giữa lợi ích tăng thêm khi thực hiện phân bổ chi phí theo phương pháp kế toán quản trị chi phí theo ABC mang lại cho doanh nghiệp và xã hội và chi phí tăng thêm mà doanh nghiệp và xã hội phải bỏ ra khi vận dụng phương pháp này (Covaleski và cộng sự, 1996). Các yếu tố tác động đến mức độ thành công kế toán quản trị chi phí theo phương pháp ABC gồm: Nguồn lực tài chính và trình độ nhân viên kế toán.

**3. Giả thiết nghiên cứu và mô hình nghiên cứu phương**

***3.1 Giả thuyết nghiên cứu***

Căn cứ vào các lý thuyết nền, tổng quan các công trình nghiên cứu trước và từ chuyên gia được đề cập ở trên, tác giả đã xây dựng các giả thuyết nghiên cứu, như sau:

**Giả thuyết H1:** Nhân tố Đặc điểm sản xuất kinh doanh ảnh hưởng cùng chiều (+) đến kế toán quản trị dựa trên phương pháp phân bổ chi phí ước tính theo ABC tại các DN sản xuất trên địa bàn TP. HCM.

**Giả thuyết H2:** Nhân tố Chiến lược kinh doanh ảnh hưởng cùng chiều (+) đến kế toán quản trị dựa trên phương pháp phân bổ chi phí ước tính theo ABC tại các DN sản xuất trên địa bàn TP. HCM.

**Giả thuyết H3:** Nhân tố Trình độ nhân viên kế toán ảnh hưởng cùng chiều (+) đến kế toán quản trị dựa trên phương pháp phân bổ chi phí ước tính theo ABC tại các DN sản xuất trên địa bàn TP. HCM.

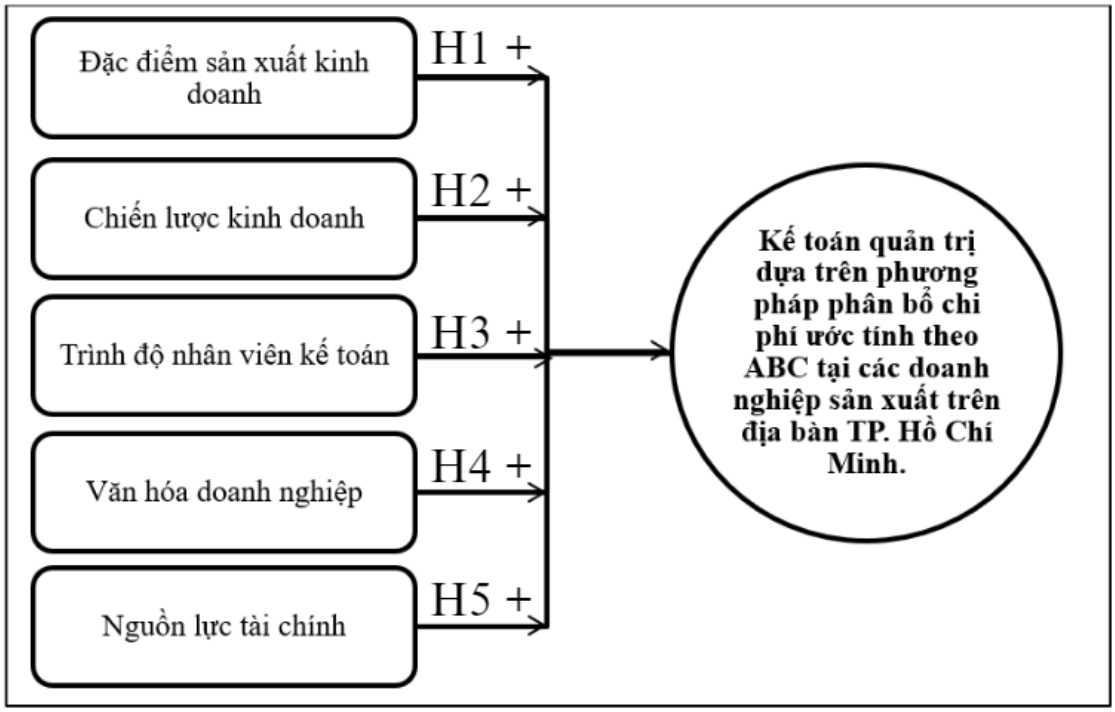
**Giả thuyết H4:** Nhân tố Văn hóa doanh nghiệp ảnh hưởng cùng chiều (+) đến kế toán quản trị dựa trên phương pháp phân bổ chi phí ước tính theo ABC tại các DN sản xuất trên địa bàn TP. HCM.

**Giả thuyết H5:** Nhân tố Nguồn lực tài chính ảnh hưởng cùng chiều (+) đến kế toán quản

trị dựa trên phương pháp phân bổ chi phí ước tính theo ABC tại các DN sản xuất trên địa bàn TP. HCM.

### *3.2 Mô hình nghiên cứu*

Từ các giả thuyết trên, tác giả tổng hợp và đề xuất mô hình nghiên cứu, như Hình 1.




**Hình 1. Mô hình nghiên cứu tác giả đề xuất**

*(Nguồn: Tác giả tổng hợp và đề xuất)*

Tổng hợp các biến trong mô hình nghiên cứu qua bảng 1:

**Bảng 1. Tổng hợp các biến trong mô hình nghiên cứu của tác giả**

| Giả thuyết | Ký hiệu | Diễn giải | Nguồn | Lý thuyết nền | Kỳ vọng |
|---|---|---|---|---|---|
| H1 | ĐĐ | Đặc điểm sản xuất kinh doanh | Hansen & Mowen, 2006; Knezevic & Mizdrakovic, 2010 | Lý thuyết bất định | + |
| H2 | CL | Chiến lược kinh doanh | Khalid (2005) | Lý thuyết bất định | + |
| H3 | TĐ | Trình độ nhân viên kế toán | Tùng, T.V và các công sự (2021); Trần, N.H. (2016); Đặng, N.M. (2019) | Lý thuyết lợi ích – chi phí | + |
| H4 | VH | Văn hóa doanh nghiệp | Moisello, A. M. (2012); Liu, L.Y.J. & Pan, F. (2011). | Lý thuyết bất định | + |
| H5 | TC | Nguồn lực tài chính | Amrik & Walter, 1998; Ríos-Manríquez & cộng sự (2014). | Lý thuyết lợi ích – chi phí | + |

*(Nguồn: Tác giả tổng hợp)*

## 4. Phương pháp nghiên cứu và thu thập dữ liệu

### *4.1 Dữ liệu và phương pháp thu thập dữ liệu*

Tác giả đã thu thập cả dữ liệu thứ cấp và dữ liệu sơ cấp để đánh giá thực trạng về việc áp dụng kế toán quản trị dựa trên phương pháp phân bổ chi phí ước tính theo ABC trong các đơn vị.

Mục đích là xây dựng mô hình nghiên cứu và xác minh tính khả thi của mô hình.

Dữ liệu thứ cấp được thu thập thông qua phương pháp sưu tầm tài liệu, phương pháp thảo luận nhóm, gồm các chuyên gia am hiểu về Kế toán quản trị chi phí và đại diện lãnh đạo của các DN sản xuất trên địa bàn TP. HCM và dữ liệu sơ cấp được thu thập từ bảng câu hỏi khảo sát thông qua phỏng vấn trực tiếp và sử dụng phần mềm Google Documents, để đại diện lãnh đạo các đơn vị trả lời các câu hỏi. Nội dung các câu hỏi là các biến quan sát đo lường các biến trong mô hình nghiên cứu và sử dụng thang đo 5 Likert cho toàn bộ bảng hỏi: 1 – Hoàn toàn đồng ý; 2 – Không đồng ý; 3 – Bình thường; 4 – Đồng ý; 5 – Hoàn toàn đồng ý. Với các đối tượng khảo sát là cán bộ công nhân viên ngẫu nhiên đang là giám đốc, phó giám đốc, trưởng, phó phòng và đại diện nhân viên thuộc bộ phận kế toán của các đơn vị được chọn lọc. Theo nghiên cứu của Hair và cộng sự (2006), để sử dụng phương pháp EFA, kích thước mẫu tối thiểu gấp 5 lần tổng số thang đo (biến quan sát) của các biến độc lập. Tại nghiên cứu này có 5 biến độc lập với tổng là 25 biến được quan sát đến, vì vậy kích thước mẫu tối thiểu phải đạt là 25x5 = 125.

Với nghiên cứu Tabachnick và Fidell (2007), thì cỡ mẫu tối thiểu để phân tích hồi quy đa biến cần đạt được xác định dựa trên công thức: n > = 50 + 8k (Với k: số biến độc lập). Theo đó, nghiên cứu này có 5 biến, vì vậy kích thước mẫu tối thiểu là 50 + 8x5 = 90.

Tác giả đã sử dụng cả phương pháp EFA và hồi quy tuyến tính trong nghiên cứu của mình và lựa chọn kích thước mẫu lớn để đảm bảo tính đáng tin cậy của kết quả. Tác giả đã gửi bảng câu hỏi khảo sát đến 177 DN sản xuất tại TP.HCM trong khoảng thời gian từ tháng 11/2023 đến 01/2024. Tổng cộng, có 303 bảng trả lời được thu thập, trong đó 11 bảng không hợp lệ do trả lời thiếu thông tin. Như vậy, Tác giả đã chọn mẫu là 292 bảng trả lời hợp lệ để sử dụng trong phân tích, vì số lượng này đáp ứng được yêu cầu tối thiểu là 125.

### *4.2 Phương pháp xử lý dữ liệu*

Tác giả đã sử dụng phương pháp thống kê mô tả để xác định trọng số và tần suất của các biến trong mô hình nghiên cứu, dựa trên dữ liệu khảo sát thu thập được. Trong khi đó, dữ liệu định lượng đã được xử lý trên phần mềm SPSS 22.0 để phân tích độ tin cậy của các nhân tố và tiêu chí đo lường nhân tố, cũng như để áp dụng phương pháp thống kê để tổng hợp và so sánh. Mục tiêu của nghiên cứu là lượng hóa mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến kế toán quản trị dựa trên phương pháp phân bổ chi phí ước tính theo ABC tại các DN sản xuất trên địa bàn TP. HCM. Để đảm bảo mô hình EFA và hồi quy đa biến đảm bảo khả năng tin cậy và hiệu quả, tác giả đã thực hiện các kiểm định bao gồm kiểm định tính thích hợp EFA, kiểm định tương quan của các biến quan sát trong thước đo đại diện, kiểm định tương quan từng phần của các hệ số hồi quy, kiểm định mức độ phù hợp của mô hình và hiện tượng phương sai phần dư thay đổi.

## 5. Kết quả và thảo luận

### *5.1 Kiểm định chất lượng thang đo*

Với kết quả kiểm định chất lượng thang đo ở Bảng 1 dưới đây ta thấy, hệ số Cron-bach's Alpha của tổng thể đều > 0.6. Như vậy, hệ thống thang đo được xây dựng gồm 5 thang đo đảm bảo chất lượng tốt với 21 biến quan sát đặc trưng.

**Bảng 1. Bảng tổng hợp kết quả chỉ số thang đo Cro-bach's Alpha**

| STT | Nhóm biến | Số biến quan sát | Cron-bach's Alpha |
|---|---|---|---|
| 1 | Đặc điểm sản xuất kinh doanh | 5 | 0.835 |
| 2 | Chiến lược kinh doanh | 4 | 0.853 |
| 3 | Trình độ nhân viên kế toán | 4 | 0.786 |
| 4 | Văn hóa doanh nghiệp | 4 | 0.812 |
| 5 | Nguồn lực tài chính | 4 | 0.803 |
| 6 | Kế toán quản trị dựa trên phương pháp phân bổ chi phí | 3 | 0.827 |

ước tính theo ABC tại các DN sản xuất trên địa bàn TP. HCM.

*(Nguồn: Dữ liệu được phân tích bởi phần mềm SPSS 22.0)*

### *5.2 Phân tích nhân tố khám phá*

Phân tích nhân tố khám phá EFA biến phụ thuộc: Ở Bảng 2 - Kết quả kiểm định Bartlett's cho thấy, giữa các biến trong tổng thể có mối tương quan với nhau (sig = 0.000 < 0.05). Đồng thời, hệ số KMO = 0.778 > 0.5, chứng tỏ phân tích nhân tố để nhóm các biến lại với nhau là thích hợp và dữ liệu phù hợp cho việc phân tích. Mặt khác, kết quả ở Bảng 03 cho thấy, với phương pháp rút trích Principal components và phép quay Varimax, tổng phương sai trích = 65.859% > 50% cho thấy mô hình EFA là phù hợp. Như vậy, 1 nhân tố được trích cô đọng được 65.859% > 50% biến thiên các biến quan sát, đạt yêu cầu.

**Bảng 2. Bảng kết quả chỉ số KMO và kiểm định Bartlett's**

| KMO and Bartlett's Test | | |
|---|---|---|
| Hệ số Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) | | 0.778 |
| Mô hình kiểm định của Bartlett's | Giá trị Chi-Square | 425.907 |
| | Bậc tự do | 6 |
| | Giá trị P-Value (Sig.) | 0,00 |

*(Nguồn: Dữ liệu được phân tích bởi phần mềm SPSS 22.0)*

**Bảng 3. Bảng kết quả chỉ số Phương sai trích biến phụ thuộc**

| Nhân tố | Giá trị Eigenvalues | | | Chỉ số sau khi trích | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Tổng | Phương sai trích % | Tích lũy phương sai trích % | Tổng | Phương sai trích % | Tích lũy phương sai trích % |
| 1 | 2.634 | 65.859 | 65.859 | 2.634 | 65.859 | 65.859 |

*(Nguồn: Dữ liệu được phân tích bởi phần mềm SPSS 22.0)*

Khi thực hiện phân tích nhân tố khám phá EFA biến độc lập: Tại Bảng 4 dưới đây, ta có KMO = 0.857, thỏa mãn điều kiện $0.5 \leq KMO \leq 1$, nên phân tích nhân tố được chấp nhận với dữ liệu nghiên cứu. Sig Barlett's Test= 0.000 < 0.05, cho thấy kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê, chứng tỏ các biến quan sát có tự tương quan với nhau trong nhân tố. Tiếp đến kết quả số liệu từ Bảng 5, sau khi chạy Fixed number of factors ta thấy phương sai trích là 64.145% > 50% đạt yêu cầu. Với phương pháp rút trích Principal components và phép quay Vari-max, có 5 yếu tố được rút trích ra từ 21 biến quan sát. Điều này cũng có nghĩa, 5 yếu tố rút trích ra thể hiện khả năng giải thích được 64.145, sự thay đổi của biến phụ thuộc trong tổng thể.

**Bảng 4. Bảng kết quả chỉ số KMO và kiểm định Bartlett's**

| KMO and Bartlett's Test | | |
|---|---|---|
| Hệ số Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) | | 0.857 |
| Mô hình kiểm định của Bartlett's | Giá trị Chi-Square | 2,354.066 |
| | Bậc tự do | 210 |
| | Giá trị P-Value (Sig.) | 0.00 |

*(Nguồn: Dữ liệu được phân tích bởi phần mềm SPSS 22.0)*

**Bảng 5. Bảng kết quả chỉ số Phương sai trích biến độc lập**

| Nhân tố | Giá trị Eigenvalues | | | Chỉ số sau khi trích | | | Chỉ số sau khi xoay | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Tổng | Phương sai trích % | Tích lũy phương sai trích % | Tổng | Phương sai trích % | Tích lũy phương sai trích % | Tổng | Phương sai trích % | Tích lũy phương sai trích % |
| 1 | 5.694 | 27.116 | 27.116 | 5.694 | 27.116 | 27.116 | 3.057 | 14.557 | 14.557 |
| 2 | 2.641 | 12.576 | 39.692 | 2.641 | 12.576 | 39.692 | 2.816 | 13.411 | 27.968 |
| 3 | 1.911 | 9.099 | 48.791 | 1.911 | 9.099 | 48.791 | 2.608 | 12.417 | 40.385 |
| 4 | 1.690 | 8.048 | 56.839 | 1.690 | 8.048 | 56.839 | 2.528 | 12.039 | 52.424 |
| 5 | 1.534 | 7.306 | 64.145 | 1.534 | 7.306 | 64.145 | 2.461 | 11.721 | 64.145 |

*(Nguồn: Dữ liệu được phân tích bởi phần mềm SPSS 22.0)*

**Bảng 6. Bảng kết quả Ma trận xoay nhân tố**

| | Nhân tố thành phần | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ĐĐ3 | 0.793 | | | | |
| ĐĐ5 | 0.745 | | | | |
| ĐĐ4 | 0.742 | | | | |
| ĐĐ2 | 0.733 | | | | |
| ĐĐ1 | 0.727 | | | | |
| CL3 | | 0.843 | | | |
| CL4 | | 0.839 | | | |
| CL2 | | 0.809 | | | |
| CL1 | | 0.806 | | | |
| VH2 | | | 0.792 | | |
| VH1 | | | 0.791 | | |
| VH4 | | | 0.760 | | |
| VH3 | | | 0.737 | | |
| NL1 | | | | 0.773 | |
| NL4 | | | | 0.772 | |
| NL3 | | | | 0.742 | |
| NL2 | | | | 0.735 | |
| TĐ3 | | | | | 0.789 |
| TĐ1 | | | | | 0.773 |
| TĐ4 | | | | | 0.748 |
| TĐ2 | | | | | 0.693 |

Kết quả các nhóm yếu tố được gom lại gồm 5 nhóm với 21 biến quan sát, cụ thể như sau:
Nhóm 1 (Yếu tố Đặc điểm sản xuất kinh doanh) gồm 5 biến: ĐĐ1, ĐĐ2, ĐĐ3, ĐĐ4, ĐĐ5.
Nhóm 2 (Yếu tố Chiến lược kinh doanh) gồm 4 biến: CL1, CL2, CL3, CL4.
Nhóm 3 (Yếu tố Văn hóa doanh nghiệp) gồm 4 biến: VH1, VH2, VH3, VH4.
Nhóm 4 (Yếu tố Nguồn lực tài chính) gồm 4 biến: NL1, NL2, NL3, NL4.
Nhóm 5 (Yếu tố Trình độ nhân viên kế toán) gồm 4 biến: TĐ1, TĐ2, TĐ3, TĐ4.

***5.3 Kiểm định mô hình hồi quy tuyến tính đa biến***

Nghiên cứu thực hiện chạy hồi quy tuyến tính đa biến với phương pháp đưa vào một lượt

(phương pháp Enter), ta có: Trong bảng 7 khi xét tα/2 và tstat của các biến để đo độ tin cậy, thì các biến độc lập ĐĐ, CL, TĐ, VH và NL đều có các hệ số hồi quy lớn hơn 0. Như vậy tất cả các biến độc lập đưa vào phân tích hồi quy đều tác động cùng chiều tới biến phụ thuộc do dấu dương và các giá trị Sig. thể hiện độ tin cậy khá cao, đều < 0.05. Dựa vào độ lớn của hệ số hồi quy chuẩn hóa Beta, thứ tự mức độ tác động từ mạnh nhất tới yếu nhất của các biến độc lập tới biến phụ thuộc HL là: NL (0.323) > TĐ (0.276) > ĐĐ (0.219) > VH (0.187) > CL (0.174). Ngoài ra, hệ số Tolerance đều > 0.5 và hệ số VIF của các hệ số Beta đều < 2 cho thấy không có hiện tượng đa cộng tuyến xảy ra.

**Bảng 7. Bảng kết quả thông số trong mô hình hồi quy bằng phương pháp Enter**

| Mô hình | Hệ số chưa chuẩn hóa | | Hệ số chuẩn hóa | t | Sig. | Thống kê đa cộng tuyến | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | B | Sai số chuẩn | Beta | | | Hệ số Tolerance | Hệ số VIF |
| (Constant) | 0.256 | 0.170 | | 1.509 | 0.132 | | |
| ĐĐ | 0.182 | 0.035 | 0.219 | 5.191 | 0.000 | 0.762 | 1.312 |
| CL | 0.132 | 0.029 | 0.174 | 4.522 | 0.000 | 0.915 | 1.093 |
| TĐ | 0.232 | 0.035 | 0.276 | 6.711 | 0.000 | 0.801 | 1.249 |
| VH | 0.141 | 0.031 | 0.187 | 4.533 | 0.000 | 0.793 | 1.261 |
| NL | 0.256 | 0.034 | 0.323 | 7.609 | 0.000 | 0.751 | 1.331 |

*(Nguồn: Dữ liệu được phân tích bởi phần mềm SPSS 22.0)*

### *5.4 Đánh giá mức độ phù hợp của mô hình hồi quy tuyến tính đa biến*

Bảng 8 cho thấy, giá trị hệ số tương quan là 0.793 > 0.5. Do vậy, đây là mô hình thích hợp để sử dụng đánh giá mối quan hệ giữa biến phụ thuộc và các biến độc lập. Ngoài ra, hệ số xác định của mô hình hồi quy $R^2$ hiệu chỉnh = 0.606 = 60.6%. Các biến độc lập giải thích được 60.6% sự thay đổi của biến phụ thuộc, còn lại 39.4% là sự thay đổi của các biến còn lại hoặc là sai số ngẫu nhiên. Hệ số Durbin-Watson = 1.949, nằm trong khoảng từ 1 - 3 nên không có hiện tượng tự tương quan chuỗi bậc nhất xảy ra.

**Bảng 8. Bảng kết quả thông số mức độ phù hợp của mô hình**

| Mô hình | Hệ số R | Hệ số $R^2$ | Hệ số $R^2$ hiệu chỉnh | Sai số chuẩn của ước lượng | Hệ số Durbin-Watson |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | .783a | 0.613 | 0.606 | 0.36614 | 1.949 |

*(Nguồn: Dữ liệu được phân tích bởi phần mềm SPSS 22.0)*

### *5.5 Phương trình hồi quy*

**ABC = 0.323*NL + 0.276*TĐ + 0.219*ĐĐ + 0.187*VH + 0.174*CL**

*(Nguồn: Dữ liệu được phân tích bởi phần mềm SPSS 22.0)*

## 6. Kết luận và hàm ý quản trị

### *6.1 Kết luận*

Tại Mục 4 của bài viết, thông qua các kiểm định của mô hình nghiên cứu, có thể khẳng định các giả thuyết H1, H2, H3, H4 và H5 đều được chấp nhận và có 5 nhân tố ảnh hưởng đến việc vận dụng phương pháp ABC tại các DN sản xuất trên địa bàn TP.HCM, theo thứ tự từ cao đến thấp như sau: như sau: Nhân tố Nguồn lực tài chính (0.323) > Nhân tố Trình độ nhân viên kế toán (0.276) > Nhân tố Đặc điểm sản xuất kinh doanh (0.219) > Nhân tố Văn hóa doanh nghiệp (0.187) > Nhân tố Chiến lược kinh doanh (0.174).

### *6.2 Hàm ý quản trị*

Dựa trên các kết quả ở trên, tác giả đưa ra một số giải pháp để nâng cao khả năng Kế toán quản trị chi phí dựa trên phương pháp phân bổ chi phí ước tính ABC tại các DN sản xuất trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh như sau:

*Đối với nhân tố Nguồn lực tài chính*

Các DN cần đánh giá đúng năng lực tài chính hiện thời của doanh nghiệp, chuẩn bị đầy đủ nguồn lực về kinh phí, thời gian. Khi thực hiện phương pháp này, cần thực hiện phân tích định lượng, do vậy, phải trang bị máy tính và phần mềm phù hợp với đặc thù kinh doanh của doanh nghiệp.

*Đối với nhân tố Trình độ nhân viên kế toán*

Các DN cần tạo điều kiện thuận lợi cho nhân viên trực thuộc bộ phận kế toán tham gia sinh hoạt, học tập bồi dưỡng thường xuyên và liên tục ở các hội nghề nghiệp. Phổ biến rộng rãi và có kế hoạch huấn luyện đào tạo từ các chuyên gia để triển khai phương pháp ABC cho tất cả cán bộ nhân viên của đơn vị biết và sắp xếp thời gian tham gia huấn luyện. Mời các chuyên gia có Công ty đang áp dụng mô hình này về doanh nghiệp truyền đạt kinh nghiệm thực hiện là các giám đốc tài chính, các kế toán trưởng giàu kinh nghiệm.

*Đối với nhân tố Đặc điểm sản xuất kinh doanh*

Các DN sản xuất trên địa bàn TP. HCM cần nhận thức về đặc điểm sản xuất kinh doanh phù hợp nhằm áp dụng mô hình kế toán quản trị chi phí theo phương pháp ABC có hiệu quả. Lưu ý, tuỳ thuộc vào đặc điểm sản xuất – kinh doanh và quy trình công nghệ, mỗi DN có các hoạt động tạo ra chi phí gián tiếp khác nhau. Các hoạt động đó thường xuất phát từ khâu đầu tiên của quá trình sản xuất, vận hành máy, kiểm tra sản phẩm và nghiệm thu… Do vậy, mỗi một hoạt động cần tập hợp chi phí riêng, sau đó chọn tiêu thức khoa học phân bổ chi phí vào các đối tượng tính giá thành.

*Đối với nhân tố Văn hóa doanh nghiệp và chiến lược kinh doanh*

Cần xem xét các yếu tố nội tại (yếu tố nào thúc đẩy sự phát triển và ngược lại); có chiến lược hướng về cấu trúc chi phí, chiến lược cạnh tranh theo lợi thế (về giá, dịch vụ đi kèm), chiến lược sản phẩm mới. Văn hóa doanh nghiệp và định hướng cho ABC mặc dù có tác động không cao tuy nhiên chúng ta cũng nên nếu cần thiết cũng phải thay đổi, đánh đổi nhưng không làm mất bản sắc doanh nghiệp nhưng đem lại hiệu quả cao nhất, thuận lợi nhất cho ABC.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Anderson, S.W. (1999). The impact of contextual and process factors on the evaluation of activity-based costing systems. Accounting, Organizations and Society, Volume 24, Issue 7, October 1999: 525-559.
2. Cooper, R., & Kaplan, R. S. (1988). How cost accounting distorts product costs. Strategic Finance, 69(10), 20.
3. Covaleski, M.A., Dirsmith, M.W. & Samuel, S. (1996), "Managerial accounting research: the contributions of organizational and sociological theories", Jounal of Managemant Acccounting Research, No. 8, pp. 1 - 35.
4. Cổng thông tin điện tử – Bộ Tài Chính. Yếu tố nào ảnh hưởng tới kinh tế Việt Nam năm 2023?. Tại: https://mof.gov.vn/webcenter/portal/ttncdtbh/pages_r/l/chi-tiet-tin?dDocName=MOFUCM257536.
5. Douglas T. Hick, 1992. Activty – Absed Costing for Small and Mid – Sized Business, An Implemetation Guide, John Wiley & Sons Inc.
6. HairJ.F, Anderson, R.E., Tatham, R.L., and Black, W.C. (2006). Multivariatedata analysis. Prentice-Hall, International, Inc.

7. Khalid, A. (2005). Activity-based costing in Saudi Arabia's fargest 100 firms in 2003. Journal of American Academy of Business, Cambridge, 6(2): 285-292.
8. Fei, Z.Y. and Isa, C.R., (2010). Factors Influencing Activity-Based Costing Success: A Research Framework. International Journal of Trade, Economics and Finance, Vol. 1, No. 2, August, 2010: 144 -150.
9. Majid, J.A. andSulaiman, M., (2008). Implementation of activity-based costing in Malaysia: A case study of two com- panies. Asian Review of Accounting, 16(1): 39-55.
10. Moisello, A. M. (2012). ABC: Evolution, problems of implementation and organizational variables.
11. Tùng, T.V, Thảo, N. N. N., & Hải, T. P. (2021). Các nhân tố ảnh hưởng đến vận dụng phương pháp ABC tại các doanh nghiệp sản xuất thép trên địa bàn TP.HCM. Tạp chí Kế toán và Kiểm toán, (208-209).
12. Spekle, R.F., (2003). Towards a Transaction Cost Theory of Management Control. ERIM Report Series Reference No. ERS-2002-06-FandA.

# CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN VẬN DỤNG KẾ TOÁN QUẢN TRỊ CHI PHÍ TẠI CÁC CÔNG TY CHẾ BIẾN THỰC PHẨM TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

**Phạm Thị Ngọc Hiền***
Viện Đào tạo Sau đại học, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: hienpham3979@gmail.com.

## TÓM TẮT

Kế toán quản trị chi phí có vai trò quan trọng trong việc cung cấp thông tin phục vụ quản trị nội bộ cho các nhà quản lý trong doanh nghiệp nhằm nâng cao hiệu quả quản lý và sử dụng chi phí trong đơn vị. Mục đích của nghiên cứu này là xác định mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến việc vận dụng kế toán quản trị chi phí (KTQTCP) tại các công ty chế biến thực phẩm trên địa bàn TP.HCM, từ đó đề xuất những hàm ý quản trị giúp các công ty có thể vận dụng hiệu quả công cụ KTQTCP góp phần nâng cao hiệu quản trị chi phí của đơn vị. Phương pháp nghiên cứu định tính kết hợp với phương pháp nghiên cứu định lượng với mô hình nhân tố khám phá (EFA) được sử dụng để thực hiện đề tài này. Kết quả nghiên cứu đã xác định có 5 nhân tố đều tác động cùng chiều đến vấn đề nghiên cứu, đó là Trình độ nhân viên kế toán; Đặc điểm tổ chức sản xuất của công ty; Phương pháp, kỹ thuật thực hiện; Nhu cầu thông tin của nhà quản lý công ty và nhân tố Mức độ ứng dụng công nghệ thông tin.
*Từ khóa:* Công ty chế biến thực phẩm; Kế toán quản trị chi phí; Thành phố Hồ Chí Minh.

## 1. Đặt vấn đề

Trên thế giới, KTQT nói chung và KTQTCP nói riêng đã tồn tại rất lâu trong hệ thống kế toán doanh nghiệp. Tuy nhiên, nó chỉ mới được hệ thống hóa và phát triển một cách có hệ thống về lý luận và thực tiễn ở những thập niên gần đây, đặc biệt là ở các doanh nghiệp có quy mô lớn, có trình độ nhất định về khoa học kỹ thuật cũng như trình độ quản lý và điều kiện xử lý thông tin. Tại Việt Nam, KTQTCP mới chỉ được các nhà quản lý quan tâm nhiều trong những năm gần đây trong việc xác định nhu cầu thông tin của KTQTCP phục vụ cho nhà quản trị ra quyết định trong quản lý, kiểm soát chi phí của tổ chức sao cho việc sử dụng được tiết kiệm và hiệu quả, từ đó góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của đơn vị.

Trên thực tế, hầu hết các công ty chế biến thực phẩm nói chung và công ty sản xuất chế biến thực phẩm trên địa bàn TP.HCM nói riêng chưa thật sự chú trọng đến việc vận dụng KTQTCP một cách bài bản. Theo bà Lý Kim Chi, Chủ tịch Hội Lương thực Thực phẩm, cho biết chỉ số phát triển công nghiệp của ngành lương thực thực phẩm và đồ uống năm 2020 có giảm nhẹ so với cùng kỳ 2019 khi giảm 0,7%. Nguyên nhân chính của sự sụt giảm này là bởi phân ngành sản xuất đồ uống giảm sâu 5,7% khi chịu tác động kép từ Nghị định 100/2019 ngày 30/12/2019 của Chính phủ và đại dịch Covid-19. Trong khi đó phân ngành sản xuất chế biến thực phẩm tăng trưởng khả quan khi tăng 2,2%. Đặc biệt, chỉ số tiêu thụ các sản phẩm chế biến thực phẩm tăng 4,3%. Với tốc độ tăng trưởng ổn định, ngành chế biến thực phẩm đã có đóng góp quan trọng vào sự phát triển của bốn ngành công nghiệp trọng yếu nói riêng và ngành công nghiệp TP.HCM nói chung. Bên cạnh đó các công trình nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng đến vận dụng KTQTCP tại các công ty chế biến thực phẩm cho đến thời điểm

này còn khá ít, do vậy việc tác giả chọn thực hiện nghiên cứu nhằm đề xuất các kiến nghị mang hàm ý quản trị để lãnh đạo các công ty chế biến thực phẩm có định hướng để có thể vận dụng hiệu quả KTQTCP cho đơn vị.

## 2. Cơ sở lý thuyết

### *2.1 Tổng quan các công trình nghiên cứu liên quan*

**Khaled Abed Hutaibat, (2005)** nghiên cứu về thực hành kế toán quản trị tại Jordan – Tiếp cận theo hướng dự phòng). Bằng việc sử dụng kết hợp phương pháp nghiên cứu định tính kết hợp với phương pháp nghiên cứu định lượng, kết quả nghiên cứu đã kiểm định thành công mô hình nghiên cứu về các nhân tố tác động đến việc vận dụng KTQT trong DN bao gồm các nhân tố sau: Quy mô DN (tổng doanh thu hàng năm), Tỷ lệ sở hữu của nhà đầu tư ngoại trong DN, Đặc điểm ngành nghề kinh doanh của DN, Mức độ cạnh tranh thị trường (nội địa & quốc tế). Để xác định các nhân tố trên, tác giả đã sử dụng nghiên cứu định tính, tuy nhiên để áp dụng mô hình này người dùng cần cân nhắc cũng như điều chỉnh một vài đặc điểm trong chính sách của Nhà nước về ngành nghề, địa lý, … tại nơi đó nhằm phù hợp với tình hình thực tế của DN, mà tại đó tồn tại sự khác biệt với đặc điểm của các đơn vị tại Jordan. Đề tài là nghiên cứu chung cho các DN, chưa nghiên cứu cụ thể cho từng ngành nghề cụ thể.

**Abdel-Kader và Luther, R. (2008)** nghiên cứu về tác động của các đặc điểm của DN đối với thực hành KTQT tại Vương quốc Anh. Tác giả đả sử dụng kết hợp phương pháp nghiên cứu định tính và phương pháp nghiên cứu định lượng để thực hiện đề tài. Nội dung chính của đề tài là nghiên cứu về việc vận dụng KTQT trong 658 doanh nghiệp hoạt động trong ngành công nghiệp thực phẩm, nước giải khát tại Anh Quốc đã khảo sát sự tác động đến mức độ phức tạp của việc vận dụng KTQT tại các DN với mười nhân tố tác động khác nhau bao gồm: nhận thức của DN về sự bất ổn của môi trường, thiết kế tổ chức của DN, quy mô của DN, mức độ phức tạp của hệ thống xử lý, kỹ thuật sản xuất tiên tiến (AMT), quản trị chất lượng toàn diện (TQM), quản trị Just in Time (JIT), chiến lược của DN, sức mạnh về nguồn lực khách hàng, mức độ dễ hư hỏng của hàng hóa. Tuy nhiên kết quả nghiên cứu sau khảo sát chỉ ra chỉ có các nhân tố nhận thức của DN về sự bất ổn của môi trường, thiết kế tổ chức của DN, quy mô của DN, kỹ thuật sản xuất tiên tiến (AMT), quản trị chất lượng toàn diện (TQM), quản trị Just in Time (JIT), sức mạnh về nguồn lực khách hàng là có tác động đến việc vận dụng KTQT.

**Lucas và cộng sự (2013)** nghiên cứu về thực hành KTQT tiến hành khảo sát thực trạng vận dụng KTQT trong các DNNVV tại Anh. Tác giả sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính khi nghiên cứu đề tài. Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra rằng việc vận dụng KTQT trong DNNVV chịu sự tác động của các nhân tố như: quy mô, giới hạn tài chính, yêu cầu từ các bên liên quan bên ngoài DN, nền tảng kiến thức và kinh nghiệm của đội ngũ quản lý, nhân viên và cuối cùng là môi trường kinh doanh và ngành nghề DN đó kinh doanh. Hạn chế của đề tài chưa kiểm định mô hình nghiên cứu nhằm khẳng định và xác định mức độ tác động của từng nhân tố đến việc vận dụng KTQT của các DN; đồng thời kết quả nghiên cứu cũng chưa cụ thể hóa cho từng ngành nghề riêng biệt của các DN.

**Malorzata Kucharczyk và cộng sự (2014)** nghiên cứu về vận dụng KTQT trong các DNNVV). Đề tài được thực hiện bởi phương pháp nghiên cứu định tính. Kết quả nghiên cứu của tác giả cho thấy lý do hạn chế sự phát triển của KTQT trong các DNNVV có liên quan tới chi phí mà nhà quản lý cam kết cho tổ chức KTQT và một điều rất quan trọng nữa là kiến thức về KTQT của người quản lý các DNVVN. Ngoài ra, việc thiếu kiến thức về các công cụ KTQT của cán bộ công nhân viên trong DN sẽ làm giảm đáng kể hiệu quả của việc sử dụng KTQT.

**Howard và cộng sự (2016)** nghiên cứu về sử dụng các kỹ thuật KTQT bởi các DNNVV: Trường hợp nghiên cứu việc áp dụng tại Canada và Úc. Tác giả đã sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính kết hợp với phương pháp định lượng để thực hiện đề tài. Kết quả nghiên cứu đã khẳng định các DNNVV đại diện cho một bộ phận lớn và quan trọng trong sự phát triển của các nền kinh tế. Tuy nhiên mức độ sử dụng các kỹ thuật KTQT của các đơn vị này còn rất ít và chưa bài bản như hệ thống chi phí; dự toán ngân sách; báo cáo trung tâm trách nhiệm và phân tích để ra quyết định. Ngoài ra kết quả nghiên cứu còn xác định được có 3 nhân tố chính ảnh hưởng đến việc áp dụng các kỹ thuật KTQT, đó là: (1) Nhận thức về tính hữu ích của kỹ thuật KTQT của nhà quản lý DN; (2) Sự phức tạp của môi trường hoạt động của các DN; (3) Thời gian hoạt động của DN.

**Peter Kamala và cộng sự (2020)** nghiên cứu về việc vận dụng các công cụ KTQT trong việc định giá DN cho các DNNVV. Kết quả cho hầu hết các DNNVV sử dụng các công cụ KTQT, gồm các công cụ lập ngân sách, các công cụ đo lường hiệu suất và các công cụ định giá. Kết quả cho thấy hầu hết các DNNVV sử dụng công cụ KTQT ở một mức độ nhất định nào đó. Nguyên nhân chính là do thiếu sự hỗ trợ của ban lãnh đạo cao nhất cũng như trình độ chuyên môn về KTQT của nhân sự. Nghiên cứu còn cho thấy, KTQT được sử dụng cho mục đích đo lường và giám sát hoạt động kinh doanh của các DN này và KTQT được xác định là có hiệu quả, với công cụ đo lường hiệu suất có hiệu quả hơn, tiếp đến là công cụ định giá, sau đó là công cụ lập ngân sách.

### *2.2 Tổng quan về quản trị chi phí*

#### *2.2.1 Khái niệm và bản chất của kế toán quản trị chi phí*

Theo Periasamy P. (2010), kế toán quản trị chi phí là hệ thống kế toán chính thức được thiết lập để ghi nhận chi phí. Đó là một quá trình có tính hệ thống để xác định giá thành đơn vị của sản phẩm sản xuất ra hoặc dịch vụ được cung cấp. Cùng quan điểm trên, Atkinson Anthony và cộng sự (2012) cho rằng kế toán quản trị chi phí cung cấp chi tiết thông tin chi phí theo nhu cầu của nhà quản trị để kiểm soát hoạt động kinh doanh hiện tại và lập kế hoạch cho tương lai. Kết quả từ những nghiên cứu này cho thấy, kế toán quản trị chi phí không phải là một bộ phận độc lập mà nó là một bộ phận kế toán giao thoa giữa kế toán tài chính và kế toán quản trị.

Hansen – Mowen (2003) cho rằng trong doanh nghiệp kế toán quản trị chi phí có ba vai trò chính là lập kế hoạch, kiểm soát chi phí và đưa ra quyết định. Theo đó, lập kế hoạch là giúp nhà quản trị xây dựng chi tiết các hoạt động trong tương lai để đạt được mục tiêu cụ thể, đồng thời phải xác định được các phương pháp để đạt các mục tiêu đó. Trong các kế hoạch của doanh nghiệp thí kế hoạch tài chính là quan trọng và việc xây dựng một kế hoạch tài chính để điều tra tài chính dựa trên kế hoạch kinh doanh và kế hoạch chi phí để xây dựng một nguồn tài trợ và kế hoạch trả nợ. Kế hoạch chi phí phải được lập một cách chi tiết cho từng nhóm chi phí và xác định chi phí của từng khoản chi phí.

#### *2.2.2 Nội dung tổ chức kế toán quản trị chi phí*

**Nhận diện và xác lập định mức chi phí:** Theo Abdel-Kader (2008), định mức có ý nghĩa quan trọng trong việc lập kế hoạch và kiểm soát trong một doanh nghiệp. Định mức ảnh hưởng đến quá trình chuẩn bị ngân sách. Định mức được áp dụng cho các chi phí liên quan đến sản xuất và ngoài sản xuất. Nếu không có định mức, các chi phí có thể vượt ra khỏi giới hạn và thời gian cần thiết cho phép. Định mức chi phí là khoản chi được định trước bằng cách lập ra những tiêu chuẩn gắn với từng trường hợp hay từng điều kiện làm việc cụ thể. Định mức chi phí được xem là một thang điểm để đo lường việc thực hiện chi phí trong thực tế sản xuất kinh doanh. Định mức chi phí được xây dựng theo hai tiêu thức cơ bản: định mức lượng và định mức giá. Trong một doanh nghiệp sản xuất các chi phí thường được định mức như chi phí nguyên vậy liệu trực tiếp; chi phí nhân công trực tiếp và chi phí sản xuất chung, trong đó

định mức chi phí sản xuất chung được xây dựng theo biến phí sản xuất chung và định phí sản xuất chung nhằm phục vụ cho việc phân tích biến động chi phí sản xuất chung.

**Dự toán chi phí:** Dự toán là một kế hoạch chi tiết được lập cho một kỳ hoạt động trong tương lai, biểu hiện dưới hình thức định lượng (số lượng và giá trị), chỉ ra việc huy động các nguồn lực và việc sử dụng chúng trong thời kỳ đó. Do đó, dự toán là một công cụ của nhà quản lý được sử dụng trong việc lập kế hoạch, kiểm soát và đánh giá hoạt động. Dự toán rất cần thiết để quản lý, điều hành hoạt động kinh doanh của các tổ chức. Các số liệu điều tra cho thấy rằng hầu hết các tổ chức có qui mô vừa và lớn trên toàn thế giới đều lập dự toán (Horgren et al., 2012). Dự toán cung cấp cho doanh nghiệp thông tin về toàn bộ kế hoạch kinh doanh của doanh nghiệp một cách có hệ thống và đảm bảo việc thực hiện các mục tiêu đã đề ra. Dự toán có thể chia thành dự toán tĩnh và dự toán linh hoạt.

**Đo lường kết quả chi phí sản xuất và tính giá thành sản phẩm:** Theo Ahmad, K. (2012), giá thành là một chỉ tiêu tổng hợp phản ánh chất lượng toàn bộ hoạt động sản xuất kinh doanh và quản lý kinh tế tài chính tại doanh nghiệp. Để phấn đấu tăng hiệu quả của hoạt động sản xuất kinh doanh, đứng về góc độ chủ quan của nhà quản lý là làm sao có thể tiết kiệm tối đa các khoản chi phí phát sinh, liên quan đến hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

**Phân tích, đánh giá chênh lệch chi phí giữa thực tế với định mức:** Theo Sikka (2003), phân tích, đánh giá chênh lệch chi phí giữa thực tế với định mức để kiểm soát chi phí và tính giá thành sản phẩm phục vụ cho công tác phân tích hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Trong thực tế kế toán thường tiến hành phân tích biến động chi phí nguyên vật liệu trực tiếp; chi phí nhân công trực tiếp; chi phí sản xuất chung; chi phí bán hàng và quản lý doanh nghiệp.

**Cung cấp thông tin chi phí phục vụ các quyết định kinh doanh:** Theo Hansen và Mowen (2003), xác định giá bán là một trong những quyết định quan trọng nhất của nhà quản lý. Xác định giá sản phẩm không phải chỉ là một quyết định của quá trình tiếp thị, nó là một quyết định có liên quan đến tất cả các lĩnh vực hoạt động của công ty. Do đó thông tin kế toán quản trị, đặc biệt là thông tin về chi phí có vai trò rất quan trọng trong việc quyết định giá bán của công ty. Nhiệm vụ của các nhà quản trị là lựa chọn các phương án kinh doanh và đưa ra các quyết định một cách kịp thời để nắm bắt nhanh cơ hội kinh doanh, do đó thông tin về chi phí mà kế toán quản trị cung cấp thường mang tính linh hoạt, kịp thời và thích hợp với từng loại quyết định cũng như việc lựa chọn các phương án kinh doanh thích hợp.

***2.3 Lý thuyết nền vận dụng trong nghiên cứu***

***Lý thuyết ngẫu nhiên:*** Theo Chenhall (2005), cách tiếp cận ngẫu nhiên đối với KTQT được dựa trên giả thiết rằng không có một hệ thống kế toán tổng quát nào phù hợp áp dụng cho tất cả các tổ chức trong mọi trường hợp. Thay vào đó, lý thuyết ngẫu nhiên cho thấy rằng các tính năng đặc biệt của một hệ thống kế toán chi phí thích hợp sẽ phụ thuộc vào các hoàn cảnh cụ thể trong một tổ chức. Theo Chenhall (2003), lý thuyết ngẫu nhiên cho thấy môi trường kinh doanh, công nghệ, chiến lược, cơ cấu tổ chức và văn hóa sẽ quyết định sự lựa chọn của hệ thống kế toán trong doanh nghiệp. Lý thuyết ngẫu nhiên giúp tác giả hình thành nên ý tưởng về tác động các nhân tố như: nhu cầu thông tin của nhà quản lý công ty; trình độ nhân viên kế toán, mức độ ứng dụng công nghệ thông tin và phương pháp, kỹ thuật thực hiện trong quá trình kiểm soát chi phí vì ngành thực phẩm là ngành kinh doanh đặc thù và bị chi phối nhiều bởi các quy định của Nhà nước nên mỗi doanh nghiệp phải có những chiến lược ngắn và dài hạn để giúp doanh nghiệp tồn tại và phát triển.

***Lý thuyết đại diện:*** Theo Himme, A., 2012a, cho rằng trong doanh nghiệp luôn có sự tồn tại mối quan hệ giữa người chủ doanh nghiệp và người điều hành. Mối quan hệ này được thỏa thuận bằng một hợp đồng thể hiện các nội dung cụ thể: khoản thù lao phải trả cho người

quản lý điều hành và lợi ích của nhà đầu tư đạt được. Để hợp đồng diễn ra đạt kết quả thì các nhà quản lý và nhà đầu tư phải sử dụng các thông tin về kế toán quản trị nói chung và kế toán quản trị chi phí nói riêng như: dự toán ngân sách, kiểm soát, phân bổ các nguồn lực,… giúp nhà quản trị định hướng cho doanh nghiệp hoạt động ngày càng tốt hơn. Lý thuyết đại diện được vận dụng để giải thích cho các nhân tố ảnh hưởng về đặc điểm tổ chức sản xuất; trình độ nhân viên kế toán và mức độ ứng dụng công nghệ thông tin của doanh nghiệp khi vận dụng kế toán quản trị chi phí vào trong đơn vị.

### *3. Phương pháp nghiên cứu*

#### *3.1 Dữ liệu và phương pháp thu thập dữ liệu*

Để phục vụ nghiên cứu, tác giả tiến hành thu thập gồm cả dữ liệu thứ cấp để tìm hiểu thực trạng về việc vận dụng kế toán quản trị chi phí của các đơn vị và dữ liệu sơ cấp nhằm xây dựng mô hình nghiên cứu và kiểm định mô hình.

Dữ liệu thứ cấp được thu thập thông qua phương pháp sưu tầm tài liệu, phương pháp thảo luận nhóm gồm các chuyên gia am hiểu về kế toán quản trị chi phí trong doanh nghiệp và đại diện lãnh đạo của các công ty chế biến thực phẩm trên địa bàn TP.HCM. Dữ liệu sơ cấp được thu thập từ bảng câu hỏi khảo sát thông qua phỏng vấn trực tiếp và sử dụng phần mềm Google Documents để đại diện lãnh đạo các đơn vị trả lời các câu hỏi. Nội dung các câu hỏi là các biến quan sát đo lường các biến trong mô hình nghiên cứu và sử dụng thang đo 5 Likert cho toàn bộ bảng hỏi: 1 – Hoàn toàn đồng ý, 2 – Không đồng ý, 3 – Bình thường, 4 – Đồng ý, 5 – Hoàn toàn đồng ý. Đối tượng khảo sát là cán bộ công nhân viên đang là Giám đốc, phó giám đốc, trưởng, phó và đại diện nhân viên thuộc bộ phận kế toán của các đơn vị.

Dựa theo nghiên cứu của Hair và cộng sự (2006) cho rằng để sử dụng phương pháp EFA, kích thước mẫu tối thiểu gấp 5 lần tổng số thang đo (biến quan sát) của các biến độc lập. Nghiên cứu này có 5 biến độc lập với tổng cộng 22 biến quan sát, vì vậy kích thước mẫu tối thiểu là **22x5 = 110.** Theo Tabachnick và Fidell (2007) thì cỡ mẫu tối thiểu để phân tích hồi quy đa biến cần đạt được xác định theo công thức là **n>=50 + 8k** (k: số biến độc lập). Theo đó, nghiên cứu này có 5 biến độc lập, vì vậy kích thước mẫu tối thiểu là **50 + 8x5 = 90.** Nghiên cứu sử dụng cả hai phương pháp EFA và hồi qui tuyến tính nên cỡ mẫu được chọn theo nguyên tắc mẫu càng lớn càng tốt, do vậy cỡ mẫu tối thiểu phải là 110. Tác giả gửi Bảng câu hỏi khảo sát đến 200 các công ty chế biến thực phẩm trên địa bàn TP.HCM, kết quả thu về được 184 Bảng trả lời, trong đó có 12 bảng trả lời không hợp lệ (chủ yếu là do trả lời thiếu thông tin), còn lại 172 Bảng trả lời hợp lệ và tác giả đưa vào phân tích. Vì vậy tác giả chọn mẫu điều tra là 172 (> 110) là phù hợp.

#### *3.2 Giả thuyết nghiên cứu và mô hình nghiên cứu*

Căn cứ vào các lý thuyết nền, tổng quan các công trình nghiên cứu trước, nghiên cứu chuyên gia, tác giả đã xây dựng các giả thuyết nghiên cứu như sau:

**Giả thuyết H1:** Đặc điểm tổ chức sản xuất có tác động cùng chiều (+) đến vận dụng KTQTCP tại các công ty chế biến thực phẩm trên địa bàn TP.HCM.

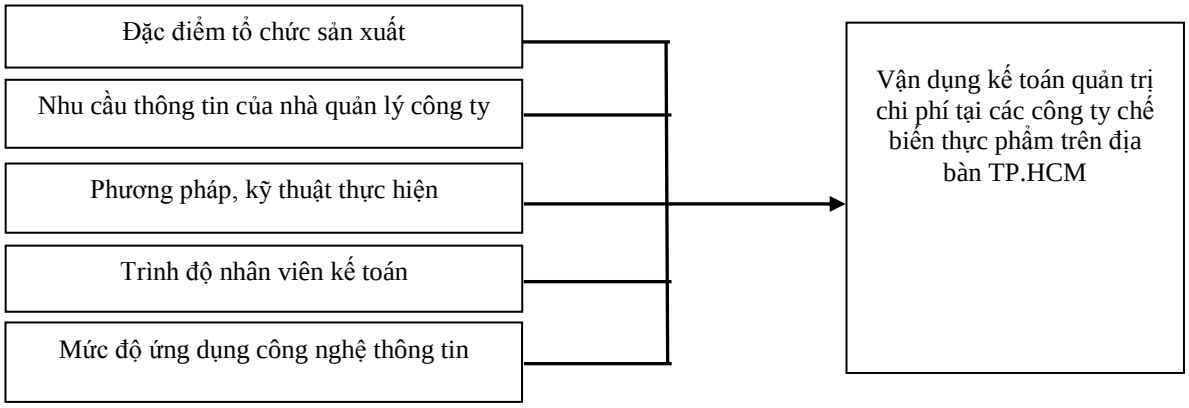
**Giả thuyết H2:** Nhu cầu thông tin của nhà quản lý công ty có tác động cùng chiều (+) đến vận dụng KTQTCP tại các công ty chế biến thực phẩm trên địa bàn TP.HCM.

**Giả thuyết H3:** Phương pháp kỹ thuật thực hiện có tác động cùng chiều (+) đến vận dụng KTQTCP tại các công ty chế biến thực phẩm trên địa bàn TP.HCM.

**Giả thuyết H4:** Trình độ nhận viên kế toán có tác động cùng chiều (+) đến vận dụng KTQTCP tại các công ty chế biến thực phẩm trên địa bàn TP.HCM.

**Giả thuyết H5:** Mức độ ứng dụng công nghệ thông tin có tác động cùng chiều (+) đến vận dụng KTQTCP tại các công ty chế biến thực phẩm trên địa bàn TP.HCM.

Từ các giả thuyết trên, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như sau:




**Hình 1. Mô hình nghiên cứu tác giả đề xuất**

### *3.3 Phương trình hồi quy*

Tác giả xây dựng phương trình hồi quy để kiểm định tác động của các nhân tố ảnh hưởng đến biến phụ thuộc của mô hình là:

$$KTQTCP_i = \alpha_0 + \beta_1 TCSX + \beta_2 NCTT + \beta_3 PPKT + \beta_4 TDNV + \beta_5 CNTT + \delta$$

Trong đó:

- **KTQTCP**: Biến phụ thuộc mô tả việc vận dụng KTQTCP tại các công ty chế biến thực phẩm trên địa bàn TP. HCM.
- **TCSX**: Đặc điểm tổ chức sản xuất;
- **NCTT**: Nhu cầu thông tin của nhà quản lý công ty;
- **PPKT**: Phương pháp, kỹ thuật thực hiện;
- **TDNV**: Trình độ nhân viên kế toán;
- **CNTT**: Mức độ ứng dụng công nghệ thông tin
- $\alpha_0$: hệ số chặn;
- $\beta_1, \beta_2, ...., \beta_6$: các hệ số hồi quy;
- **δ:** độ sai lệch chuẩn

### *3.4 Phương pháp xử lý dữ liệu*

Căn cứ số liệu khảo sát, tác giả thực hiện việc xử lý dữ liệu bằng phương pháp thống kê mô tả để xác định trọng số và tầng suất của các biến trong mô hình nghiên cứu. Mặt khác, dữ liệu thu thập qua bước phương pháp định lượng sẽ được xử lý trên phần mềm SPSS Statistics 26.0 để phân tích độ tin cậy của các nhân tố cũng như các tiêu chí đo lường nhân tố, đồng thời áp dụng phương pháp thống kê để tổng hợp, so sánh nhằm lượng hóa mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến việc vận dụng KTQTCP tại các công ty chế biến thực phẩm trên địa bàn TP.HCM, cụ thể tác giả thực hiện như sau: Đánh giá độ tin cậy các thang đo; Phân tích nhân tố khám phá: nhằm đảm bảo mô hình EFA đảm bảo khả năng tin cậy, đòi hỏi phải thực hiện các kiểm định: Kiểm định tính thích hợp EFA; kiểm định tương quan của các biến quan sát trong thước đo đại diện; Phân tích hồi quy đa biến: để mô hình đảm bảo khả năng tin cậy và hiệu quả, đòi hỏi thực hiện các bước kiểm định: Kiểm định tương quan từng phần của các hệ số hồi quy; mức độ phù hợp của mô hình; hiện tượng phương sai phần dư thay đổi.

## 4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

### Kiểm định chất lượng thang đo

**Bảng 1. Kết quả phân tích chất lượng thang đo bằng hệ số Cronbach Alpha**

| STT | Nhóm biến | Số biến quan sát | Cronbach Alpha |
|---|---|---|---|
| 1 | Đặc điểm tổ chức sản xuất | 4 | 0.726 |
| 2 | Nhu cầu thông tin của nhà quản lý công ty | 4 | 0.801 |
| 3 | Phương pháp, kỹ thuật thực hiện | 5 | 0.741 |
| 4 | Trình độ nhân viên kế toán | 5 | 0.785 |
| 5 | Mức độ ứng dụng công nghệ thông tin | 4 | 0.728 |
| 6 | Vận dụng kế toán quản trị chi phí tại các công ty chế biến thực phẩm trên địa bàn TP.HCM | 3 | 0.817 |

Qua kết quả kiểm định chất lượng thang đo ở bảng 1 ta thấy hệ số Cronbach's Alpha của tổng thể đều lớn hơn 0.7. Như vậy hệ thống thang đo được xây dựng gồm 6 thang đo đảm bảo chất lượng tốt với 25 biến quan sát đặc trưng.

**Phân tích nhân tố khám phá**

**Phân tích nhân tố khám phá EFA biến độc lập**

**Bảng 4. Hệ số KMO và kiểm định Barlett**

| Kiểm tra KMO and Bartlett's | | |
|---|---|---|
| Hệ số KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) | | **0.720** |
| Mô hình kiểm tra của Bartlett | Giá trị Chi-Square | 2207.705 |
| | Bậc tự do | 190 |
| | Sig (giá trị P – value) | **0.000** |

Ta có KMO = 0.720 thỏa điều kiện $0.5 \leq KMO \leq 1$ nên phân tích nhân tố được chấp nhận với dữ liệu nghiên cứu. Sig Barlett's Test = 0.000 < 0.05 cho thấy kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê, chứng tỏ các biến quan sát có tương quan với nhau trong nhân tố.

**Bảng 5. Bảng phương sai trích**

| Nhân tố | Giá trị Eigenvalues | | | Chỉ số sau khi trích | | | Chỉ số sau khi xoay | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Tổng | Phương sai trích % | Tích lũy phương sai trích % | Tổng | Phương sai trích % | Tích lũy phương sai trích % | Tổng | Phương sai trích % | Tích lũy phương sai trích % |
| 1 | 8.614 | 43.072 | 43.072 | 8.614 | 43.072 | 43.072 | 3.382 | 16.910 | 16.910 |
| 2 | 2.081 | 10.404 | 53.476 | 2.081 | 10.404 | 53.476 | 3.201 | 16.005 | 32.915 |
| 3 | 1.898 | 9.492 | 62.968 | 1.898 | 9.492 | 62.968 | 3.191 | 15.953 | 48.868 |
| 4 | 1.341 | 6.705 | 69.673 | 1.341 | 6.705 | 69.673 | 2.729 | 13.644 | 62.511 |
| 5 | 1.296 | 6.480 | 72.153 | 1.296 | 6.480 | 72.153 | 2.728 | 13.641 | 72.153 |

Từ kết quả bảng số liệu bảng 5 sau khi chạy Fixed number of factors ta thấy phương sai trích là 72.153% > 50% đạt yêu cầu. Với phương pháp rút trích Principal components và phép quay Varimax, có 5 yếu tố được rút trích ra từ 20 biến quan sát. Điều này cũng có nghĩa 6 yếu tố rút trích ra thể hiện khả năng giải thích được 72.153% sự thay đổi của biến phụ thuộc trong tổng thể.

**Phân tích nhân tố khám phá EFA biến phụ thuộc**

Kết quả kiểm định Bartlett's bảng 2 cho thấy giữa các biến trong tổng thể có mối tương quan với nhau (sig = 0.000<0.05). Đồng thời, hệ số KMO = 0.715 lớn hơn 0.5 (> 0.5), chứng tỏ phân tích nhân tố để nhóm các biến lại với nhau là thích hợp và dữ liệu phù hợp cho việc phân tích. Mặt khác, kết quả ở bảng 3 cho thấy với phương pháp rút trích Principal components và phép quay Varimax, có 1 yếu tố được rút trích ra từ các biến quan sát. Phương sai trích là 72.431% > 50% là đạt yêu cầu.

**Bảng 2. Hệ số KMO và kiểm định Barlett**

| **Kiểm tra KMO and Bartlett's** | | |
|---|---|---|
| Hệ số KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) | | **0.715** |
| Mô hình kiểm tra của Bartlett | Giá trị Chi-Square | 308.128 |
| | Bậc tự do | 3 |
| | Sig (giá trị P – value) | **0.000** |

**Bảng 3. Phương sai trích biến phụ thuộc**

| **Nhân tố** | **Giá trị Eigenvalues** | | | **Chỉ số sau khi trích** | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | **Tổng** | **Phương sai trích %** | **Tích lũy phương sai trích %** | **Tổng** | **Phương sai trích %** | **Tích lũy phương sai trích %** |
| 1 | 2.548 | 72.431 | 72.431 | 2.548 | 72.431 | 72.431 |

***Kiểm định mô hình hồi quy tuyến tính đa biến***

Nghiên cứu thực hiện chạy hồi quy tuyến tính đa biến với phương pháp đưa vào một lượt (phương pháp Enter), ta có:

**Bảng 6. Thông số thống kê trong mô hình hồi qui bằng phương pháp Enter**

| **Mô hình** | **Hệ số chưa chuẩn hóa** | | **Hệ số chuẩn hóa** | **t** | **Sig.** | **Thống kê đa cộng tuyến** | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | **B** | **Sai số chuẩn** | **Beta** | | | **Hệ số Tolerance** | **Hệ số VIF** |
| (Constant) | -0.927 | 0.298 | | -3.108 | 0.002 | | |
| TCSX | 0.337 | 0.041 | 0.351 | 5.025 | 0.002 | 0.690 | 1.450 |
| NCTT | 0.299 | 0.045 | 0.311 | 4.401 | 0.000 | 0.746 | 1.340 |
| PPKT | 0.323 | 0.040 | 0.340 | 5.073 | 0.000 | 0.769 | 1.300 |
| TDNV | 0.402 | 0.056 | 0.418 | 6.011 | 0.000 | 0.616 | 1.624 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| CNTT | 0.269 | 0.088 | 0.278 | 3.642 | 0.001 | 0.723 | 1.384 |

Trong bảng số liệu khi xét $t_{stat}$ và $t_{\alpha/2}$ của các biến để đo độ tin cậy thì các biến độc lập TCSX, NCTT, PPKT, TDNV, CNTT đều đạt yêu cầu và các giá trị Sig. thể hiện độ tin cậy khá cao, đều < 0.05. Ngoài ra, hệ số VIF của các hệ số Beta đều nhỏ hơn 10 và hệ số Tolerance đều > 0.5 cho thấy không có hiện tượng đa cộng tuyến xảy ra.

***Đánh giá mức độ phù hợp của mô hình hồi qui tuyến tính đa biến***

**Bảng 7. Mức độ phù hợp của mô hình**

| Mô hình | Hệ số R | Hệ số R 2 | Hệ số R2 - hiệu chỉnh | Sai số chuẩn của ước lượng | Thống kê thay đổi | | | | Hệ số |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | Hệ số $R^2$ sau khi đổi | Hệ số F khi đổi | Bậc tự do 1 | Bậc tự do 2 | Durbin-Watson |
| 1 | .804[a] | 0.810 | 0.805 | 0.32924 | 0.817 | 130.228 | 5 | 146 | 1.810 |

Bảng trên cho thấy, giá trị hệ số tương quan là 0.804 > 0.5. Do vậy, đây là mô hình thích hợp để sử dụng đánh giá mối quan hệ giữa biến phụ thuộc và các biến độc lập.

Ngoài ra hệ số xác định của mô hình hồi quy $R^2$ hiệu chỉnh là 0.805. Nghĩa là mô hình hồi quy tuyến tính đã xây dựng phù hợp với dữ liệu 80.5%. Điều này cho biết khoảng 80.5% sự biến thiên về vận dụng kế toán quản trị chi phí tại các công ty chế biến thực phẩm trên địa bàn TP. HCM, các phần còn lại là do sai sót của các yếu tố khác. Kiểm định Durbin Watson = 1.810 trong khoảng 1< D < 3 nên không có hiện tượng tự tương quan của các phần dư.

**Phương trình hồi quy**

**KTQTCP = 0.418*TDNV + 0.351*TCSX + 0.340*PPKT + 0.311*NCTT+ 0.278*CNTT**

## 5. Kết luận và hàm ý quản trị

### *5.1 Kết luận*

**Bảng 8. Mức độ tác động của các biến độc lập ảnh hưởng đến biến phụ thuộc**

| Biến độc lập | Hệ số beta | Thứ tự tác động | Hệ số Sig. |
|---|---|---|---|
| Đặc điểm tổ chức sản xuất | 0.351 | 2 | 0.00 < 0.05 |
| Nhu cầu thông tin của nhà quản lý công ty | 0.311 | 4 | 0.00 < 0.05 |
| Phương pháp, kỹ thuật thực hiện | 0.340 | 3 | 0.00 < 0.05 |
| Trình độ nhân viên kế toán | 0.418 | 1 | 0.00 < 0.05 |
| Mức độ ứng dụng công nghệ thông tin | 0.278 | 5 | 0.00 < 0.05 |

Như vậy, quan số liệu của bảng 8 kết quả sau khi nghiên cứu các nhân tố tác động đến vận dụng kế toán quản trị chi phí tại các công ty chế biến thực phẩm trên địa bàn TP. HCM cho ta thấy có 5 nhân tố đều tác động cùng chiều đến vấn đề nghiên cứu và các hệ số sig của các biến đều nhỏ hơn 0.05, do vậy các giả thuyết được xây dựng ban đầu của nghiên cứu đều được chấp nhận. Trong các nhân tố trên thì nhân tố Trình độ nhân viên kế toán có có tác động mạnh nhất đến việc vận dụng KTQTCP tại các công ty chế biến thực phẩm trên địa bàn TP.HCM; tiếp theo là nhân tố Đặc điểm tổ chức sản xuất của công ty có tác động mạnh thứ hai; nhân tố Phương pháp, kỹ thuật thực hiện có tác động mạnh thứ ba; tác động mạnh thứ tư là nhân tố Nhu cầu thông tin của nhà quản lý công ty và nhân tố tác động yếu nhất là nhân tố mức độ ứng dụng công nghệ thông tin.

### *5.2 Hàm ý quản trị*

**(1) Đối với trình độ nhân viên kế toán:** Đơn vị cần tạo điều kiện thuận lợi cho nhân viên bộ phận kế toán tham gia sinh hoạt, học tập bồi dưỡng thường xuyên và liên tục ở các

hội nghề nghiệp. Công ty chủ động mời các tổ chức tư vấn giải pháp và tài chính, kế toán để họ tư vấn mô hình KTQTCP được áp dụng thành công ở nhiều đơn vị nhằm tăng tính thực tế, góp phần việc triển khai công tác KTQTCP cho công ty được phù hợp và hiệu quả.

**(2) Đối với đặc điểm tổ chức sản xuất:** Với các doanh nghiệp sản xuất nói chung và các công ty chế biến thực phẩm trên địa bàn TP.HCM nói riêng thì quy trình sản xuất là vô cùng quan trọng. Do đó điều đầu tiên để tổ chức vận dụng KTQTCP đòi hỏi các doanh nghiệp phải từng bước cải tiến quy trình sản xuất theo hướng áp dụng các quy trình sản xuất tiên tiến như áp dụng các tiêu chuẩn quản lý theo tiêu chuẩn chất lượng như theo tiêu chuẩn ISO chẳn hạn, qua đó góp phần quản lý chi phí phát sinh trong quá trình sản xuất hiệu quả hơn, góp phần sử dụng chi phí hiệu quả, giảm giá thành sản phẩm từ đó nâng cao sức cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường. Tiến hành rà soát, hoàn chỉnh và bổ sung hệ thống các định mức kinh tế kỹ thuật phù hợp và thống nhất trong toàn ngành, mà đặc biệt liên quan đến các định mức về chi phí nguyên vật liệu, chi phí nhân công trực tiếp. Thêm vào đó để triển khai kế toán quản trị chi phí một cách hiệu quả cần thiết có tính liên thông về thông tin giữa các bộ phận, các phòng ban chức năng trong doanh nghiệp. Doanh nghiệp cần có những quy định rõ ràng về chức năng nhiệm vụ của từng bộ phận, phòng ban trong việc phối hợp và chia sẻ thông tin vừa đảm bảo tính liên thông thông tin vừa đảm bảo tính bảo mật thông tin của mỗi bộ phận.

**(3) Đối với phương pháp, kỹ thuật thực hiện:** Đây là vấn đề quan trọng tác động đến sự thành công của việc vận dụng KTQTCP cho các công ty. Theo đó, các công ty cần: (1) Lựa chọn mô hình kế toán chi phí phù hợp; (2) Xác định được quy trình thực hiện ccác phương pháp kế toán chi phí cần thiết cho công ty; (3) Phân loại và theo dõi chi phí theo phương thức phục vụ cho từng phương pháp chi phí tương ứng; (4) Lựa chọn được tiêu thức phân bổ chi phí hợp lý khi phân bổ chi phí cho từng đối tượng chịu chi phí (nếu có).

**(4) Đối với nhu cầu thông tin từ nhà quản lý công ty:** Giám đốc công ty và cán bộ lãnh đạo các phòng, ban, của đơn vị cần bỏ thói quen ra quyết định đều dựa trên kinh nghiệm mà nên chuyển sang việc sử dụng thông tin hữu ích của KTQTCP để phục vụ ra quyết định, như vậy mới khoa học và kết quả đạt được như mong muốn và hiệu quả đạt được cao hơn. Căn cứ vào từng chức năng quản trị cụ thể mà nhà quản lý các cấp xác định rõ nhu cầu thông tin KTQTCP để phục vụ ra quyết định.

**(5) Đối với mức độ ứng dụng công nghệ thông tin:** Lãnh đạo các công ty cần quan tâm hơn nữa đến việc đầu tư cho việc ứng dụng công nghệ thông tin cho công tác kế toán của đơn vị. Theo đó, công ty có thể cập nhật hệ thống công nghệ thông tin hiện đại để có thể xử lý nhanh việc thông tin thu thập, cũng như đưa ra các báo cáo quản trị chi phí kịp thời và đảm bảo được tính hữu ích của thông tin. Xây dựng mạng nội bộ hiệu quả kịp thời tổng hợp kết quả hoạt động, thông tin từ các bộ phận, phòng ban khác và nên đầu tư thiết kế phần mềm riêng biệt chuyên phục vụ công tác KTQTCP.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Abdel-Kader, M., & Luther, R. (2008). The impact of firm characteristics on management accounting practices: A UK-based empirical analysis. *The British Accounting Review*, *40*(1), 2-27.
2. Ahmad, K. (2017). The Implementation of Management Accounting Practices and its Relationship with Performance in Small and Medium Enterprises. *International Review of Management and Marketing*, *7*(1), 342-353.
3. Atkinson Anthony A. et al., 2012. *Management accounting: information for decision-making and s*trategy *executive*, 6th edition, Pearson Prentice Hall.

4. Chenhall, R. H., 2003. Management control systems design within its organizational context: Findings from contingency-based research and directions for the future. *Accounting, Organizations and Society*, 28(2–3), 127–168.
5. Chenhall, R. H., 2005. Integrative strategic performance measurement systems, strategic alignment of manufacturing, learning and strategic outcomes: An exploratory study. *Accounting, Organizations and Society*, 30(5), 395–422.
6. Hair J.F, Anderson, R.E., Tatham, R.L., and Black, W.C. (2006). Multivariate data analysis. Prentice-Hall, International, Inc.
7. Hansen, D., & Mowen, M., 2003. *Cost management: Accounting and control* (4th ed.). Mason, OH: Cengage Learning.
8. Himme, A., 2012a. Cost management projects in Germany. *Cost Management*, 25 (1), 24–32.
9. Horngren, C., G. Sundem, and W. Stratton, 2012. Introduction to Management Accounting. 11th edition. *Upper Saddle River*, NJ: Prentice Hall.
10. Howard M. Armitage, Alan Webb, John Glynn, *The Use of Management Accounting Techniques by Small and Medium‐Sized Enterprises: A Field Study of Canadian and Australian Practice*, First published: 14 March 2016, https://doi.org/10.1111/1911-3838.12089, Citations: 15.
11. Hutaibat, K. A. (2005). *Management accounting practices in Jordan: A contingency approach* (Doctoral dissertation, University of Bristol).
12. Lucas, M., Prowle, M., & Lowth, G. (2013). *Improving SME performance through management accounting education.*, *9*(4), 01-14.
13. Malorzata Kucharczyk và Iwona Cies'lak (2014) " The issue of Management Accouting in Small and Medium – Sized Enterprises".
14. Periasamy, P., 2010. A TEXTBOOK OF FINANCIAL COST AND MANAGEMENT ACCOUNTING, Global Media.
15. Peter Kamala, Michael Twum – Darko (2020), *The usage of management accounting tools by Small and medium e Enterprises in cape metropole, south Africa*, Cape Peninsula University of Technology, http://etd.cput.ac.za/handle/20.500.11838/324.
16. Sikka, P. (2003). The Role of Offshore Financial Centres in Globalisation. *Accounting Forum*, 27, 365-399.
17. Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2007). Using Multivariate Statistics (5th ed.). New York: Allyn and Bacon.

# CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CHẤT LƯỢNG THÔNG TIN KẾ TOÁN TẠI CÁC DOANH NGHIỆP NGÀNH THỜI TRANG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

**Nguyễn Cao An Nguyên*, Trần Phúc Hậu**
Viện Đào tạo Sau đại học, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: nguyennca9@gmail.com.

## TÓM TẮT

Dựa vào cơ sở lý thuyết và khảo sát thực trạng, tác giả đã xây dựng và đánh giá được mô hình các nhân tố tác động đến chất lượng thông tin kế toán tại các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực thời trang tại thành phố Hồ Chí Minh (TP. HCM). Thông qua kết quả nghiên cứu, tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả của tổ chức thông tin kế toán tại các doanh nghiệp thời trang trên địa bàn TP. HCM. Qua đó đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng thông tin kế toán góp phần giúp nhà quản lý, các đối tượng có nhu cầu sử dụng thông tin kế toán tại các doanh nghiệp thời trang chính xác, kịp thời và hiệu quả hơn. Mặt khác, kết quả nghiên cứu của tác giả còn là tài liệu tham khảo cho các đối tượng quan tâm khi nghiên cứu và học tập trong cùng lĩnh vực.
*Từ khóa:* Chất lượng; Thông tin kế toán; Lĩnh vực thời trang.

## 1. Giới thiệu

Trong thời đại công nghệ thông tin phát triển mạnh mẽ, thông tin đã trở thành một nguồn lực không thể thiếu tại các tổ chức hoạt động và trong kinh tế xã hội. Việc sử dụng thông tin kế toán rất quan trọng trong quản lý của một công ty và được coi là yếu tố quyết định. Do đó, chất lượng thông tin rất quan trọng với người sử dụng, vì thông tin có chất lượng sẽ dẫn đến quyết định có chất lượng hơn. Ngược lại, các ngành gặp sự cố về hệ thống quản lí thông tin sai lệch có thể dẫn đến việc mất khách hàng và hoạt động kinh doanh không hiệu quả. Các nghiên cứu đã chỉ ra rằng chất lượng thông tin là yếu tố quyết định quan trọng nhất cho sự thành công của hệ thống thông tin kế toán.

Chất lượng của hệ thống thông tin kế toán có tác động tích cực đáng kể đến hiệu quả hoạt động của tổ chức (I Nyoman Sunarta, Partiwi Dwi Astuti, 2023). Trong khi đó, văn hóa tổ chức và khả năng sử dụng có ảnh hưởng đáng kể đến chất lượng thông tin kế toán (Riska Evi Yanti, Caecilia Widi Pratiwi, 2022). Mặt khác, tác động lớn nhất mà công nghệ thông tin đã tạo ra đối với chất lượng thông tin kế toán là khả năng phát triển và sử dụng hệ thống máy tính để theo dõi và ghi lại các giao dịch tài chính nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho việc ra quyết định quản lý, kiểm soát nội bộ (Gofwan, Hassan 2019).

Dẫn theo một con số khảo sát của hãng Nielsen, Việt Nam là quốc gia đứng thứ 3 trên thế giới về yêu chuộng hàng hiệu, 56% người Việt sẵn sàng chi tiền mua hàng hiệu, chỉ sau Trung Quốc (74%) và Ấn Độ (59%). Điều này cho thấy, điều kiện kinh tế ngày càng phát triển, người Việt ngày càng quan tâm đến trang phục nên sức tiêu thụ mặt hàng thời trang cũng tăng lên. Doanh nghiệp thời trang nước ngoài đang tăng tốc đầu tư khai thác thị trường Việt Nam trong thời gian qua.

TP. HCM, nằm trong vùng kinh tế trọng điểm phía Nam, là một trong những đầu tàu kinh tế của cả nước. Sự phát triển này được thúc đẩy bởi nhiều doanh nghiệp có tiềm lực kinh tế và đóng góp vào sản lượng GDP của cả nước. Doanh nghiệp hoạt động hiệu quả và đạt được mục tiêu đã đề ra cần cung cấp thông tin chất lượng từ các bộ phận trong công ty, đặc biệt là thông tin kế toán.

Bên cạnh đó, việc hiểu rõ về các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng thông tin kế toán vẫn chưa được quan tâm ở Việt Nam. Trong quá trình tìm hiểu các nghiên cứu đã thực hiện, không có bất kỳ nghiên cứu thực nghiệm nào về các nhân tố tác động đến chất lượng thông tin kế toán tại các doanh nghiệp thời trang tại TP. HCM.

Do đó, từ việc kế thừa các kết quả của các nghiên cứu trước đó về sự ảnh hưởng của các nhân tố tới chất lượng thông tin kế toán, chúng ta tiến hành nghiên cứu với đề tài ***"Các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng hệ thống thông tin kế toán tại các doanh nghiệp ngành thời trang tại Thành phố Hồ Chí Minh"*** là hợp lý và cần thiết để nghiên cứu cũng như đóng góp chung vào lý luận và thực tiễn phát triển kinh tế của Việt Nam hiện nay.

## 2. Tổng quan

### *2.1 Tổng quan các nghiên cứu trước*

**Riska Evi Yanti, Caecilia Widi Pratiwi (2022)** với nghiên cứu *"Factors Affecting The Quality Of Accounting Information: The Role Of Accounting Information Systems"* (Tạm dịch là Các Nhân Tố Ảnh Hưởng Chất Lượng Thông Tin Kế Toán: Vai Trò Của Hệ Thống Thông Tin Kế Toán): Nghiên cứu này nhằm mục đích xác định ảnh hưởng của cơ cấu tổ chức, văn hóa tổ chức và khả năng sử dụng đến chất lượng hệ thống thông tin kế toán và ý nghĩa đối với chất lượng thông tin kế toán. Nghiên cứu được sử dụng là khảo sát số lượng nhân viên ở khu vực Jakarta và Tangerang làm việc trong lĩnh vực tài chính kế toán với mẫu thu được là 97 người trả lời. Dữ liệu chính được sử dụng trong nghiên cứu này được thu thập thông qua việc phân phối bảng câu hỏi, được phân tích bằng cách sử dụng Bình phương tối thiểu một phần (PLS). Kết quả cho thấy chất lượng hệ thống thông tin kế toán không bị ảnh hưởng bởi cơ cấu tổ chức, trong khi đó, văn hóa tổ chức và khả năng sử dụng có ảnh hưởng đáng kể. Ngoài ra, chất lượng hệ thống thông tin kế toán có ảnh hưởng đáng kể đến chất lượng thông tin kế toán.

**Mohamed Cassim Abdul Nazar (2020)** với nghiên cứu *"Factors Affecting the Effectiveness of Accounting Information Systems in PublicListed Companies in Sri Lanka"* (Tạm dịch là Các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả của hệ thống thông tin kế toán tại các công ty niêm yết ở Sri Lanka): Mục đích của nghiên cứu này là điều tra chủ đề nói trên về việc xác định các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả của hệ thống thông tin kế toán tại các công ty đại chúng niêm yết trên Sở giao dịch chứng khoán Colombo ở Sri Lanka. Kết quả kiểm tra giả thuyết cung cấp bằng chứng về mối quan hệ tích cực mạnh mẽ giữa mức độ phát triển CNTT, sự hỗ trợ của ban lãnh đạo cấp cao và tính hiệu quả của hệ thống thông tin kế toán.

**Gofwan, Hassan (2019)** với nghiên cứu *"Effect of Accounting Information System on Financial Performance of Firms: A Review of Related Literatures"* (Tạm dịch là Ảnh hưởng của hệ thống thông tin kế toán đến hiệu quả tài chính của doanh nghiệp: Đánh giá các tài liệu liên quan): Nghiên cứu kết luận rằng tác động lớn nhất mà công nghệ thông tin đã tạo ra đối với kế toán là khả năng các công ty phát triển và sử dụng hệ thống máy tính để theo dõi và ghi lại các giao dịch tài chính nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho việc ra quyết định quản lý, kiểm soát nội bộ và chất lượng của báo cáo tài chính. Do đó, chúng tôi khuyến nghị rằng việc sử dụng liên tục cơ sở hạ tầng CNTT cần thiết để tạo nên Hệ thống thông tin kế toán, điều này sẽ dẫn đến hiệu quả và năng suất cao hơn trong các doanh nghiệp phải tiếp tục là trọng tâm.

**Lê Thị Bảo Ngọc (2018),** *"Các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng hệ thống thông tin kế toán tại các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh"*: Dữ liệu từ 200 bảng khảo sát hợp lệ do các đối tượng trả lời là người làm kế toán trong các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ trên địa bàn TP.HCM được sử dụng vào nghiên cứu định lượng. Với sự hỗ trợ của phần mềm SPSS 20.0, các dữ liệu này đoợc thống kê mô tả và lần lượt đánh giá độ tin cậy Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám EFA, phân tích tương quan Pearson để làm cơ sở cho bước phân tích hồi quy tuyến tính bội. Kết quả chạy mô hình hồi quy cho thấy cả 4 nhân tố đều có

ảnh hưởng tích cực đến chất lượng TTKT, trong đó mức độ ảnh hưởng tăng dần theo thứ tự:(1) Cơ cấu tổ chức, (2) Huấn luyện và đào tạo người sử dụng TTKT.

### *2.2 Tổng quan lý thuyết về chất lượng thông tin kế toán*

Quan điểm về chất lượng của tổ chức quốc tế về tiêu chuẩn hóa (International Organization for Standardization), chất lượng là mức độ đáp ứng các yêu cầu của một tập hợp các đặc tính vốn có của nó (ISO 9000:1986,2005). Về khía cạnh thông tin (Kahn và Strong, 1988) chất lượng thông tin được hiểu là thông tin đáp ứng những đặc điểm kỹ thuật hay yêu cầu. Về khía cạnh người sử dụng thông tin được coi là phù hợp là thông tin đảm bảo chất lượng (Wang và Strong, 1996). Nghiên cứu dựa trên quan điểm của người sử dụng để lựa chọn các tiêu chuẩn về chất lượng TTKT (Trần Phước, 2007).

Tùy thuộc quan điểm về lĩnh vực nghiên cứu mà khái niệm về chất lượng cũng thay đổi. Trong lĩnh vực kế toán, chất lượng được khái niệm gắn với nhu cầu của người sử dụng thông tin. Vì thế, chất lượng trong lĩnh vực này được thể hiện trên sản phẩm mà kế toán tạo ra đó là các báo cáo tài chính với các giá trị thông tin cung cấp (Siegel, 1982 và Imhoff, 1992). Trong nghiên cứu này, tác giả dựa trên quan điểm của 2 tổ chức FASB và IASB. Theo đó, chất lượng của kế toán được thể hiện ở mục tiêu cung cấp thông tin kế toán hữu ích và phù hợp cho các nhà đầu tư, người cho vay, các chủ nợ khác hiện hữu và tiềm năng trong việc ra quyết định về việc cung cấp nguồn lực cho một thực thể (IASB, 2010).

***Lý thuyết nền***

**Lý thuyết thông tin hữu ích**

*Theo Godfrey et al, (2003),* cho rằng lý thuyết thông tin hữu ích là lý thuyết kế toán quy phạm được sử dụng như một cơ sở lý luận để xây dựng khuôn mẫu lý thuyết kế toán hiện hành của chuẩn mực báo cáo tài chính và các tiêu chuẩn kế toán quốc tế của nhiều kế toán quốc gia trong nước cũng như trên thế giới. Lý thuyết này nhấn mạnh và đề cập các nhiệm vụ cơ bản của báo cáo tài chính như là một công cụ hữu hiệu thông tin hữu ích và phù hợp cho những nhà quản trị, nhà lãnh đạo, nhà quản lý trong việc đưa ra các quyết định có liên quan đến sản xuất kinh doanh hàng ngày của doanh nghiệp trong nền kinh tế. Lý thuyết thông tin hữu ích này cũng đề cập đến những khái niệm, những định nghĩa về cân bằng lợi ích – chi phí là một khía cạnh quan trọng cần xem xét đến khi thiết lập các tiêu chuẩn.

Lý thuyết thông tin hữu ích xuất hiện với tiêu chí hữu ích về quyết định, cụ thể là định hướng nhằm mục đích vào việc vận dụng các nguồn lực, những TTKT có chất lượng hữu ích để nhằm mục đích đưa ra những quyết định kịp thời, phù hợp và chính xác (Tollerson, 2012).

Do đó, lý thuyết này được vận dụng nhằm giải thích cho sự tác động của các nhân tố như kiến thức, vai trò về kế toán của nhà quản lý, cam kết nhà quản lý ảnh hưởng đến chất lượng hệ thống thông tin kế toán; chất lượng dữ liệu thông tin.

**Lý thuyết Công nghệ – Tổ chức – Môi trường**

*Theo Tornatzky và Fleischer (1990),* đây là khung nghiên cứu được phổ biến rộng rãi nhất hiện nay về hành vi đồng ý chấp nhận những sự thay đổi công nghệ mới của các đơn vị. Ý tưởng và sự sáng tạo chung về mô hình đó là dễ dàng chấp nhận và đồng ý thay đổi để đưa công nghệ mới vào hoạt động với sự chi phối của ba thành phần chủ yếu đó là: sự có sẵn vànhững đặc tính đặc thù riêng của công nghệ, yếu tố tổ chức như cấu trúc chính thức và phi chính thức, quy mô, đặc điểm là nhân tố thứ hai và môi trường như đặc thù riêng từng ngành, cơ cấu thị trường, sự hỗ trợ và các quy định, luật định của nhà nước là yếu tố cuối cùng (Baker, 2012).

*Do đó, lý thuyết này được vận dụng nhằm giải thích cho sự tác động của các nhân tố như công nghệ, tổ chức và môi trường sản xuất kinh doanh đến việc ứng dụng chấp nhận sự thay đổi có lộ trình phù hợp để đưa công nghệ mới vào hoạt động.*

## 3. Phương pháp

### *3.1 Dữ liệu và phương pháp thu thập dữ liệu*

Phương pháp nghiên cứu định tính được sử dụng để khám phá, điều chỉnh và bổ sung các thành phần của các nhân tố. Nghiên cứu định tính được tiến hành thông qua việc tham khảo các tài liệu đã được nghiên cứu trước đó bởi các chuyên gia, sau đó thống kê, tổng hợp và phân tích các tài liệu này. Các lý thuyết về thông tin kế toán, hiệu quả của hệ thống thông tin kế toán, xử lý thông tin và nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng của hệ thống thông tin kế toán đối với hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp tại Thành phố Hồ Chí Minh được xem xét. Dựa trên những điều này, mô hình sẽ được xác định và bảng câu hỏi khảo sát cũng như thang đo cho các nhân tố sẽ được thiết lập. Đồng thời, ý kiến của các chuyên gia làm việc lĩnh vực hệ thống thông tin kế toán cho doanh nghiệp thời trang cũng sẽ được tìm hiểu.

Sau khi hoàn thành phần nghiên cứu định tính, tác giả tiến hành nghiên cứu định lượng. Mục tiêu của nghiên cứu định lượng là đánh giá và kiểm định thang đo về sự phù hợp của mô hình nghiên cứu với dữ liệu đã được thu thập. Nghiên cứu này được thực hiện bằng việc thu thập dữ liệu trực tiếp từ các nhà quản lý và kế toán viên trong các doanh nghiệp thời trang trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh. Sau đó, các nhân tố được khảo sát sẽ được lượng hóa và mô hình đã được thiết lập sẽ được áp dụng bằng việc sử dụng các công cụ và kỹ thuật phân tích thống kê, bao gồm Microsoft Excel và SPSS 20. Các kết quả của nghiên cứu, bao gồm phân tích nhóm và phân tích ANOVA, sẽ được sử dụng để đánh giá mức độ phù hợp của các nhóm.

Bảng câu hỏi đã được thiết kế bao gồm 8 câu hỏi phụ về thông tin doanh nghiệp và 20 câu hỏi chính cho phần khảo sát các biến định lượng. Các câu hỏi này được đánh giá bằng thang đo Likert điểm (Từ : Rất không đồng ý đến 5: Hoàn toàn đồng ý).

### *3.2 Giả thuyết nghiên cứu và mô hình nghiên cứu*

Để xem xét mức độ ảnh hưởng và tầm quan trọng của các nhân tố ảnh hưởng đến TTKT tại các doanh nghiệp thời trang trên địa bàn TP. HCM, tác giả đưa ra các giả thiết được xây dựng như sau:

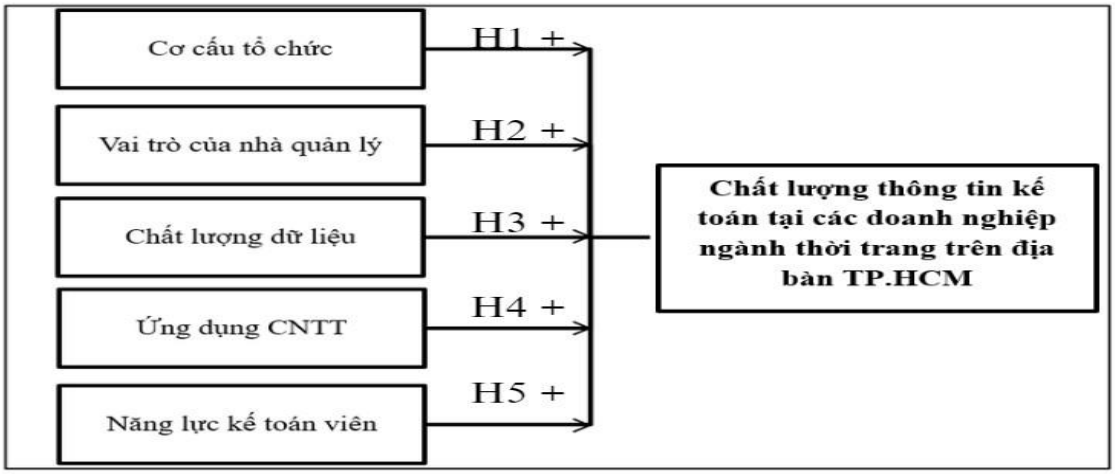
**Giả thiết H1**: Nhân tố Cơ cấu tổ chức có tác động cùng chiều (+) đến TTKT tại các doanh nghiệp thời trang trên địa bàn TP. HCM.

**Giả thiết H2**: Nhân tố Vai trò của nhà quản lý có tác động cùng chiều (+) đến TTKT tại các doanh nghiệp thời trang trên địa bàn TP. HCM.

**Giả thiết H3**: Nhân tố Chất lượng dữ liệu có tác động cùng chiều (+) đến TTKT tại các doanh nghiệp thời trang trên địa bàn TP. HCM.

**Giả thiết H4**: Nhân tố Ứng dụng CNTT có tác động cùng chiều (+) đến TTKT tại các doanh nghiệp thời trang trên địa bàn TP. HCM.

**Giả thiết H5**: Nhân tố Năng lực kế toán viên có tác động cùng chiều (+) đến TTKT tại các doanh nghiệp thời trang trên địa bàn TP. HCM.




**Hình 1: Mô hình nghiên cứu tác giả đề xuất**

*(Nguồn: Tác giả tổng hợp và đề xuất)*

### *3.3 Phương pháp xử lý dữ liệu*

Tác giả đã sử dụng phương pháp thống kê mô tả để xác định trọng số và tầng suất của các biến trong mô hình nghiên cứu, dựa trên dữ liệu khảo sát thu thập được. Trong khi đó, dữ liệu định lượng đã được xử lý trên phần mềm SPSS Statistics 22.0 để phân tích độ tin cậy của các nhân tố và tiêu chí đo lường nhân tố, cũng như để áp dụng phương pháp thống kê để tổng hợp và so sánh. Mục tiêu của nghiên cứu là lượng hóa mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến chất lượng thông tin kế toán tại các doanh nghiệp thời trang trên địa bàn TP.HCM. Để đảm bảo mô hình EFA và hồi quy đa biến đảm bảo khả năng tin cậy và hiệu quả, tác giả đã thực hiện các kiểm định bao gồm kiểm định tính thích hợp EFA, kiểm định tương quan của các biến quan sát trong thước đo đại diện, kiểm định tương quan từng phần của các hệ số hồi quy, kiểm định mức độ phù hợp của mô hình và hiện tượng phương sai phần dư thay đổi.

### *3.4 Phương trình hồi quy*

Tác giả xây dựng một phương trình hồi quy đa biến để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu như sau:

Trên cơ sở lý thuyết đề xuất phương trình hồi quy dự kiến phản ánh mối tương quan giữa các nhân tố đến chất lượng thông tin kế toán tại các doanh nghiệp thời trang trên địa bàn TP.HCM. Phương trình hồi quy như sau:

$$\mathbf{CLTT = \beta0 + \beta1*CC + \beta2*VT + \beta3*CL + \beta4*UD + \beta5*NL + \delta}$$

Trong đó:

**β0, β1, β2, β3, β4, β5**: hệ số hồi quy mô hình

δ: sai số

Biến phụ thuộc CLTT: Chất lượng thông tin kế toán tại các doanh nghiệp thời trang trên địa bàn TP.HCM.

Biến độc lập:

CC: Cơ cấu tổ chức;

VT: Vai trò của nhà quản lý;

CL: Chất lượng dữ liệu;

UD: Ứng dụng công nghệ thông tin;

NL: Năng lực kế toán viên;

## 4. Kết quả và bàn luận

### *4.1 Kiểm định chất lượng thang đo*

Với kết quả kiểm định chất lượng thang đo ở Bảng 1 dưới đây ta thấy, hệ số Cron-bach's Alpha của tổng thể đều > 0.6. Như vậy, hệ thống thang đo được xây dựng gồm 5 thang đo đảm bảo chất lượng tốt với 21 biến quan sát.

**Bảng 1. Bảng tổng hợp kết quả chỉ số thang đo Cro-bach's Alpha**

| STT | Nhóm biến | Số biến quan sát | Cron-bach's Alpha |
|---|---|---|---|
| 1 | Cơ cấu tổ chức | 5 | 0.837 |
| 2 | Vai trò của nhà quản lý | 4 | 0.822 |
| 3 | Chất lượng dữ liệu | 4 | 0.805 |
| 4 | Ứng dụng công nghệ thông tin | 4 | 0.805 |
| 5 | Năng lực kế toán viên | 4 | 0.822 |
| 6 | Chất lượng thông tin kế toán tại các doanh nghiệp ngành thời trang tại Thành phố Hồ Chí Minh | 3 | 0.792 |

*(Nguồn: Dữ liệu được phân tích bởi phần mềm SPSS 22.0)*

### *4.2 Phân tích nhân tố khám phá*

Phân tích nhân tố khám phá EFA biến phụ thuộc: Ở Bảng 2 - Kết quả kiểm định Bartlett's cho thấy, giữa các biến trong tổng thể có mối tương quan với nhau (sig = 0.000 < 0.05). Đồng thời, hệ số KMO = 0.694 > 0.5, chứng tỏ phân tích nhân tố để nhóm các biến lại với nhau là thích hợp và dữ liệu phù hợp cho việc phân tích. Mặt khác, kết quả ở Bảng 03 cho thấy, với phương pháp rút trích Principal components và phép quay Varimax, tổng phương sai trích = 70.706% > 50% cho thấy mô hình EFA là phù hợp. Như vậy, 1 nhân tố được trích cô đọng được 70.706% > 50% biến thiên các biến quan sát, đạt yêu cầu.

**Bảng 2. Bảng kết quả chỉ số KMO và kiểm định Bartlett's**

| KMO and Bartlett's Test | | |
|---|---|---|
| Hệ số Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) | | 0.694 |
| Mô hình kiểm định của Bartlett's | Giá trị Chi-Square | 278.035 |
| | Bậc tự do | 3 |
| | Giá trị P-Value (Sig.) | 0.000 |

*(Nguồn: Dữ liệu được phân tích bởi phần mềm SPSS 22.0)*

**Bảng 3. Bảng kết quả chỉ số Phương sai trích biến phụ thuộc**

| Nhân tố | Giá trị Eigenvalues | | | Chỉ số sau khi trích | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Tổng | Phương sai trích % | Tích lũy phương sai trích % | Tổng | Phương sai trích % | Tích lũy phương sai trích % |
| 1 | 2.121 | 70.706 | 70.706 | 2.121 | 70.706 | 70.706 |

*(Nguồn: Dữ liệu được phân tích bởi phần mềm SPSS 22.0)*

Khi thực hiện phân tích nhân tố khám phá EFA biến độc lập: Tại Bảng 4 dưới đây, ta có KMO = 0.876, thỏa mãn điều kiện $0.5 \leq KMO \leq 1$, nên phân tích nhân tố được chấp nhận với dữ liệu nghiên cứu. Sig Barlett's Test= 0.000 < 0.05, cho thấy kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê, chứng tỏ các biến quan sát có tự tương quan với nhau trong nhân tố. Tiếp đến kết quả số liệu từ Bảng 5, sau khi chạy Fixed number of factors ta thấy phương sai trích là 64.254% > 50% đạt yêu cầu. Với phương pháp rút trích Principal components và phép quay Vari-max, có 5 yếu tố được rút trích ra từ 21 biến quan sát. Điều này cũng có nghĩa, 5 yếu tố rút trích ra thể hiện khả năng giải thích được 64.245%, sự thay đổi của biến phụ thuộc trong tổng thể.

**Bảng 4. Bảng kết quả chỉ số KMO và kiểm định Bartlett's**

| KMO and Bartlett's Test | | |
|---|---|---|
| Hệ số Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) | | 0.876 |
| Mô hình kiểm định của Bartlett's | Giá trị Chi-Square | 2,524.798 |
| | Bậc tự do | 210 |
| | Giá trị P-Value (Sig.) | 0.000 |

*(Nguồn: Dữ liệu được phân tích bởi phần mềm SPSS 22.0)*

**Bảng 5. Bảng kết quả chỉ số Phương sai trích biến độc lập**

| Nhân tố | Giá trị Eigenvalues | | | Chỉ số sau khi trích | | | Chỉ số sau khi xoay | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Tổng | Phương sai trích % | Tích lũy phương sai trích % | Tổng | Phương sai trích % | Tích lũy phương sai trích % | Tổng | Phương sai trích % | Tích lũy phương sai trích % |
| 1 | 6.314 | 30.065 | 30.065 | 6.314 | 30.065 | 30.065 | 3.060 | 14.573 | 14.573 |
| 2 | 2.107 | 10.036 | 40.101 | 2.107 | 10.036 | 40.101 | 2.670 | 12.716 | 27.289 |
| 3 | 1.919 | 9.139 | 49.239 | 1.919 | 9.139 | 49.239 | 2.641 | 12.577 | 39.866 |
| 4 | 1.709 | 8.140 | 57.379 | 1.709 | 8.140 | 57.379 | 2.583 | 12.300 | 52.166 |
| 5 | 1.444 | 6.874 | 64.254 | 1.444 | 6.874 | 64.254 | 2.538 | 12.088 | 64.254 |

*(Nguồn: Dữ liệu được phân tích bởi phần mềm SPSS 22.0)*

### *4.3 Kiểm định mô hình hồi quy tuyến tính đa biến*

Nghiên cứu thực hiện chạy hồi quy tuyến tính đa biến với phương pháp đưa vào một lượt (phương pháp Enter), ta có: Trong bảng 6 khi xét tα/2 và tstat của các biến để đo độ tin cậy, thì các biến độc lập CC, VT, CL, UD, NL đều có các hệ số hồi quy lớn hơn 0. Như vậy tất cả các biến độc lập đưa vào phân tích hồi quy đều tác động cùng chiều tới biến phụ thuộc do dấu dương và các giá trị Sig. thể hiện độ tin cậy khá cao, đều < 0.05. Dựa vào độ lớn của hệ số hồi quy chuẩn hóa Beta, thứ tự mức độ tác động từ mạnh nhất tới yếu nhất của các biến độc lập tới biến phụ thuộc HL là: NL (0.266) > CL (0.259) > UD (0.240) > CC (0.184) > VT (0.176). Ngoài ra, hệ số Tolerance đều > 0.5 và hệ số VIF của các hệ số Beta đều < 2 cho thấy không có hiện tượng đa cộng tuyến xảy ra.

**Bảng 6. Bảng kết quả thông số trong mô hình hồi quy bằng phương pháp Enter**

| Mô hình | Hệ số chưa chuẩn hóa | | Hệ số chuẩn hóa | t | Sig. | Thống kê đa cộng tuyến | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | B | Sai số chuẩn | Beta | | | Hệ số Tolerance | Hệ số VIF |
| (Constant) | 0.612 | 0.156 | | 3.908 | 0.000 | | |
| CC | 0.159 | 0.037 | 0.184 | 4.288 | 0.000 | 0.734 | 1.362 |
| VT | 0.136 | 0.032 | 0.176 | 4.288 | 0.000 | 0.797 | 1.255 |
| CL | 0.208 | 0.034 | 0.259 | 6.156 | 0.000 | 0.765 | 1.307 |
| UD | 0.198 | 0.036 | 0.240 | 5.470 | 0.000 | 0.703 | 1.422 |
| NL | 0.229 | 0.035 | 0.266 | 6.538 | 0.000 | 0.816 | 1.225 |

*(Nguồn: Dữ liệu được phân tích bởi phần mềm SPSS 22.0)*

### *4.4 Đánh giá mức độ phù hợp của mô hình hồi quy tuyến tính đa biến*

Bảng 7 cho thấy, giá trị hệ số tương quan là 0.772 > 0.5. Do vậy, đây là mô hình thích hợp để sử dụng đánh giá mối quan hệ giữa biến phụ thuộc và các biến độc lập. Ngoài ra, hệ số xác định của mô hình hồi quy R2 hiệu chỉnh = 0.590 = 59.0%. Các biến độc lập giải thích được 59.0% sự thay đổi của biến phụ thuộc, còn lại 41.0% là sự thay đổi của các biến còn lại hoặc là sai số ngẫu nhiên. Hệ số Durbin-Watson = 2.059, nằm trong khoảng từ 1 - 3 nên không có hiện tượng tự tương quan chuỗi bậc nhất xảy ra.

**Bảng 7: Bảng kết quả thông số mức độ phù hợp của mô hình**

| Mô hình | Hệ số R | Hệ số $R^2$ | Hệ số $R^2$ hiệu chỉnh | Sai số chuẩn của ước lượng | Hệ số Durbin-Watson |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 0.772[a] | 0.597 | 0.590 | 0.389993 | 2.059 |

*(Nguồn: Dữ liệu được phân tích bởi phần mềm SPSS 22.0)*

**4.5 *Phương trình hồi quy***

**CLTT = 0.266*NL + 0.259*CL + 0.240*UD + 0.184*CC + 0.176*VT**

*(Nguồn: Dữ liệu được phân tích bởi phần mềm SPSS 22.0)*

## 5. Kết luận và hàm ý quản trị

### *5.1 Kết luận*

Với kết quả được nghiên cứu và phân tích tại Mục 4 thì các nhân tố tác động đến chất lượng thông tin kế toán tại các doanh nghiệp thời trang trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh cho ta thấy, có 05 nhân tố đều tác động cùng chiều đến vấn đề được nghiên cứu và các hệ số Sig của các biến đều < 0.05, vì vậy các giả thuyết được xây dựng ban đầu của nghiên cứu đều được chấp nhận. Trong số các nhân tố trên: nhân tố Năng lực kế toán viên, có hệ số beta chuẩn hóa cao nhất là 0.266 và có tác động mạnh nhất đến chất lượng thông tin kế toán tại các doanh nghiệp thời trang trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh; tiếp theo là nhân tố Chất lượng dữ liệu, có hệ số beta chuẩn hóa là 0.259 và có tác động mạnh thứ hai; nhân tố Ứng dụng CNTT, có hệ số beta chuẩn hóa là 0.240 và có tác động mạnh thứ ba; tác động mạnh thứ tư là nhân tố Cơ cấu tổ chức, với hệ số beta chuẩn hóa là 0.184 và nhân tố tác động yếu nhất là nhân tố Vai trò của nhà quản lý, có hệ số beta chuẩn hóa là 0.176 (Dữ liệu được tham khảo từ Bảng 6).

### *5.2 Hàm ý quản trị*

Dựa trên các kết quả nghiên cứu và phân tích ở trên, tác giả đưa ra một số giải pháp để nâng cao chất lượng thông tin kế toán trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh.

*Đối với nhân tố Năng lực kế toán viên*

Các DN cần tạo điều kiện thuận lợi cho nhân viên trực thuộc bộ phận kế toán tham gia thảo luận, học tập bồi dưỡng thường xuyên và liên tục ở các hội nghề nghiệp. DN chủ động mời các tổ chức tư vấn giải pháp và tài chính, kế toán tại các tập đoàn llớn để họ tư vấn giải pháp cải thiện kỹ năng Kế toán phù hợp để được áp dụng thành công ở công ty của họ, nhằm áp dụng cho DN thời trang thích nghi trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh. Đồng thời, người kế toán viên cũng cần nhận thức rõ được sự sống còn của thông tin Kế toán cung cấp sẽ có ý nghĩa cực kỳ quan trọng đối với DN.

*Đối với nhân tố Chất lượng dữ liệu*

Nếu chất lượng dữ liệu kế toán đầu vào không đạt yêu cầu thì sẽ không có chất lượng dữ liệu đầu ra, cụ thể là chất lượng HTTTKT đạt hiệu quả. Vì vậy, để nâng cao chất lượng dữ liệu thì DN phải nâng cao quy trình nhập liệu, đảm bảo chính xác, đầy đủ và kịp thời, đồng thời phải đảm bảo an toàn dữ liệu.

*Đối với nhân tố Ứng dụng công nghệ thông tin*

DN cần quan tâm chú trọng phát triển hạ tầng CNTT bởi đây là nền tảng cho hoạt động hệ thống thông tin kế toán. Nhà quản lý cần hỗ trợ về nguồn lực để trang bị phần cứng, phần mềm chất lượng cao nhằm đảm bảo tính bảo mật và đảm bảo an toàn tài nguyên thông tin. DN trang bị hệ thống mạng internet, mạng LAN đảm bảo an toàn truy cập và tốc độ xử lý dữ liệu.

*Đối với nhân tố Cơ cấu tổ chức*

Các DN cần thiết thay đổi mạnh mẻ và triệt để cơ cấu tổ chức kể cả quy mô nhỏ từng phòng ban hay kể cả toàn bộ công ty nếu phù hợp cho việc triển khai HTTTKT mới. Cơ cấu tổ chức DN với sự phân cấp quản lý, phân chia trách nhiệm, quyền hạn giữa các cấp quản lý là nhân tố quan trọng ảnh hưởng đến HTTT KTQT. Để các DN phân quyền thành công, họ cần thiết kế một hệ thống KTQT cung cấp thông tin liên quan để hỗ trợ các nhà quản lý trong việc lập kế hoạch, kiểm soát và ra quyết định. Các DN có quy mô lớn cần áp dụng các kỹ thuật của hệ thống

KTQT phức tạp hơn DN có quy mô nhỏ.

*Đối với nhân tố Vai trò của nhà quản trị*

Các nhà quản trị, đặc biệt là nhà quản trị cấp cao cần phải có sự quan tâm nhiều hơnnữa đến vai trò của HTTTKT tại đơn vị, một HTTTKT chất lượng, đảm bảo độ tin cậy thìsẽ giúp cho nhà quản trị cấp cao đưa ra được các quyết định chiến lược kinh doanh đúngđắn. Do vậy, nhà quản trị cần tổ chức HTTTKT khoa học và hợp lý hơn, để HTTTKT cóthể trở thành một công cụ cung cấp thông tin tin cậy, quan trọng đối với nhà quản trị và cóý nghĩa với việc ra quyết định kinh doanh. Cần hoàn thiện cơ chế tổ chức quản lý dựa trên quy mô, điều kiện, cơ chế quản lý tàichính và đặc điểm hoạt động của DN. Xác định rõ mối quan hệ giữa các bộ phận có liên quan đến bộ phận kế toán tại DN, gắn liền trách nhiệm của nhà quản trị với hiệu quả hoạtđộng của các bộ phận. Đồng thời thường xuyên kiểm tra, rà soát lại dữ liệu kế toán nhằm đảm bảo hạch toán chính xác, đầy đủ, cung cấp thông tin kịp thời cho nhà quản trị.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Hiep, H. X., Phuong, N. Đ., (2021). Factors affecting the accounting information quality in commercial enterprises in Hochiminh City.
2. Ngọc, L. T. B., (2018). Các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng hệ thống thông tin kế toán tại các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh.
3. Nguyệt, N. T. K. (2022). Các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng hệ thống thông tin kế toán tại các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ trên địa bàn Tỉnh Bình Dương.
4. Thảo, N. T. T. (2019). Những nhân tố ảnh hưởng đến tính hữu hiệu hệ thống thông tin kế toán tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn tỉnh Bến Tre.
5. Thuận, L. Đ., Hương, T. T. T., (2018). Yếu tố tổ chức và chất lượng hệ thống thông tin kế toán – bằng chứng từ Việt Nam.
6. Trang, L. H. V., Hiền, V. V., Thơ, N. H., (2020). Các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng thông tin kế toán trên báo cáo tài chính của các doanh nghiệp niêm yết tại Thành phố Hồ Chí Minh.
7. Azmi, F., & Sri, M. (2015). Factors that affect accounting information system success and its implication on accounting information quality. SIMILIARITY.
8. Gofwan, H. (2022). Effect of Accounting Information System on Financial Performance of Firms: A Review of Literature.
9. Nizar, M. (2020). Factors affecting the effectiveness of accounting information systems in public listed companies in Sri Lanka. International Journal of Advanced Multidisciplinary Research, 7(9), 1-6.
10. Sunarta, I. N., & Astuti, P. D. (2023). Accounting Information System Quality and Organizational Performance: the Mediating Role of Accounting Information Quality. International Journal of Professional Business Review, 8(3), e01192-e01192.
11. Wisna, N. (2018). Factors affecting the quality of accounting information. International Journal of Scientific & Technology Research, 7(4), 193-197.
12. Yanti, R. E., & Pratiwi, C. W. (2022). Factors Affecting the Quality of Accounting Information: the Role of Accounting Information Systems. Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer, 14(1), 107-114.

# CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN VẬN DỤNG KẾ TOÁN QUẢN TRỊ TẠI CÁC CÔNG TY XÂY LẮP TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH LONG AN

**Trần Thị Ngọc Châu***
Viện Đào tạo Sau đại học, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: ngocchau133@gmail.com.

## TÓM TẮT

Nghiên cứu tiến hành phân tích, xây dựng và kiểm định mô hình về các nhân tố ảnh hưởng đến việc vận dụng kế toán quản trị cho các công ty xây lắp trên địa bàn tỉnh Long An. Để thực hiện nghiên cứu, tác giả đã sử dụng kết hợp phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng nhằm xác định mô hình nghiên cứu và xác định mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố đến việc vận dụng này, từ đó đề xuất các hàm ý quản trị nhằm có thể vận dụng công cụ kế toán quản trị một cách hiệu quả cho các đơn vị nhằm cung cấp thông tin phục vụ quản trị nội bộ đơn vị, qua đó góp phần nâng cao hiệu quản quản trị của đơn vị. Kết quả nghiên cứu đã xác định được 5 nhân tố tác động đến việc vận dụng kế toán quản trị cho các công ty xây lắp trên địa bàn tỉnh Long An, đó là nhận thức của nhà quản lý công ty; quy mô công ty; đặc điểm ngành xây lắp; trình độ chuyên môn của cán bộ công nhân viên và chi phí cho việc vận dụng kế toán quản trị.
*Từ khóa:* kế toán quản trị; công ty xây lắp; tỉnh Long An.

## 1. Đặt vấn đề

Với quá trình hội nhập sâu và rộng, các doanh nghiệp Việt Nam nói chung và các công ty hoạt động trong lĩnh vực xây lắp nói riêng đứng trước những cơ hội và thách thức mới. Các công ty xây lắp tại tỉnh Long An không nằm ngoài quy luật đó, với đặc điểm sản xuất trên địa bàn rộng lớn và phân tán lại diễn ra bên ngoài trụ sở, hệ thống kế toán chưa hoàn thiện … đặc biệt là chưa quen vận dụng kế toán quản trị nên gặp nhiều bất lợi khi cạnh tranh với các công ty địa phương và tập đoàn nước ngoài. Để tồn tại và phát triển cùng với sự cạnh tranh của nền kinh tế thị trường thì trước hết các doanh nghiệp phải hiểu thấu đáo các quy luật kinh tế, phải biết sử dụng tốt nhất các nguồn lực sẵn có của mình, phải biết nắm bắt những cơ hội và vận dụng tốt các phương pháp kỹ thuật phân tích kinh tế. Theo đó, nhà quản trị doanh nghiệp cần phải có thông tin hữu ích liên quan đến cả bên trong bên trong và bên ngoài đơn vị nhằm thực thi tốt các chức năng quản trị doanh nghiệp. Áp dụng kế toán quản trị sẽ giúp cho nhà quản trị doanh nghiệp có được thông tin hữu hiệu trong việc ra quyết định nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh, trên thực tế hầu hết các công ty xây lắp nói chung và công ty xây lắp trên địa bàn tỉnh Long An nói riêng gần như không chú trọng đến kế toán quản trị, chỉ một số ít công ty nhà nước và các công ty cổ phần hóa áp dụng quản lý chi phí xây dựng thực hiện theo quyết định số 1776/BXD ngày 16/08/2007 quy định về định mức dự toán và thông tư 06/2016/TT-BXD hướng dẫn về lập dự toán xây dựng mà ít quan tâm đến các nội dung khác, phương pháp khác của kế toán quản trị. Do vậy việc nghiên cứu vận dụng kế toán quản trị cho các công ty này là việc làm cần thiết và mang tính thời sự.

## 2. Cơ sở lý thuyết

### *2.1 Tổng quan về kế toán quản trị*

*2.1.1 Khái niệm về kế toán quản trị*

Theo Luật kế toán Việt Nam (năm 2015): "Kế toán quản trị là việc thu thập, xử lý, phân tích và cung cấp thông tin kinh tế, tài chính theo yêu cầu quản trị và quyết định kinh tế tài chính trong nội bộ đơn vị kế toán"

Theo Ray H. Garrison và cộng sự (2012): "Kế toán quản trị có liên hệ với việc cung cấp tài liệu cho các nhà quản lý là những người bên trong tổ chức kinh tế và có trách nhiệm trong việc điều hành và kiểm soát mọi hoạt động của tổ chức"

Chung lại, kế toán quản trị là một hệ thống kế toán cung cấp các thông tin định lượng về hoạt động của đơn vị một cách cụ thể, giúp các nhà quản lý trong quá trình ra quyết định liên quan đến việc lập kế hoạch, tổ chức thực hiện, kiểm tra, kiểm soát và đánh giá tình hình thực hiện các hoạt động của đơn vị.

*2.1.2 Nội dung tổ chức kế toán quản trị tại doanh nghiệp*

Theo Ray H. Garrison và cộng sự (2012), dù hầu hết thông tin do phương pháp kế toán quản trị cung cấp đều là thông tin tài chính, kế toán quản trị vẫn rất chú trọng với việc trình bày thông tin phi tài chính. Nhân viên kế toán quản trị cung cấp tất cả các loại thông tin cho nhà quản trị và hành động như những đối tác chiến lược, giúp nhà quản trị ra quyết định và quản lý các mặt hoạt động của tổ chức. Thông tin kế toán quản trị là một trong những nguồn thông tin ban đầu của quá trình ra quyết định và kiểm tra trong tổ chức, có tác dụng giúp các nhà quản trị các cấp trong tổ chức có những quyết định tốt hơn, qua đó cải tiến kết quả chung của tổ chức. Thông tin kế toán quản trị là các số liệu tài chính và số liệu vật chất về các mặt hoạt động, các quá trình, các đơn vị kinh doanh, các loại sản phẩm, dịch vụ, khách hàng v.v… của một tổ chức, thí dụ như giá thành tính toán của một sản phẩm, một hoạt động, hay của một bộ phận ở kỳ hiện hành.

***2.2 Tổng quan các nghiên cứu liên quan***

Theo Ahmed Belkaoui (2017) đã nhấn mạnh rằng nhân tố con người, nhân tố cá nhân đóng vai trò quan trọng trong sự thành công của hệ thống kế toán quản trị vì nhà quản lý phải tự chịu trách nhiệm về hiệu quả của đơn vị mình. Đồng quan điểm trên có nghiên cứu của Trần Văn Tùng (2016) cho rằng các nhà quản trị trong các tổ chức ở Viêt Nam chưa có sự quan tâm kịp thời và coi trọng đến hệ thống kế toán quản trị mà chỉ tập trung xây dựng phần hành kế toán tài chính, nguyên nhân chính là do sự nhận thức của nhà quản trị chưa đầy đủ về tầm quan trọng của kế toán quản trị trong tổ chức.

Theo Emmanuel và cộng sự (1990), các công ty với quy mô lớn thường sẽ có phạm vi hoạt động rộng, cơ cấu tổ chức cồng kềnh và nhu cầu thông tin đòi hỏi cao. Do đó, những công ty này cần ứng dụng đầy đủ các nội dung kế toán quản trị nhằm cung cấp đầy đủ thông tin cho từng bộ phận và bộ máy kế toán quản trị sẽ phức tạp hơn. Bên cạnh đó, các công ty lớn thường sẽ có nền tảng về nhân sự, khoa học kỹ thuật tốt hơn nên điều kiện áp dụng kế toán quản trị cũng sẽ thuận lợi hơn. Ngược lại, đối với các công ty nhỏ và vừa, phạm vi hoạt động tương đối hẹp hơn, cơ cấu tổ chức thường đơn giản, nhu cầu thông tin đòi hỏi không quá cao, trình độ nhân sự và ứng dụng công nghệ thông tin thường bị hạn chế. Do đó, các công ty này chưa thể áp dụng được đầy đủ các nội dung của kế toán quản trị mà chỉ nên tập trung vào một số nội dung kế toán quản trị thật sự cần thiết, bộ máy kế toán quản trị cũng sẽ đơn giản hơn.

Theo Lucas, M., Prowle, M., & Lowth, G. (2013), chi phí để tổ chức một hệ thống kế toán quản trị cho doanh nghiệp là chi phí mà doanh nghiệp bỏ ra để tổ chức một hệ thống kế toán quản trị đáp ứng được nhu cầu cung cấp thông tin cho nhà quản lý, có thể là một hệ thống riêng biệt hoặc kết hợp với kế toán tài chính. Dối với mỗi doanh nghiệp thì tài chính hạn chế nên mức độ đầu tư cho kế toán quản trị cần phải cân nhắc. Vì vậy, nếu chi phí cho việc tổ chức này thấp thì các chủ doanh nghiệp sẽ dễ dàng chấp nhận vận dụng kế toán quản trị vào doanh nghiệp cho dù họ chưa có sự hiểu biết, nhận thức đầy đủ về kế toán quản trị. Còn ngược lại thì các chủ doanh nghiệp sẽ khá khó khăn trong việc vận dụng kế toán quản trị. Tuy nhiên khi xét đến nhân tố chi phí để tổ chức hệ thống kế toán quản trị thì phải đặt trong điều kiện mức độ vận dụng như thế nào cho phù hợp với từng doanh nghiệp về quy mô, loại hình, mức độ cạnh tranh.

Theo Trần Văn Tùng (2017), mỗi doanh nghiệp đều có những đặc điểm hoạt động sản xuất kinh doanh khác nhau bao gồm lĩnh vực hoạt động, đặc điểm quy trình công nghệ, đặc điểm tổ chức sản xuất,...Những yếu tố này ảnh hưởng rất lớn đến việc ứng dụng kế toán quản trị, việc lựa chọn những nội dung và mô hình kế toán quản trị khi áp dụng vào doanh nghiệp. Sản xuất xây lắp là một ngành sản xuất có tính chất công nghiệp. Tuy nhiên, đó là một ngành sản xuất công nghiệp đặc biệt. Sản phẩm xây dựng cơ bản cũng được tiến hành sản xuất một các liên tục, từ khâu thăm dò, điều tra khảo sát, đến thiết kế thi công và quyết toán công trình khi hoàn thành. Sản xuất xây dựng cơ bản cũng có tính dây chuyền, giữa các khâu của hoạt động sản xuất có mối liên hệ chặt chẽ với nhau, nếu một khâu ngừng trệ sẽ ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất của các khâu khác. Sản xuất ngành xây lắp có đặc điểm như (1) Sản xuất xây lắp mang tính chất riêng lẻ; (2) Sản phẩm thường có giá trị lớn, khối lượng công trình lớn, thời gian thi công tương đối dài; (3) Thời gian sử dụng sản phẩm xây lắp tương đối dài và có bảo hành; (4) Sản phẩm được sử dụng tại chỗ, địa điểm xây dựng luôn thay đổi theo địa bàn thi công; (5) Sản xuất được hình thành thường diễn ra ngoài trời, chịu tác động trực tiếp bởi điều kiện môi trường, thiên nhiên, thời tiết và do đó việc thi công xây lắp ở một mức độ nào đó mang tính chất thời vụ. Chính những đặc điểm này đòi hỏi kế toán quản trị phải được tổ chức sao cho có thể cung cấp thông tin phục quản trị phù hợp cho ngành xây lắp mà các ngành khác không có được.

Các nhân viên kế toán có đủ trình độ chuyên môn là một nhân tố quan trọng tác động đến việc vận dụng kế toán quản trị. Các nghiên cứu cũng chỉ ra rằng có sự tương thích giữa việc hiện diện của các nhân viên kế toán chuyên nghiệp với mức độ hiểu biết cao về vận dụng kế toán quản trị trong đơn vị (Ismail and King, 2007); hay sự hiện diện của các nhân viên kế toán chuyên nghiệp trong đơn vị giúp cho sự phát triển của việc vận dụng kế toán quản trị trong đơn vị (McChlery và cộng sự, 2004).

## 3. Phương pháp nghiên cứu và mô hình nghiên cứu

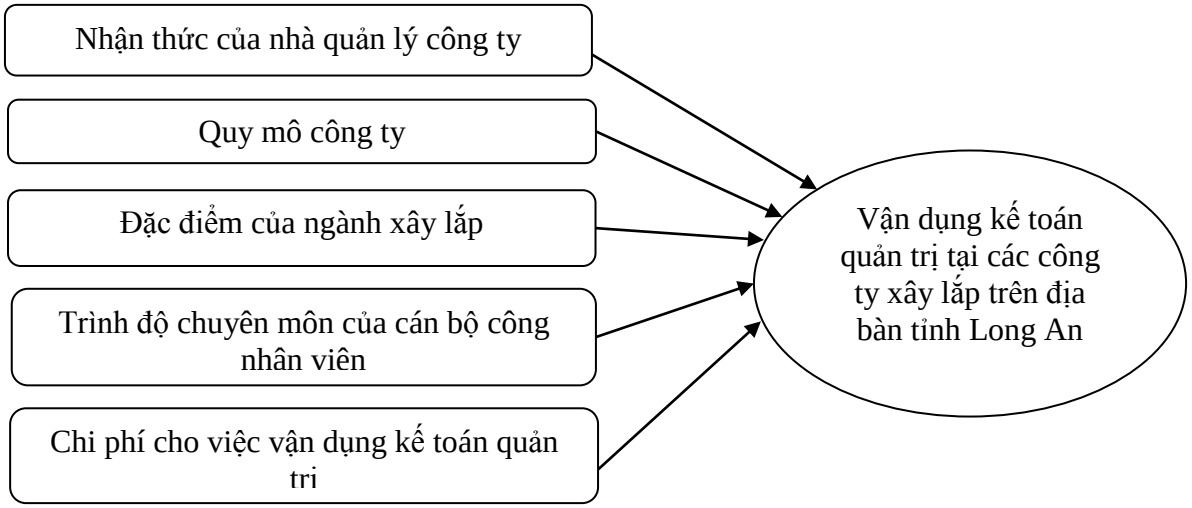
### *3.1 Phương pháp nghiên cứu*

Nghiên cứu được tiến hành thông qua 2 bước: (1) Bước 1: Nghiên cứu định tính bằng xây dựng phát triển hệ thống khái niệm/thang đo và các biến quan sát và hiệu chỉnh biến quan sát phù hợp với thực tế. (2) Bước 2: Nghiên cứu định lượng: Sử dụng hệ số tin cậy Cronbach Alpha để kiểm định mức độ chặt chẽ mà các mục hỏi trong thang đo tương quan với nhau; Phân tích nhân tố khám phá (EFA) được sử dụng để kiểm định các nhân tố ảnh hưởng và nhận diện các yếu tố được cho là phù hợp; đồng thời sử dụng phân tích hồi qui tuyến tính đa biến xác định các nhân tố và mức độ tác động của từng nhân tố đến vận dụng kế toán quản trị tại các công ty xây lắp trên địa bàn tỉnh Long An.

### *3.2 Dữ liệu và phương pháp thu thập dữ liệu*

Dữ liệu sơ cấp được thu thập thông qua phương pháp sưu tầm tài liệu, phương pháp phỏng vấn trực tiếp kết hợp với phương pháp trả lời bảng câu hỏi được gửi trực tiếp của các đối tượng là giám đốc, trưởng các phòng ban và kế toán trưởng, kế toán viên của 50 công ty xây lắp trên địa bàn tỉnh Long An. Nội dung các câu hỏi là các biến quan sát đo lường mức độ tác động của các nhân tố đến việc vận dụng kế toán quản trị tại các công ty xây lắp trên địa bàn tỉnh Long An và sử dụng thang đo 5 Likert cho toàn bộ bảng hỏi: 1 – hoàn toàn không đồng ý, 2 – không đồng ý, 3 – bình thường, 4 – Đồng ý, 5 – Hoàn toàn đồng ý. Theo quan điểm của Bollen (1989) cho rằng kích thước mẫu tối thiểu là 5 quan sát cho một câu hỏi cần ước lượng. Theo đó, nghiên cứu này có 25 câu hỏi, vì vậy kích thước mẫu tối thiểu là 25x5 = 125. Để đạt được tối thiểu 125 quan sát, tác giả đã gửi 180 bảng câu hỏi từ tháng 10/2023 đến tháng 12/2023 cho các công ty xây lắp trên địa bàn tỉnh Long An, tác giả đã gửi 250 phiếu khảo sát đến đại diện lãnh đạo của các công ty xây lắp tỉnh Long An. Kết quả nhận được 224 phiếu khảo sát, trong đó có 9 phiếu bị loại do không hợp lệ. Do đó, số lượng quan sát còn lại để đưa vào phân tích là 215 phiếu thỏa mãn điều kiện mẫu tối thiểu là 125.

### *3.3 Mô hình nghiên cứu và phương trình hồi quy*




**Sơ đồ 1. Mô hình nghiên cứu chính thức**

*(Nguồn: Tác giả đề xuất)*

***Các giả thuyết nghiên cứu***

**Giả thuyết H1:** Nhận thức của nhà quản lý công ty có tác động cùng chiều (+) đến việc vận dụng kế toán quản trị của các công ty xây lắp trên địa bàn tỉnh Long An.

**Giả thuyết H2:** Quy mô công ty có tác động cùng chiều (+) đến việc vận dụng kế toán quản trị của các công ty xây lắp trên địa bàn tỉnh Long An.

**Giả thuyết H3:** Đặc điểm của ngành xây lắp có tác động cùng chiều (+) đến việc vận dụng kế toán quản trị của các công ty xây lắp trên địa bàn tỉnh Long An.

**Giả thuyết H4:** Trình độ chuyên môn của cán bộ công nhân viên có tác động cùng chiều (+) đến việc vận dụng kế toán quản trị của các công ty xây lắp trên địa bàn tỉnh Long An.

**Giả thuyết H5:** Chi phí cho việc vận dụng kế toán quản trị thấp có tác động cùng chiều (+) đến việc vận dụng kế toán quản trị của các công ty xây lắp trên địa bàn tỉnh Long An.

### *3.4 Phương pháp xử lý dữ liệu*

Căn cứ số liệu khảo sát, bài viết sử dụng phần mềm SPSS Statistics 26.0 để phân tích độ tin cậy của các nhân tố cũng như các tiêu chỉ đo lường nhân tố, đồng thời, áp dụng phương pháp thống kê để tổng hợp, so sánh nhằm lượng hóa mức độ ảnh hưởng của các nhân tố vận dụng kế toán quản trị tại các công ty xây lắp trên địa bàn tỉnh Long An.

## 4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

***Kiểm định chất lượng thang đo***

**Bảng 1. Kết quả phân tích chất lượng thang đo bằng hệ số Cronbach Alpha**

| STT | Nhóm biến | Số biến quan sát | Cronbach |
|---|---|---|---|
| 1 | Nhận thức của nhà quản lý | 5 | 0.776 |
| 2 | Quy mô công ty | 5 | 0.763 |
| 3 | Đặc điểm ngành xây lắp | 5 | 0.786 |
| 4 | Trình độ chuyên môn của cán bộ công nhân viên | 5 | 0.833 |
| 5 | Chi phí cho việc vận dụng kế toán quản trị | 5 | 0.833 |
| 6 | Vận dụng kế toán quản trị tại các công ty xây lắp trên địa bàn tỉnh Long An | 3 | 0.834 |

Qua kết quả kiểm định chất lượng thang đo ở bảng 1 ta thấy hệ số Cronbach's Alpha của tổng thể đều lớn hơn 0.7. Như vậy hệ thống thang đo được xây dựng gồm 6 thang đo đảm bảo chất lượng tốt với 28 biến quan sát đặc trưng.

***Phân tích nhân tố khám phá***

**Phân tích nhân tố khám phá EFA biến phụ thuộc**

Kết quả kiểm định Bartlett's bảng 2 cho thấy giữa các biến trong tổng thể có mối tương quan với nhau (sig = 0.000<0.05). Đồng thời, hệ số KMO = 0.767 lớn hơn 0.5 (> 0.5), chứng tỏ phân tích nhân tố để nhóm các biến lại với nhau là thích hợp và dữ liệu phù hợp cho việc phân tích. Mặt khác, kết quả ở bảng 3 cho thấy với phương pháp rút trích Principal components và phép quay Varimax, có 1 yếu tố được rút trích ra từ các biến quan sát. Phương sai trích là 76.7% > 50% là đạt yêu cầu.

**Phân tích nhân tố khám phá EFA biến độc lập**

Ta có KMO = 0.712 thỏa điều kiện 0.5 ≤ KMO ≤ 1 nên phân tích nhân tố được chấp nhận với dữ liệu nghiên cứu. Sig Barlett's Test = 0.000 < 0.05 cho thấy kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê, chứng tỏ các biến quan sát có tương quan với nhau trong nhân tố.

Từ kết quả kiểm định cho thấy phương sai trích là 72.8% > 50% đạt yêu cầu. Với phương pháp rút trích Principal components và phép quay Varimax, có 5 yếu tố được rút trích ra từ 25 biến quan sát. Điều này cũng có nghĩa 5 yếu tố rút trích ra thể hiện khả năng giải thích được 72.8% sự thay đổi của biến phụ thuộc trong tổng thể.

***Kiểm định mô hình hồi quy tuyến tính đa biến***

Nghiên cứu thực hiện chạy hồi quy tuyến tính đa biến với phương pháp đưa vào một lượt, ta có:

**Bảng 2. Thông số thống kê trong mô hình hồi qui bằng phương pháp Enter**

| Mô hình | Hệ số chưa chuẩn hóa | | Hệ số chuẩn hóa | t | Sig. | Thống kê đa cộng tuyến | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | B | Sai số chuẩn | Beta | | | Hệ số Tolerance | Hệ số VIF |
| (Constant) | -.776 | .240 | | -3.239 | .001 | | |
| NT | .368 | .061 | .352 | 4.365 | .000 | .527 | 1.897 |
| QM | .464 | .060 | .450 | 6.086 | .000 | .530 | 1.888 |
| DD | .233 | .061 | .216 | 2.180 | .011 | .623 | 1.606 |
| TD | .329 | .067 | .304 | 3.433 | .001 | .495 | 2.021 |
| CP | .323 | .064 | .273 | 3.494 | .001 | .712 | 1.405 |
| Biến phụ thuộc: (VD) | | | | | | | |

Trong bảng số liệu khi xét $t_{stat}$ và $t_{\alpha/2}$ của các biến để đo độ tin cậy thì các biến độc lập NT, QM, DD, TD và CP đều đạt yêu cầu và các giá trị Sig. thể hiện độ tin cậy khá cao, đều < 0.05. Ngoài ra, hệ số VIF của các hệ số Beta đều nhỏ hơn 10 và hệ số Tolerance đều >0.5 cho thấy không có hiện tượng đa cộng tuyến xảy ra.

***Đánh giá mức độ phù hợp của mô hình hồi qui tuyến tính đa biến***

**Bảng 3. Mức độ phù hợp của mô hình**

| Mô hình | Hệ số R | Hệ số $R^2$ | Hệ số R2 - hiệu chỉnh | Sai số chuẩn của ước lượng | Thống kê thay đổi | | | | Hệ số |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | Hệ số $R^2$ sau khi đổi | Hệ số F khi đổi | Bậc tự do 1 | Bậc tự do 2 | Durbin-Watson |
| 1 | .818[a] | .735 | .720 | .51727 | .735 | 83.924 | 5 | 151 | 1.948 |
| a Biến độc lập: (Constant) NT, QM, DD, TD, CP | | | | | | | | | |
| b Biến phụ thuộc: VD | | | | | | | | | |

Bảng trên cho thấy, giá trị hệ số tương quan là 0.818 > 0.5. Do vậy, đây là mô hình thích hợp để sử dụng đánh giá mối quan hệ giữa biến phụ thuộc và các biến độc lập. Ngoài ra hệ số xác định của mô hình hồi quy $R^2$ hiệu chỉnh là 0.720. Nghĩa là mô hình hồi quy tuyến tính đã xây dựng phù hợp với dữ liệu 72.0%. Điều này cho biết khoảng 72.0%. sự biến thiên về vận dụng kế toán quản trị cho các công ty xây lắp trên địa bàn tỉnh Long An, các phần còn lại là do sai sót của các yếu tố khác. Kiểm định Durbin Watson = 1.948 trong khoảng 1< D < 3 nên không có hiện tượng tự tương quan của các phần dư.

**Phương trình hồi quy**

**VD = 0.450*QM + 0.352*NT + 0.304* TD + 0.273*CP+ 0.216*DD**

## 5. Kết luận và hàm ý quản trị

### *5.1 Kết luận*

Như vậy, kết quả sau khi nghiên cứu các nhân tố tác động đến vận dụng kế toán quản trị tại các công ty xây lắp trên địa bàn tỉnh Long An cho ta thấy có 5 nhân tố đều tác động cùng chiều đến vấn đề nghiên cứu. Mức độ tác động của các biến độc lập đến biến phụ thuộc trong mô hình được thể hiện như sau:

**Bảng 4. Mức độ tác động của các biến độc lập ảnh hưởng đến biến phụ thuộc**

| Biến độc lập | Hệ số beta | Tỷ lệ % | Thứ tự tác động | Hệ số Sig. |
|---|---|---|---|---|
| Nhận thức của nhà quản lý công ty | 0.352 | 23% | 2 | 0.00 < 0.05 |
| Quy mô công ty | 0.450 | 32% | 1 | 0.00 < 0.05 |
| Đặc điểm của ngành xây lắp | 0.216 | 11% | 5 | 0.01 < 0.05 |
| Trình độ chuyên môn của cán bộ công nhân viên | 0.304 | 19% | 3 | 0.00 < 0.05 |
| Chi phí cho việc vận dụng kế toán quản trị | 0.273 | 15% | 4 | 0.00 < 0.05 |

Qua số liệu ở bảng 4 cho thấy, nhân tố "Quy mô công ty" thực hiện có tác động mạnh nhất đến việc vận dụng kế toán quản trị tại các công ty xây lắp trên địa bàn tỉnh Long An; còn nhân tố tác động yếu nhất là nhân tố "Đặc điểm của ngành xây lắp". Mặt khác, các hệ số sig của các biến đều nhỏ hơn 0.05, do vậy các giả thuyết được xây dựng ban đầu của nghiên cứu đều được chấp nhận.

### *5.2 Hàm ý chính sách*

Theo kết quả kiểm định mô hình trên, theo tác giả để có thể vận dụng được hiệu quả công cụ kế toán quản trị cho các công ty xây lắp trên địa bàn tỉnh Long An, nhà quản lý của công ty cần căn cứ quy mô của đơn vị; đặc điểm ngành nghề; trình độ chuyên môn của cán bộ công nhân viên cũng tiềm lực của đơn vị về nhân sự, trình độ kỹ thuật cũng như điều kiện của đơn vị mà chọn nội dung, phương pháp kế toán quả trị phù hợp. Theo đó, đối với các công ty có quy mô nhỏ và vừa cần nhận thông tin để cung cấp cho nhà quản trị ra quyết định nhanh hoặc nhiều quyết định ngắn hạn nên áp dụng các nội dung, phương pháp kế toán quản trị cơ bản như quản trị chi phí, phân tích mối quan hệ chi phí – khối lượng – lợi nhuận; dự toán ngân sách; phân tích chi phí giá thành sản phẩm; phân biến động chi phí. Đối với các công ty có quy mô lớn đòi hỏi nhà quản trị đưa ra các quyết định gắn với việc thực hiện chiến lược dài hạn của đơn vị nên công ty cần vận dụng các nội dung, phương pháp KTQT như dự toán ngân sách; kế toán đánh giá trách nhiệm; thẻ điểm cân bằng.

Mặt khác, đơn vị cần tạo điều kiện thuận lợi cho nhân viên bộ phận kế toán tham gia sinh hoạt, học tập bồi dưỡng thường xuyên và liên tục ở các hội nghề nghiệp chuyên ngành kế toán. Công ty cần chủ động mời các chuyên gia hoặc các giám đốc điều hành hoặc giám đốc tài chính đang áp dụng mô hình kế toán quản trị tại đơn vị của họ rất thành công đến giảng và nói chuyện chuyên đề nhằm tăng tính thực tế; đây chính là mô hình đào tạo gắn kết giữa lý thuyết và thực hành.

**TÀI LIỆU THAM KHẢO**


1. Ahmed Belkaoui (2017), The Implementation of Management Accounting Practices and its Relationship with Performance in Small and Medium Enterprises. *International Review of Management and Marketing*, *7*(1), 342-353.
2. Emmanuel, C., Otley, D., & Merchant, K. (1990). Accounting for management control. In *Accounting for Management Control*(pp. 357-384). Springer, Boston, MA.
3. Galbraith, J. K. (1973). Power and the useful economist. *American Economic Review*, *63*(1), 1-11.
4. Ismail & King, *Factors influencing the alignment of accounting information systems in small and medium sized Malaysian manufacturing firms, Journal of Information Systems and Small Business*, 2007, vol. 1, no. 1-2, pp. 1-20.
5. Lucas, M., Prowle, M., & Lowth, G. (2013). Management accounting practices of (UK) small-medium-sized enterprises (SMEs). *Improving SME performance through Management Accounting Education*, *61*(6), 13.
6. McChlery et al, 2004, *Management Accounting Practices Among Small And Medium Enterprises*, Proceedings of the 28th International Business Information Management Association Conference, 9-10.
7. Ray H. Garrison, Eric W. Noreen, Peter C. Brewer (2012), Managerial Accounting, McGraw Hill, Irwin, 13rd edition.
8. Trần Văn Tùng (2017), Kế toán chi phí giá thành, NXB Kinh tế TP.HCM, ISBN: 978-604- 922-533-8.

# CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ LỰA CHỌN DỊCH VỤ KẾ TOÁN CỦA CÁC DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI KHU VỰC THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

**Nguyễn Như Ý***
Viện Đào tạo Sau đại học, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: nynguyen29099x@gmail.com.

**TÓM TẮT**

Trong nền kinh tế hội nhập, công tác kế toán có vai trò này càng quan trọng đối với DN nhằm đảm bảo cung cấp thông tin kế toán được kịp thời, hiệu quả trên cơ sở tuân thủ pháp luật, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh, đảm bảo phát triển bền vững cho đơn vị. Theo Luật kế toán DN có thể tự tổ chức công tác kế toán hoặc có thể thuê các dịch vụ kế toán cho DN. Hầu hết các doanh nghiệp nhỏ và vừa thuê ngoài thực hiện công tác kế toán sẽ tiết kiệm được chi phí đồng thời cũng đảm bảo kịp thời và đúng luật. Việc sử dụng phương pháp định tính kết hợp với phương pháp định lượng, tác giả thực hiện nghiên cứu nhằm xác định các nhân tố ảnh hưởng đến sự lựa chọn DVKT của các DNTM khu vực TP.HCM, trên cơ sở đó tác giả đề xuất một số kiến nghị nhằm giúp nhà quản lý đưa ra việc lựa chọn DVKT bên ngoài một cách đúng đắn, đồng thời giúp các đơn vị, cá nhân cung cấp DVKT có những chính sách bán hàng phù hợp với nhu cầu của KH.

*Từ khóa:* dịch vụ kế toán; doanh nghiệp thương mại; sự lựa chọn; thành phố Hồ Chí Minh.

## 1. Đặt vấn đề

Theo Luật kế toán Việt Nam (2015), DN hoàn toàn có thể lựa chọn DVKT với chi phí thấp mà hiệu quả chấp nhận được, do vậy trong thời gian gần đây các DN nói chung, đặc biệt là các DNTM thường tìm đến công ty dịch vụ kế toán như là một nhu cầu thiết yếu đối với họ. Hơn nữa, theo xu hướng hiện nay, đối với các DN việc sử dụng DVKT trong tổ chức công tác kế toán mà không phải tổ chức bộ máy kế toán, bố trí người làm kế toán đang là xu hướng phổ biến ở tất cả các nước phát triển mà các DN đang triển khai thực hiện ngày càng nhiều mà Việt Nam cũng không là ngoại lệ.

Theo Carl L. Saxby và cộng sự (20004) đã dùng mô hình năm nhân tố SERVQUAL để khám phá ra các nhân tố tác động đến chất lượng DVKT bằng phương pháp nghiên cứu định tính thông qua kỹ thuật phỏng vấn chuyên sâu các chuyên gia. Mặt khác, để đo lường mối liên hệ giữa chất lượng DVKT đến sự hài lòng của khách hàng bằng phương pháp định lượng thông qua bảng câu hỏi khảo sát với thang đo dựa trện mô hình SERVQUAL. Kết quả nghiên cứu cho thấy các công ty DVKT có thể nâng cao sự hài lòng khách hàng bằng cách tập trung vào tiêu chí bằng cấp " chứng chỉ kế toán công chứng" với nhân tố sự tin cậy và năng lực phục vụ, đồng thời kiến thức chuyên môn kế toán viên thực hiện dịch vụ cũng là một trong những thành phần quan trọng của tác động đến sự hài lòng khách hàng và sự lựa chọn dịch vụ sử dụng của các DN.

Tiếp tục kế thừa nghiên cứu trước liên quan đến công cụ SERVQUAL đo lường chất lượng dịch vụ, Maja Zaman Groff, Neza Stumberger, Sergeja Slapnicar (2012) đã xác định ảnh hưởng của trình độ chuyên môn của đơn vị cung cấp DVKT trong nhận thức của khách hàng về lựa chọn dịch DVKT của họ.

Trong nghiên cứu với tựa đề của tác giả Nguyễn Vũ Việt (2013), tác giả xác định các yếu tố thuộc về môi trường và các tiêu chí đánh giá các yếu tố này ảnh hưởng đến thị trường DVKT bao gồm: kinh tế, pháp lý và văn hóa xã hội. Các quy định khung pháp lý về quản lý kinh tế tài chính và về lĩnh vực kế toán gắn liền với sự tồn tại và phát triển của thị trường DVKT. Các tiêu chí đo lường và đánh giá trình độ phát triển của nền kinh tế thị trường là cơ sở để đánh giá yếu tô môi trường kinh tế ảnh hưởng tới sự phát triển của DVKT. Những khía cạnh của văn hóa xã hội trực tiếp ảnh hưởng đến thị trường DVKT gồm: quan điểm của xã hội về ý nghĩa của thông tin tài chính và tính minh bạch của thông tin, thói quen và phương thức truyền thống ảnh hưởng sâu sắc đến mức độ chấp nhận DVKT của các DN.

## 2. Cơ sở lý thuyết

### *2.1 Khái quát về dịch vụ kế toán*

Khái niệm dịch vụ kế toán

Theo luật kế toán Việt Nam năm 2015 được Quốc Hội ban hành ngày 20 tháng 11 năm 2015 thì hoạt động kinh doanh DVKT là việc cung cấp dịch vụ làm kế toán, làm kế toán trưởng, lập báo cáo tài chính, tư vấn kế toán và các công việc khác thuộc nội dung công tác kế toán theo quy định của Luật này cho các tổ chức, cá nhân có nhu cầu. Hành nghề kế toán là hoạt động cung cấp dịch vụ kế toán của tổ chức hoặc cá nhân có đủ tiêu chuẩn, điều kiện thực hiện dịch vụ kế toán.

DVKT là loại dịch vụ nhằm trợ giúp, tư vấn cho các nhà đầu tư, các DN về luật pháp, chế độ, thể chế tài chính kế toán của nhà nước, cũng như việc lập, ghi sổ kế toán, tính thuế và lập báo cáo tài chính. Hiện nay, các dịch vụ tài chính kế toán phổ biến thường là dịch vụ làm kế toán, lập báo cáo tài chính, các dịch vụ thuế như hướng dẫn và tư vấn thuế, lập tờ khai thuế,… và các dịch vụ về kế toán quản trị như phân tích, đánh giá hoạt động kinh doanh và lập chiến lược kinh doanh cho các DN.

*Các sản phẩm của dịch vụ kế toán:*

Tại Điều 55, Luật kế toán Việt Nam (2015) có quy định, tổ chức và cá nhân có đăng ký kinh doanh DVKT được thực hiện các dịch vụ kế toán sau: Làm kế toán; Làm kế toán trưởng; Thiết lập cụ thể hệ thống kế toán cho đơn vị kế toán; Cung cấp và tư vấn áp dụng công nghệ thông tin về kế toán; Bồi dưỡng nghiệp vụ kế toán, cập nhật kiến thức kế toán; Tư vấn tài chính; Kê khai thuế; Các dịch vụ khác về kế toán theo quy định của pháp luật.

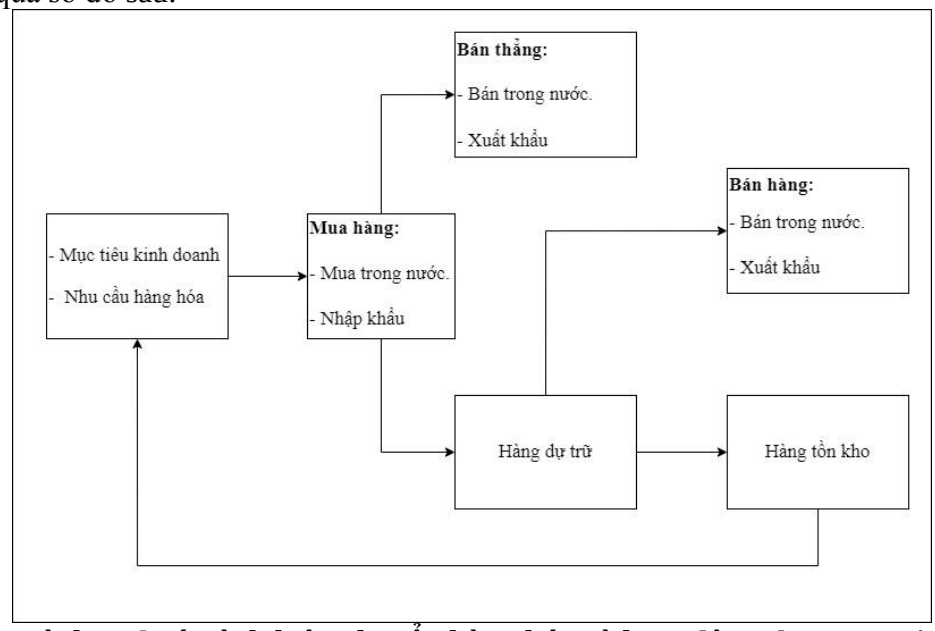
### *2.2 Khái quát về hoạt động thương mại và doanh nghiệp thương mại*

Trải qua 30 năm thực hiện đổi mới và hội nhập kinh tế quốc tế, thương mại Việt Nam đã và đang ngày càng đóng vai trò quan trọng trong các hoạt động kinh tế trong nước và thế giới, góp phần cải thiện sức cạnh tranh cũng như tăng trưởng kinh tế. Ông Phạm Nguyên Minh, Viện trưởng Viện Nghiên cứu Thương mại cho biết hoạt động xuất nhập khẩu trong thời gian qua không ngừng được mở rộng cả về thị trường và danh mục hàng hóa, dịch vụ với giá trị thương mại hàng hóa và dịch vụ tăng trưởng nhanh, cơ cấu và chất lượng hàng hóa xuất nhập khẩu được cải thiện theo hướng gia tăng các mặt hàng chế biến, giá trị gia tăng cao. Cùng với đó, thương mại trong nước cũng chuyển biến mạnh mẽ theo cơ chế thị trường với tốc độ tăng trưởng của tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ xã hội thường xuyên đạt ở mức 2 con số, tỷ trọng bán lẻ hàng hóa qua các loại hình thức thương mại hiện đại tăng nhanh. Vì vậy, trong giai đoạn 2016-2025, Việt Nam sẽ tiếp tục hội nhập sâu hơn vào nền kinh tế thế giới, tham gia ngày càng nhiều vào các quá trình hợp tác khu vực và thế giới, đa phương, đa chiều, đa lĩnh vực; trong đó thương mại là một trong những lĩnh vực trọng tâm.

Theo Luật DN năm 2014, DNTM là DN thực hiện các hoạt động thương mại nhằm mục đích sinh lời. Hoạt động thương mại hiểu theo quy định của Luật doanh nghiệp năm 2005 là việc thực hiện một hay nhiều hành vi thương mại như: mua bán hàng hóa, đại diện cho

thương nhân, môi giới thương mại, ủy thác mua bán hàng hóa, đại lý mua bán hàng hóa lý gửi, gia công trong thương mại, đấu giá hàng hóa, đấu thầu hàng hóa, dịch vụ giao nhận hàng hóa, dịch vụ giám định hàng hóa, khuyến mại quảng cáo thương mại, trưng bày giới thiệu hàng hóa, hội chợ triển làm thương mại. Theo Luật này, những hành vi thương mại trên thể hiện qua ba hoạt động chủ yếu là: *hoạt động mua bán hàng hóa; hoạt động cung ứng dịch vụ thương mại (những dịch vụ gắn liền với việc mua bán hàng hóa) và xúc tiến thương mại nhằm tìm kiếm, thúc đẩy cơ hội mua bán hàng hóa.* Tuy nhiên, hoạt động thương mại hiểu theo quan điểm của Tổ chức thương mại thế giới WTO bao gồm bốn lĩnh vực: Thương mại hàng hóa; Thương mại dịch vụ; đầu tư và sở hữu trí tuệ.

Căn cứ vào đặc điểm của quá trình lưu chuyển hàng hóa, hoạt động thương mại được biểu hiện qua sơ đồ sau:




**Hình 1. Quá trình luân chuyển hàng hóa và hoạt động thương mại**

*(Nguồn: Tác giả tổng hợp).*

Căn cứ vào mục tiêu kinh doanh, nhu cầu hàng hóa, DNTM tiến hành lập phương án và tổ chức mua hàng về phục vụ nhu cầu của thị trường; có thể là bán thẳng, giao tay ba hoặc dự trữ để chuẩn bị bán ra số hàng hóa mua và chưa bán ra được trong kỳ là hàng tồn kho; hàng tồn kho đó sẽ được xem xét, tính toán trong phương án mua hàng của chu kỳ kinh doanh tiếp theo. Hoạt động mua vào có thể từ nguồn hàng trong nước hoặc nhập khẩu và được bán ra thị trường nội địa hoặc xuất khẩu.

Tóm lại, DNTM với chức năng chủ yếu là thực hiện các công việc mua bán hàng hóa, là đơn vị tham gia thị trường thực hiện giá trị của háng hóa, tham gia vào quá trình hội nhập kinh tế khu vực và thế giới, DNTM có những đặc điểm sau: Đối tượng lao động của DNTM là những sản phẩm, hàng hóa hoàn chỉnh; Hoạt động của DNTM bao gồm nhiều quá trình mang tính chất kinh tế, kỹ thuật, văn hóa, … trong đó tính chất kinh tế là chủ yếu; Mục tiêu của DNTM là phụ vụ tốt nhất cho khách hàng, thỏa mãn tốt nhất nhu cầu của khách hàng để tạo ra được lợi nhuận cao nhất; DNTM là cầu nối giữa kinh tế trong nước với kinh tế khu vực và thế giới.

### *2.3 Các lý thuyết nền*

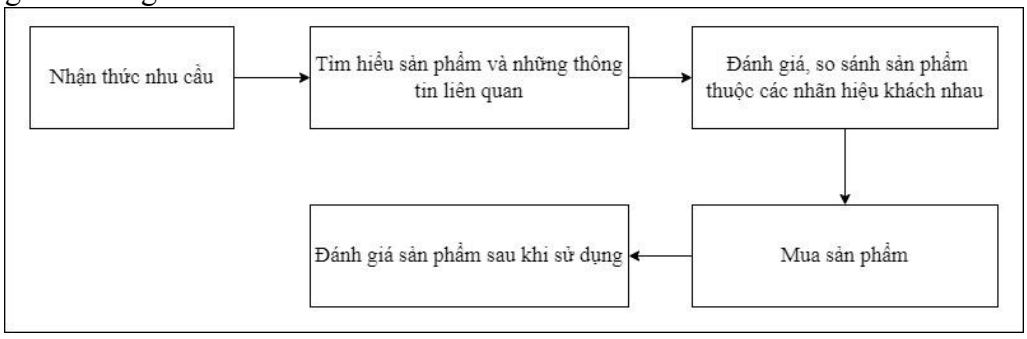
*Lý thuyết về hành vi người tiêu dùng*

Theo Brander, K.M. & Bennett D.B (1989), hành vi khách hàng là những hành vi cụ thể của một cá nhân khi thực hiện các quyết định mua sắm, sử dụng và vứt bỏ sản phẩm hay

dịch vụ. Theo đó, hành vi người tiêu dùng là cách thức các cá nhân, nhóm và tổ chức chọn lựa, mua hàng, sử dụng và loại bỏ sản phẩm, dịch vụ, ý tưởng hoặc trải nghiệm nhằm thỏa mãn nhu cầu và mong muốn của họ. Như vậy có thể thấy rằng hành vi người tiêu dùng là một tiến trình dưới sự tác động qua lại giữa các yếu tố kích thích bên ngoài kết hợp với các đặc điểm của người tiêu dùng diễn ra trong một quy trình tâm lý bên trong để đưa đến quyết định lựa chọn, mua sắm, sử dụng hoặc loại bỏ một sản phẩm/ dịch vụ nhằm thỏa mãn nhu cầu hay ước muốn của họ.

***Mô hình mua dịch vụ do Philip Kotler (2013)***

Mô hình mua dịch vụ do Philip Kotler (2013) đề xuất, theo đó hành vi mua dịch vụ là toàn bộ hoạt động mà khách hàng bộc lộ ra trong quá trình nhận diện, mua sắm, sử dụng, đánh giá dịch vụ nhằm thỏa mãn nhu cầu. Để có một giao dịch, người mua phải trải qua 5 giai đoạn. Quá trình mua bắt đầu, khi khách hàng nhận diện nhu cầu có khả năng được đáp ứng bằng việc mua dịch vụ. Xác định mục tiêu của việc mua dịch vụ để làm cơ sở cho việc đánh giá và lựa chọn cho các giai đoạn tiếp theo. Thông tin về dịch vụ được tìm kiếm từ nhiều nguồn khác nhau như qua bạn bè,đồng nghiệp, khách hàng đánh giá các khả năng thay thế. Quyết định mua là giai đoạn quan trọng nhất của quá trình mua, dịch vụ thỏa mãn nhu cầu, đem lại lợi ích cho khách hàng sẽ được lựa chọn. Sự hài lòng hoặc không hài lòng sau khi mua và sử dụng dịch vụ sẽ ảnh hưởng đến thái độ và hành vi mua tiếp theo và khi họ truyền bá thông tin cho người khác.




**Hình 2. Quy trình mua dịch vụ của Philip Kotler (2013)**

## 3. Phương pháp nghiên cứu

### *3.1 Dữ liệu và phương pháp thu thập dữ liệu*

Để phục vụ nghiên cứu, tác giả tiến hành thu thập gồm cả dữ liệu thứ cấp để tìm hiểu thực trạng về việc sử dụng các DVKT thuê ngoài của các DNTM khu vực TP.HCM và dữ liệu sơ cấp nhằm xây dựng mô hình nghiên cứu và kiểm định mô hình.

Dữ liệu sơ cấp được thu thập thông qua phương pháp sưu tầm tài liệu, phương pháp phỏng vấn sâu chuyên gia và các nhà quản lý của các đơn vị. Dữ liệu sơ cấp được thu thập thông qua bảng câu hỏi khảo sát thông qua phỏng vấn trực tiếp và sử dụng phần mềm Google Documents. Nội dung các câu hỏi là các biến quan sát đo lường các loại trung tâm trách nhiệm và sử dụng thang đo 5 Likert cho toàn bộ bảng hỏi: 1 – hoàn toàn đồng ý, 2 – không đồng ý, 3 – bình thường, 4 – Đồng ý, 5 – Hoàn toàn đồng ý. Đối tượng khảo sát là thành viên hội đồng quản trị, Ban giám đốc của các DNTM tại Tp.HCM. Để sử dụng kiểm định EFA, kích thước mẫu phải lớn. Theo Tabachnick, B.G., & Fidell, L.S. (1996) thì quy mô mẫu có thể xác định theo công thức: n >= 50 + 5k, với k là số biến độc lập của mô hình. Trong nghiên cứu này, số lượng biến độc lập đưa vào phân tích là 5 với 31 biến quan sát. Như vậy cỡ mẫu tối thiểu phải là n = 50 + 8*5 = 90. Đề tài sử dụng 182 mẫu lớn hơn cỡ mẫu tối thiểu là phù hợp.

**Giả thuyết và mô hình nghiên cứu**

Căn cứ vào tổng quan các công trình nghiên cứu trước, nghiên cứu chuyên gia, tác giả đã xây dựng năm giả thuyết nghiên cứu như sau:

Giả thuyết H1 được đưa ra là: Đội ngũ nhân viên của nhà cung cấp dịch vụ có tác động cùng chiều (+) đến sự lựa chọn DVKT của các DNTM khu vực TP.HCM.

Giả thuyết H2 được đưa ra là: Yêu cầu của người sử dụng có tác động cùng chiều (+) đến sự lựa chọn DVKT của các DNTM khu vực TP.HCM.

Giả thuyết H3 được đưa ra là: Lợi ích chuyên môn có tác động cùng chiều (+) đến sự lựa chọn DVKT của các DNTM khu vực TP.HCM.

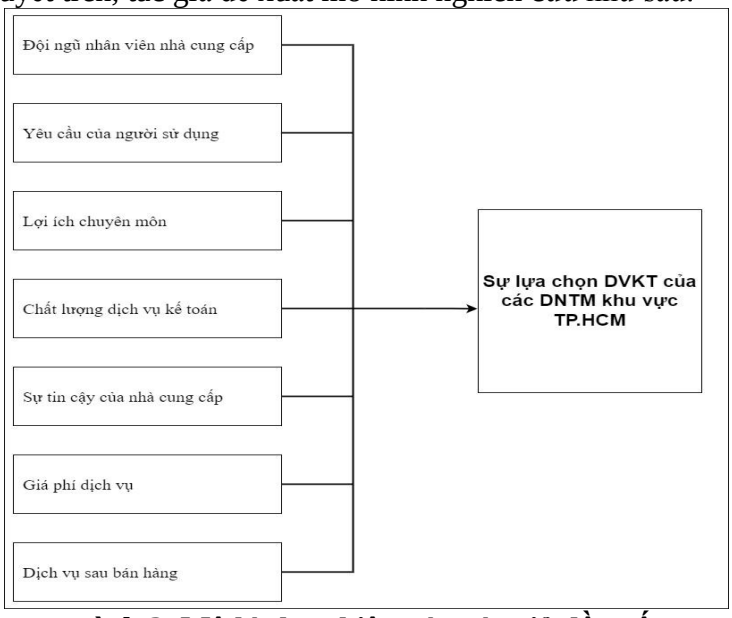
Giả thuyết H4 được đưa ra là: Chất lượng DVKT có tác động cùng chiều (+) đến sự lựa chọn DVKT của các DNTM khu vực TP.HCM.

Giả thuyết H5 được đưa ra là: Giá phí dịch vụ có tác động cùng chiều (+) đến sự lựa chọn DVKT của các DNTM khu vực TP.HCM.

Giả thuyết H6 được đưa ra là: Sự tin cậy của nhà cung cấp dịch vụ có tác động cùng chiều (+) đến sự lựa chọn DVKT của các DNTM khu vực TP.HCM.

Giả thuyết H7 được đưa ra là: Dịch vụ sau bán hàng có tác động cùng chiều (+) đến sự lựa chọn DVKT của các DNTM khu vực TP.HCM.

Từ các giả thuyết trên, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như sau:




**Hình 3. Mô hình nghiên cứu tác giả đề xuất**

### *3.2 Phương pháp xử lý dữ liệu*

Căn cứ số liệu khảo sát, tác giả thực hiện việc xử lý dữ liệu bằng phương pháp thống kê mô tả để xác định trọng số và tầng suất của các biến trong mô hình nghiên cứu. Mặt khác, dữ liệu thu thập qua bước phương pháp định lượng sẽ được xử lý trên phần mềm SPSS Statistics 22.0 để phân tích độ tin cậy của các nhân tố cũng như các tiêu chỉ đo lường nhân tố, đồng thời áp dụng phương pháp thống kê để tổng hợp, so sánh nhằm lượng hóa mức độ ảnh hưởng của các nhân tố tác động đến sự lựa chọn DVKT của các DNTM khu vực TP.HCM, cụ thể tác giả thực hiện như sau:

- Đánh giá độ tin cậy các thang đo.

- Phân tích nhân tố khám phá: nhằm đảm bảo mô hình EFA đảm bảo khả năng tin cậy, đòi hỏi phải thực hiện các kiểm định: Kiểm định tính thích hợp EFA; kiểm định tương quan của các biến quan sát trong thước đo đại diện.

- Phân tích hồi quy đa biến: để mô hình đảm bảo khả năng tin cậy và hiệu quả, đòi hỏi thực hiện các bước kiểm định: Kiểm định tương quan từng phần của các hệ số hồi quy; mức độ phù hợp của mô hình; hiện tượng phương sai phần dư thay đổI

**4. Kết quả nghiên cứu**

***4.1 Thống kê mô tả về các biến trong mô hình nghiên cứu***

| | Số quan sát | Giá trị nhỏ nhất | Giá trị lớn nhất | Giá trị trung bình | Độ lệch chuẩn |
|---|---|---|---|---|---|
| DN | 182 | 1,00 | 5,00 | 3,5461 | ,63765 |
| YC | 182 | 1,00 | 5,00 | 3,7474 | ,71596 |
| TC | 182 | 2,00 | 5,00 | 3,4868 | ,65921 |
| LI | 182 | 2,00 | 5,00 | 3,8684 | ,62153 |
| GP | 182 | 2,60 | 5,00 | 3,5386 | ,61551 |
| CL | 182 | 1,50 | 5,00 | 3,6623 | ,67097 |
| DV | 182 | 1,00 | 5,00 | 3,4444 | ,67351 |
| LC | 182 | 2,00 | 5,00 | 3,6053 | ,70056 |
| Valid N (listwise) | 182 | | | | |

**Bảng 1. Kết quả thống kê mô tả các biến độc lập và phụ thuộc**

*(Nguồn: tác giả tính toán, tổng hợp).*

Số liệu bảng 1 cho thấy, torng số 182 quan sát của các biến độc lập có giá trị trung bình từ 3,4444 đến 3,8684, điều này cho thấy kết quả khảo sát có sự tập trung cao và đáng tin cậy. Đối với biến phụ thuộc, trong 114 biến quan sát, giá trị trung bình là 3,6053, giá trị lớn nhất là 5,0 và giá trị nhỏ nhất 2,0 với độ lệch chuẩn 0,70056. Kết quả thống kê cho thấy khoảng cách giữa giá trị lớn nhất, giá trị nhỏ nhất và độ lệch chuẩn nhỏ cho thấy không có sự khác biệt về sự lựa chọn DVKT của các DNTM khu vực TP.HCM.

***4.2 Kết quả kiểm định mô hình***

Kiểm định chất lượng thang đo

| STT | Nhóm biến | Số biến quan sát | Cronbach Alpha |
|---|---|---|---|
| 1 | Đội ngũ nhân viên của nhà cung cấp dịch vụ | 6 | 0,888 |
| 2 | Yêu cầu của người sử dụng | 5 | 0,875 |
| 3 | Lợi ích chuyên môn | 4 | 0,879 |
| 4 | Chất lượng dịch vụ kế toán | 4 | 0,896 |
| 5 | Giá phí dịch vụ | 5 | 0,901 |
| 6 | Sự tin cậy của nhà cung cấp dịch vụ | 4 | 0,919 |
| 7 | Dịch vụ sau bán hàng | 3 | 0,896 |
| 8 | Sự lựa chọn DVKT của các DNTM khu vực TP.HCM | 3 | 0,852 |

**Bảng 2. Kết quả phân tích chất lượng thang đo bằng hệ số Cronbach Alpha**

*(Nguồn: tính toán của tác giả).*

Qua kết quả kiểm định chất lượng thang đo ở bảng 5 ta thấy hệ số Cronbach's Alpha của tổng thể đều lớn hơn 0.6. Như vậy hệ thống thang đo được xây dựng gồm 8 thang đo đảm bảo chất lượng tốt với 34 biến quan sát đặc trưng.

***Phân tích nhân tố khám phá các biến độc lập***

Kiểm định tính thích hợp EFA: Ta thấy KMO = 0,746 thoả mãn điều kiện 0,5 < KMO < 1, phân tích nhân tố khám phá là thích hợp cho dữ liệu thực tế.

Kiểm định tương quan giữa các biến quan sát: kết quả kiểm định cho thấy KMO and Bartlett's Test, ta thấy Sig. < 0,01, các biến quan sát có tương quan tuyến tính với nhân tố đại diện.

Kiểm định mức độ giải thích các biến quan sát đối với các nhân tố: sau khi chạy Fixed number of factors ta thấy phương sai trích là 74,52% > 50% đạt yêu cầu. Với phương pháp rút trích Principal components và phép quay Varimax, có 7 nhân tố được rút trích ra từ các biến quan sát. Điều này cũng có nghĩa 7 nhân tố rút trích ra thể hiện khả năng giải thích được 74,52% sự thay đổi của biến phụ thuộc trong tổng thể.

Kết quả mô hình EFA : Kết quả phân tích EFA cho thấy các biến được gom thành 7 nhóm. Hệ số tải nhân tố (Factor Loading) của các biến đều lớn hơn 0,5 và hiệu số giữa các thành phần trong cùng yếu tố đều lớn hơn 0,3. Kết quả các nhóm yếu tố được gom lại gồm 7 nhóm với 31 biến quan sát.

***Phân tích khám phá EFA cho biến phụ thuộc***

Biến phụ thuộc "Sự lựa chọn DVKT của các DNTM khu vực TP.HCM" với 3 biến quan sát, kết quả phân tích EFA cho thấy tất cả các điều kiện về phân tích nhân tố khám phá đều đáp ứng, hệ số KMO = 0,731 > 0,5 ; Sig. = 0,000 < 0.05; hệ số tải nhân tố > 0.5; giá trị trích Eigenvalue = 2.633 > 1 (yêu cầu lớn hơn 1); và tổng phương sai trích đạt khá cao 72,214% > 50% và đạt yêu cầu.

**Phân tích hồi quy bội:**

Phát hiện từ bước nghiên cứu trước về các nhân tố ảnh hưởng đến sự lựa chọn DVKT của các DNTM khu vực TP.HCM và kết quả phân tích EFA cho thấy các nhân tố (1) Đội ngũ nhân viên của nhà cung cấp dịch vụ; (2) Yêu cầu của người sử dụng; (3) Sự tin cậy của nhà cung cấp dịch vụ; (4) Lợi ích chuyên môn, (5) Giá phí dịch vụ; (6) Chất lượng dịch vụ, (7) Dịch vụ sau bán hàng ảnh hưởng đến sự lựa chọn DVKT của các DNTM khu vực TP.HCM.

***Phương trình hồi quy:*** $LC = \beta_1 ĐN + \beta_2 YC + \beta_3 TC + \beta_4 LI + \beta_5 GP + \beta_6 CL + \beta_7 DV + \varepsilon$

**Kiểm định sự phù hợp của mô hình**

| Mô hình | Hệ số R | Hệ số $R^2$ | Hệ số R2 - hiệu chỉnh | Sai số chuẩn của ước lượng | Thống kê thay đổi | | | | Hệ số |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | Hệ số $R^2$ sau khi đổi | Hệ số F khi đổi | Bậc tự do 1 | Bậc tự do 2 | Durbin-Watson |
| 1 | .812[a] | ,716 | ,729 | ,45983 | ,596 | 22,326 | 7 | 106 | 1,952 |
| a Biến độc lập: (Constant) : DN, YC, TC, LI, GP, CL, DV | | | | | | | | | |
| b Biến phụ thuộc: LC | | | | | | | | | |

**Bảng 3. Kiểm tra độ phù hợp của mô hình - Model Summary[b]**

*(Nguồn: Phân tích dữ liệu của tác giả).*

Bảng trên cho thấy, giá trị hệ số tương quan là 0.812 > 0,5. Do vậy, đây là mô hình thích hợp để sử dụng đánh giá mối quan hệ giữa biến phụ thuộc và các biến độc lập. Ngoài ra hệ số xác định của mô hình hồi quy $R^2$ hiệu chỉnh là 0,729. Nghĩa là mô hình hồi quy tuyến tính đã xây dựng phù hợp với dữ liệu 72,9%. Điều này cho biết khoảng 72,9%. sự biến thiên của biến

phụ thuộc (LC**)** là do tác động của các biến độc lập **(**ĐN, YC, TC, LI, GP, CL, DV**)**, các phần còn lại là do sai sót của các yếu tố khác. Kiểm định Durbin Watson = 1,952 trong khoảng 1< D < 3 nên không có hiện tượng tự tương quan của các phần dư.

| Mô hình | Hệ số chưa chuẩn hóa | | Hệ số chuẩn hóa | t | Sig. | Thống kê đa cộng tuyến | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | B | Sai số chuẩn | Beta | | | Hệ số Tolerance | Hệ số VIF |
| (Constant) | ,615 | ,333 | | 1,847 | ,068 | | |
| DN | ,311 | ,093 | ,293 | 2,150 | ,034 | ,529 | 1,991 |
| YC | ,370 | ,078 | ,375 | 3,342 | ,001 | ,605 | 1,852 |
| TC | ,470 | ,097 | ,449 | 3,723 | ,000 | ,461 | 2,271 |
| LI | ,294 | ,085 | ,273 | 2,161 | ,033 | ,671 | 1,890 |
| GP | ,317 | ,104 | ,292 | 1,995 | ,049 | ,459 | 2,080 |
| CL | ,316 | ,091 | ,297 | 2,255 | ,026 | ,498 | 2,108 |
| DV | ,337 | ,097 | ,329 | 2,355 | ,020 | ,442 | 2,162 |
| Biến phụ thuộc: (LC) | | | | | | | |

**Bảng 4. Thống kê trong mô hình hồi qui bằng phương pháp Enter**

*(Nguồn: Phân tích dữ liệu của tác giả).*

Trong bảng số liệu khi xét $t_{stat}$ và $t_{\alpha/2}$ của các biến để đo độ tin cậy thì các biến độc lập đều đạt yêu cầu và các giá trị Sig thể hiện độ tin cậy khá cao, đều < 5%. Ngoài ra, hệ số VIF của các hệ số Beta đều nhỏ hơn 10 cho thấy không có hiện tượng đa cộng tuyến xảy ra.

***Phương trình hồi quy:***

**LC = 0,44TC + 0,375YC + 0,329DV + 0,297CL + 0,2983DN + 0,292GP + 0,273LI**

Để so sánh mức độ ảnh hưởng từng nhân tố độc lập đối với sự lựa chọn DVKT của các DNTM khu vực TP.HCM ta căn cứ vào hệ số Beta chuẩn hóa. Ta thấy, ở phương trình hồi quy, trong 7 nhân tố ảnh hưởng sự lựa chọn DVKT của các DNTM khu vực TP.HCM thì nhân tố Sự tin cậy của nhà cung cấp dịch vụ ảnh hưởng mạnh nhất với hệ số beta chuẩn hóa = 0,4499; nhân tố Yêu cầu của người sử dụng dịch vụ ảnh hưởng mạnh thứ hai với hệ số Beta chuẩn hóa = 0,375; nhân tố Dịch vụ sau bán hàng ảnh hưởng mạnh thứ ba với hệ số Beta chuẩn hóa = 0,329; nhân tố tiếp theo nhân tố Chất lượng dịch vụ ảnh hưởng thứ tư với hệ số Beta chuẩn hóa = 0,297; nhân tố Đội ngũ nhân viên của nhà cung cấp dịch vụ ảnh hưởng thứ năm với hệ số Beta chuẩn hóa = 0,293; nhân tố Giá phí dịch vụ ảnh hưởng thứ sáu với hệ số Beta chuẩn hóa = 0,292 và cuối cùng là nhân tố Lợi ích chuyên môn ảnh hưởng thứ bảy với hệ số Beta chuẩn hóa= 0,273.

**5. Kết luận và chính sách hàm ý**

Thông qua các kiểm định của mô hình nghiên cứu, có thể khẳng định các nhân tố ảnh hưởng đến sự lựa chọn DVKT của các DNTM khu vực TP.HCM theo thứ tự từ cao đến thấp như sau:

| Biến độc lập | Giá trị tuyệt đối |
|---|---|
| Sự tin cậy của nhà cung cấp dịch vụ | 0,449 |
| Yêu cầu của người sử dụng | 0,275 |
| Dịch vụ sau bán hàng | 0,329 |
| Chất lượng dịch vụ | 0,297 |
| Đội ngũ nhân viên của nhà cung cấp dịch vụ | 0,293 |

| | |
|---|---|
| Giá phí dịch vụ | 0,292 |
| Lợi ích chuyên môn | 0,273 |

Xuất phát từ kết quả kiểm định mô hình nghiên cứu ở trên, tác giả đưa ra một số đề xuất nhằm giúp nâng cao hiệu quả trong việc lựa chọn DVKT của các DNTM khu vực TP.HCM như sau:

**Đối với sự tin cậy của nhà cung cấp dịch vụ:** Trong giai đoạn cạnh tranh gay gắt ở lĩnh vực cung cấp DVKT hiện nay, việc xây dựng hình ảnh của nhà cung cấp nhằm nâng cao sự tin cậy đối khách hàng là yếu tố có ý nghĩa sống còn. Theo đó, nhà cung cấp DVKT cần có tổ chức nhiều hơn nữa các đợt hội thảo, những khóa đào tạo cho khách hàng về các loại dịch vụ. Thông qua những hoạt động này nhà cung cấp có thể tiếp xúc nhiều hơn với khách hàng, vừa có thể giới thiệu về kinh nghiệm hoạt động, các loại DVKT có thể cung cấp cho khách hàng, vừa có thể lắng nghe những ý kiến, đề xuất của khách hàng để cải thiện sản phẩm của mình và hình ảnh của DN. Đồng thời, DN DVKT tăng cường những buổi giới thiệu về các tính năng vượt trội của các dịch vụ cũng như những ưu điểm cạnh tranh so với các đơn vị cung cấp dịch khác vốn khá đa dạng hiện nay.

**Đối với lợi ích chuyên môn và đáp ứng yêu cầu của khách hàng:** Thông qua các DVKT, các chuyên gia kế toán của các công ty DVKT, sẽ tư vấn cho các chủ DN lựa chọn mô hình tổ chức quản lý kinh doanh phù hợp, hiệu quả cũng như những vận dụng chính sách kinh tế, tài chính, thuế trong hoạt động của mình nhằm làm giảm chi phí, tăng thu nhập, nâng cao năng suất lao động và đảm bảo hiệu suất kinh tế cao nhất. Việc tiếp cận các dịch vụ kế toán, tư vấn là giải pháp nhanh nhất, hiệu quả nhất để doanh nghiệp nhận được những ý kiến tư vấn tốt nhất. Các DN DVKT cần tăng cường kiểm tra, kiểm soát chất lượng hoạt động kế toán bằng các quy định, quy trình nghiệp vụ đối với người hành nghề và hoàn thiện các quy trình kiểm soát chất lượng như: quy trình tuyển dụng nhân viên có đầy đủ chứng chỉ hành nghề, có trình độ cao và có phẩm chất đạo đức; quy trình đào tạo định kỳ, tập huấn nghiệp vụ; quy trình cung cấp dịch vụ từ đầu vào đến thực hiện đến đầu ra của sản phẩm dịch vụ cung cấp phải đúng quy trình và có kiểm soát chất lượng dịch vụ; Xây dựng được các chính sách động viên nhân viên và khuyến khích sự gắn bó lâu dài với doanh nghiệp vì đặc thù dịch vụ kế toán gắn bó lâu dài với khách hàng nên duy trì ổn định nhân viên có trình độ chuyên môn cao giúp khách hàng càng tin tưởng và gắn bó với các công ty DVKT.

**Đối với dịch vụ sau bán hàng:** Nhà cung cấp cần phải quan tâm và luôn có chính sách nâng cao, cải thiện các dịch vụ sau bán hàng thông qua việc cam kết thực hiện các dịch vụ bảo trì sản phẩm, huấn luyện cho người sử dụng những dịch vụ mới, sẵn sàng giải quyết những vướng mắc, khó khăn trong quá trình khai thác dịch vụ của khác hàng một cách kịp thời và hiệu quả. Bên cạnh đó, nhà cung cấp cần xây dựng hệ thống các kênh thông tin hỗ trợ khách hàng từ xa như trả lời trực tuyến qua mail, điện thoại, … để mang đến cho khách hàng những tiện ích tốt nhất nhằm tạo sự tin tưởng và giữ chân khách hàng.

**Đối với chất lượng dịch vụ:** Để có thể duy trì mối quan hệ với các khách hàng hiện tại, tạo ấn tượng cũng như sự đột phá đối với những khách hàng tiềm năng, cạnh tranh với dịch vụ của các công ty dịch vụ kế toán khác, trước hết các công ty dịch vụ kế toán cần tăng cường tính năng, đa dạng hóa dịch vụ, sản phẩm và nâng cao tiện ích của dịch vụ kế toán. Trong tình hình thị trường dịch vụ kế toán hiện nay thì sản phẩm/ dịch vụ của hầu hết các công ty DVKT đều khá tương đồng với nhau, không khác biệt lớn. Tuy nhiên đơn vị nào có những sản phẩm/dịch vụ đáp ứng được các nhu cầu cấp thiết, đặc thù của khách hàng thì chắc chắn sẽ thành công trong vấn đề khai thác thị trường riêng này. Các nhà quản trị cần không ngừng tìm hiểu cập nhật tình hình hoạt động của các ngành kinh tế, đặc biệt là các DN trẻ, mới chưa có sản phẩm/dịch vụ kế toán cung ứng để đưa ra các sản phẩm/dịch vụ cung ứng riêng biệt.

**Đối với chất lượng đội ngũ nhân viên của đơn vị cung cấp dịch vụ:** Trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt, nguồn nhân lực chất lượng cao làm việc trong lĩnh vực dịch vụ là rất cần thiết, để có được đội ngũ cán bộ nhân viên có trình độ năng lực chuyên môn tốt đòi hỏi công ty phải có chính sách tuyển dụng, chính sách đào tạo và chính sách đãi ngộ thỏa đáng.

**Đối với giá phí dịch vụ:** Các công ty dịch vụ kế toán cũng cần phải thu thập thông tin về giá cả sản phẩm dịch vụ của các công ty đối thủ cạnh tranh, để đưa ra mức giá phù hợp, cạnh tranh trên thị trường. Đồng thời cần theo dõi sát sao biến động giá trên thị trường để có thể chiến lược phản ứng giá nhanh chóng, kịp thời để giữ chân khách hàng hiện hữu cũng như thu hút khách hàng mới.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. A.S.Jadhav, R.M.Sonar (2009), *Evaluating and selecting software packages: A review, Software Tech*, Volume 51.
2. Apena Hedayatnia (2011), *An exploratory study of strategic approach to target marketing segmentation of Australian and international students marketing strategy in higher education,* Journal of International Marketing and Exporting Vol 16 No.1 201
3. Brander, K.M. & Bennett D.B (1989), *Norway lobsters in the Irish Sea: modeling one component of a multispecies resource. In: J.F. Caddy (Ed). Marine Invertebrate Fisheries: Their Assessment and Management*, John Wiley and Sons, New York.
4. Lai, W., Chen, C. (2010). Behavioral intentions of public transit passengers—The roles of service quality, perceived value, satisfaction and involvement. Transport Policy, Vol. 18, (2), Pp. 318-325.
5. Lee (2009), *Treatment-effect bounds for nonrandom sample selection,* the Stata Journal Volume 14 Number 4: pp. 884-894
6. Luật số 88/2015/QH13, Luật Kế toán do Quốc Hội ban hành ngày 20 tháng 11 năm 2015.
7. Maja Zaman Groff, Neza Stumberger, Sergeja Slapnicar (2012), *The Influence of Professional Qualification on Customers' Perceived Quality of Accounting Services and Retention Decision.*
8. Nguyễn Phước Bảo Ấn và cộng sự (2012), *Tổ chức công tác kế toán doanh nghiệp, ĐH Kinh tế Tp.HCM.*
9. Nguyễn Vũ Việt (2013), *Nhân tố môi trường và tiêu chí đánh giá ảnh hưởng đến thị trường dịch vụ kế toán,* Nghiên cứu tài chính kế toán - Trường Đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh.
10. Parry et al (2010), *Understand customers and relationships in software technology SMEs",* Bangor Business School Working Paper.
11. Philip Kotler & Kevin Keller (2013), *Marketing Management,* Publishing as prentice Hall, One Lake Street.
12. Saxby, Carl L., Craig R. Ehlen, and Timothy R. Koski, (2004), *Service Quality in Accounting Firms: The Relationship of Service Quality to Client Satiosfaction and Firm/Client Conflict*, Journal of Business and Economics Research, Volume 2, Number 11 (November 2004), 75-87.
13. Tabachnick, B.G., & Fidell, L.S. (1996), *Using multivariate statistics (ấn bản lần 3)*, New York, Mỹ: HarperCollins.
14. Thông tư 72/2007/TT-BTC v/v Hướng dẫn việc đăng ký và quản lý hành nghề kế toán do BTC ban hành ngày 27/62007.

# VẬN DỤNG THẺ ĐIỂM CÂN BẰNG ĐỂ XÁC ĐỊNH CHỈ TIÊU ĐO LƯỜNG THÀNH QUẢ HOẠT ĐỘNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM (BIDV)

**Phạm Long Giang** *
Viện Đào tạo Sau đại học, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: phamlonggiang2002@yahoo.com.

## TÓM TẮT

Trong nghiên cứu này, nội dung và phương pháp triển khai thẻ điểm cân bằng (BSC – Balanced Scorecard) đối với việc đo lường thành quả hoạt động tại ngân hàng thương mại cổ phần đầu tư và phát triển Việt Nam (BIDV) được thảo luận và phân tích. Cụ thể nghiên cứu việc áp dụng BSC để xây dựng các chỉ tiêu về tài chính, khách hàng, quy trình nội bộ, học hỏi và phát triển để đo lường thành quả hoạt động của BIDV. Tác giả đã sử dụng kết hợp phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng để thực hiện bài nghiên cứu, kết quả cho thấy các chỉ tiêu thuộc khía cạnh tài chính, khía cạnh khách hàng, khía cạnh quy trình nội bộ, khía cạnh học hỏi và phát triển phù hợp với mục tiêu và chiến lược hoạt động của BIDV đều có tác động cùng chiều đến việc đo lường thành quả hoạt động của BIDV.
*Từ khóa:* Kế toán quản trị; Bảng điểm cân bằng (BSC); thành quả hoạt động; BIDV.

## 1. Đặt vấn đề

Với sự ra đời của Bảng cân bằng điểm (Balanced Scorecard-BSC) của giáo sư Robert S. Kaplan – một giáo sư của đại học Harvard và các cộng sự những năm đầu thập niên 1990 đã giải quyết được bài toán khó này.BSC là một phương pháp tiếp cận, đo lường, đánh giá một cách toàn diện các khía cạnh hoạt động của tổ chức không chỉ đối với các đơn vị kinh doanh như doanh nghiệp, ngân hàng mà còn đối với tổ chức phi kinh doanh. BSC đã kết hợp thước đo tài chính và phi tài chính để chuyển tầm nhìn và chiến lược của tổ chức thành mục tiêu và thước đo cụ thể. Tuy nhiên để nghiên cứu vận dụng BSC vào các tổ chức thành công thì đòi hỏi nhiều yếu tố từ nhà lãnh đạo cũng như nhân viên, hiện tại ở Việt Nam có các tổ chức như tập đoàn Uliver, tập đoàn FPT, công ty Kinh Đô, ngân hàng ACB… đã triển khai BSC. Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu Tư và Phát Triển Việt Nam (BIDV) là một ngân hàng có quy mô hoạt động rất lớn và được biết đến là một trong những ngân hàng thương mại cổ phần lớn nhất Việt Nam với hàng trăm chi nhánh, phòng giao dịch lớn nhỏ trên toàn quốc. Theo đó, hiện tại BIDV chưa sử dụng đầy đủ các chỉ số đo lường cả khía cạnh tài chính và phi tài chính để đo lường thành quả hoạt động của các cá nhân, bộ phận tại ngân hàng và cho cả hệ thống ngân hàng. Do vậy thực tế đòi hỏi BIDV phải có một hệ thống đánh giá thành quả hoạt động, thành quả quản lý phù hợp nhằm thúc đẩy kết quả hoạt động kinh doanh của hệ thống. Vì vậy việc vận dụng BSC là kết quả tất yếu, đứng trên góc độ kế toán quản trị BSC sẽ là công cụ phân tích hoạt động kinh doanh, đánh giá thành quả hoạt động không những phương diện tài chính mà còn các phương diện phi tài chính, giúp ngân hàng biến tầm nhìn và chiến lược mà ban lãnh đạo đã đề ra thành các mục tiêu và thước đo, hành động cụ thể từ đó góp phần thành công hơn trong hoạt kinh doanh.

## 2. Tổng quan nghiên cứu và cơ sở lý thuyết

### *2.1 Tổng quan nghiên cứu*

Ayşe Gül Arik (2006) đã thực hiện nghiên cứu đề tài *"A Balanced Scorecard Model For the Performance Measurement Of Enterprise Resource Planning Implementation"*. Trong nghiên cứu này, tác giả áp dụng BSC được phát triển bởi Robert S. Kaplan và David P.

Norton vào năm 1992 để đo lường hiệu suất tại cấp độ tổ chức hoặc đơn vị kinh doanh, để đo lường hiệu suất trong suốt giai đoạn triển khai của các hệ thống ERP. Tác giả cũng đưa ra một mô hình sử dụng BSC để đo hiệu suất việc thực hiện kế hoạch ERP trong 4 quan điểm: Khía cạnh tài chính, Khía cạnh khách hàng, Khía cạnh quy trình kinh doanh nội bộ, Khía cạnh học hỏi và phát triển đề xuất trong khuôn khổ ban đầu. Đảm bảo một hệ thống ERP được thực hiện đánh giá một cách công bằng, tác giả chỉ ra rằng không chỉ các biện pháp tài chính truyền thống, mà còn là một sự cân bằng các biện pháp từ các quan điểm khác cho thấy hiệu suất trong việc đo lường TQHĐ của đơn vị. Tác giả cũng đề xuất một ứng dụng trong việc triển khai thực hiện BSC nhằm quản lý ERP để chứng minh tính khả thi của đề xuất mô hình.

Atif Hussain (2009) với đề *tài "Using Balanced Scorecard (BSC) to Improve Quality and Performance of ASKARI Bank: A Case Study in PAKISTAN".* Bài viết này trình bày một trường hợp nghiên cứu về Ngân hàng Askari sử dụng Balanced Scorecard (BSC) như là một hệ thống quản lý chiến lược để xác định những vấn đề về chất lượng và hiệu quả. Dựa trên kết quả khảo sát của nghiên cứu, tác giả đã rút ra những lời khuyên như sau: Mối quan hệ giữa những nhà giám sát và công nhân lao động cũng cần phải được chính thức hóa để đảm bảo môi trường làm việc tốt hơn cũng như cần cải thiện điều kiện vật chất của môi trường làm việc .Tác giả đề nghị thay thế hệ thống quản lý theo hiệu suất hiện tại và phải hòa nhập làm một hệ thống quản lý theo mục tiêu và hệ thống quản lý theo năng suất hoạt động đặc biệt là Ngân hàng Askari cần đầu tư lớn vào tài sản nguồn nhân lực thông qua các khóa đào tạo chính thức cho nhân viên, người giám sát phải xác định được nhu cầu đào tạo và giúp đỡ nhân viên vượt qua những khó khăn.

Eric Tanyi (2011) nghiên cứu đề tài *"Factors Influencing The Use Of Balanced Scorecard By Managers"*. Nghiên cứu này xem xét các yếu tố ảnh hưởng đến các nhà quản lý sử dụng BSC. Ngoài ra, nghiên cứu giúp các nhà quản lý sử dụng BSC để biết được họ nên tập trung vào đâu để các mục tiêu của tổ chức có thể đạt được. Tác giả sử dụng một bản câu hỏi điều tra để thu thập dữ liệu cho nghiên cứu và sử dụng phương pháp bình phương nhỏ nhất (OLS) để phân tích dữ liệu. Các biến độc lập được tác giả đưa ra để kiểm tra tác động của chúng như sau: Hệ thống kiểm soát khác được sử dụng trong tổ chức (OCS), cách quản lý đánh giá cấp dưới (ESM), nhận thức thông tin từ các nguồn mới (MRI), nhận thức tính hữu dụng của BSC (PU) và nhận thức dễ sử dụng của BSC (PEOU). Kết quả cho thấy cách quản lý nhận thức thông tin từ các nguồn mới (MRI) và nhận thức dễ sử dụng của hệ thống BSC (PEOU) do nhà quản lý ảnh hưởng đến việc họ sử dụng BSC. Tuy nhiên, nghiên cứu này chỉ xem xét ở một khía cạnh của nhà quả lý, trong khi đó để áp dụng thẻ điểm cân bằng trong việc quản lý sẽ phải chịu nhiều tác động từ bên trong lẫn bên ngoài. Số liệu khảo sát có thể chưa đủ để đánh giá sự tác động của các yếu tố đến việc vận dụng BSC của nhà quản lý. Mẫu gồm 34 nhà quản lý sử dụng BSC tại Phần Lan trong số 300 bảng câu hỏi được gửi đi. Do đó, tỷ lệ trả lời là 11.33%.

Lihong YU*, ChenWei Li (2013*)* với đề tài nghiên cứu *"Applied Research on the Balanced Scorecard in the Performance Evaluation of Banks of Village and Town, School of Economics and Management"*. Bài nghiên cứu này tác giả đã chọn thực hiện hiệu quả chiến lược kinh doanh của các ngân hàng làng và thị trấn như một điểm khởi đầu, áp dụng các nguyên tắc cơ bản của Balanced Scorecard trong việc đánh giá thành quả hoạt động của các ngân hàng làng và thị trấn, thảo luận về những ý tưởng thiết kế trong việc đánh giá thành quả hoạt động của các ngân hàng làng và thị trấn từ quan điểm của Balanced Scorecard và là tài liệu để tham khảo cho việc đánh giá thành quả hoạt động của các ngân hàng trong làng và thị trấn. Thông qua việc phân tích các kết quả nghiên cứu có liên quan và thực hiện các cuộc phỏng vấn với các nhân viên tại các ngân hàng làng và thị trấn nhằm cải thiện và tối ưu hóa hệ thống quản lý cho các ngân hàng làng và thị trấn, và giữ cho hoạt động được ổn định và nâng cao năng lực cạnh tranh của các ngân hàng trên thị trường tài chính nông thôn.

Waad Hadi Abd, & Duha Alwan Kazem. (2022) nghiên cứu về cách sử dụng thẻ điểm cân bằng cho các ngân hàng thương mại Iraq (Ngân hàng Baghdad, Ngân hàng Quốc tế Ashur, Ngân hàng xuyên Iraq). Kết quả nghiên cứu khẳng định mối quan hệ giữa thẻ điểm

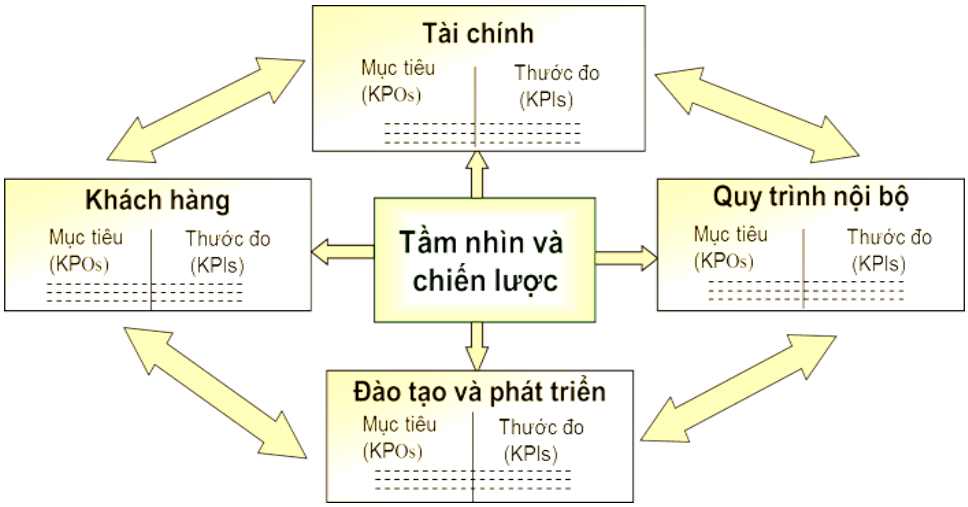
cân bằng để xác định điểm mạnh trong hoạt động và duy trì chúng liên tục trong dài hạn, và xác định những tồn tại, yếu kém trong hoạt động ngân hàng và khắc phục trong thời gian tới nghiên cứu đưa ra một số kết luận, trong đó quan trọng nhất là sự yếu kém của các ngân hàng mẫu nghiên cứu trong việc đạt tỷ lệ cao trong chỉ số. hệ thống công nghệ thông tin, vì việc các ngân hàng sử dụng công nghệ để hỗ trợ hiệu quả kinh doanh của mình và so sánh cạnh tranh với quy mô. Những tiến bộ về công nghệ và thông tin được các ngân hàng cạnh tranh khác sử dụng, nghiên cứu này khuyến nghị. Sự cần thiết cho tất cả các ngân hàng trong mẫu nghiên cứu để cải thiện chỉ số về mức độ phù hợp của mục tiêu của hệ thống thông tin công nghệ vì việc các ngân hàng sử dụng kỹ thuật công nghệ góp phần hỗ trợ hoạt động kinh doanh của họ và do đó làm tăng hiệu quả trong kinh doanh ngân hàng.

***2.2 Cơ sở lý thuyết***

*2.2.1 Khái niệm và vai trò của BSC*

Theo Nigel Evans (2005), phương pháp bảng điểm cân bằng là hệ thống xây dựng kế hoạch và quản trị chiến lược, được tổ chức kinh doanh, tổ chức phi lợi nhuận và chính phủ sử dụng nhằm định hướng hoạt động kinh doanh theo tầm nhìn và chiến lược của tổ chức, nâng cao hiệu quả truyền thông nội bộ và bên ngoài, theo dõi hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp so với mục tiêu đề ra. BSC mang đến cho các nhà quản lý và các quan chức cấp cao trong các tổ chức một cái nhìn cân bằng hơn về toàn bộ hoạt động của doanh nghiệp hoặc tổ chức. BSC là một hệ thống nhằm chuyển hóa tầm nhìn và chiến lược của tổ chức thành những mục tiêu và thước đo cụ thể thông qua việc thiết lập một hệ thống đo lường thành quả hoạt động trong một tổ chức trên bốn khía cạnh tài chính, khách hàng, quy trình nội bộ, học hỏi và phát triển.

Theo Robert S.Kaplan and Anthony A.Atkinson (1999), BSC là một tập hợp các thước đo tài chính và phi tài chính được chọn lọc theo những mục tiêu xuất phát từ chiến lược của một tổ chức, nhằm đo lường, đánh giá thành quả hoạt động và quản lý chiến lược của tổ chức một cách toàn diện trên bốn phương diện: Tài chính, Khách hàng, Quy trình nội bộ, Học hỏi và phát triển được minh họa qua Hình 1.




**Hình 1. Mô hình BSC**

*(Nguồn: Robert S.Kaplan and Anthony A. Atkinson, 1999)*

Theo Kaplan và các cộng sự (1999), BSC có vai trò quan trọng trong việc quản lý, triển khai chiến lược và đo lường thành quả hoạt động trong một tổ chức. BSC không chỉ là một hệ thống đo lường, là hệ thống quản lý, triển khai chiến lược mà còn là công cụ trao đổi thông tin trong đơn vị.

Theo C.W. Von Berge và Daniel C. Benc (2011), các doanh nghiệp trong một thập niên khi áp dụng BSC không nhất quán hoặc nửa vời đều thất bại. Các doanh nghiệp có thể hưởng lợi từ cách tiếp cận đến vận dụng, triển khai BSC trong doanh nghiệp bằng cách tránh những thất bại mà các doanh nghiệp triển khai BSC không thành công. Bởi khi áp dụng BSC không

chỉ quan tâm đến một khía cạnh mà phải quan tâm đến bốn khía cạnh cho việc mục tiêu chiến lược và hoạt động nhằm đạt được cả các chỉ tiêu tài chính và phi tài chính của đơn vị.

Các phương diện của BSC trong ngân hàng thương mại. Đối với các doanh nghiệp nói chung và NHTM nói riêng thì mọi mục tiêu đều xuất phát từ tầm nhìn sứ mệnh và chiến lược. Trong đó các mục tiêu ở mỗi phương diện đều hướng về việc hoàn thành sứ mệnh, nhiệm vụ đưa ra. Mục tiêu cuối cùng của NHTM là tạo ra giá trị cho các cổ đông và để đạt được điều đó, các NHTM thường quan tâm đến các vấn đề sau:

*Phương diện tài chính:* Theo W.C. Kim và R. Mauborgne (1997), phương diện tài chính của DN bao gồm các mục tiêu và thước đo thể hiện cho sự thành công cuối cùng của các DN tìm kiếm lợi nhuận. Các thước đo của phương diện tài chính, chẳng hạn như thu nhập hoạt động và tỷ lệ hoàn vốn đầu tư, cho biết xem chiến lược của DN và việc thực hiện của nó có gia tăng giá trị cho cổ đông. Hoạt động tài chính của DN được cải thiện thông qua hai cách tiếp cận cơ bản: cải thiện năng suất và tăng trưởng doanh thu.

**Bảng 1. Bảng tổng hợp các mục tiêu và thước đo của phương diện tài chính**

| Mục tiêu | Thước đo |
|---|---|
| Tăng thêm giá trị cho cổ đông | -ROI, ROE, ROS.<br>-Giá trị kinh tế tăng thêm (EVA) |
| Cải thiện cấu trúc chi phí | -Chi phí sản xuất chung, chi phí bán hàng, chi phí quản lý trên một đơn vị sản phẩm hoặc % doanh số |
| Tăng hiệu quả sử dụng tài sản | -ROA<br>-Tỷ số doanh thu/tài sản<br>-Tỷ số vòng quay hàng tồn kho<br>-% năng suất sử dụng |
| Nâng cao giá trị của khách hàng hiện tại | -% tăng trưởng doanh thu. |
| Mở rộng cơ hội doanh thu | -% doanh thu từ sản phẩm mới; khách hàng mới. |

*(Nguồn: Theo W.C.Kim và Mauborgne (1997))*

*Phương diện khách hàng:* Theo AW Ulwick (2002), nhà quản lý phải xác định được khách hàng và phân khúc thị trường mà trong đó các tổ chức phải cạnh tranh và các biện pháp thực hiện của tổ chức trong các phân khúc mục tiêu. Những mục tiêu cơ bản như giữ lại khách hàng cũ, sự hài lòng của khách hàng, thu hút khách hàng mới, lợi nhuận từ khách hàng, thị phần khách hàng mục tiêu.

**Bảng 2. Bảng tổng hợp các mục tiêu và thước đo của phương diện khách hàng**

| Mục tiêu | Thước đo |
|---|---|
| Gia tăng thị phần | Thị phần |
| Tăng thị phần khách hàng mục tiêu | Thị phần khách hàng mục tiêu |
| Giữ lại khách hàng cũ | Tỷ lệ % số lượng khách hàng cũ tiếp tục mua hàng. |
| Thu hút khách hàng mới | Doanh thu (số lượng) khách hàng mới. |
| Đạt được sự thỏa mãn và lòng trung thành của khách hàng | - Sự hài lòng của khách hàng trong phân khúc mục tiêu<br>- % khách hàng quay lại.<br>- % tăng trưởng doanh thu từ khách hàng hiện tại |
| Tăng lợi nhuận từ khách hàng | Lơi nhuận tính trên khách hàng |

*(Nguồn: Theo AW Ulwick (2002))*

*Phương diện quy trình nội bộ:* Theo M. Epstein và B. Birchard (1999), các DN cần xác định các quy trình quản lý hoạt động, quy trình quản lý khách hàng, quy trình cải tiến, và các

quy trình pháp lý và xã hội, trong đó tổ chức phải vượt trội để thỏa mãn khách hàng, tăng trưởng doanh thu và sinh lợi.

*Phương diện học hỏi và phát triển:* Theo Atkinson &Kaplan (2012), ở phương diện này các DN cần xác định mục tiêu về con người, công nghệ thông tin, và sự gắn kết tổ chức mà sẽ thúc đẩy cải thiện các mục tiêu trong các quy trình khác. Trong phương diện học hỏi và phát triển nhà điều hành nhắm đến mục tiêu cải thiện nguồn tài sản vô hình – nguồn nhân lực, công nghệ thông tin, văn hóa. Các mục tiêu này được thể hiện qua các thước đo như: Mức độ hài lòng của nhân viên; Tỷ lệ nhân viên có bằng cấp và kỹ năng cao; Quá trình hỗ trợ đầy đủ hệ thống ứng dụng.

## 3. Phương pháp nghiên cứu và mô hình nghiên cứu

### *3.1 Phương pháp nghiên cứu*

Nghiên cứu được tiến hành thông qua 2 bước: (1) Bước 1: Nghiên cứu định tính bằng xây dựng phát triển hệ thống khái niệm/thang đo và các biến quan sát và hiệu chỉnh biến quan sát phù hợp với thực tế. (2) Bước 2: Nghiên cứu định lượng: Sử dụng hệ số tin cậy Cronbach Alpha để kiểm định mức độ chặt chẽ mà các mục hỏi trong thang đo tương quan với nhau; Phân tích nhân tố khám phá (EFA) được sử dụng để kiểm định các nhân tố ảnh hưởng và nhận diện các yếu tố được cho là phù hợp; đồng thời sử dụng phân tích hồi qui tuyến tính đa biến xác định các nhân tố và mức độ tác động của từng nhân tố đến việc đánh giá thành quả hoạt động tại BIDV.

Thông qua lược khảo các tài liệu nghiên cứu và tham vấn chuyên gia, bên cạnh đó, tác giả nghiên cứu sử dụng phương pháp thảo luận nhóm để xác định có 4 biến độc lập với 20 biến quan sát được cho là có tác động đến 1 biến phụ thuộc là thành quả hoạt động tại BIDV với 4 biến quan sát.

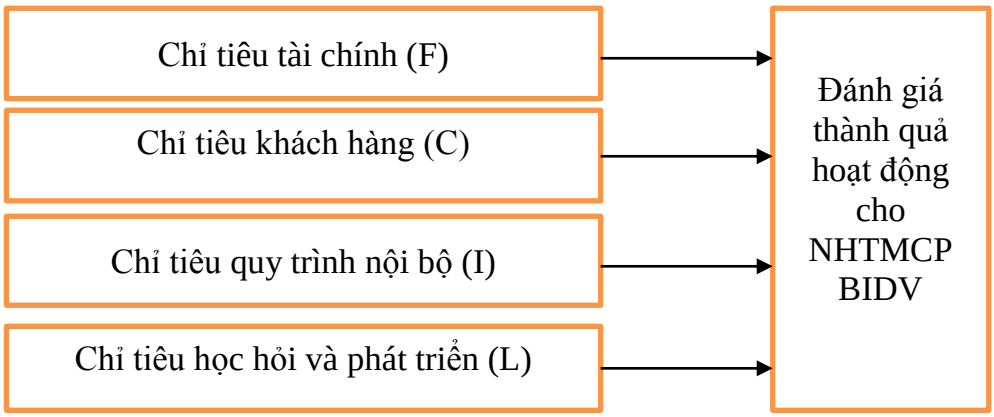
### *3.2 Dữ liệu và phương pháp thu thập dữ liệu*

Để phục vụ nghiên cứu, tác giả tiến hành thu thập dữ liệu sơ cấp nhằm kiểm định mô hình nghiên cứu. Dữ liệu sơ cấp được thu thập thông qua phương pháp sưu tầm tài liệu, phương pháp phỏng vấn các nhà quản lý của các đơn vị gồm thành viên Hội đồng quản trị, Ban giám đốc, Trưởng các phòng ban liên quan. Nội dung các câu hỏi là các biến quan sát đo lường mức độ tác động của các nhân tố đến việc đánh giá thành quả hoạt động của BIDV và sử dụng thang đo 5 Likert cho toàn bộ bảng hỏi: 1 – hoàn toàn đồng ý, 2 – không đồng ý, 3 – bình thường, 4 – Đồng ý, 5 – Hoàn toàn đồng ý. Đối tượng khảo sát là thành viên Hội đồng quản trị, Ban giám đốc, Trưởng các đơn vị Phòng, Ban.

Theo quan điểm của Bollen (1989) cho rằng kích thước mẫu tối thiểu là 5 quan sát cho một câu hỏi cần ước lượng. Theo đó, nghiên cứu này có 25 câu hỏi, vì vậy kích thước mẫu tối thiểu là 25x5 = 125. Để đạt được tối thiểu 100 quan sát, tác giả đã gửi 250 bảng câu hỏi từ tháng 10/2023 đến tháng 11/2023 cho lãnh đạo của BIDV ở Hội sở và các Chi nhánh gồm đại diện ban giám đốc, kế toán trưởng, kế toán tổng hợp. Kết quả thu về 232 phiếu, trong đó 11 phiếu bị loại do không hợp lệ (chủ yếu là do thiếu thông tin). Do đó số lượng quan sát đưa vào phân tích là 221 phiếu thỏa yêu cầu kích thước mẫu tối thiểu cho nghiên cứu.

### *3.3 Mô hình nghiên cứu và giả thuyết nghiên cứu*

Thông qua các bước nghiên cứu, đặc biệt là ý kiến từ khảo sát chuyên gia, tác giả đã tổng hợp và xác định được 4 biến độc lập với 25 biến quan sát tác động đến biến phụ thuộc "Thành quả hoạt động tại NH BIDV" với 4 biến quan sát, do vậy mô hình nghiên cứu được đề xuất như sau:




**Hình 2. Mô hình nghiên cứu**

*(Nguồn: Tác giả đề xuất)*

Các giả thuyết cho mô hình nghiên cứu chính thức như sau:

*Giả thuyết H1:* Chỉ tiêu tài chính có tác động cùng chiều (+) đến việc đo lường thành quả hoạt động của BIDV.

*Giả thuyết H2:* Chỉ tiêu khách hàng có tác động cùng chiều (+) đến việc đo lường thành quả hoạt động của BIDV.

*Giả thuyết H3:* Chỉ tiêu quy trình nội bộ có tác động cùng chiều (+) đến việc đo lường thành quả hoạt động của BIDV.

*Giả thuyết H4:* Chỉ tiêu học hỏi và phát triển có tác động cùng chiều (+) đến việc đo lường thành quả hoạt động của BIDV.

***3.3 Phương pháp xử lý dữ liệu***

Căn cứ số liệu khảo sát, tác giả sử dụng phần mềm SPSS Statistics 26.0 để phân tích độ tin cậy của các nhân tố cũng như các tiêu chí đo lường nhân tố, đồng thời áp dụng phương pháp thống kê để tổng hợp, so sánh nhằm lượng hóa mức độ ảnh hưởng của các nhân tố tác động đến việc đánh giá thành quả hoạt động tại BIDV thông qua các kiểm định của mô hình.

**4. Kết quả nghiên cứu**

***4.1 Kiểm định chất lượng thang đo***

*Cronbach's Alpha các biến độc lập*

**Bảng 4. Cronbach's Alpha của thang đo yếu tố khía cạnh tài chính**

| Biến quan sát | Trung bình thang đo nếu loại biến | Phương sai thang đo nếu loại biến | Hệ số tương quan biến tổng | Cronbach's Alpha nếu loại biến |
|---|---|---|---|---|
| Chỉ tiêu thu nhập trên đầu tư (ROI)/giá trị kinh tế gia tăng | 15.63 | 8.534 | .572 | .749 |
| Khả năng sinh lời | 15.12 | 7.271 | .668 | .699 |
| Tăng trưởng doanh thu/tập hợp sản phẩm | 15.23 | 7.956 | .612 | .716 |
| Tăng năng suất, giảm chi phi | 15.03 | 7.440 | .592 | .720 |
| Đảm bảo dự trữ tối thiểu | 15.13 | 7.935 | .512 | .742 |
| **Cronbach's Alpha** = 0.745 | | | | |

*(Nguồn: Tác giả tổng hợp từ phân tích dữ liệu)*

Nhận xét: Theo kết quả số liệu cho thấy thang đo yếu tố "khía cạnh tài chính" có 04 biến quan sát. Trong đó hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn 0.3 (> 0.3) và hệ số tin cậy Cronbach's Alpha đạt 0.745. Vì vậy thang đo yếu tố "khía cạnh tài chính" đáp ứng được độ tin cậy và được đưa vào phân tích ở bước tiếp theo.

**Bảng 5. Cronbach's Alpha của thang đo khía cạnh khách hàng**

| Biến quan sát | Trung bình thang đo nếu loại biến | Phương sai thang đo nếu loại biến | Hệ số tương quan biến tổng | Cronbach's Alpha nếu loại biến |
|---|---|---|---|---|
| Thị phần | 15.38 | 11.302 | 0.713 | 0.718 |
| Thu hút khách hàng | 15.25 | 11.517 | 0.784 | 0.723 |
| Giữ khách hàng | 15.39 | 12.207 | 0.723 | 0.734 |
| Khả năng sinh lời của khách hàng | 15.49 | 12.547 | 0.686 | 0.641 |
| Sự hài lòng của khách hàng | 15.25 | 12.569 | 0.629 | 0.633 |
| Thị phần | 15.48 | 11.302 | 0.713 | 0.718 |
| **Cronbach's Alpha** = 0.721 | | | | |

*(Nguồn: Tác giả tổng hợp từ phân tích dữ liệu)*

Nhận xét: Theo kết quả số liệu cho thấy thang đo yếu tố "khía cạnh khách hàng" có 05 biến quan sát. Trong đó hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn 0.3 (> 0.3) và hệ số tin cậy Cronbach's Alpha đạt 0.721. Vì vậy thang đo yếu tố "khía cạnh khách hàng" đáp ứng được độ tin cậy và được đưa vào phân tích ở bước tiếp theo.

**Bảng 6. Cronbach's Alpha của thang đo khía cạnh quy trình nội bộ**

| Biến quan sát | Trung bình thang đo nếu loại biến | Phương sai thang đo nếu loại biến | Hệ số tương quan biến tổng | Cronbach's Alpha nếu loại biến |
|---|---|---|---|---|
| Quản lý thương hiệu | 14.76 | 10.147 | 0.648 | 0.691 |
| Phát triển mạng lưới đại lý | 15.28 | 10.511 | 0.624 | 0.727 |
| Cung cấp dịch vụ xuất sắc | 14.88 | 10.119 | 0.682 | 0.714 |
| Hiểu được các phân khúc khách hàng | 15.31 | 10.840 | 0.695 | 0.733 |
| Thu hút khách hàng mới | 15.22 | 10.416 | 0.645 | 0.718 |
| **Cronbach's Alpha** = 0.742 | | | | |

*(Nguồn: Tác giả tổng hợp từ phân tích dữ liệu)*

Theo kết quả số liệu cho thấy thang đo các "Khía cạnh quy trình nội bộ" có 05 biến quan sát. Trong đó hệ số tương quan biến tổng của biến quan sát đều có hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0.3 và hệ số tin cậy Cronbach's Alpha đạt 0.742. Vì vậy thang đo các "Khía cạnh quy trình nội bộ" đáp ứng được độ tin cậy và được đưa vào phân tích ở bước tiếp theo.

**Bảng 7. Cronbach's Alpha của thang đo khía cạnh học hỏi và phát triển**

| Biến quan sát | Trung bình thang đo nếu loại biến | Phương sai thang đo nếu loại biến | Hệ số tương quan biến tổng | Cronbach's Alpha nếu loại biến |
|---|---|---|---|---|
| Sự hài lòng của nhân viên | 12.32 | 6.642 | 0.657 | 0.635 |
| Giữ chân nhân viên | 12.37 | 6.541 | 0.625 | 0.645 |
| Năng suất của nhân viên | 12.43 | 7.102 | 0.609 | 0.652 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Văn hóa hoạt động trong đơn vị | 12.40 | 7.520 | 0.557 | 0.668 |
| Tạo ra sự gắn kết với các mục đích cá nhân | 12.33 | 7.288 | 0.468 | 0.697 |
| **Cronbach's Alpha** = 0.674 | | | | |

*(Nguồn: Tác giả tổng hợp từ phân tích dữ liệu)*

Nhận xét: Theo kết quả số liệu cho thấy thang đo yếu tố "Khía cạnh học hỏi và phát triển" có 05 biến quan sát. Trong đó hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn 0.3 (> 0.3) và hệ số tin cậy Cronbach's Alpha đạt 0.674. Vì vậy thang đo yếu tố "Khía cạnh học hỏi và phát triển" đáp ứng được độ tin cậy và được đưa vào phân tích ở bước tiếp theo.

*Cronbach's Alpha biến phụ thuộc*

**Bảng 8. Cronbach's Alpha của thang đo thành quả hoạt động**

| Biến quan sát | Trung bình thang đo nếu loại biến | Phương sai thang đo nếu loại biến | Hệ số tương quan biến tổng | Cronbach's Alpha nếu loại biến |
|---|---|---|---|---|
| Tăng giá trị cổ đông | 10.19 | 6.086 | .595 | .619 |
| Tạo ra những quy trình quản lý vượt trội | 10.06 | 5.756 | .617 | .625 |
| Tối đa hóa giá trị cho khách hàng | 10.06 | 6.593 | .491 | .712 |
| Phát triển tổ chức vượt trội | 10.03 | 5.999 | .546 | .725 |
| **Cronbach's Alpha** = 0.722 | | | | |

*(Nguồn: Tác giả tổng hợp từ phân tích dữ liệu)*

Nhận xét: Theo kết quả số liệu cho thấy thang đo biến phụ thuộc "Thành quả hoạt động tại BIDV" có 04 biến quan sát. Trong đó hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn 0.3 (> 0.3) và hệ số tin cậy Cronbach's Alpha đạt 0.722. Vì vậy thang đo yếu tố "Thành quả hoạt động tại BIDV" đáp ứng được độ tin cậy và được đưa vào phân tích ở bước tiếp theo.

### *4.2 Phân tích nhân tố khám phá*

Kết quả kiểm định Bartlett's cho thấy giữa các biến trong tổng thể có mối tương quan với nhau (sig = **0.000**<0.05, bác bỏ $H_0$, nhận $H_1$). Đồng thời, hệ số KMO = 0.743 lớn hơn 0.5 (> 0.5), chứng tỏ phân tích nhân tố để nhóm các biến lại với nhau là thích hợp và dữ liệu phù hợp cho việc phân tích. Kết quả cho thấy với phương pháp rút trích Principal components và phép quay Varimax, có 1 yếu tố được rút trích ra từ biến quan sát. Phương sai trích là 89.480% > 50% đạt yêu cầu.

**Phân tích nhân tố khám phá EFA biến độc lập**

Kết quả kiểm định Barlett cho thấy giữa các biến trong tổng thể có mối tương quan với nhau (sig = 0.00 < 0.05, bác bỏ $H_0$, nhận $H_1$). Đồng thời, hệ số KMO = 0.740 > 0.5. Chứng tỏ phân tích nhân tố để nhóm các biến lại với nhau là thích hợp và dữ liệu phù hợp cho việc phân tích.

Từ kết quả bảng số liệu sau khi chạy Fixed number of factors ta thấy phương sai trích là 68.240% > 50% đạt yêu cầu. Với phương pháp rút trích Principal components và phép quay Varimax, có 4 yếu tố được rút trích ra từ các biến quan sát. Điều này cũng có nghĩa 4 yếu tố rút trích ra thể hiện khả năng giải thích được 68.240% sự thay đổi của biến phụ thuộc trong tổng thể.

Kết quả phân tích EFA cho thấy các biến được gom thành 4 nhóm. Hệ số tải nhân tố (Factor Loading) của các biến > 0.5 và hiệu số giữa các thành phần trong cùng yếu tố đều lớn hơn 0.3.

Kết quả các nhóm yếu tố được gom lại gồm 20 biến quan sát, cụ thể như sau:

Nhóm 1 (Các chỉ tiêu Quy trình kinh doanh nội bộ) gồm 5 biến: I1, I2, I3, I4, I5.

Nhóm 2 (Các chỉ tiêu khách hàng) gồm 5 biến: C1, C2, C3, C4, C5.

Nhóm 3 (Các chỉ tiêu tài chính) gồm 4 biến: F1, F2, F3, F4, F5.

Nhóm 4 (Các chỉ tiêu học hỏi và phát triển) gồm 5 biến: L1, L2, L3, L4, L5.

### *4.3 Kiểm định mô hình hồi quy tuyến tính đa biến*

**Bảng 14. Thông số thống kê trong mô hình hồi qui bằng phương pháp Enter**

| Mô hình | Hệ số chưa chuẩn hóa | | Hệ số chuẩn hóa | T | Sig. | Thống kê đa cộng tuyến | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | B | Sai số chuẩn | Beta | | | Hệ số Tolerance | Hệ số VIF |
| (Constant) | -1.641 | 0.231 | | -7.093 | 0.000 | | |
| F | 0.199 | 0.034 | 0.252 | 8.773 | 0.000 | 0.858 | 1.165 |
| C | 0.191 | 0.036 | 0.212 | 8.047 | 0.000 | 0.916 | 1.092 |
| I | 0.370 | 0.046 | 0.301 | 10.180 | 0.000 | 0.891 | 1.123 |
| L | 0.228 | 0.047 | 0.168 | 6.978 | 0.000 | 0.938 | 1.067 |
| Biến phụ thuộc: (BSC) | | | | | | | |

*(Nguồn: Phân tích dữ liệu của tác giả)*

Trong bảng số liệu khi xét $t_{stat}$ và $t_{\alpha/2}$ của các biến để đo độ tin cậy thì các biến độc lập I, C, F, L đều đạt yêu cầu và các giá trị Sig. thể hiện độ tin cậy khá cao, đều < 0.05. Ngoài ra, hệ số VIF của các hệ số Beta đều nhỏ hơn 10 và hệ số Tolerance đều >0.5 cho thấy không có hiện tượng đa cộng tuyến xảy ra.

**Bảng 15. Đánh giá mức độ phù hợp của mô hình hồi qui tuyến tính đa biến**

| Mô hình | Hệ số R | Hệ số $R^2$ | Hệ số R2 - hiệu chỉnh | Sai số chuẩn của ước lượng | Thống kê thay đổi | | | | Hệ số |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | Hệ số $R^2$ sau khi đổi | Hệ số F khi đổi | Bậc tự do 1 | Bậc tự do 2 | Durbin-Watson |
| 1 | 0.838[a] | 0.711 | 0.721 | 0.42437 | 0.719 | 130.255 | 4 | 204 | 2.105 |
| a Biến độc lập: (Constant) : I, C, F, L | | | | | | | | | |
| b Biến phụ thuộc: BSC | | | | | | | | | |

*(Nguồn: Phân tích dữ liệu của tác giả)*

Bảng trên cho thấy, giá trị hệ số tương quan là 0.838 > 0.5. Do vậy, đây là mô hình thích hợp để sử dụng đánh giá mối quan hệ giữa biến phụ thuộc và các biến độc lập. Ngoài ra hệ số xác định của mô hình hồi quy $R^2$ hiệu chỉnh là 0.721. Nghĩa là mô hình hồi quy tuyến tính đã xây dựng phù hợp với dữ liệu 71.3%. Điều này cho biết khoảng 72.1% sự biến thiên của biến phụ thuộc (BSC) là do tác động của các biến độc lập (I, C, F, L), các phần còn lại là do sai sót của các yếu tố khác. Kiểm định Durbin Watson = 2.105 trong khoảng 1< D < 3 nên không có hiện tượng tự tương quan của các phần dư.

## 5. Kết luận và hàm ý quản trị

Thông qua các kiểm định của mô hình nghiên cứu, có thể khẳng định các khía cạnh tài chính, khách hàng, quy trình nội bộ, học hỏi và phát triển đều tác động cùng chiều đến việc đo lường thành quả hoạt động của BIDV, cụ thể như sau:

| Biến độc lập | Hệ số beta chuẩn hóa |
|---|---|
| Khía cạnh tài chính (F) | 0.252 |
| Khía cạnh khách hàng (C) | 0.212 |
| Khía cạnh quy trình nội bộ (I) | 0.301 |
| Khía cạnh học hỏi và phát triển (L) | 0.168 |

Theo đó, nhân tố Khía cạnh quy trình nội bộ với Beta = 0.301 có tác động mạnh nhất; nhân tố Khía cạnh tài chính ảnh hưởng mạnh thứ hai với hệ số Beta = 0.252; nhân tố Khía cạnh khách hàng ảnh hưởng mạnh thứ ba với hệ số Beta = 0.212 và tác động thấp nhất là nhân tố Khía cạnh học hỏi và phát triển với hệ số Beta = 0.168. Điều này hoàn toàn phù hợp với đặc điểm và mục tiêu hoạt động của BIDV hiện nay.

Xuất phát từ kết quả kiểm định mô hình nghiên cứu ở trên, tác giả đưa ra một số đề xuất nhằm có thể vận dụng BSC để đo lường thành quả hoạt động tài BIDV như sau:

**Đối với Khía cạnh quy trình nội bộ:** BIDV cần hoàn thiện các quy trình quản lý và làm việc nhằm phát triển mạnh mạnh lưới phòng giao dịch, chi nhánh nhằm tăng cường hoạt động marketing, phát triển chuỗi cung ứng hay phát triển các sản phẩm dịch mới trong điều kiện đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin nhằm tìm kiếm khách hàng mới.

**Đối với Khía cạnh tài chính:** BIDV cần có chiến lược để thực hiện tốt các mục tiêu tài chính đặt ra nhằm mang đến giá trị lớn nhất cho cổ đông. Theo đó cần tối ưu hóa độ hiệu dụng tài sản, liên tục giảm chi phí, tối đa hóa doanh thu có lợi nhuận biên cao và phát triển nguồn doanh thu từ các dịch vụ, sản phẩm mới của ngân hàng.

**Đối với Khía cạnh khách hàng:** Tăng mức độ hài lòng và lòng trung thành của khách hàng là nguồn gốc của việc tạo dựng giá trị bền vững cho đơn vị. Để đạt được điều đó, ngân hàng cần đa dạng hóa loại dịch vụ; nâng cao chất lượng dịch vụ, đảm bảo an toàn và bảo mật cho khách hàng khi giao dịch; dịch vụ cung cấp và hậu mãi nhanh chóng; nhân viên thân thiện và am hiểu về sản phẩm, dịch vụ khi tiếp xúc khách hàng, đồng thời mở rộng các kênh bán hàng ở những phòng giao dịch, chi nhánh thuận tiện cho khách hàng giao dịch cũng như tăng cường các loại hình giao dịch điện tử. Mặt khác, NH cần có chính sách bán hàng để thu hút khách hàng mới nhằm nâng cao số lượng khách hàng cho đơn vị.

Đối với Khía cạnh học hỏi và phát triển: Các công ty cần quan tâm đến việc thiết lập một "Văn hóa con người là ưu tiên hàng đầu", tránh văn hóa mệnh lệnh mà chuyển sang văn hóa thân thiện và hỗ trợ cho nhân viên hoàn thành tốt nhiệm vụ của mình. Mặt khác, cần thay thế hệ thống giao tiếp lỗi thời, công ty cần đầu tư công nghệ thông tin để tạo điều kiện cho nhân viên có thể dễ dàng sử dụng hệ thống và công cụ phục vụ công việc như cho phép sử dụng hệ thống e-mail hoặc mạng nội bộ để nhân viên và cấp quản lý thuận lợi trong trao đổi thông tin.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Atkinson, A; Kaplan, R.S & et al, 2012. Management Accounting: Information for Decision-Making and Strategy Execution. 6th ed. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
2. Atif Hussain (2009), *Using Balanced Scorecard (BSC) to Improve Quality and Performance of ASKARI BANK*: A Case Study in PAKISTAN.
3. Ayşe Gül Arik, 2006. *A Balanced Scorecard Model For The Performance Measurement Of Enterprise Resource Planning Implementatio.* Master's thesis. Middle East Technical University.
4. Bollen, K.A. (1989) Structural Equations with Latent Variables. John Wiley and Sons, Inc., New York.

5. Eric Tanyi (2011), *"Factors Influencing The Use Of Balanced Scorecard By Managers"*. HanKen School of Economics, Department of Accounting and Commercial Law, Type of work: Thesis.
6. Lihong YU*, ChenWei Li (2013*)*, Applied Research on the Balanced Scorecard in the Performance Evaluation of Banks of Village and Town, School of Economics and Management, Shenyang Agricultural University, 110866, P.R.China
7. Waad Hadi Abd, & Duha Alwan Kazem. (2022). The Relationship Between The Balanced Scorecard And The Cobit-5 Criterion In Improving Banking Performance, An Applied Research In A Sample Of Commercial Banks Listed In The Iraqi Stock Exchange. *World Economics and Finance Bulletin*, *13*, 82-91. Retrieved from https://scholarexpress.net/index.php/wefb/article/view/1284.

# CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN VẬN DỤNG KẾ TOÁN QUẢN TRỊ TẠI CÁC DOANH NGHIỆP KINH DOANH GỖ TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH BÌNH DƯƠNG

**Lâm Thải Ngọc***
Viện Đào tạo Sau đại học, Trường Đại học Kinh tế - Tài chính Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: ngoc.lam1697@gmail.com.

**TÓM TẮT**

Mục tiêu nghiên cứu của đề tài là xác định và đo lường mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến việc vận dụng kế toán quản trị (KTQT) tại các doanh nghiệp kinh doanh gỗ trên địa bàn tỉnh Bình Dương. Tác giả đã sử dụng kết hợp phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng nhằm xác định mô hình nghiên cứu và xác định mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố đến việc vận dụng này. Kết quả nghiên cứu đã xác định được 6 nhân tố tác động đến việc vận dụng KTQT cho các DN kinh doanh trên địa bàn tỉnh Bình Dương, đó là nhân tố Chiến lược kinh doanh, Chi phí để tổ chức một hệ thống KTQT cho doanh nghiệp, Quy mô doanh nghiệp, Trình độ nhân viên kế toán, Sự quan tâm đến KTQT của chủ doanh nghiệp và Mức độ cạnh tranh thị trường.
*Từ khóa:* kế toán quản trị; doanh nghiệp kinh doanh gỗ; tỉnh Bình Dương.

## 1. Đặt vấn đề

Bình Dương là một trong những tỉnh sản xuất và xuất khẩu đồ gỗ mạnh của cả nước, tuy nhiên theo kết quả khảo sát của Ban Kinh tế ngân sách HĐND tỉnh Bình Dương về tình hình kinh doanh, xuất nhập khẩu tại Hiệp hội Chế biến gỗ Bình Dương năm 2021 (Bifa) thì trong số khoảng 2.500 doanh nghiệp chế biến, xuất khẩu gỗ trên cả nước, cho đến nay đã có 55% doanh nghiệp bị lỗ, trong đó số lượng doanh nghiệp ngừng hoạt động chiếm tỷ lệ khá lớn, số còn lại phải cầm cự để tái cơ cấu và chờ thời, 30% DN sản xuất hòa vốn, 10% có lãi, từ đó cho thấy các doanh nghiệp chế biến gỗ đang rất khó khăn trong duy trì và phát triển hoạt động sản xuất kinh doanh của mình. Các DN tỉnh Bình Dương chủ yếu nhập nguồn gỗ thô từ Campuchia, Lào nhưng hiện nay, do ảnh hưởng chính sách bảo vệ tài nguyên rừng của nước bạn, nguồn nguyên liệu phải nhập từ các nước Mỹ, Canada (chủ yếu là gỗ thông, gỗ tràm, gỗ sồi) nên chi phí sản xuất tăng cao, DN cũng mất nhiều thời gian hơn để đáp ứng đơn đặt hàng. Không ít DN chế biến gỗ rơi vào tình trạng có đơn hàng nhưng lại không có lợi nhuận, tình trạng khan hiếm cũng đẩy giá nguyên liệu ngày càng tăng cao, không ổn định. Thêm vào đó so với các loại hình doanh nghiệp khác thì doanh nghiệp chế biến gỗ có đặc điểm hoạt động không liên tục, thường tập trung sản xuất khi có đơn hàng, mang tính chất thời vụ, vì vậy công việc kế toán phát sinh rất nhiều trong một giai đoạn nhất định, từ đó nhu cầu thông tin kế toán quản trị phục vụ cho việc ra quyết định một cách nhanh chóng, kịp thời để phục tốt nhu cầu thông tin của các đối tượng là vô cùng cần thiết trong việc quản lý, sản xuất kinh doanh của đơn vị.

Ngoài ra hoạt động sản xuất kinh doanh của các DN kinh doanh gỗ trên địa bàn tỉnh Bình Dương luôn luôn tồn tại những rủi ro hiện hữu và rủi ro tiềm tàng. Những rủi ro này xuất phát từ chính bên trong nội bộ DN hay từ các nhân tố bên ngoài. Tình hình cạnh tranh toàn cầu gay gắt đã thúc đẩy các DN này càng phải đảm bảo quản lý hiệu quả hơn nữa nhằm ổn đinh hoạt động sản xuất kinh doanh, vượt qua khó khăn và đạt được các mục tiêu hoạt động đã đặt ra. Vì vậy, các DN sản xuất và chế biến gỗ trên địa bàn tỉnh Bình Dương nói riêng và các DN kinh doanh gỗ trên cả nước nói chung muốn tồn tại và phát triển cũng cần

phải xây dựng, vận dụng KTQT nhằm giúp các DN đạt được các mục tiêu đã đề ra thông qua việc hoạch định, tổ chức thực hiện, đánh giá, kiểm soát chất lượng hoạt động sản xuất kinh doanh, và đưa ra các quyết định quản lý đảm bảo sử dụng tốt nhất các nguồn lực của DN. Tuy nhiên, hiện nay việc vận dụng KTQT vào các DN kinh doanh gỗ này vẫn còn khá mới mẻ, chưa được triển khai một cách đồng bộ và khoa học, các doanh nghiệp vẫn chưa nhận thức rõ được tầm quan trọng của KTQT.

## 2. Cơ sở lý thuyết

### *2.1 Tổng quan các nghiên cứu trước*

Ronald W. Hilton (2005) đã đưa ra năm yếu tố làm tăng giá trị cho các DN khi áp dụng KTQT bao gồm cung cấp thông tin cho việc ra quyết định, lập kế hoạch; cơ sở để nhà quản lý đưa ra quyết định; hỗ trợ các nhà quản lý trong việc chỉ đạo và kiểm soát các hoạt động; thúc đẩy nhà quản lý và nhân viên đạt được mục tiêu của DN; đo lường việc thực hiện các hoạt động, nhà quản lý và các nhân viên trong doanh nghiệp; đánh giá vị thế cạnh tranh của doanh nghiệp, đảm bảo khả năng cạnh tranh dài hạn của doanh nghiệp trong ngành.

Khaled Abed Hutaibat (2005) nghiên cứu về việc vận dụng KTQT tại Jordan đã kiểm định thành công mô hình các nhân tố tác động đến việc vận dụng kế toán quản trị trong DN bao gồm các nhân tố sau: Quy mô DN (tổng doanh thu hàng năm); Tỷ lệ sở hữu của nhà đầu tư ngoại trong DN; Ngành nghề kinh doanh của DN; Mức độ cạnh tranh thị trường (nội địa & quốc tế). Để xác định các nhân tố trên, tác giả chủ yếu sử dụng nghiên cứu định tính, tuy nhiên để áp dụng mô hình này người dùng cần cân nhắc cũng như điều chỉnh một vài đặc điểm trong chính sách của Nhà nước về ngành nghề, địa lý, … tại nơi đó nhằm phù hợp với tình hình thực tế của doanh nghiệp, mà tại đó tồn tại sự khác biệt với đặc điểm của các đơn vị tại Jordan.

Alper Erserim (2012) xác định có tổng cộng năm nhân tố ảnh hưởng đến việc vận dụng KTQT trong đó hai nhân tố thuộc đặc điểm bên ngoài DN: Sự cạnh tranh, mức độ không chắc chắn của môi trường và ba nhân tố bên trong doanh nghiệp: văn hóa, mức độ tập trung và mức độ chính thức của DN. Tác giả đã tập trung vào nghiên cứu biến văn hóa của tổ chức trong doanh nghiệp ở Thổ Nhĩ Kỳ không tiến hành như các nghiên cứu trước trong việc xác định các biến về đặc điểm bên trong DN như: quy mô, lĩnh vực hoạt động, trình độ của nhân viên,… Nhân tố văn hóa được thể hiện thông qua bốn đặc trưng cụ thể trong các DN, bao gồm: văn hóa sáng tạo, văn hóa hỗ trợ, văn hóa dựa trên nguyên tắc và văn hóa định hướng mục tiêu.

Peter Kamala và Michael Twum – Darko (2015***)*** thực hiện nghiên cứu này nhằm xác định mức độ mà các DNVVN ở Metropole sử dụng các công cụ KTQT và nhấn mạnh công cụ định giá trong KTQT. Kết quả cho thấy hầu hết các DNVVN sử dụng các công cụ KTQT, gồm các công cụ lập ngân sách, các công cụ đo lường hiệu suất và các công cụ định giá. Kết quả cho thấy hầu hết các DNVVN sử dụng công cụ KTQT ở một mức độ nhất định nào đó.

Kamilah Ahmad (2017) thực hiện một nghiên cứu để khám phá mức độ sử dụng KTQT giữa các DNVVN ở các nước đang phát triển và để tìm ra mối quan hệ giữa KTQT và hoạt động. Kết quả nghiên cứu phản ánh cách tiếp cận đơn giản của hệ thống KTQT cơ bản phù hợp và thuận tiện để được áp dụng trong môi trường DN nhỏ. Đồng thời, nghiên cứu đã chỉ ra rằng hệ thông KTQT cơ bản hoặc truyền thống vẫn chiếm ưu thế trong hầu hết các công ty ngày nay. Các DNVVN của Malaysia đã áp dụng rộng rãi các kỹ thuật KTQT cơ bản như hệ thống chi phí; hệ thống ngân sách và hệ thống đo lường hiệu suất. Việc chấp nhận các kỹ thuật truyền thống có thể là do thông tin và chuyên môn liên quan đến các kỹ thuật này là có sẵn và dễ dàng áp dụng nhất so với các kỹ thuật kế toán quản lý hiện đại. Việc áp dụng các kỹ thuật mới kém phát triển là do thái độ bảo thủ về quản lý, lãnh đạo độc đoán, thiếu đào tạo, chuyên môn và sự định hướng lâu dài. Hơn nữa, kết quả cho thấy hầu hết người trả lời tin rằng việc áp dụng các kỹ thuật KTQT mới vào sẽ tốn kém chi phí cho DN. Về mặt quy mô công ty việc áp dụng KTQT cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ cao hơn so với các doanh

nghiệp siêu nhỏ. Ngoài ra, nghiên cứu còn cho thấy KTQT đóng vai trò quan trọng trong việc tăng cường hiệu suất của công ty.

### *2.2 Tổng quan về kế toán quản trị*

Theo Ray H. Garrison và cộng sự (2012): "Kế toán quản trị có liên hệ với việc cung cấp tài liệu cho các nhà quản lý là những người bên trong tổ chức kinh tế và có trách nhiệm trong việc điều hành và kiểm soát mọi hoạt động của tổ chức"

Chung lại, kế toán quản trị là một hệ thống kế toán cung cấp các thông tin định lượng về hoạt động của đơn vị một cách cụ thể, giúp các nhà quản lý trong quá trình ra quyết định liên quan đến việc lập kế hoạch, tổ chức thực hiện, kiểm tra, kiểm soát và đánh giá tình hình thực hiện các hoạt động của đơn vị.

Theo Ray H. Garrison và cộng sự (2012), dù hầu hết thông tin do phương pháp kế toán quản trị cung cấp đều là thông tin tài chính, kế toán quản trị vẫn rất chú trọng với việc trình bày thông tin phi tài chính. Nhân viên kế toán quản trị cung cấp tất cả các loại thông tin cho nhà quản trị và hành động như những đối tác chiến lược, giúp nhà quản trị ra quyết định và quản lý các mặt hoạt động của tổ chức. Thông tin kế toán quản trị là một trong những nguồn thông tin ban đầu của quá trình ra quyết định và kiểm tra trong tổ chức, có tác dụng giúp các nhà quản trị các cấp trong tổ chức có những quyết định tốt hơn, qua đó cải tiến kết quả chung của tổ chức. Thông tin kế toán quản trị là các số liệu tài chính và số liệu vật chất về các mặt hoạt động, các quá trình, các đơn vị kinh doanh, các loại sản phẩm, dịch vụ, khách hàng v.v… của một tổ chức, thí dụ như giá thành tính toán của một sản phẩm, một hoạt động, hay của một bộ phận ở kỳ hiện hành.

## 3. Phương pháp nghiên cứu và mô hình nghiên cứu

### *3.1 Phương pháp nghiên cứu*

Nghiên cứu được tiến hành gồm: Nghiên cứu định tính bằng xây dựng phát triển hệ thống khái niệm/thang đo và các biến quan sát và hiệu chỉnh biến quan sát phù hợp với thực tế. Nghiên cứu định lượng: Sử dụng hệ số tin cậy Cronbach Alpha để kiểm định mức độ chặt chẽ mà các mục hỏi trong thang đo tương quan với nhau; Phân tích nhân tố khám phá (EFA) được sử dụng để kiểm định các nhân tố ảnh hưởng và nhận diện các yếu tố được cho là phù hợp; đồng thời sử dụng phân tích hồi qui tuyến tính đa biến xác định các nhân tố và mức độ tác động của từng nhân tố đến vận dụng KTQT tại các DN kinh doanh gỗ trên địa bàn tỉnh Bình Dương.

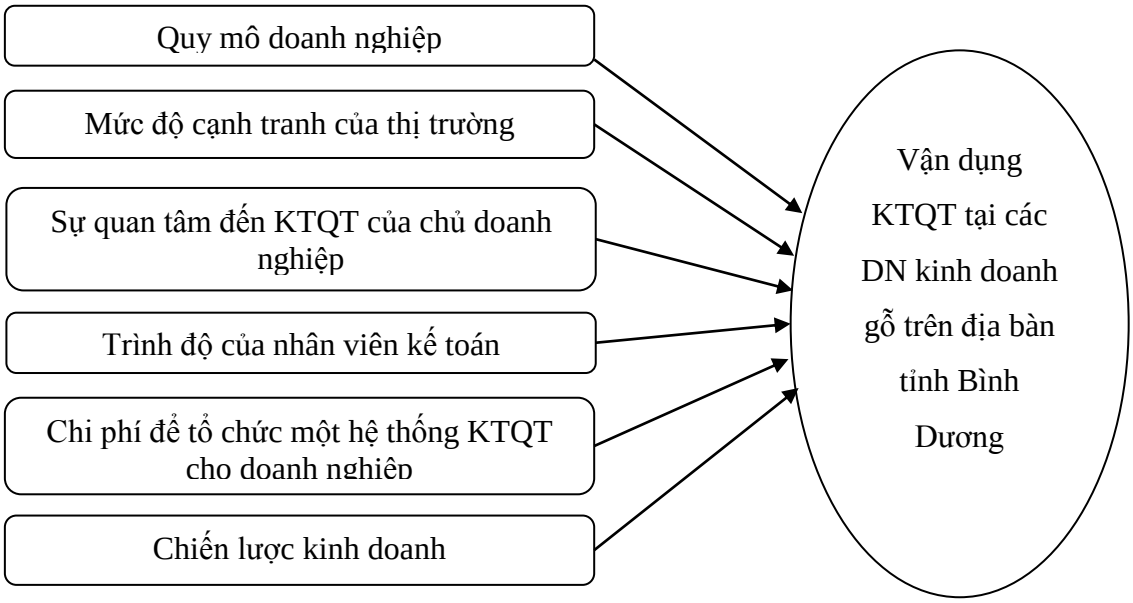
### *3.2 Dữ liệu và phương pháp thu thập dữ liệu*

Việc lấy mẫu khảo sát sẽ được tiến hành trên các DN kinh doanh gỗ trên địa bàn tỉnh Bình Dương. Dữ liệu sơ cấp sẽ được thu thập bằng cách gửi các câu hỏi khảo sát đến đại diện lãnh đạo, kế toán trưởng, kế toán tổng hợp của các DN này bằng google form.

Về kích thước mẫu, để sử dụng EFA, theo Hair và cộng sự (2006), mẫu tối thiểu phải là 50, tốt hơn là 100 và tỷ lệ giữa quan sát trên biến đo lường là 5:1, tốt nhất là 10:1. Trong khi đó, theo Tabachnick và Fidell (2006) khi dùng MLR (hồi quy bội), kích thước mẫu n được tính: n >= 50 + 8p (p: số lượng biến độc lập). Trong bảng câu hỏi liên quan đến các nhân tố ảnh hưởng đến vận dụng kế toán quản trị tại các doanh nghiệp chế biến gỗ trên địa bàn tỉnh Bình Dương, tác giả có 29 biến quan sát, trong đó có 25 biến quan sát cho biến độc lập và 4 biến quan sát cho biến phụ thuộc. Vậy theo kinh nghiệm xác định kích thước mẫu nghiên cứu của Hair (2010) thì cỡ mẫu tối thiểu là 145 ($n \geq 29*5=145$), và theo kinh nghiệm chọn mẫu của Tabachnick và Fidell (2007) thì cỡ mẫu tối thiểu là 98 ($n \geq 50+8*6$). Như vậy kết hợp các cách xác định kích thước mẫu tối thiểu vừa nêu thì cỡ mẫu tối thiểu tốt nhất là 145.

Để đạt được kích thước mẫu mong muốn ($n \geq =145$), tác giả đã gửi 200 phiếu khảo sát đến các đối tượng khảo sát được lựa chọn, tuy nhiên kết quả thu về chỉ được 165 phiếu khảo sát hợp lệ, và kết quả của 165 phiếu này được sử dụng làm dữ liệu cho nghiên cứu chính thức

### *3.3 Mô hình nghiên cứu và phương trình hồi quy*




**Sơ đồ 1. Mô hình nghiên cứu chính thức**

*(Nguồn: Tác giả xây dựng)*

***Các giả thuyết nghiên cứu***

**Giả thuyết H1:** Quy mô DN có tác động cùng chiều (+) đến việc vận dụng KTQT tại các DN kinh doanh gỗ trên địa bàn tỉnh Bình Dương.

**Giả thuyết H2:** Mức độ cạnh tranh của thị trường có tác động cùng chiều (+) đến việc vận dụng KTQT tại các DN kinh doanh gỗ trên địa bàn tỉnh Bình Dương.

**Giả thuyết H3:** Sự quan tâm đến KTQT của chủ doanh nghiệp có tác động cùng chiều (+) đến việc vận dụng KTQT tại các DN kinh doanh gỗ trên địa bàn tỉnh Bình Dương.

**Giả thuyết H4:** Trình độ của nhân viên kế toán có tác động cùng chiều (+) đến việc vận dụng KTQT tại các DN kinh doanh gỗ trên địa bàn tỉnh Bình Dương.

**Giả thuyết H5:** Chi phí để tổ chức một hệ thống KTQT cho doanh nghiệp có tác động cùng chiều (+) đến việc vận dụng KTQT tại các DN kinh doanh gỗ trên địa bàn tỉnh Bình Dương.

**Giả thuyết H6:** Chiến lược kinh doanh có tác động cùng chiều (+) đến việc vận dụng KTQT tại các DN kinh doanh gỗ trên địa bàn tỉnh Bình Dương.

***3.4 Phương pháp xử lý dữ liệu***

Căn cứ số liệu khảo sát, bài viết sử dụng phần mềm SPSS Statistics 26.0 để phân tích độ tin cậy của các nhân tố cũng như các tiêu chí đo lường nhân tố, đồng thời, áp dụng phương pháp thống kê để tổng hợp, so sánh nhằm lượng hóa mức độ ảnh hưởng của các nhân tố vận dụng kế toán quản trị tại các DN kinh doanh gỗ trên địa bàn tỉnh Bình Dương.

## 4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

***Kiểm định chất lượng thang đo***

**Bảng 1. Kết quả phân tích chất lượng thang đo bằng hệ số Cronbach Alpha**

| Biến quan sát | Trung bình thang đo nếu loại biến | Phương sai thang đo nếu loại biến | Tương quan biến tổng | Cronbach Alpha nếu loại biến |
|---|---|---|---|---|
| **Nhân tố quy mô doanh nghiệp Cronbach's Alpha = 0.758** | | | | |
| QM1 | 7.680 | 1.763 | .579 | .632 |
| QM2 | 7.930 | 1.527 | .564 | .672 |
| QM3 | 7.715 | 2.146 | .585 | .656 |
| **Nhân tố Mức độ cạnh tranh Cronbach's Alpha =0.891** | | | | |
| MDCT1 | 13.182 | 3.440 | .735 | .830 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| MDCT2 | 13.171 | 3.777 | .656 | .861 |
| MDCT3 | 13.193 | 3.242 | .811 | .798 |
| MDCT4 | 13.219 | 3.538 | .698 | .845 |
| **Nhân tố sự quan tâm đến KTQT của chủ doanh nghiệp Cronbach's Alpha =0.789** | | | | |
| QTCDN1 | 11.459 | 2.659 | .496 | .755 |
| QTCDN2 | 11.622 | 2.622 | .615 | .691 |
| QTCDN3 | 11.587 | 2.478 | .653 | .668 |
| QTCDN4 | 11.413 | 2.723 | .523 | .738 |
| **Nhân tố Trình độ của nhân viên kế toán Cronbach's Alpha = 0.880** | | | | |
| TRINHDO1 | 16.006 | 2.614 | .704 | .824 |
| TRINHDO2 | 16.029 | 2.566 | .764 | .809 |
| TRINHDO3 | 16.052 | 2.635 | .685 | .828 |
| TRINHDO4 | 16.058 | 2.663 | .630 | .842 |
| TRINHDO5 | 16.041 | 2.647 | .610 | .848 |
| **Nhân tố Chi phí để tổ chức một hệ thống KTQT cho doanh nghiệp Cronbach's Alpha = 0.891** | | | | |
| CHIPHI1 | 11.942 | 3.845 | .667 | .858 |
| CHIPHI2 | 11.942 | 3.704 | .750 | .824 |
| CHIPHI3 | 11.872 | 3.715 | .749 | .824 |
| CHIPHI4 | 12.035 | 3.823 | .732 | .832 |
| **Nhân tố Chiến lược kinh doanh Cronbach's Alpha = 0.766 (lần 2)** | | | | |
| CLKD1 | 16.483 | 1.561 | .567 | .684 |
| CLKD2 | 16.471 | 1.502 | .616 | .666 |
| CLKD3 | 16.477 | 1.526 | .599 | .673 |
| CLKD4 | 16.477 | 1.502 | .669 | .652 |
| **Vận dụng KTQT tại các doanh nghiệp chế biến gỗ trên địa bàn Tỉnh Bình Dương Cronbach's Alpha = 0.780** | | | | |
| VANDUNG1 | 12.128 | .498 | .559 | .712 |
| VANDUNG2 | 12.087 | .396 | .585 | .692 |
| VANDUNG3 | 12.110 | .426 | .537 | .718 |
| VANDUNG4 | 12.145 | .452 | .582 | .693 |

Qua kết quả kiểm định chất lượng thang đo ở bảng 1 ta thấy hệ số Cronbach's Alpha của tổng thể đều lớn hơn 0.7. Như vậy hệ thống thang đo được xây dựng gồm 7 thang đo đảm bảo chất lượng tốt với 28 biến quan sát đặc trưng (loại 1 biến CLKD5 của thang đo Chiến lược kinh doanh).

***Phân tích nhân tố khám phá***

**Phân tích nhân tố khám phá EFA biến độc lập**

**Bảng 2. Hệ số KMO và kiểm định Bartlett các thành phần**

| KMO and Bartlett's Test | | |
|---|---|---|
| Hệ số KMO | | .716 |
| Mô hình kiểm traBartlett | Giá trị Chi-Square | 1858.477 |
| | Bậc tự do | 276 |
| | Sig (p – value) | .000 |

Ta có KMO = 0.716 thỏa điều kiện $0.5 \leq KMO \leq 1$ nên phân tích nhân tố được chấp nhận với dữ liệu nghiên cứu. Sig Barlett's Test = 0.000 < 0.05 cho thấy kiểm định Bartlett có

ý nghĩa thống kê, chứng tỏ các biến quan sát có tương quan với nhau trong nhân tố. Từ kết quả kiểm định cho thấy phương sai trích là 74.5% > 50% đạt yêu cầu. Với phương pháp rút trích Principal components và phép quay Varimax, có 6 yếu tố được rút trích ra từ 24 biến quan sát. Điều này cũng có nghĩa 5 yếu tố rút trích ra thể hiện khả năng giải thích được 74.5% sự thay đổi của biến phụ thuộc trong tổng thể.

**Phân tích nhân tố khám phá EFA biến phụ thuộc**

**Bảng 3. Hệ số KMO và kiểm định Bartlett các thành phần**

| KMO and Bartlett's Test | | |
|---|---|---|
| Hệ số KMO | | .780 |
| Mô hình kiểm traBartlett | Giá trị Chi-Square | 161.068 |
| | Bậc tự do | 6 |
| | Sig (p – value) | .000 |

Kết quả kiểm định Bartlett's bảng 2 cho thấy giữa các biến trong tổng thể có mối tương quan với nhau (sig = 0.000<0.05). Đồng thời, hệ số KMO = 0.780 lớn hơn 0.5 (> 0.5), chứng tỏ phân tích nhân tố để nhóm các biến lại với nhau là thích hợp và dữ liệu phù hợp cho việc phân tích. Mặt khác, kết quả ở bảng 3 cho thấy với phương pháp rút trích Principal components và phép quay Varimax, có 1 yếu tố được rút trích ra từ các biến quan sát. Phương sai trích là 78.0% > 50% là đạt yêu cầu.

***Kiểm định mô hình hồi quy tuyến tính đa biến***

Nghiên cứu thực hiện chạy hồi quy tuyến tính đa biến với phương pháp đưa vào một lượt, ta có:

**Bảng 4. Thông số thống kê trong mô hình hồi qui bằng phương pháp Enter**

**Coefficients[a]**

| Mô hình | | Hệ số chưa chuẩn hóa | | Hệ số chuẩn hóa | $t_{stat}$ | Sig. | Thống kê đa cộng tuyến | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Beta | Sai số chuẩn | Beta | | | Hệ số Tolerance | Hệ số VIF |
| 1 | (Constant) | 1.396 | .214 | | 6.525 | .000 | .973 | 1.818 |
| | QM | .177 | .019 | .246 | 4.532 | .000 | .049 | .123 |
| | MDCT | .136 | .019 | .121 | 2.344 | .020 | .007 | .084 |
| | QTCDN | .162 | .025 | .163 | 2.874 | .000 | .022 | .119 |
| | TRINHDO | .224 | .034 | .240 | 3.888 | .000 | .066 | .201 |
| | CHIPHI | .178 | .019 | .249 | 4.545 | .000 | .049 | .125 |
| | CLKD | .232 | .047 | .323 | 4.911 | .000 | .138 | .324 |

Trong bảng số liệu khi xét $t_{stat}$ và $t_{\alpha/2}$ của các biến để đo độ tin cậy thì các biến độc lập QM, MDCT, QTCDN, TRINHDO, CHIPHI và CLKD đều đạt yêu cầu và các giá trị Sig. thể hiện độ tin cậy khá cao, đều < 0.05. Ngoài ra, hệ số VIF của các hệ số Beta đều nhỏ hơn 10 và hệ số Tolerance đều >0.5 cho thấy không có hiện tượng đa cộng tuyến xảy ra.

***Đánh giá mức độ phù hợp của mô hình hồi qui tuyến tính đa biến***

**Bảng 5. Mức độ phù hợp của mô hình**

**Model Summary[b]**

| Mô hình | Hệ sốR | Hệ số$R^2$ | Hệ số $R^2$ - hiệu chỉnh | Sai số chuẩn của ước lượng |
|---|---|---|---|---|
| 1 | .719[a] | .618 | .615 | .15212 |

Bảng trên cho thấy, giá trị hệ số tương quan là 0.719 > 0.5. Do vậy, đây là mô hình thích hợp để sử dụng đánh giá mối quan hệ giữa biến phụ thuộc và các biến độc lập. Ngoài ra hệ số xác định của mô hình hồi quy $R^2$ hiệu chỉnh là 0.615. Nghĩa là mô hình hồi quy tuyến

tính đã xây dựng phù hợp với dữ liệu 61.5%. Điều này cho biết khoảng 761.5%. sự biến thiên về vận dụng KTQT cho các DN kinh doanh gỗ trên địa bàn tỉnh Bình Dương, các phần còn lại là do sai sót của các yếu tố khác. Kiểm định Durbin Watson = 1.5212 trong khoảng 1< D < 3 nên không có hiện tượng tự tương quan của các phần dư.

**Phương trình hồi quy**

VANDUNG = 0.246QM + 0.121MDCT+ 0.163QTCDN + 0.240TRINHDO + 0.249CHIPHI + 0.323CLKD

## 5. Kết luận và hàm ý quản trị

### *5.1 Kết luận*

Như vậy, kết quả sau khi nghiên cứu các nhân tố tác động đến vận dụng KTQT cho các DN kinh doanh gỗ trên địa bàn tỉnh Bình Dương cho ta thấy có 6 nhân tố đều tác động cùng chiều đến vấn đề nghiên cứu. Mức độ tác động của các biến độc lập đến biến phụ thuộc trong mô hình được thể hiện như sau:

**Bảng 6. Mức độ tác động của các biến độc lập ảnh hưởng đến biến phụ thuộc**

| Biến độc lập | Hệ số beta | Thứ tự tác động | Hệ số Sig. |
|---|---|---|---|
| Quy mô doanh nghiệp | 0.246 | 3 | 0.00 < 0.05 |
| Mức độ cạnh tranh của thị trường | 0.121 | 6 | 0.02 < 0.05 |
| Sự quan tâm đến KTQT của chủ doanh nghiệp | 0.163 | 5 | 0.00 < 0.05 |
| Trình độ của nhân viên kế toán | 0.240 | 4 | 0.00 < 0.05 |
| Chi phí để tổ chức một hệ thống KTQT cho doanh nghiệp | 0.249 | 2 | 0.00 < 0.05 |
| Chiến lược kinh doanh | 0.323 | 1 | 0.00 < 0.05 |

Qua số liệu ở bảng 6 cho thấy, nhân tố "Chiến lược kinh doanh" thực hiện có tác động mạnh nhất đến việc vận dụng KTQT cho các DN kinh doanh gỗ trên địa bàn tỉnh Bình Dương; còn nhân tố tác động yếu nhất là nhân tố "Mức độ cạnh tranh của thị trường". Mặt khác, các hệ số sig của các biến đều nhỏ hơn 0.05, do vậy các giả thuyết được xây dựng ban đầu của nghiên cứu đều được chấp nhận.

### *5.2 Hàm ý quản trị*

#### *5.2.1 Chiến lược kinh doanh*

Xác định mục tiêu của doanh nghiệp là căn cứ quan trọng để từ đó đề ra chiến lược, các chính sách để thực hiện mục tiêu đó. Một trong những ưu điểm nổi bật của các DN kinh doanh gỗ trên địa bàn tỉnh Bình Dương là tính linh hoạt cao, dễ dàng thay đổi hoạt động kinh doanh, đặc biệt là để đáp ứng những yêu cầu của thị trường. Do đó nếu DN lựa chọn chiến lược sản xuất hàng hóa, dịch vụ chuyên biệt theo yêu cầu của khách hàng, chú trọng thêm vào việc nâng cao chất lượng dịch vụ hậu mãi, đáp ứng linh hoạt nhu cầu khách hàng về số lượng sản phẩm … thì sẽ đạt được lợi thế cạnh tranh so với các DN khác. Hơn nữa, chiến lược kinh doanh như trên sẽ tạo ra áp lực về nhu cầu quản trị, đồng thời cũng tạo ra tiền đề để việc vận dụng KTQT trong các DN diễn ra thuận lợi hơn. Thông tin kế toán quản trị đóng vai trò quan trọng trong định hướng thiết lập chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp. Một trong những thông tin quan trọng có thể kể đến liên quan đến giá sản phẩm. Về điều này, tác giả kiến nghị rằng nên doanh nghiệp nên lập hệ thống kiểm soát chi phí và giá thành trong toàn bộ quy trình hoạt động từ đó có giá thành cạnh tranh hơn. Áp dụng các sáng kiến cải tiến vào thực tế như giảm hao hụt nguyên liệu, tiết kiệm năng lượng như tắt đèn và máy tính khi dừng làm việc, tiết kiệm nước sinh hoạt... để giảm giá thành sản xuất, nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường.

Nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng, các doanh nghiệp không những phải hoàn thiện các sản phẩm truyền thống, mà còn phải không ngừng nghiên cứu, phát triển các sản phẩm mới, nâng cao chất lượng sản phẩm. Tác giả kiến nghị rằng doanh nghiệp nên xây dựng, duy trì và thực hiện đúng quy trình quy trình sản xuất, thương mại để giảm thiểu thời gian và nâng cao năng suất lao động sản xuất và nâng cao công tác quản lý chất lượng sản phẩm đồ gỗ.

***5.2.2 Chi phí để tổ chức một hệ thống KTQT cho doanh nghiệp***

Việc xây dựng mô hình KTQT nhằm mục đích cung cấp được đầy đủ, tin cậy và kịp thời thông tin cho các nhà quản trị trong việc ra quyết định là cần thiết. Tuy nhiên, trong quá trình vận dụng KTQT, các DN cần theo dõi chi phí phát sinh từ quyết định này để có thể so sánh với lợi ích mà nó mang lại, từ đó, làm cở sở để cải thiện hể thống KTQT giúp việc vận dụng được hiệu quả hơn. Chi phí cho việc áp dụng KTQT chủ yếu đến từ đầu tư vào trang thiết bị, hệ thống thông tin ban đầu, xây dựng nguồn nhân lực vận hành và tư vấn. Đối với đầu tư vào công nghệ thông tin, tác giả cho rằng việc ứng dụng công nghệ thông tin vào kế toán là vô cùng quan trọng. Tuy nhiên, DN cần biết cân đối chi phí bỏ ra sao cho phù hợp với tiềm lực tài chính của mình và thỏa mãn các yêu cầu đặt ra dựa trên đặc thù của từng đơn vị.

Về chi phí đào tạo nhân viên trong vận dụng KTQT. Hệ thống KTQT có thể được tổ chức theo hai mô hình: kết hợp và tách biệt. Các DN nên vận dụng theo mô hình kết hợp giữa kế toán tài chính và KTQT, trong đó, một phần thông tin quá khứ của KTTC sẽ là cơ sở phục vụ cho KTQT. Ngoài ra, phải đảm bảo ít nhất một nhân viên kế toán phụ trách về KTQT và nhân sự này nên được bổ nhiệm ở vị trí phó phòng vì tính chất phải làm việc với các phòng ban bên ngoài và trình bày thông tin đến nhà quản lý. Bên cạnh đó, việc triển khai KTQT sẽ khó thành công nếu không có sự tham gia và hỗ trợ của các trưởng phòng ban khác và đặc biệt là Ban lãnh đạo.

***5.2.3 Quy mô doanh nghiệp***

Do hầu hết các DN kinh doanh gỗ trên địa bàn tỉnh Bình Dương đều là DNNVV nên để mở rộng quy mô hoạt động cần thực hiện thông qua hợp nhất các DN có cùng ngành nghề hoặc ngành nghề mang tính bổ trợ cho nhau. Chính sự liên kết sẽ làm cho DN này có tầm vóc, quy mô mới, đáp ứng đủ yêu cầu về tài chính, nguồn lực khi làm ăn với các đối tác mà đặc biệt là đối tác nước ngoài, hay thuận lợi hơn trong công tác tiếp cận nguồn vốn từ ngân hàng. Ngoài ra hiện nay còn có một làn sóng mua bán sát nhập DN rất lớn do các tập đoàn nước ngoài đầu tư vốn vào Việt Nam. Do đó các DN cần phải lựa chọn cho mình một giải pháp phù hợp trong các quyết định liên quan đến quy mô và quản lý tại DN.

***5.2.4 Trình độ của nhân viên kế toán***

Để KTQT phát huy được vai trò của mình phục vụ cho nhà quản trị DN cần bố trí người làm kế toán có trình độ chuyên môn, am hiểu về tổ chức, quy trình hoạt động của doanh nghiệp, có kiến thức nền tảng về quản trị doanh nghiệp, quản trị kinh doanh. Thoe đó, các DN cần tổ chức đào tạo đội ngũ nhân viên am hiểu về KTQT và sử dụng thành thạo các phần mềm hỗ trợ. Đào tạo, hướng dẫn để các nhân viên kế toán áp dụng hiệu quả công nghệ thông tin. Thông tin hỗ trợ cho các quá trình hoạch định, kiểm soát, phân tích và ra quyết định quản lý đòi hỏi việc thu thập, truyền tải và xử lý dữ liệu phải có tốc độ cao.

***5.2.5 Sự quan tâm đến KTQT của chủ doanh nghiệp***

Kết quả nghiên cứu cho thấy chủ doanh nghiệp yêu cầu những thông tin mà kế toán có thể dự báo trong quá trình điều hành, quản lý doanh nghiệp ảnh hưởng đến vận dụng KTQT của DN. Do đó trước hết cần nâng cao nhận thức và trình độ quản lý cho chủ doanh nghiệp, giúp chủ doanh nghiệp thấy được tầm quan trọng của KTQT trong hệ thống kế toán, tầm quan trọng của thông tin KTQT trong thực hiện các chức năng quản trị của mình. Chủ doanh nghiệp cần xác định rõ những thông tin cần được bộ phận KTQT cung cấp, để bộ phận này xây dựng mô hình đáp ứng những yêu cầu cung cấp thông tin, để nhanh chóng áp dụng kế toán quản trị vào doanh nghiệp.

***5.2.6 Mức độ cạnh tranh của thị trường***

Khi mức độ cạnh tranh của thị trường ngày càng cao như hiện nay, luôn có sự xuất hiện của các đối thủ cạnh tranh mới, các sản phẩm thay thế trên thị trường thì để tồn tại thì các doanh nghiệp chế biến gỗ Bình Dương phải đầu tư nâng cao năng lực sản xuất, chế biến gỗ, phải nâng cao hiệu quả sử dụng các nguồn lực trong điều kiện nguồn lực ngày càng khan hiếm. Để đạt được những mục tiêu này, các DN kinh doanh gỗ ở Bình Dương cần sử dụng

các kênh truyền thông nội bộ một cách hiệu quả nhằm giúp chuyển đổi những áp lực cạnh tranh với những đối thủ không chỉ tầm cỡ về quy mô, tiềm lực kinh tế mà còn có trình độ quản lý cao thành động lực để hoàn thiện hệ thống quản lý của DN mà cụ thể chính là KTQT.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Ahmad, K. (2017). The Implementation of Management Accounting Practices and its Relationship with Performance in Small and Medium Enterprises. *International Review of Management and Marketing*, *7*(1), 342-353.
2. Erserim, A. (2012). The impacts of organizational culture, firm's characteristics and external environment of firms on management accounting practices: an empirical research on industrial firms in Turkey. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, *62*, 372-376.
3. Hair J.F, Anderson, R.E., Tatham, R.L., and Black, W.C. (2006). Multivariate data analysis. Prentice-Hall, International, Inc.
4. Hutaibat, K. A. (2005). *Management accounting practices in Jordan: A contingency approach* (Doctoral dissertation, University of Bristol).
5. Peter Kamala và Michael Twum-Darko (2015) "The usage of management accounting tools by small and medium enterprises in cape metropole, south Africa"
6. Ray H. Garrison, Eric W. Noreen, Peter C. Brewer (2012), Managerial Accounting, McGraw Hill, Irwin, 13rd edition.
7. Ronald W. Hilton (2005), Managerial Accounting: Creating Value in a Dynamic Business Environment, ISBN: 0071113134, 9780071113137, McGraw-Hill/Irwin.
8. Tabachnick, B.G., & Fidell, L.S. (1996), *Using multivariate statistics (ấn bản lần 3)*, New York, Mỹ: HarperCollins.

# PHÂN BAN
# QUẢN TRỊ KINH DOANH

# GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN HẢI QUAN ĐIỆN TỬ ĐỐI VỚI HÀNG HÓA XUẤT NHẬP KHẨU TẠI CHI CỤC HẢI QUAN MỸ PHƯỚC TỈNH BÌNH DƯƠNG

**Nguyễn Thành Phong[1,2], Lê Ngô Ngọc Thu[1,*], Phạm Duy Anh[1,3], Trần Đình Lâm Anh[4]**
[1]Viện Đào tạo Sau đại học, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
[2]Công ty Cổ phần Phục vụ Mặt đất Sài Gòn.
[3]Chi cục Hải quan Mỹ Phước, tỉnh Bình Dương.
[4]Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: lnn.thu@hutech.edu.vn.

## TÓM TẮT

Việc đẩy mạnh thủ tục hải quan điện tử (HQĐT) cũng như phát triển thương mại điện tử là một trong những yêu cầu, nhiệm vụ cần thiết của Việt Nam để theo kịp trình độ phát triển của thế giới, tăng cường khả năng cạnh tranh trong thương mại và phát triển kinh tế đất nước. Nghiên cứu đã phân tích được thực trạng thủ tục HQĐT hiện nay tại Chi cục hải quan Mỹ Phước về kết quả đã đạt được cũng như định hướng thực hiện nhiệm vụ trong tương lai. Dựa trên những hạn chế, tồn tại trong quá trình thực hiện thủ tục HQĐT tại Chi cục hải quan Mỹ Phước; điều kiện, khả năng của đơn vị, ngành hải quan; và cơ sở pháp lý quy định, dự báo xu thế phát triển của thế giới và hội nhập của Việt Nam trong giai đoạn 2020 – 2021, nhóm tác giả đưa ra những giải pháp nhằm hoàn thiện HQĐT đối với hàng hóa xuất nhập khẩu tại Chi cục hải quan Mỹ Phước tỉnh Bình Dương. Các giải pháp mang tính tổng hợp, có tính mới và tính khả thi cao.
*Từ khóa:* Hải quan điện tử; chi cục Hải quan Mỹ Phước.

## 1. Tổng quan

Với xu thế hội nhập với nền kinh tế thế giới đặc biệt là việc gia nhập sâu, rộng vào tổ chức WTO, Việt Nam cần phải thực hiện các yêu cầu, các cam kết với các nước, các tổ chức đã tham gia, ký kết như APEC, ASEAN, WTO v.v… Tính đến đầu năm 2021, Việt Nam đã tham gia 13 hiệp định thương mại tự do (FTA – Free Trade Agreement) đã có hiệu lực như: AFTA 1993, ACFTA 2003, AKFTA 2007, AJCEP 2008, VJEPA 2009, AIFTA 2010, AANZFTA 2010, VCFTA 2014, VKFTA 2015, VN–EAEU FTA 2016, CPTPP 2019, AHKFTA 2019, EVFTA 2020; 2 FTA chưa phê chuẩn sắp có hiệu lực như RCEP, UKVFTA; và 2 FTA đang đàm phán là VN–EFTA FTA, VN–Israel FTA (Trung tâm WTO và hội nhập, 2021).

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế thế giới và sự phát triển nhanh của nền kinh tế thì nhiệm vụ của ngành Hải quan Việt Nam càng ngày càng trở nên phức tạp như các vấn đề liên quan đến hàng rào kĩ thuật, buôn lậu, gian lận thương mại… Đứng trước nhiệm vụ khó khăn và thách thức đó, yêu cầu cải cách thủ tục hành chính, hiện đại hóa hải quan trở nên cấp bách hơn bao giờ hết. Và thực tế, qua nhiều năm nay cải cách thủ tục hành chính và hiện đại hóa hải quan luôn là nhiệm vụ hàng đầu của ngành hải quan Việt Nam. Triển khai ứng dụng hải quan điện tử (HQĐT) là một trong những chiến lược cải cách và hiện đại hóa hải quan.

Thực hiện thủ tục HQĐT là một hình thức thủ tục mới có nhiều ưu điểm so với thủ tục hải quan thủ công, như: tiết kiệm thời gian, tiết kiệm chi phí, tiết kiệm nhân lực, thông quan hàng hóa nhanh chóng, giảm bớt thủ tục giấy tờ, tăng doanh thu, tăng lợi nhuận, tăng uy tín thương

hiệu cho doanh nghiệp và nâng cao hiệu quả quản lý, góp phần thúc đẩy nhanh quá trình hội nhập của Việt Nam với nền kinh tế thế giới. Bên cạnh những ưu điểm chung, việc thực hiện thủ tục HQĐT tại Chi cục hải quan Mỹ Phước cũng còn có những hạn chế cần phải khắc phục để hoàn thiện và phát triển thủ tục HQĐT trong thời gian tới.

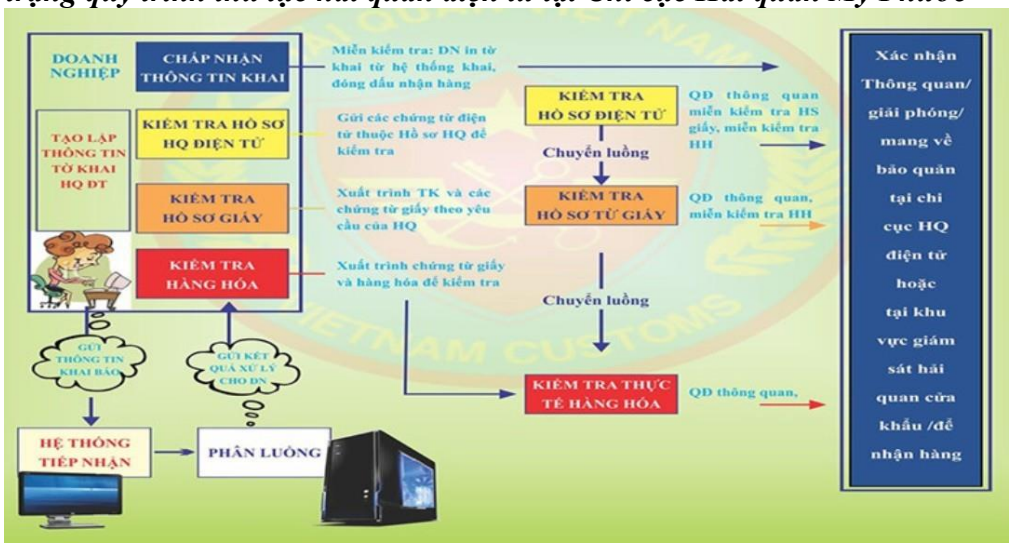
Chính vì vậy, nhóm tác giả đã thực hiện bài viết "Giải pháp hoàn thiện hải quan điện tử đối với hàng hóa xuất nhập khẩu tại Chi cục hải quan Mỹ Phước - tỉnh Bình Dương".

**2. Phương pháp**

Nhóm tác giả sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính để phân tích thực trạng HQĐT đối với hàng hóa xuất nhập khẩu tại Chi cục hải quan Mỹ Phước - tỉnh Bình Dương. Trong đó, nghiên cứu định tính được thực hiện thông qua phương pháp tổng hợp lý thuyết, tham khảo nguồn thông tin thứ cấp thu thập từ các tài liệu như tạp chí, sách, kỷ yếu hội nghị khoa học. Sau đó phân tích và đánh giá thực trạng thủ tục HQĐT đối với hàng hóa xuất nhập khẩu tại Chi cục hải quan Mỹ Phước. Chỉ rõ những ưu điểm, nhược điểm của quy trình thủ tục và những nhân tố tác động. Từ đó, nhóm tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện hoạt động quy trình thủ tục HQĐT đối với hàng hóa xuất nhập khẩu tại Chi cục hải quan Mỹ Phước.

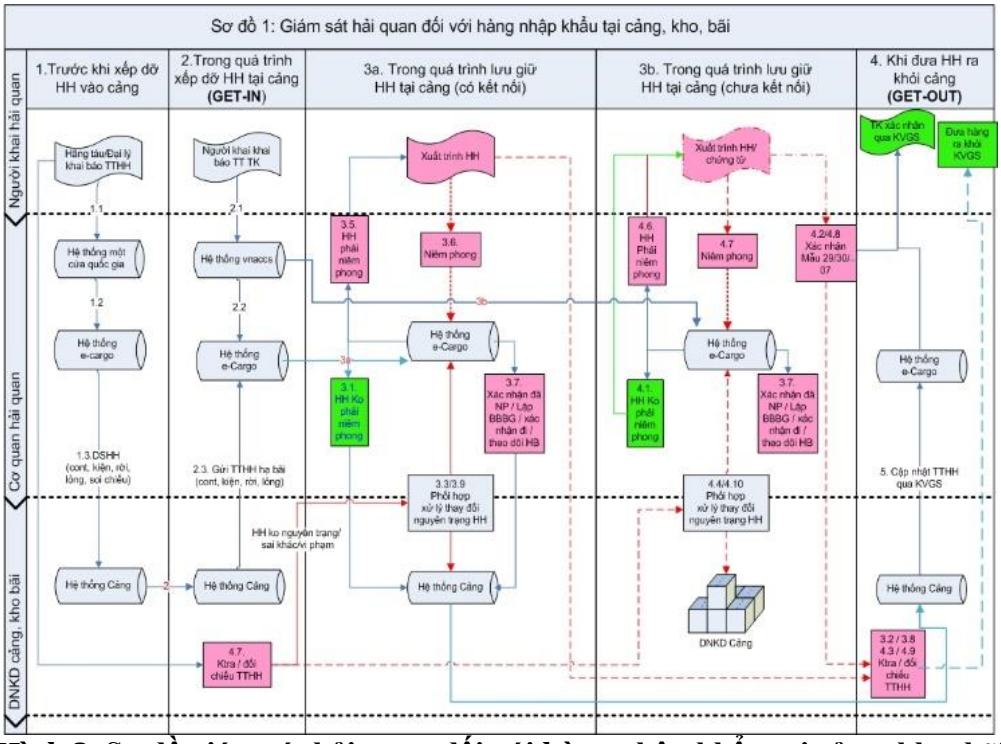
**3. Đánh giá thực trạng và đề xuất giải pháp**

***3.1 Thực trạng quy trình thủ tục hải quan điện tử tại Chi cục Hải quan Mỹ Phước***



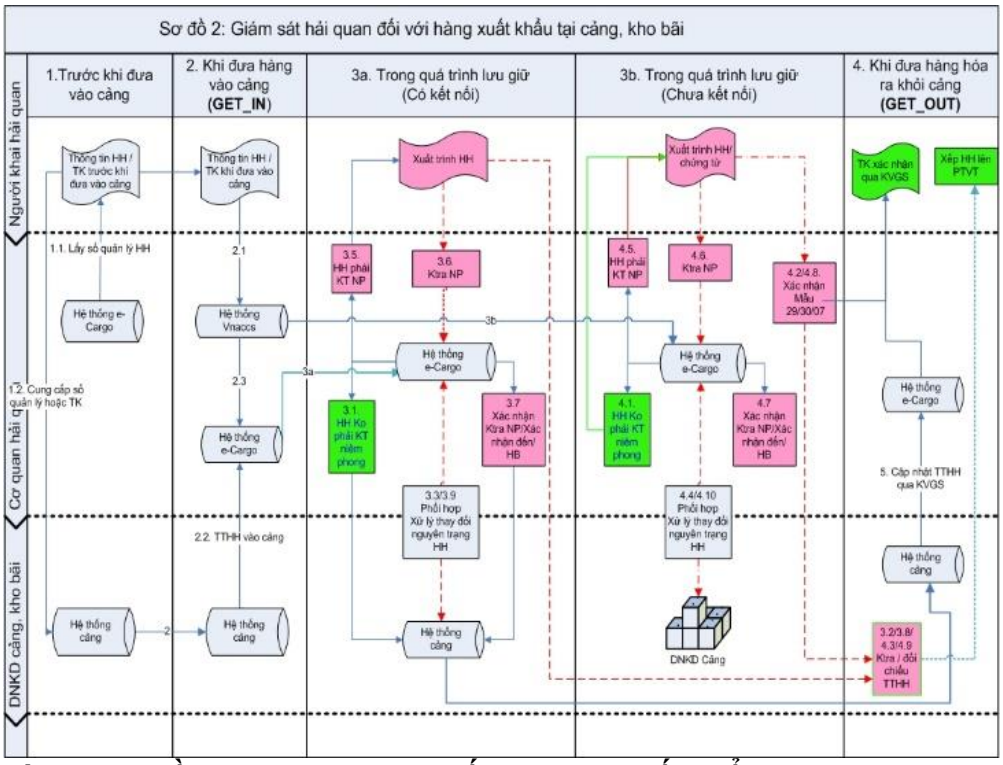

**Hình 1: Quy trình thực hiện thủ tục hải quan điện tử**

*(Nguồn: Chi cục Hải quan Mỹ Phước)*




**Hình 2. Sơ đồ giám sát hải quan đối với hàng nhập khẩu tại cảng, kho, bãi**

*(Nguồn: Chi cục Hải quan Mỹ Phước)*




**Hình 3. Sơ đồ giám sát hải quan đối với hàng xuất khẩu tại cảng, kho, bãi**

*(Nguồn: Chi cục Hải quan Mỹ Phước)*

**Bước 1**: Doanh nghiệp thực hiện khai tờ khai HQĐT, tờ khai trị giá (nếu cần) theo đúng tiêu chí và khuôn dạng chuẩn và gửi tới hệ thống của cơ quan hải quan qua mạng internet.

**Bước 2**: Cơ quan HQ tiếp nhận, kiểm tra, đăng ký, phân luồng tờ khai: Hệ thống tự động

tiếp nhận, kiểm tra, hướng dẫn (nếu có) cho người khai hải quan và cấp số tờ khai hải quan sau khi nhận thông tin khai trước của người khai hải quan. Trường hợp người khai hải quan thông báo không thực hiện đăng ký được tờ khai hải quan, Chi cục Hải quan nơi đăng ký tờ khai căn cứ vướng mắc của doanh nghiệp để hướng dẫn xử lý.

**Bước 3**: Doanh nghiệp nhận thông tin phản hồi từ cơ quan hải quan về số tờ khai hải quan, kết quả phân luồng và thực hiện một trong các nội dung sau:

Luồng xanh: Miễn kiểm tra hồ sơ giấy và miễn kiểm tra thực tế hàng hóa. Lô hàng được cơ quan hải quan chấp nhận thông quan thì chuyển sang bước 4.

Luồng vàng: Kiểm tra chi tiết hồ sơ hải quan. Nếu được yêu cầu sửa đổi, bổ sung hồ sơ hải quan thì doanh nghiệp thực hiện theo yêu cầu và xuất trình hồ sơ điện tử đính kèm trên cở sở dữ liệu hải quan theo chữ ký số của người khai hải quan để cơ quan hải quan kiểm tra. Nếu lô hàng được chấp nhận thông quan thì thực hiện tiếp bước 4, nếu cơ quan hải quan yêu cầu kiểm tra thực tế hàng hóa thì chuyển sang bước 3.

Luồng đỏ: Doanh nghiệp xuất trình hồ sơ giấy tờ và hàng hóa để cơ quan hải quan kiểm tra.

**Bước 4**: Cơ quan HQ kiểm tra hồ sơ hải quan.

Kiểm tra hồ sơ hải quan là việc thực hiện kiểm tra chi tiết, toàn bộ các chứng từ thuộc hồ sơ hải quan theo quy định tại Điều 16 Thông tư số 38/2015/TT-BTC.

Nội dung kiểm tra như sau: Ngay sau khi nhận đủ các chứng từ thuộc hồ sơ hải quan do người khai hải quan nộp trực tiếp hoặc thông qua Hệ thống; căn cứ ý kiến chỉ đạo của Chi cục trưởng, các chỉ dẫn nghiệp vụ của Hệ thống VCIS (nếu có) thông qua Màn hình kiểm tra thông tin tờ khai - Kiểm tra hồ sơ, các chỉ dẫn rủi ro và kết quả kiểm tra hàng hóa trong quá trình xếp, dỡ tại khu vực kho, bãi, cảng, cửa khẩu qua máy soi, thông tin dừng đưa hàng qua khu vực giám sát trên Hệ thống e-Customs (nếu có), công chức hải quan thực hiện việc kiểm tra theo quy định tại mục 3 Chương II Thông tư số 38/2015/TT-BTC.

**Bước 5**: Kiểm tra thực tế hàng hóa.

Chi cục trưởng Chi cục Hải quan xem xét đề xuất của công chức kiểm tra hồ sơ để quyết định việc kiểm tra thực tế hàng hóa và phân công công chức kiểm tra thực tế hàng hóa thông qua Màn hình NA02A.

Căn cứ chỉ dẫn rủi ro, quá trình chấp hành pháp luật hải quan của người khai hải quan, kết quả soi chiếu trước trong quá trình xếp dỡ tại cảng và các thông tin có liên quan (nếu có) để quyết định hình thức, mức độ kiểm tra.

**Bước 6**: Kiểm tra hoàn thành nghĩa vụ về thuế, phí, lệ phí.

**Bước 7**: Quản lý, hoàn chỉnh hồ sơ. Công chức được giao nhiệm vụ quản lý, hoàn chỉnh hồ sơ theo dõi, quản lý và hoàn chỉnh hồ sơ đã được "Thông qua", "Giải phóng hàng", "Đưa hàng về bảo quản" mà còn nợ các chứng từ bản gốc được phép chậm nộp (bao gồm cả kết quả kiểm tra chuyên ngành) thuộc bộ hồ sơ hải quan hoặc còn vướng mắc chưa hoàn tất thủ tục hải quan.

Chi cục trưởng phân công công chức tiếp nhận các chứng từ bản gốc chậm nộp, xử lý các vướng mắc của lô hàng. Sau khi hoàn thành thì chuyển cho công chức được giao nhiệm vụ quản lý, hoàn chỉnh hồ sơ, đưa vào lưu trữ nếu đã đầy đủ hồ sơ theo quy định.

**Bước 8**: Doanh nghiệp in tờ khai trên hệ thống của mình để đi lấy hàng.

***3.2 Kết quả thực hiện quy trình thủ tục hải quan điện tử tại Chi cục hải quan Mỹ Phước***

Tiếp tục áp dụng hiệu quả các phiên bản của Hệ thống thông quan tự động VNACCS/VCIS, đồng thời ứng dụng có hiệu quả các chương trình vệ tinh kết nối với Hệ thống VNACCS/VCIS; tiếp tục vận hành hiệu quả hệ thống giám sát tự động VASSCM tại kho ngoại quan Ashton; đảm bảo ứng dụng kịp thời, chính xác các thủ tục triển khai trên cơ chế một cửa quốc gia.

Tiếp tục triển khai thực hiện phần mềm Dịch vụ công trực tuyến, việc tiếp nhận và xử lý được thực hiện có hiệu quả, đảm bảo minh bạch, công khai tạo thuận lợi, giảm thời gian đi lại

cho doanh nghiệp và được cộng đồng doanh nghiệp đánh giá cao. Chủ động triển khai hiệu quả, ứng dụng, tra cứu các dữ liệu trên cổng thông tin một cửa quốc gia theo kế hoạch, tiến độ triển khai của Tổng cục Hải quan để đảm bảo tạo thuận lợi cho doanh nghiệp, giảm thời gian thông quan hàng hóa.

Bên cạnh việc phối hợp với các phòng ban tham mưu của Cục tổ chức tuyên truyền Luật, Nghị định, Thông tư, Quy trình mới; các vấn đề liên quan đến xuất xứ, nhãn mác hàng hóa; tổ tư vấn, giải quyết vướng mắc của Chi cục cũng thường xuyên hướng dẫn, giải đáp những khó khăn, vướng mắc của cộng đồng doanh nghiệp tại địa bàn quản lý về thủ tục hải quan theo phạm vi thẩm quyền hoặc báo cáo đề xuất, xin ý kiến cấp trên; trong năm 2021, Chi cục đã tổ chức 01 kỳ Hội nghị đối thoại với các doanh nghiệp trên địa bàn, qua đó tuyên truyền, hướng dẫn các văn bản quy phạm pháp luật mới; nắm bắt, tháo gỡ những khó khăn vướng mắc, tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động của các doanh nghiệp.

Lãnh đạo Chi cục thường xuyên quán triệt đến toàn thể cán bộ công chức trong toàn đơn vị cần đặc biệt quan tâm đến công tác cải cách hiện đại hóa, để tạo tối đa hóa thuận lợi cho cộng đồng doanh nghiệp trong hoạt động xuất nhập khẩu. Đặc biệt là trong nhiệm vụ hợp tác đối tác với các doanh nghiệp, với phương châm "Hải quan luôn đồng hành cùng Doanh nghiệp", cơ quan Hải quan tạo thuận lợi, giúp đỡ doanh nghiệp ổn định, mở rộng, phát triển sản xuất và kinh doanh, đảm bảo các doanh nghiệp XNK ngày càng tuân thủ pháp luật về hải quan và thuế XNK, các vướng mắc được giải quyết thỏa đáng, tạo sự thống nhất cao giữa Hải quan và Doanh nghiệp trong quá trình làm thủ tục XNK.

Qua đó, năm 2021 đã thu hút 911 doanh nghiệp đến làm thủ tục với 310.106 tờ khai tăng 3,84% so cùng kỳ, kim ngạch xuất nhập khẩu hơn 11,42 tỷ USD, tăng 16,75% so với cùng kỳ, cụ thể:

**Bảng 1. Bảng so sánh số liệu xuất nhập khẩu phát sinh tại Chi cục Hải quan Mỹ Phước**

| Nội dung | Từ 01/01 đến 31/12/2021 | So với cùng kỳ năm 2020 (%) |
|---|---|---|
| - Số DN đến làm thủ tục (DN) | 911 | 1,00% |
| - Tổng số tờ khai (tờ) | 310.106 | 3,84% |
| + TK xuất khẩu | 211.693 | 6,27% |
| + TK nhập khẩu | 98.413 | -1,04% |
| - Tổng kim ngạch XNK (triệu USD) | 11.422,11 | 16,75% |
| + KN xuất khẩu (triệu USD) | 6.732,16 | 14,98% |
| + KN nhập khẩu (triệu USD) | 4.689,95 | 19,39% |

*(Nguồn: Chi cục Hải quan Mỹ Phước)*

Tỷ lệ phân luồng: tờ khai luồng Xanh chiếm 70.17%, luồng Vàng chiếm 27.15%, luồng Đỏ chiếm 2,69% (thấp hơn tỷ lệ luồng Đỏ toàn Cục là 3,54%), cụ thể:

**Bảng 2. Bảng so sánh tỷ lệ phân luồng tờ khai phát sinh tại Chi cục Hải quan Mỹ Phước**

| Luồng TK | Tờ khai | | | Tỷ lệ phân luồng | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Nhập khẩu | Xuất khẩu | Cộng XNK | Tỷ lệ NK (%) | Tỷ lệ XK (%) | Tỷ lệ (%) |
| Xanh | 154.167 | 58.460 | 212.627 | 72,83% | 59,40% | 70,17% |
| Vàng | 54.494 | 35.106 | 89.600 | 25,74% | 35,67% | 27,15% |
| Đỏ | 3.032 | 4.847 | 7.879 | 1,43% | 4,93% | 2,69% |
| **Cộng** | 211.693 | 98.413 | 310.106 | 100,00% | 100,00% | 100,00% |

*(Nguồn: Chi cục Hải quan Mỹ Phước)*

Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu trong năm là hàng may mặc, da giày, đồ gỗ nội thất, v.v..

Các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu là nguyên liệu sản xuất các sản phẩm sữa; sản xuất sợi, thức ăn gia súc, nguyên liệu sản xuất sản phẩm gỗ, nguyên liệu sản xuất vỏ lon, máy móc thiết bị phục vụ sản xuất, v.v..

### *3.3 Các nhân tố ảnh hưởng quá trình triển khai thủ tục hải quan điện tử tại Chi cục Hải quan Mỹ Phước*

Quá trình triển khai thí điểm cho thấy thủ tục HQĐT đem lại lợi ích kinh tế cho cả ngành Hải quan và doanh nghiệp do tiết kiệm thời gian, nhân lực, chi phí khi thủ tục hải quan được thực hiện bằng phương thức điện tử (thời gian thông quan đối với lô hàng thuộc diện miễn kiểm tra hải quan là 5 – 10 phút, đối với các lô hàng phải kiểm tra hồ sơ từ 20 – 30 phút, đối với các lô hàng kiểm tra thực tế hàng hoá phụ thuộc vào thời gian kiểm tra hàng hoá). Tuy nhiên, quá trình triển khai thủ tục HQĐT cũng chịu nhiều các nhân tố ảnh hưởng như:

**Hệ thống chính sách pháp luật**

Các văn bản hướng dẫn việc thực hiện quy trình còn nhiều chỗ chưa rõ ràng dẫn đến hiểu lầm và thực hiện sai của một số cán bộ.

Công văn hướng dẫn giải đáp các vấn đề phát sinh khi thực hiện quy trình mới còn chậm chưa đáp ứng được nhu cầu thực tế đặt ra.

Việc ban hành các văn bản của các ban ngành khác còn nhiều điểm mâu thuẫn với nhau do đó rất khó khăn trong việc thi hành đúng các quy định của pháp luật.

**Các chương trình phần mềm chưa hoàn thiện**

Chương trình tự động hóa thủ tục HQĐT còn bất cập trong thực hiện, mức độ tự động hóa thấp, phải thao tác tra cứu thủ công. Cũng do chương trình HQĐT chưa có phần thanh khoản sản xuất xuất khẩu, hàng gia công, cho nên, thời gian đầu triển khai chỉ thực hiện khai báo, còn thanh khoản vẫn thực hiện trên chương trình cũ như trước.

Đối với một số mặt hàng phải kiểm tra Nhà nước về chất lượng, nếu tờ khai được phân vào luồng Xanh thì hệ thống sẽ chạy thẳng đến khâu "Xác nhận thông quan" mà không cho xác nhận "Đưa hàng về bảo quản" hay "Giải phóng hàng", vì thế công chức hải quan tiếp nhận phải tự chuyển hồ sơ từ luồng Xanh sang luồng Vàng mới có thể phê duyệt nghiệp vụ trên.

**Hệ thống cơ sở hạ tầng**

Hệ thống backup chưa chuyên dụng để thực hiện việc sao lưu dữ liệu trong khi nhu Việc thực hiện quản lý rủi ro đòi hỏi phải có hệ thống thông tin, nắm tình hình đối với các lô hàng và doanh nghiệp hoạt động XNK phải được cập nhật thường xuyên giữa các đơn vị với nhau nắm bắt thông tin kịp thời còn thiếu.

Tốc độ và sự ổn định của đường truyền thông tin còn nhiều hạn chế, với những bộ tờ khai có nhiều dòng hàng.

**Nguồn nhân lực**

Số lượng biên chế không tăng thêm mà còn phải thực hiện tinh giản theo chính sách tinh giản biên chế của Đảng và Nhà nước.

Trình độ nghiệp vụ hải quan: Trình độ năng lực của cán bộ công chức không đồng đều, năng lực còn nhiều hạn chế phản ứng với công việc không nhanh nhậy, còn sai sót trong việc thực hiện công việc, động cơ công tác chưa đúng, có tư tưởng chọn việc. Thực tế số lượng cán bộ thực sự có đủ năng lực trình độ về các mặt còn hạn chế và đội ngũ cán bộ công chức làm bộ phận tính thuế, xác định trị giá và tin học còn thiếu. Đây là vấn đề khó khăn lớn ảnh hưởng tới chất lượng công việc, không đảm bảo được việc thông quan hàng hóa được nhanh chóng chính xác.

Tinh thần trách nhiệm của một số cán bộ chưa cao, còn ỷ lại, phải kiểm tra đôn đốc nhắc nhở mới thực hiện công việc. Giữa các khâu nghiệp vụ chưa có sự phối hợp chặt chẽ.

Trang thiết bị, cơ sở vật chất mặc dù đã được Tổng cục hải quan và Cục hải quan tỉnh quan tâm, đáp ứng yêu cầu trước mắt nhưng hệ thống mạng còn yếu, tình trạng tắc nghẽn mạng, rớt mạng vẫn còn xảy ra.

Sự phối hợp giữa các cơ quan quản lý khác như cơ quan Thuế, cơ quan cấp giấy phép kinh doanh, ngân hàng… chưa chặt chẽ làm ảnh hưởng không nhỏ đến hiệu quả hoạt động nghiệp vụ của cơ quan Hải Quan.

Liên quan đến phần mềm thủ tục HQĐT, theo đánh giá của Chi cục là chưa hoàn thiện. Các hệ thống phần mềm chưa được tích hợp, dẫn đến một công chức hải quan phải sử dụng nhiều chương trình cùng một lúc trong quá trình làm thủ tục hải quan. Thêm vào đó, hệ thống phần mềm chưa theo kịp với sự thay đổi về quy trình nghiệp vụ, nên đôi lúc gặp khó khăn khi thao tác trên phần mềm. Chương trình thông quan điện tử chưa được cải tiến nhiều, triển khai không đồng bộ.

### *3.4 Đánh giá kết quả thực hiện*

*3.4.1 Những ưu điểm trong vận hành*

Trong quá trình hoạt động, Chi cục hải quan Mỹ Phước đã triển khai nhiều biện pháp đồng bộ, trong đó chú trọng triển khai thực hiện tốt Luật Hải quan, các văn bản hướng dẫn thi hành luật, một số cơ chế, chính sách mới về công tác quản lý hải quan, các quy định về quy trình thủ tục hải quan, chế độ kiểm tra, giám sát, quản lý thuế... Chi cục đã lập kế hoạch cụ thể trong công tác thu NSNN, đôn đốc đòi nợ thuế.

Đẩy mạnh cải cách hành chính, ứng dụng các phần mềm nghiệp vụ trong tất cả các khâu nghiệp vụ hải quan, loại hình xuất nhập khẩu, triển khai tốt công tác tuyên truyền, hỗ trợ cung cấp thông tin cho người khai hải quan, người nộp thuế. Đặc biệt, quan tâm tháo gỡ kịp thời khó khăn cho doanh nghiệp trong thực hiện thủ tục hải quan qua cảng. Cùng với đó, Chi cục thường xuyên giữ liên hệ chặt chẽ, nắm tình hình, kế hoạch hoạt động, các phản ánh về khó khăn của doanh nghiệp có hoạt động thường xuyên và có số thu NSNN lớn để có biện pháp hỗ trợ kịp thời. Ngoài ra, đơn vị còn tổ chức buổi gặp mặt các doanh nghiệp nhằm thu hút, động viên các doanh nghiệp về làm thủ tục xuất nhập khẩu hàng hoá qua Chi cục; bố trí cán bộ thường trực giải quyết thủ tục cho doanh nghiệp ngoài giờ và ngày lễ khi doanh nghiệp đề nghị.

*3.4.2 Những khuyết điểm trong vận hành và nguyên nhân*

Về xử lý, truy thu thuế nhà thầu của DNCX: Qua tiếp nhận các ý kiến của các DN là các nhà thầu của DNCX, có địa chỉ nằm ngoài địa bàn quản lý của Chi cục có trụ sở tại Hà Nội và TPHCM. Do đó quá trình liên lạc, làm việc trực tiếp gặp nhiều khó khăn. Hầu hết các DN chưa sắp xếp đến làm việc trực tiếp nhưng đều phản hồi bằng văn bản trả lời không đồng ý với việc truy thu thuế của cơ quan Hải quan do chính sách chưa rõ ràng đối với thầu chính và thầu phụ. Chi cục hướng dẫn doanh nghiệp thực hiện nộp bổ sung tiền thuế theo hướng dẫn của Tổng cục Hải quan tại công văn 4199/TCHQ-TXNK ngày 27/8/2021, công văn 10521/TXNK-CST ngày 23/12/2021, trường hợp nếu DN có vướng mắc, chưa đồng tình với việc truy thu thì đề nghị có văn bản kiến nghị cơ quan TCHQ trong thời gian sớm nhất để trả lời, xử lý.

Việc theo dõi chỉ định giao hàng đối với tờ khai XK tại chỗ quy định tại Nghi định 18/2021/NĐ-CP: Thực tế tại Chi cục phát sinh rất nhiều tờ khai XK tại chỗ luồng xanh, do đó để kiểm tra chỉ định giao hàng công chức phải mở từng tờ khai để kiểm tra, mất rất nhiều thời gian, trong thời gian dài sẽ không thể kiểm soát nổi lượng tờ khai phát sinh. Trước đây Chi cục đã có kiến nghị công cụ hỗ trợ kết xuất dữ liệu xác định tờ khai chưa đính văn bản chỉ định giao hàng và Cục HQBD đã kiến nghị TCHQ ghi nhận chờ bổ sung tính năng trên V5. Tại công văn 5529/TCHQ-TXNK ngày 24/11/2021 về xử lý vướng mắc Nghị định 18/2021/NĐ-CP, theo đó hướng dẫn trường hợp tại thời điểm đăng ký tờ khai DN không đính kèm chỉ định giao hàng thì không được miễn thuế. Hiện Chi cục đã chỉ đạo rà soát các tờ khai XK luồng xanh và phối hợp với DN để kiểm tra và đính bổ sung nếu thiếu, do thời gian đầu thực hiện Nghị 18/2021/NĐ-CP, cơ quan hải quan không có công cụ hỗ trợ kiểm tra.

*3.4.3 Hạn chế còn tồn tại trong quá trình thực hiện thủ tục HQĐT*

Căn cứ từ những bài học kinh nghiệm về sự thành công lẫn thất bại, những việc đã làm

được, những việc chưa làm được cùng nguyên nhân của nó. Căn cứ vào những ưu điểm, những hạn chế, vướng mắc còn tồn tại chưa được khắc phục, những nhân tố tác động đến toàn bộ quá trình thực hiện. Nhóm nghiên cứu nhận thấy có 03 hạn chế còn tồn tại trong quá trình thực hiện thủ tục HQĐT thời gian qua, đó là: Hệ thống quản lý (chương trình phần mềm của hải quan, doanh nghiệp) và hệ thống cơ sở hạ tầng CNTT (hệ thống mạng, hệ thống thiết bị); Mô hình thủ tục HQĐT và mô hình bộ máy tổ chức; Nguồn nhân lực;

***3.5 Các giải pháp để hoàn thiện trình thực hiện thủ tục HQĐT***

*3.5.1 Hoàn thiện các hệ thống quản lý và phát triển cơ sở hạ tầng CNTT*

- Chươntrình: Nghiên cứu và xây dựng phần mềm Quản lý hàng hóa ra vào Kho ngoại quan – Áp dụng khai báo từ xa qua Internet.

Nội dung: Xây dựng chương trình phần mềm cho phép doanh nghiệp truyền khai báo tờ khai ra vào kho ngoại quan thông qua đường truyền Internet và chương trình cho cán bộ công chức quản lý kho hiệu quả hơn, chính xác, thuận lợi.

Hiệu quả mang lại: Trước khi có chương trình thì cả hải quan và doanh nghiệp đều quản lý thủ công nên việc theo dõi, thống kê báo cáo tốn rất nhiều thời gian và số liệu đôi lúc không chính xác. Việc doanh nghiệp gian lận hay sai sót rất khó phát hiện kịp thời để xử lý. Khi áp dụng chương trình thì doanh nghiệp sẽ khai báo qua mạng với hải quan, việc theo dõi hoàn toàn trên máy tính giúp hải quan và doanh nghiệp thuận lợi rất nhiều. Cơ quan hải quan có thể tra cứu được thông tin hàng hóa của doanh nghiệp tại kho nên khi doanh nghiệp khai báo sai sẽ bị phát hiện và xử lý ngay.

- Chương trình: xây dựng và triển khai dịch vụ công trực tuyến
- Nội dung: nhằm công khai minh bạch các loại thủ tục, giảm thiểu tối đa sự tiếp xúc giữa cán bộ hải quan và doanh nghiệp, tránh phát sinh tình trạng những nhiễu, tiêu cực nên đơn vị đã kịp thời chủ động nghiên cứu triển khai 37 dịch vụ công trực tuyến thông qua website Hải quan Bình Dương.

Hiệu quả mang lại: chuẩn hóa quy trình xử lý thủ tục hành chính, góp phần cải cách hành chính và hiện đại hóa hải quan, giảm hồ sơ giấy tờ, giảm thời gian làm thủ tục và chi phí đi lại cho Doanh nghiệp, hạn chế tiếp xúc giữa công chức Hải quan và Doanh nghiệp, tăng tính minh bạch trong việc xử lý hồ sơ, nâng cao trách nhiệm của các đơn vị, công chức hải quan trong thực thi công vụ, tăng hiệu suất và hiệu quả công việc của cơ quan hải quan và doanh nghiệp.

*3.5.2 Hoàn thiện mô hình thủ tục HQĐT và mô hình bộ máy tổ chức*

Căn cứ chức năng, nhiệm vụ và quyền hạn, Chi cục Hải quan KCN Mỹ Phước xây dựng Nhiệm vụ trọng tâm và Kế hoạch thực hiện nhiệm vụ trọng tâm năm 2023 tại Chi cục để tổ chức triển khai thực hiện quyết liệt các nhiệm vụ được giao, phấn đấu hoàn thành đạt kết quả cao nhất, tập trung vào 04 nhiệm vụ trọng tâm chủ yếu sau: Tiếp tục đẩy mạnh cải cách hành chính, hiện đại hóa, tạo thuận lợi tối đa cho doanh nghiệp; Tập trung phấn đấu thực hiện tốt nhiệm vụ thu ngân sách năm 2023; Xây dựng lực lượng Hải quan ngày càng trong sạch, vững mạnh; Một số nhiệm vụ quan trọng khác.

*3.5.3 Xây dựng và phát triển nguồn nhân lực*

Xuất phát từ những hạn chế, tồn tại của nguồn nhân lực hiện tại của đơn vị, nhằm đáp ứng yêu cầu triển khai mở rộng thủ tục HQĐT và nâng cao hiệu quả quản lý, phục vụ cho các DN, Chi cục cần chú trọng đến việc xây dựng và phát triển nguồn nhân lực. Nhìn chung, vấn đề xây dựng và phát triển nguồn lực là rất rộng lớn. Tuy nhiên, trong phạm vi hạn hẹp của bài viết này, nhóm nghiên cứu t chỉ xin đề xuất 3 nội dung chủ yếu trong giải pháp này như sau:

Đào tạo cán bộ công chức: Đào tạo để phù hợp với tiêu chuẩn quy định cho từng chức danh: Đối với cán bộ lãnh đạo từ cấp đội trở lên hoặc là công chức dự nguồn phát triển cán bộ, cần phải đào tạo về lý luận chính trị, kiến thức quản lý hành chính Nhà nước, ngoại ngữ, tin học các trình độ phù hợp cho từng chức danh, đảm bảo cho việc bổ nhiệm mới và bổ nhiệm lại.

Đào tạo nghiệp vụ chuyên môn phục vụ cho công tác: Đào tạo đại học đối với cán bộ công chức có trình độ Trung học phổ thông, Trung cấp, Cao đẳng và đào tạo Trung học phổ thông (bổ túc) đối với công chức chưa tốt nghiệp trung học phổ thông.

Đào tạo về nghiệp vụ HQ tổng hợp đối với cán bộ công chức chưa qua đào tạo nghiệp vụ HQ.

Tổ chức các lớp chuyên đề ngắn hạn như giá tính thuế, mã số hàng hóa, kiểm soát chống buôn lậu, KTSTQ, QLRR, phòng chống ma túy, thương phẩm học v.v... cho cán bộ công chức.

Khuyến khích cán bộ công chức đã có trình độ đại học, học bằng 2 các chuyên ngành mà ngành HQ cần như kế toán, tài chính, ngoại ngữ, CNTT và đào tạo sau đại học.

Khuyến khích cán bộ công chức học tập ngoại ngữ, tin học ngoài giờ.

Đào tạo chuyên gia các lĩnh vực như giá tính thuế, mã số hàng hóa, kiểm soát chống buôn lậu, KTSTQ, QLRR v.v... nhằm phục vụ cho nhu cầu hội nhập và hiện đại hóa ngành HQ.

*3.5.4 Giải pháp với khuyết điểm*

Ngày 11/3/2021, Chính phủ đã ban hành Nghị định 18/2021/NĐ-CP sửa đổi bổ sung một số điều của Nghị định 134/2016/NĐ-CP ngày 01/9/2016 (có hiệu lực từ ngày 25/4/2021), tuy nhiên việc thực hiện chưa thống nhất giữa các Cục Hải quan tỉnh, thành phố cũng như DN cũng chưa cập nhật kịp thời các thay đổi về chính sách thuế, thủ tục miễn, giảm, hoàn, không thu thuế đối với hàng hóa XNK theo quy định hiện hành. Bên cạnh đó giai đoạn ban hành cũng là giai đoạn cả nước chịu ảnh hưởng đại dịch Covid nên việc phổ biến còn hạn chế. Theo đó, ngày 01/6/2021, Tổng cục Hải quan có công văn số 2687/TCH-TXNK (mục III) để thực hiện thống nhất những quy định mới của Nghị định 18/2021/NĐ-CP: trường hợp khi làm thủ tục XNK tại chỗ, người xuất khẩu tại chỗ không có văn bản chỉ định giao hàng tại Việt Nam của tổ chức, cá nhân nước ngoài thì không được xác định là hoạt động xuất khẩu tại chỗ.

Chi cục đã báo cáo đề xuất Cục HQ tỉnh Bình Dương đề xuất bổ sung tab khai báo riêng "văn bản chỉ đinh giao hàng" trên hệ thống, tính năng tự động cảnh báo để DN chủ động kiểm tra và khai báo đầy đủ trước khi truyền tờ khai chính thức lên hệ thống khai báo với các tiêu chí nhận diện: loại hình tờ khai xuất khẩu tại chỗ gia công, sản xuất khẩu khẩu; mã phương thức vận chuyển; ô số quản lý nội của doanh nghiệp trên tờ khai và đã được Tổng cục Hải quan ghi nhận nội dung này tại công văn 5529/TCHQ-TXNK ngày 24/11/2021.

**4. Kết luận**

Xây dựng và phát triển thủ tục HQĐT là nhiệm vụ rất quan trọng xuất phát từ yêu cầu khách quan lẫn chủ quan trong xu thế hội nhập với thế giới. Đây không phải là nhiệm vụ riêng của ngành HQ mà là nhiệm vụ chung của cả nước. Để thủ tục HQĐT phát triển đòi hỏi phải có sự đầu tư của Nhà nước, sự phối hợp của các bộ ngành, sự tham gia của DN, sự ủng hộ của xã hội và đặc biệt là sự tích cực, chủ động của ngành HQ trong việc làm đầu mối triển khai thực hiện.

Nhóm nghiên cứu hy vọng rằng nếu các giải pháp trên được thực hiện thì thủ tục HQĐT tại Chi cục hải quan Mỹ Phước cũng như ở Việt Nam sẽ ngày càng hoàn thiện và phát triển một cách mạnh mẽ trong tương lai.

**TÀI LIỆU THAM KHẢO**


1. Các báo cáo và tài liệu nội bộ của Chi cục Hải quan Mỹ Phước.
2. Luật Hải quan số 54/2014/QH13 ngày 23/6/2014.
3. Nghị định số 08/2015/NĐ-CP ngày 21/01/2015 của Chính phủ Quy định chi tiết và biện pháp thi hành Luật Hải quan về thủ tục hải quan, kiểm tra, giám sát và kiểm soát hải quan.
4. Nghị định 59/218/NĐ-CP ngày 20/4/2018 của Chính phủ sửa đổi , bổ sung một số điều của Nghị định số 08/2015/NĐ-CP ngày 21/1/2015.
5. Trung tâm WTO và hội nhập (2021), Hiệp định thương mại tự do.

# PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG SẢN XUẤT VÀ KINH DOANH XUẤT KHẨU HÀNG PHỤ TRỢ - TRƯỜNG HỢP CÔNG TY LIDOVIT

**Huỳnh Chí Giỏi*, Nguyễn Ngọc Quỳnh, Nguyễn Hoàng Cẩm Tú**
Khoa Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh;
*Tác giả liên hệ, Email: hc.gioi@hutech.edu.vn.

**TÓM TẮT**

Bài báo tập trung vào việc đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh của Công ty Cổ phần Lidovit trong lĩnh vực sản xuất xuất khẩu hàng phụ trợ, đặc biệt sản phẩm vít chiếm 70% trong hoạt động kinh doanh. Thông qua phân tích các chỉ tiêu tài chính gồm các chỉ tiêu lợi nhuận, doanh thu và chi phí giai đoạn từ 2019 đến 2022. Bài báo mô tả cái nhìn toàn diện về thực trạng hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty. Trên cơ sở đó, đề xuất giải pháp cho việc cải thiện hiệu suất sản xuất và giảm chi phí khai thác nhằm tăng lợi nhuận cho Công ty thông qua các phương án đề xuất nâng cấp máy móc, cải thiện môi trường làm việc và đầu tư vào đào tạo nhân lực. Điều này có thể giúp Công ty Lidovit đạt được sự cạnh tranh và tăng trưởng bền vững trong ngành sản xuất xuất khẩu đầy khốc liệt, góp phần cho sự hội nhập vào thị trường toàn cầu hóa.

*Từ khóa:* sản xuất kinh doanh; Công ty LIDOVIT; kinh doanh xuất khẩu.

## 1. Tổng quan

Năm 2023 là một năm khó khăn của kinh tế thế giới khi phải đối mặt với hàng loạt thách thức từ nợ xấu gia tăng, sụt giảm tăng trưởng tổng sản phẩm quốc nội, đầu tư ảm đạm cho tới căng thẳng chính trị,…đã đẩy nền kinh tế toàn cầu năm 2023 vào bất ổn kể từ cuộc khủng hoảng tài chính thế giới năm 2007 – 2008. Các nền kinh tế hàng đầu thế giới chỉ đạt mức tăng trưởng GDP 0,7%, trong khi các nền kinh tế đang phát triển và thị trường mới nổi dự kiến tăng trưởng 4% trong năm 2023. Theo IMF, các nền kinh tế mới nổi và đang phát triển, nhất là ở khu vực châu Á-Thái Bình Dương, có thể đạt mức tăng trưởng GDP khoảng 4%. Trong bối cảnh tình hình thế giới có nhiều khó khăn, thách thức và đầy biến động, Việt Nam cũng là điểm sáng trong bức tranh kinh tế chung. Tăng trưởng GDP của Việt Nam 3 quý đầu năm đạt 4,24%, cao hơn nhiều so với mức tăng trưởng 3,0% bình quân toàn cầu (theo dự báo của IMF) thể hiện nỗ lực của Chính phủ để vực dậy nền kinh tế. Việt Nam đã có tốc độ tăng trưởng xuất khẩu cao trong suốt hơn 3 thập kỷ, ngay cả thời gian đại dịch COVID-19 (2019-2021). Việc tham gia các Hiệp định thương mại tự do giúp Việt Nam trở thành quốc gia có tốc độ tăng trưởng xuất khẩu cao hàng đầu thế giới hơn 30 năm qua. Điều này tạo ra cơ hội rất lớn cho các doanh nghiệp bao gồm Công ty Cổ phần Công nghiệp và Thương mại Lidovit, để củng cố vị thế trên thị trường quốc tế.

Công Ty Cổ phần Công Nghiệp và Thương Mại LIDOVIT (tiền thân là Xí nghiệp Sản xuất Ốc vít Lidovit) được Thủ tướng Chính phủ kí quyết định thành lập và kinh doanh ngày 30/11/1988. Được ghi dấu là nhà sản xuất đầu tiên tại Việt Nam sản xuất thành công các loại thành phẩm về bu lông, ốc vít và các thành phẩm trong lĩnh vực công nghiệp phụ trợ. Với 35 năm không ngừng phát triển, LIDOVIT đã khẳng định được vị trí, quy mô, tầm nhìn chiến lược của mình phù hợp với điều kiện và đòi hỏi khắt khe của tiến trình hội nhập, thực sự trở thành thương hiệu có tiếng trong lĩnh vực sản xuất các loại thành phẩm vít, bu lông đai ốc, và các loại thành phẩm khác trong ngành công nghiệp phụ trợ trong nước và quốc tế.

Các sản phẩm phụ trợ như bulong, ốc vít, thanh ren, tán dù,... do LIDOVIT sản xuất luôn tự hào được tổ chức cấp chứng nhận DET NORSE VERITAS của Hà Lan cấp chứng nhận ISO đầu tiên: ISO 9001:2000 vào năm 2002, đạt yêu cầu của các tiêu chuẩn chất lượng như : DIN (Đức), BSW (Anh), BG (Trung Quốc), ASTM (Hoa Kỳ),... chứng minh được giá

trị chất lượng và tầm quan trọng của những sản phẩm LIDOVIT đối với những ngành công nghiệp khác.

Với sứ mệnh "Cung cấp cho khách hàng các sản phẩm ốc vít chất lượng cao ứng dụng công nghệ hiện đại và các giải pháp kỹ thuật hiệu quả.", Công ty LIDOVIT đang ngày càng cải tiến và hoàn thiện hơn nữa về chất lượng sản phẩm và dịch vụ của doanh nghiệp để luôn xứng đáng với những danh hiệu: "Hàng Việt Nam chất lượng cao", Huy chương vàng "Sản phẩm Việt uy tín – chất lượng" do Nhà nước trao tặng.

## 2. Cơ sở lý thuyết

**Theo quyết định Số 12/2011/QĐ-TTg** thì khái niệm về công nghiệp phụ trợ và sản phẩm công nghiệp phụ trợ được hiểu như sau:

- *Công nghiệp phụ trợ*: là các ngành công nghiệp sản xuất vật liệu, phụ liệu, linh kiện, phụ kiện, bán thành phẩm để cung cấp cho ngành công nghiệp sản xuất, lắp ráp các sản phẩm hoàn chỉnh là tư liệu sản xuất hoặc sản phẩm tiêu dùng.

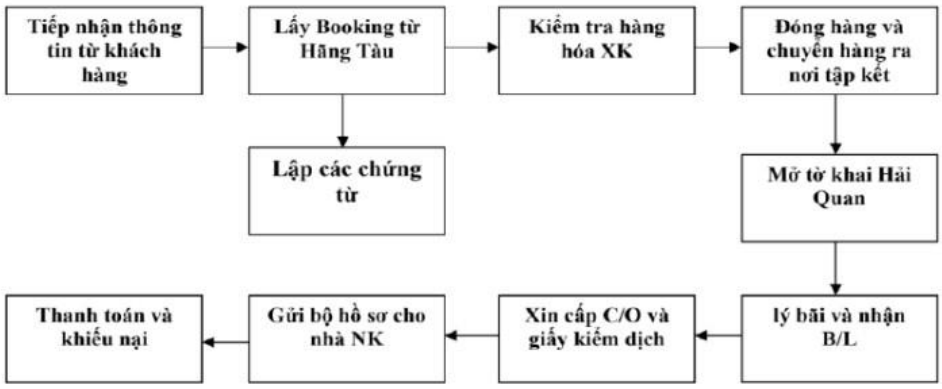
- *Hàng phụ trợ*: là các sản phẩm vật liệu, phụ tùng, linh kiện, phụ kiện, bán thành phẩm sản xuất tại Việt Nam để cung cấp cho khâu lắp ráp, sản xuất sản phẩm hoàn chỉnh thuộc các ngành cơ khí chế tạo, điện tử - tin học, sản xuất lắp ráp ô tô, dệt - may, da - giầy và công nghiệp công nghệ cao.

- Theo sửa đổi một số quy định về xuất xứ hàng hóa từ ngày 15/02/2024: Thay thế Phụ lục I về Quy tắc cụ thể mặt hàng tại khoản 2 Điều 6 Thông tư 05/2018/TT-BCT bằng Phụ lục I ban hành kèm theo Thông tư 44/2023/TT-BCT.

- Theo Điều 5 Luật Quản lý ngoại thương 2017 quyền tự do kinh doanh trong xuất khẩu, nhập khẩu quy định như sau:

- Thương nhân được kinh doanh xuất khẩu, nhập khẩu và thực hiện các hoạt động khác có liên quan không phụ thuộc vào ngành, nghề đăng ký kinh doanh, trừ hàng hóa thuộc Danh mục hàng hóa cấm xuất khẩu, cấm nhập khẩu và hàng hóa tạm ngừng xuất khẩu, tạm ngừng nhập khẩu.

Sơ đồ quy trình xuất khẩu hàng hóa:




**Hình 1. Quy trình tổng quát xuất khẩu hàng hóa**

*(Nguồn: Giáo trình Quản trị Logistic - Hà Minh Hiếu, 2022)*

## 3. Phương pháp nghiên cứu

- Các phương pháp nghiên cứu được tác giả sử dụng trong bài báo bao gồm phương pháp thống kê, tổng hợp, so sánh, khảo cứu tài liệu.

- Để phân tích được thực trạng sản xuất và kinh doanh xuất khẩu hàng phụ trợ của Công ty Cổ phần Công nghiệp và Thương mại LIDOVIT, tác giả tham khảo chủ yếu nguồn thông tin thứ cấp được thu thập từ các tài liệu tạp chí, báo cáo tài chính, thông qua việc tổng hợp và phân tích tài liệu, bài viết đúc kết các vấn đề cụ thể về thực trạng sản xuất và kinh doanh xuất khẩu hàng phụ trợ của Công ty Cổ phần Công nghiệp và Thương mại LIDOVIT.

**4. Thực trạng sản xuất - kinh doanh hàng xuất của Công ty Cổ phần Công nghiệp và Thương mại LIDOVIT (2019 -2022)**

Bảng tổng quan hoạt động sản xuất kinh doanh sau đây sẽ cho ta thấy được tình hình doanh thu, chi phí, lợi nhuận của Công ty Cổ phần Công nghiệp và Thương mại LIDOVIT trước, trong và sau đại dịch Covid 19 để có thể thấy được sự hiệu quả trong công tác quản lý doanh nghiệp và khắc phục những hậu quả kinh doanh sau đại dịch của Công ty Cổ phần Công nghiệp và Thương mại LIDOVIT.

**Bảng 1. Tổng quan hoạt động sản xuất kinh doanh Công ty Cổ phần Công nghiệp và Thương mại LIDOVIT (2019 -2022)**

*(Đơn vị tính: triệu đồng)*

| Chỉ tiêu | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Tốc độ tăng trưởng bình quân (%) |
|---|---|---|---|---|---|
| Doanh thu | 208,054 | 193,207 | 212,012 | 231,291 | 4.64 |
| Chi Phí | 206,570 | 192,207 | 210,943 | 228,944 | 4.85 |
| Lợi nhuận | 1,484 | 1,000 | 1,069 | 2,347 | 31.28 |

*(Nguồn: Phòng Tài chính – Kế toán tại Công ty CP LIDOVIT)*

Bảng 1 cho thấy các chỉ tiêu hoạt động sản xuất kinh doanh giai đoạn 2019 – 2022 có xu hướng tăng trưởng ổn định trong doanh thu, chi phí và lợi nhuận, đánh dấu một chặng đường tích cực trong hoạt động kinh doanh và quản lý tài chính. Doanh thu liên tục gia tăng mỗi năm với mức tăng trưởng bình quân là 4.64%, đồng thời chi phí sản xuất và quản lý cũng có sự tăng trưởng, nhưng với mức độ ổn định ở mức 4.85% bình quân mỗi năm.

Đáng lưu ý, doanh thu năm 2020, 2021 giảm do ảnh hưởng của đại dịch Covid, bắt buộc Công ty phải cắt giảm nhân công và giờ làm của nhân viên để đảm bảo an toàn theo quy định của Chính phủ, từ năm 2022 tăng trở lại do dịch bệnh đã được kiểm soát, Công ty bắt đầu trở lại hoạt động kinh doanh bình thường.

Tương tự với doanh thu, chi phí năm 2020 giảm so với 2019 do các biện pháp tiết kiệm chi phí bắt buộc trong đại dịch, từ năm 2021 có tăng trở lại do tình hình kinh doanh dần ổn định, cần phải chi trả cho nhân công, bảo dưỡng máy móc để đảm bảo hoạt động sản xuất kinh doanh diễn ra bình thường.

Lợi nhuận năm 2020 có giảm đi so với năm 2019 nhưng sau khi dịch Covid được kiểm soát an toàn trên toàn cầu thì kinh doanh xuất khẩu của Công ty dần được hồi phục và tiếp tục, lợi nhuận tăng ổn định trở lại từ 2021 chứng tỏ Công ty đã có những biện pháp kịp thời khắc phục những khó khăn, ổn định lại các hoạt động sản xuất kinh doanh.

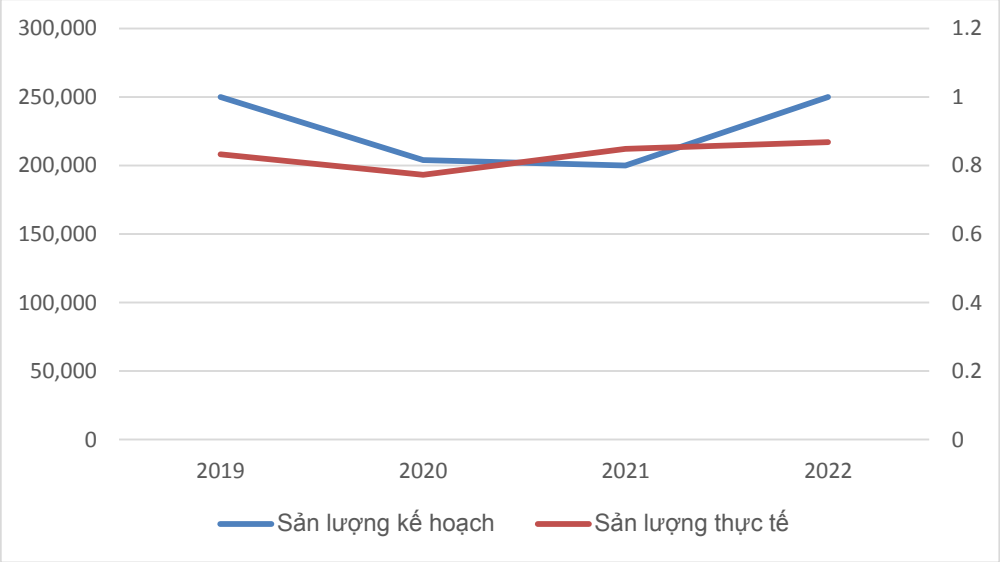
***4.1 Phân tích thực trạng sản xuất hàng xuất khẩu***

*4.1.1 Tình hình thực hiện sản lượng xuất khẩu (2019 - 2022)*

**Bảng 2. Tình hình thực hiện sản lượng xuất khẩu (2019 – 2022)**

| Thời gian (năm) | Chỉ tiêu sản lượng sản xuất (kg) | % hoàn thành kế hoạch |
|---|---|---|
| Thực hiện 2019 | 208,054 | 83.22 |
| Kế hoạch 2019 | 250,000 | |
| Thực hiện 2020 | 193,207 | 94.7 |
| Kế hoạch 2020 | 204,000 | |
| Thực hiện 2021 | 212,012 | 106 |
| Kế hoạch 2021 | 200,000 | |
| Thực hiện 2022 | 231,291 | 92.52 |
| Kế hoạch 2022 | 250,000 | |

*(Nguồn: Phòng Tài chính – Kế toán tại Công ty CP LIDOVIT)*




*Đơn vị tính: triệu đồng*

**Hình 2. Tình hình thực hiện sản xuất hàng hóa xuất khẩu**

*(Nguồn: Phòng Tài chính – Kế toán tại Công ty CP LIDOVIT)*

Dựa vào bảng số liệu có thể thấy chỉ tiêu sản xuất đề ra năm 2020, 2021 có giảm do ảnh hưởng của đại dịch làm các hoạt động sản xuất kinh doanh bị đình trệ. Tuy nhiên đã có sự tăng trở lại từ năm 2022 vì các hoạt động sản xuất kinh doanh đã được khôi phục lại như bình thường.

Mặc dù có sự giảm sút về sản lượng xuất khẩu năm 2020 so với 2019 nhưng từ 2021 đã có sự gia tăng tích cực chứng tỏ Công ty đã có những biện pháp hiệu quả để khắc phục khó khăn, tiếp tục duy trì hoạt động kinh doanh.

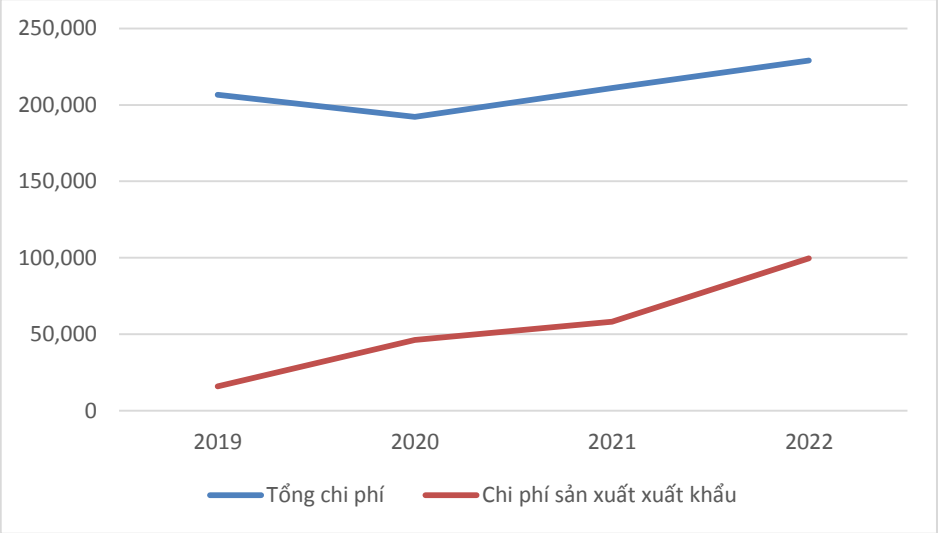
Sự giảm sút phần trăm thực hiện kế hoạch từ năm 2021 đến năm 2022 là một điểm đáng chú ý. Do đại dịch vừa được kiểm soát, hoạt động sản xuất dần trở lại bình thường khiến sản lượng tăng cao, theo đó Công ty đặt ra mục tiêu sản xuất giống với năm 2019 (trước khi xảy ra đại dịch). Mặc dù sản lượng tăng nhưng do mục tiêu quá cao nên phần trăm thực hiện bị giảm sút so với thời điểm 2020 - 2021.

*4.1.2 Tình hình thực hiện chi phí sản xuất xuất khẩu (2019 - 2022)*

**Bảng 3. Tình hình thực hiện chi phí sản xuất xuất khẩu (2019 – 2022)**

| Năm | Đơn vị tính | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Tốc độ tăng trưởng bình quân (%) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Chi phí sản xuất xuất khẩu | $10^6$ đồng | 16,023 | 46,323 | 58,210 | 99,591 | 43.22 |
| Tổng chi phí sản xuất kinh doanh | $10^6$ đồng | 206,570 | 192,207 | 210,943 | 228,944 | 4.85 |
| Tỷ trọng | % | 7.75 | 24.07 | 27.59 | 43.47 | |

*(Nguồn: Phòng Tài chính – Kế toán tại Công ty CP LIDOVIT)*




*Đơn vị tính: triệu đồng*

**Hình 3. Tình hình thực hiện chi phí sản xuất xuất khẩu**

*(Nguồn: Tài chính – Kế toán tại Công ty CP LIDOVIT)*

Trong giai đoạn từ 2019 đến 2022, chi phí sản xuất xuất khẩu đã trải qua một sự tăng trưởng đáng kể, bắt đầu từ mức 16,023 tỷ đồng năm 2019 và đạt đến 99,591 tỷ đồng vào năm 2022. Sự gia tăng này đồng điệu với mức tăng trưởng bình quân hàng năm đáng chú ý là 43.22%. Điều này có thể là dấu hiệu của sự mở rộng đáng kể trong hoạt động xuất khẩu.

Chi phí năm 2020 giảm so với 2019 do các biện pháp tiết kiệm chi phí bắt buộc trong đại dịch, từ năm 2021 có tăng trở lại do tình hình kinh doanh dần ổn định, cần phải chi trả cho nhân công, bảo dưỡng máy móc để đảm bảo hoạt động sản xuất kinh doanh diễn ra bình thường.

Mức tăng trưởng bình quân 4.85% mỗi năm trong chi phí sản xuất xuất khẩu không chỉ phản ánh sự điều chỉnh chính xác trong chiến lược chi phí, mà còn là một chỉ số của sự hiệu quả và khả năng quản lý của Công ty trong môi trường kinh doanh ngày càng biến động.

Mặt khác, tổng chi phí sản xuất kinh doanh cũng tăng lên từ 206,570 tỷ đồng năm 2019 lên đến 228,944 tỷ đồng vào năm 2022. Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng của tổng chi phí này chỉ là 4.85%, thấp hơn nhiều so với tăng trưởng của chi phí xuất khẩu. Điều này có thể chỉ ra rằng sự tăng trưởng của doanh nghiệp chủ yếu đến từ việc mở rộng quy mô xuất khẩu, trong khi hoạt động sản xuất trong nước có thể không phát triển mạnh như vậy.

Có thể thấy tỷ trọng chi phí sản xuất xuất khẩu trong tổng chi phí sản xuất kinh doanh đã tăng từ 7.75% vào năm 2019 lên đến 43.47% vào năm 2022. Sự gia tăng đáng kể này có thể cho thấy sự quan trọng ngày càng tăng của hoạt động xuất khẩu đối với tổng chi phí sản xuất kinh doanh.

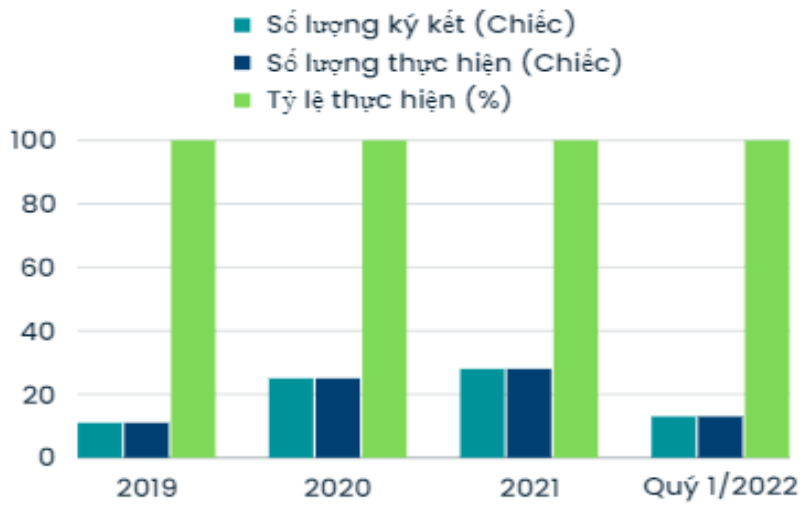
***4.2 Phân tích thực trạng kinh doanh hàng xuất khẩu***

*4.2.1 Tình hình thực hiện ký kết hợp đồng (2019 – 2022)*

**Bảng 4. Báo cáo số lượng hợp đồng xuất khẩu được ký kết giai đoạn (2019 – Quý 1/2022)**

| Chỉ tiêu | Đơn vị tính | Thời gian (năm) | | | Thực hiện quý 1/2022 |
|---|---|---|---|---|---|
| | | 2019 | 2020 | 2021 | |
| **Số lượng ký kết** | Chiếc | 11 | 25 | 28 | 13 |
| **Số lượng thực hiện** | Chiếc | 11 | 25 | 28 | 13 |
| **Tỷ lệ % thực hiện so ký kết** | % | 100 | 100 | 100 | 100 |

*(Nguồn: Phòng Tài chính – Kế toán tại Công ty CP LIDOVIT)*




**Hình 4. Báo cáo số lượng hợp đồng xuất khẩu được ký kết giai đoạn (2019 – Quý 1/2022)**

*(Nguồn: Phòng Tài chính – Kế toán tại Công ty CP LIDOVIT)*

Trong giai đoạn từ 2019 đến 2021, số lượng hợp đồng xuất khẩu của Công ty LIDOVIT liên tục tăng theo báo cáo hoạt động sản xuất của phòng Marketing - Xuất khẩu. Năm 2019, công ty ký kết thành công 11 hợp đồng xuất khẩu, mang về doanh thu là 16,269 tỷ đồng. Trong năm 2020, số lượng hợp đồng tăng cao lên 25, đồng thời doanh thu cũng gia tăng mạnh lên 46,56 tỷ đồng. Năm 2021, dù ảnh hưởng bởi dịch Covid nhưng số lượng hợp đồng không có sự biến động lớn và thu về 58.5 tỷ đồng. Đến năm 2022, dù chỉ có 13 hợp đồng, nhưng trong quý 1/2022, doanh thu đạt gần 35 tỷ đồng. Các hợp đồng đều được thống kê ký kết và thực hiện đủ 100% số lượng hợp đồng xuất khẩu.

*4.2.2 Tình hình thực hiện doanh thu bán hàng xuất khẩu giai đoạn 2019 – 2022*

**Bảng 5. Doanh thu hoạt động sản xuất xuất khẩu giai đoạn 2019 - 2022**

| Chỉ tiêu | Đơn vị tính | Thời gian (năm) | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
| **Doanh thu xuất khẩu thực hiện** | $10^6$ đồng | 16,269 | 46,564 | 58,505 | 100,612 |
| **Doanh thu xuất khẩu theo kế hoạch** | $10^6$ đồng | 18,000 | 41,000 | 63,000 | 106,000 |
| **% hoàn thành kế hoạch** | % | 90 | 114 | 93 | 95 |
| **Tổng doanh thu bán hàng thực hiện** | $10^6$ đồng | 208,054 | 193,207 | 212,012 | 231,291 |
| **Tổng doanh thu bán hàng kế hoạch** | $10^6$ đồng | 198,000 | 204,000 | 200,000 | 250,000 |
| **% hoàn thành kế hoạch** | % | 105 | 95 | 104% | 93 |

*(Nguồn: Phòng Marketing – Xuất khẩu tại Công ty CP LIDOVIT)*

- Năm 2019 là năm có doanh thu ổn định. Đây là năm công ty chưa chuyên môn hóa sản xuất xuất khẩu nên doanh thu xuất khẩu chưa cao. Tuy nhiên doanh thu xuất khẩu thực hiện đạt 90% so với kế hoạch, tổng doanh thu vượt chỉ tiêu 105%.

- Năm 2020, doanh thu bị sụt giảm do ảnh hưởng của dịch Covid-19. Đặc biệt, doanh thu bán nội địa giảm 16,4 tỷ đồng, trong khi doanh thu xuất khẩu tăng nhẹ 1,6 tỷ đồng. Doanh thu hoạt động kinh doanh không đạt kế hoạch, chỉ đạt 95% kế hoạch năm 2020.

- Sang 2021, Công ty đã ghi nhận một số kết quả tích cực như tổng doanh thu đạt 212,4 tỷ đồng, tương đương 104% kế hoạch.

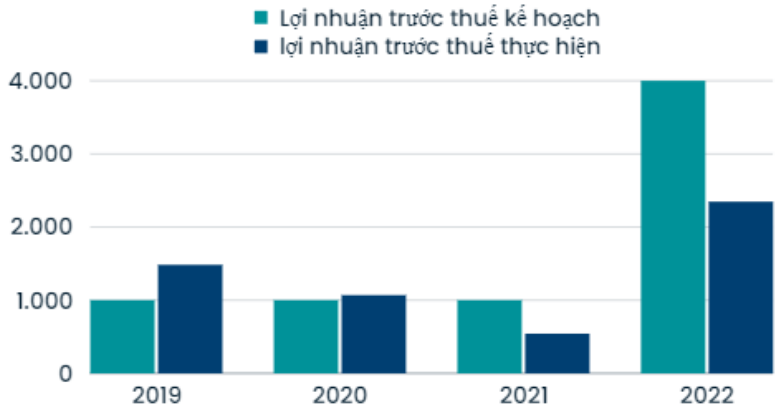
- Năm 2022, doanh thu quý 1/2022 tăng 25% so với cùng kỳ, trong đó doanh thu xuất khẩu tăng 289% so với cùng kỳ. Doanh thu bán hàng đạt mức ổn với 92.5% so với kế hoạch và đạt 109% so với năm 2021.

*4.2.3 Tình hình thực hiện lợi nhuận bán hàng xuất khẩu giai đoạn 2019 – 2022*

**Bảng 6. Số liệu lợi nhuận bán hàng xuất khẩu giai đoạn 2019 – 2022**

| Chỉ tiêu | ĐVT | Năm thực hiện | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
| **Lợi nhuận trước thuế kế hoạch** | $10^6$ đồng | 1,000 | 1,000 | 3000 | 4,000 |
| **Lợi nhuận trước thuế thực hiện** | $10^6$ đồng | 1,484 | 1,069 | 542 | 2,347 |
| **% hoàn thành kế hoạch** | % | 145 | 107 | 18 | 58 |

*(Nguồn: Phòng Marketing – Xuất khẩu tại Công ty CP LIDOVIT)*




**Hình 5. Lợi nhuận bán hàng xuất khẩu giai đoạn 2019 – 2022 (ĐVT: triệu đồng)**

*(Nguồn: Phòng Marketing – Xuất khẩu tại Công ty CP LIDOVIT)*

- Năm 2019 là năm sản xuất kinh doanh ổn định, lợi nhuận thực tế vượt xa so với kế hoạch.

- Năm 2020, do tình hình kinh doanh ảnh hưởng bởi dịch Covid kéo theo sự biến động về lợi nhuận lợi nhuận, thì lợi nhuận 06 tháng cuối năm bù lỗ của 06 tháng đầu năm. Lợi nhuận trước thuế của công ty đạt 1,1 tỷ đồng, tương đương 107% kế hoạch. Đây là một thành tích đáng khích lệ, chứng tỏ công ty đã vượt qua mục tiêu lợi nhuận trước thuế trong năm 2020.

- Năm 2021, tình hình kinh doanh rất khó khăn, giá nguyên liệu tăng cao (40%), chi phí tài chính lãi vay cao, hàng tồn kho còn chưa xử lý xong, thực hiện sản xuất "3 tại chỗ" khiến chi phí phát sinh rất nhiều. Lợi nhuận Quý 1 lỗ 1.289 tỷ đồng, Quý 2 có lãi 1.460 tỷ đồng bù lỗ cho Quý 1, tới lúc này Công ty vẫn có lợi nhuận 171 triệu đồng, đến 15/10/2021 thì chuyển sang sản xuất bình thường. Lợi nhuận trước thuế từ hoạt động kinh doanh đạt 0,54 tỷ đồng, tương đương 50,7% so với năm 2020.

- Năm 2022, tình hình kinh doanh gặp rất nhiều khó khăn nhất là do chiến tranh trên thế giới đã đẩy giá xăng dầu tăng cao dẫn đến các chi phí khác đều tăng nên đã ảnh hưởng đến các đơn hàng, vì thế lợi nhuận trước thuế tuy chỉ đạt 58.6% so với kế hoạch và bằng 433% so với năm 2021. Kết quả lợi nhuận chỉ đạt 58% so với kế hoạch nhưng vẫn là kết quả cao so với lợi nhuận các năm chứng minh sự nỗ lực của Ban lãnh đạo và toàn thể CBNV.

**5. Kiến nghị một số giải pháp để cải thiện hoạt động sản xuất kinh doanh**

Dựa trên phân tích thực trạng sản xuất và kinh doanh xuất khẩu qua các năm, nhóm đề xuất một số giải pháp nhằm cải thiện hoạt động sản xuất kinh doanh như:

- Nâng cao hoạt động Marketing: Khách hàng của Lidovit đa phần là khách hàng lâu năm, khách hàng mới có thể do truyền miệng hoặc họ trực tiếp tìm đến web, địa điểm Công

ty. Đứng dưới góc nhìn của khách hàng khi tìm kiếm tên Công ty sản xuất ốc vít ở Việt Nam chỉ hiện ra một số trang của các Công ty như Toàn Lâm, Văn Phúc, Cao Thắng,…chứ không hiện trang của Lidovit. Cần một nhân viên chuyên về mảng marketing thiết kế và vận hành trang web, các quảng cáo cũng như thiết lập liên kết với cá trang web uy tín để tăng độ phổ biến thương hiệu tới khách hàng.

- Đầu tư trang thiết đóng gói bao bì sản phẩm nhỏ (dưới 1kg): Khách hàng từ các nước như Châu Âu có nhu cầu về sản phẩm như ốc vít, họ lựa chọn đặt mua ở các nước có giá và chi phí gia công thấp như Trung Quốc, Việt Nam. Tuy nhiên hiện tại do lệnh chống bán phá giá nên họ đặt Việt Nam là nước tiềm năng. Họ muốn mua và đóng gói theo ý muốn tại quốc gia sản xuất thành các gói nhỏ (dưới 1 kg, thậm chí 5 sản phẩm ốc vít/gói). Có khách hàng mua sản phẩm của Công ty và chấp nhận chi một khoảng để thuê bên thứ 3 đóng gói. Tuy nhiên cũng có khách hàng họ không muốn chi trả thêm phí cho bên thứ 3, vì chi phí này rất cao kèm theo tốn khá nhiều thời gian, tăng rủi ro khi vận chuyển và đóng gói khiến Công ty đã bỏ lỡ một số khách hàng. Vì vậy cần đầu tư máy móc đóng gói cho sản phẩm nhỏ.

- Nâng cao khả năng xử lý công việc: Ngoài các công việc xử lý thủ tục giấy tờ cho các đơn hàng đã hoàn thiện hợp đồng, liên tục cập nhật thông tin từ các bên tham gia đơn hàng, nhân viên chứng từ phải xử lý các mail như báo giá. Số lượng mail rất nhiều, thậm chí một khách hàng yêu cầu báo giá tận 100 - 200 sản phẩm thì số lượng công việc rất nhiều. Từ kiểm tra tên và loại sản phẩm Công ty có sẵn hay không, những sản phẩm không có sẵn thì cần một bảng tổng hợp từ giá bên kỹ thuật đưa ra để hoàn thiện một sản phẩm cộng thêm chi phí lợi nhuận, tính toán giá đề xuất rồi mới đưa ra một báo giá hoàn thiện. Thời gian và số lượng công việc rất lớn so với nhận lực hiện có của phòng Xuất khẩu.

## 6. Kết luận

Công ty Lidovit đã gặp phải một số thách thức trong quá trình sản xuất và xuất khẩu, điều này đã dẫn đến việc tăng chi phí và hạn chế khả năng tạo ra lợi nhuận cao hơn. Trong tình hình kinh tế hiện tại, Châu Âu áp lệnh chống bán phá giá lên Trung Quốc, các nhà nhập khẩu đánh giá Việt Nam là thị trường tiềm năng. Qua bài nghiên cứu trên, nhóm đã phân tích thực trạng và đưa ra một số giải pháp để cải thiện hoạt động sản xuất kinh doanh. Đầu tiên, Công ty cần đầu tư vào nâng cấp máy móc và công nghệ, để tăng hiệu suất và cải thiện chất lượng sản phẩm. Thứ hai, cần cải thiện môi trường làm việc để tăng năng suất và động lực cho nhân viên. Cuối cùng, Công ty nên đầu tư vào đào tạo nhân lực, để nâng cao kỹ năng và năng lực của nhân viên, từ đó cải thiện quy trình sản xuất và hiệu suất làm việc. Tuy nhiên, các giải pháp chỉ là những gợi ý tổng quát và cần được các chuyên gia xem xét chi tiết về ngành công nghiệp, tình hình kinh tế và yêu cầu của thị trường để đưa ra các biện pháp phù hợp và hiệu quả nhất. Bên cạnh đó, tiếp tục nghiên cứu về thị trường xuất khẩu và yêu cầu của các nhà nhập khẩu, tìm hiểu các phương pháp quản lý nhân sự hiệu quả để tạo môi trường làm việc tích cực.

Với việc thực hiện các giải pháp cải thiện này, Công ty Lidovit có thể đạt được sự cạnh tranh và tăng trưởng bền vững trong lĩnh vực xuất khẩu. Lợi nhuận sẽ được tăng cường, cùng với mở rộng thị trường tiêu thụ và cải thiện chất lượng công việc. Điều này tạo ra kỳ vọng vào một tương lai thành công và phát triển cho Công ty Lidovit, giúp nắm bắt cơ hội và đối mặt với thách thức trong ngành sản xuất và xuất khẩu.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. TTXVN. (2023). *Kinh tế 2023, dự báo 2024: Sức bật từ các đầu tàu kinh tế.* https://vtv.vn/kinh-te/kinh-te-2023-du-bao-2024-suc-bat-tu-cac-dau-tau-kinh-te-20231217212448144.htm, [30/01/2024].
2. Trần Hà. (2021). *Luật Quản lý ngoại thương 2017: Luật số 05/2017/QH14 của Quốc hội*. https://luatsux.vn/luat-quan-ly-ngoai-thuong-2017-luat-so-05-2017-qh14-cua-quoc-hoi/. [01/03/2024].
3. Nguyễn Thị Diễm My. (2024). *Sửa đổi, bổ sung một số điều về xuất xứ hàng hóa từ ngày 15/02/2024.* https://lawnet.vn/thong-tin-phap-luat/thong-bao-van-ban-moi/sua-doi-

bo-sung-mot-so-dieu-ve-xuat-xu-hang-hoa-tu-ngay-15-02-2024-131190.html#google_vignette. [01/03/2024].
4. Công ty Cổ Phần Công Nghiệp và Thương Mại Lidovit. (2022). *Văn kiện Đại Hội đồng Cổ đông lần thứ 17 năm 2021 [Văn bản nội bộ]*. Hồ Chí Minh, tháng 1 năm 2024.
5. Công ty Cổ Phần Công Nghiệp và Thương Mại Lidovit. (2023). *Văn kiện Đại Hội đồng Cổ đông lần thứ 18 năm 2022 [Văn bản nội bộ]*. Hồ Chí Minh, tháng 1 năm 2024.
6. Công ty Cổ Phần Công Nghiệp và Thương Mại Lidovit, 2023. *Báo cáo hoạt động của HDQT năm 2022 và định hướng kinh doanh 2023 của Công ty Cổ Phần Công Nghiệp và Thương Mại LIDOVIT*. http://www.lidovit.com.vn/, [30/01/2024].
7. Hà Minh Hiếu. (2022). Giáo trình *Quản trị Logistic và chuỗi cung ứng*. Việt Nam: Nhà xuất bản Tài Chính.

# MỘT SỐ GIẢI PHÁP CẢI THIỆN HOẠT ĐỘNG GIAO NHẬN HÀNG NHẬP KHẨU NGUYÊN CONTAINER TUYẾN TRUNG QUỐC - VIỆT NAM BẰNG ĐƯỜNG BIỂN TẠI CÔNG TY TNHH GIAO NHẬN TOÀN CẦU GS

**Huỳnh Chí Giỏi*, Mai Thị Trà My, Nguyễn Thị Tuyết**
Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: hc.gioi@hutech.edu.vn.

## TÓM TẮT

Ngành giao nhận vận tải nói chung và ngành vận tải biển nói riêng ngày càng đóng vai trò quan trọng trong quá trình phát triển của đất nước. Vì vậy, giao nhận vận tải đã trở thành ngành nghề kinh doanh dịch vụ không thể thiếu của mọi quốc gia. Hiện nay, có nhiều doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực giao nhận vận tải sở hữu nhiều lợi thế về quy mô, uy tín và bề dày kinh nghiệm. Trước tình hình đó, mặc dù là một công ty còn non trẻ nhưng Công ty TNHH Giao nhận Toàn cầu GS cũng đã từng bước hoàn thiện, củng cố hoạt động kinh doanh của mình trong gần hai năm qua. Bài báo muốn mang đến cho đọc giả những hiểu biết thực tế về hoạt động giao nhận hàng nhập khẩu bằng đường biển, tình hình hoạt động sản xuất của Công ty, cũng như đưa ra những kiến nghị để hoàn thiện quy trình như việc mở rộng thị trường marketing, xây dựng đội ngũ nhân viên đắc lực nhằm lưu thông hàng hoá thuận tiện hơn, giảm bớt các mối lo ngại về việc trì hoãn.
*Từ khóa*: giao nhận hàng hóa, nhập khẩu nguyên container, nghiệp vụ giao nhận.

## 1. Tổng quan

Trung Quốc là một trong những quốc gia luôn dẫn đầu về lượng hàng hóa nhập khẩu vào Việt Nam chỉ riêng 9 tháng năm 2023, tổng kim ngạch nhập khẩu đạt hơn 79,1 tỷ đô, đứng thứ hai là Hoa Kỳ và tiếp đó là Hàn Quốc và các nước Asean (theo Cục Thống kê, 2023), do thế mạnh về giá thành cạnh tranh, sự đa dạng về các loại hàng hóa cũng như lợi thế về khoảng cách địa lý cho nên hoạt động giao nhận hàng hóa nhập khẩu tuyến Việt Nam - Trung Quốc luôn nhộn nhịp ở tất cả các hình thức vận tải, đặc biệt là vận tải biển và vận tải bộ (vận tải xuyên biên giới). Các mặt hàng nhập khẩu từ Trung Quốc chủ yếu là những nhu yếu phẩm thường dùng, nên việc thuê một đơn vị dịch vụ hỗ trợ bốc xếp, giao hàng theo đúng lịch trình, địa điểm dự kiến là thực sự cần thiết (Cosi Logistics, 2022). Với nền kinh tế đang phát triển, nắm bắt được nhu cầu tăng mạnh Công ty TNHH Giao nhận Toàn cầu GS đã bước chân gia nhập vào thị trường với nhiều thành công đáng kể, nhưng bên cạnh đó quy trình giao nhận còn nhiều thiếu sót, không đồng nhất trong việc điều hành quy trình giao nhận. Nhận thấy đây chính là yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến năng lực cạnh tranh của công ty, nên với mong muốn có thể đóng góp tích cực cho việc hoàn thiện quy trình giao nhận hàng hóa xuất nhập khẩu tại công ty nhằm đưa ra được những đề xuất, đánh giá giúp công ty hoàn thiện hơn.

Hoạt động trong lĩnh vực vận tải và giao nhận hàng hóa, là một Forwarder (trung gian giao nhận) GS chuyên thực hiện giao nhận và vận chuyển hàng nguyên container, hàng lẻ theo phương thức nội địa và quốc tế bằng đường biển, đường bộ; dịch vụ khai thuê Hải quan, dịch vụ kho bãi, đóng kiện và giao nhận tích hợp 3PL. Với thế mạnh là giao nhận hàng nhập khẩu với một số mặt

hàng phổ biến như nội thất, máy móc gặt lúa và giao nhận hàng xuất khẩu mặt hàng trái cây thanh long (Ấn Độ, Hàn Quốc) và một số loại hạt nông sản (khu vực Châu Âu).

## 2. Cơ sở lý thuyết

### *2.1 Khái niệm nghiệp vụ giao nhận*

"Đặc điểm nổi bật của mậu dịch quốc tế là người bán và người mua thường ở cách xa nhau. Việc di chuyển hàng hóa là do người vận tải đảm nhận. Đây là nghiệp vụ rất quan trọng, thiếu nó thì coi như hợp đồng mua bán không thể thực hiện được. Để cho quá trình vận tải được Bắt đầu – Tiếp tục – Kết thúc, tức là hàng hóa đến tay người mua, ta cần phải thực hiện một loạt các công việc khác liên quan đến quá trình vận chuyển như đưa hàng ra cảng, làm thủ tục gửi hàng, tổ chức xếp/dỡ, giao hàng cho người nhận ở nơi đến…Tất cả các công việc này được gọi chung là "Nghiệp vụ giao nhận - Forwarding"" (Phạm Mạnh Hiền, 2009).

### *2.2 Các dịch vụ của hoạt động giao nhận*

Theo Nghị định số 163/2017/NĐ-CP quy định về kinh doanh dịch vụ logistics tại Điều 3 của Nghị định có quy định về sự phân loại dịch vụ logistics như sau: Dịch vụ xếp dỡ container, trừ dịch vụ cung cấp tại các sân bay; Dịch vụ kho bãi container thuộc dịch vụ hỗ trợ vận tải biển; Dịch vụ kho bãi thuộc dịch vụ hỗ trợ mọi phương thức vận tải; Dịch vụ chuyển phát; Dịch vụ đại lý vận tải hàng hóa; Dịch vụ đại lý làm thủ tục hải quan (bao gồm cả dịch vụ thông quan); Dịch vụ khác, bao gồm các hoạt động sau: Kiểm tra vận đơn, dịch vụ môi giới vận tải hàng hóa, kiểm định hàng hóa, dịch vụ lấy mẫu và xác định trọng lượng; dịch vụ nhận và chấp nhận hàng; dịch vụ chuẩn bị chứng từ vận tải; Dịch vụ hỗ trợ bán buôn, hỗ trợ bán lẻ bao gồm cả hoạt động quản lý hàng lưu kho, thu gom, tập hợp, phân loại hàng hóa và giao hàng; Dịch vụ vận tải hàng hóa thuộc dịch vụ vận tải biển; Dịch vụ vận tải hàng hóa thuộc dịch vụ vận tải đường thủy nội địa; Dịch vụ vận tải hàng hóa thuộc dịch vụ vận tải đường sắt; Dịch vụ vận tải hàng hóa thuộc dịch vụ vận tải đường bộ; Dịch vụ vận tải hàng không; Dịch vụ vận tải đa phương thức; Dịch vụ phân tích và kiểm định kỹ thuật; Các dịch vụ hỗ trợ vận tải khác; Các dịch vụ khác do thương nhân kinh doanh dịch vụ logistics và khách hàng thỏa thuận phù hợp với nguyên tắc cơ bản của Luật thương mại (Thư viện pháp luật, 2017).

## 3. Thực trạng vấn đề

### *3.1 Tình hình sản xuất kinh doanh của công ty*

*3.1.1 Tình hình sản xuất kinh doanh của công ty 7/2023 – 12/2023*

**Bảng 1. Thống kê số lô hàng từ 7/2023 - 12/2023 tại Công ty TNHH Giao nhận Toàn cầu GS**

*Đơn vị tính: Lô (hàng)*

| Tháng<br>Số lượng container giao nhận | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | Tăng trưởng bình quân 6 tháng (%) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Loại 20 feet | 4 | 5 | 4 | 6 | 5 | 6 | 11,6 |
| Loại 40 feet | 2 | 1 | 3 | 3 | 4 | 4 | 33,6 |

*(Nguồn: Phòng Kinh doanh)*

Theo bảng số liệu đã thống kê, cho thấy tình hình sản xuất kinh doanh của công ty có biến động đều theo tháng từ tháng 7/2023 (6 lô hàng) đến tháng 12/2023 (10 lô hàng) với lợi thế là hàng nhập khẩu 20 feet, đạt gần 99% so với kế hoạch đề ra. Đa số những hợp đồng này là khách hàng thân thiết và được giới thiệu đến sử dụng dịch vụ, với tốc độ tăng trưởng bình quân 6 tháng từ 11,6% (loại 20 feet) đến 33,6% (loại 40 feet). Đa số những mặt hàng nhập khẩu là các mặt hàng hóa chất PVC SUSPENSION RESIN, PVC COMPOUND,...các loại mặt hàng gia công như vải, thủ công mỹ nghệ.

*3.1.2 Tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty 5/2023 – 10/2023*

**Bảng 2. Tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty 5/2023 – 10/2023**

*Đơn vị tính: $10^6$ đồng*

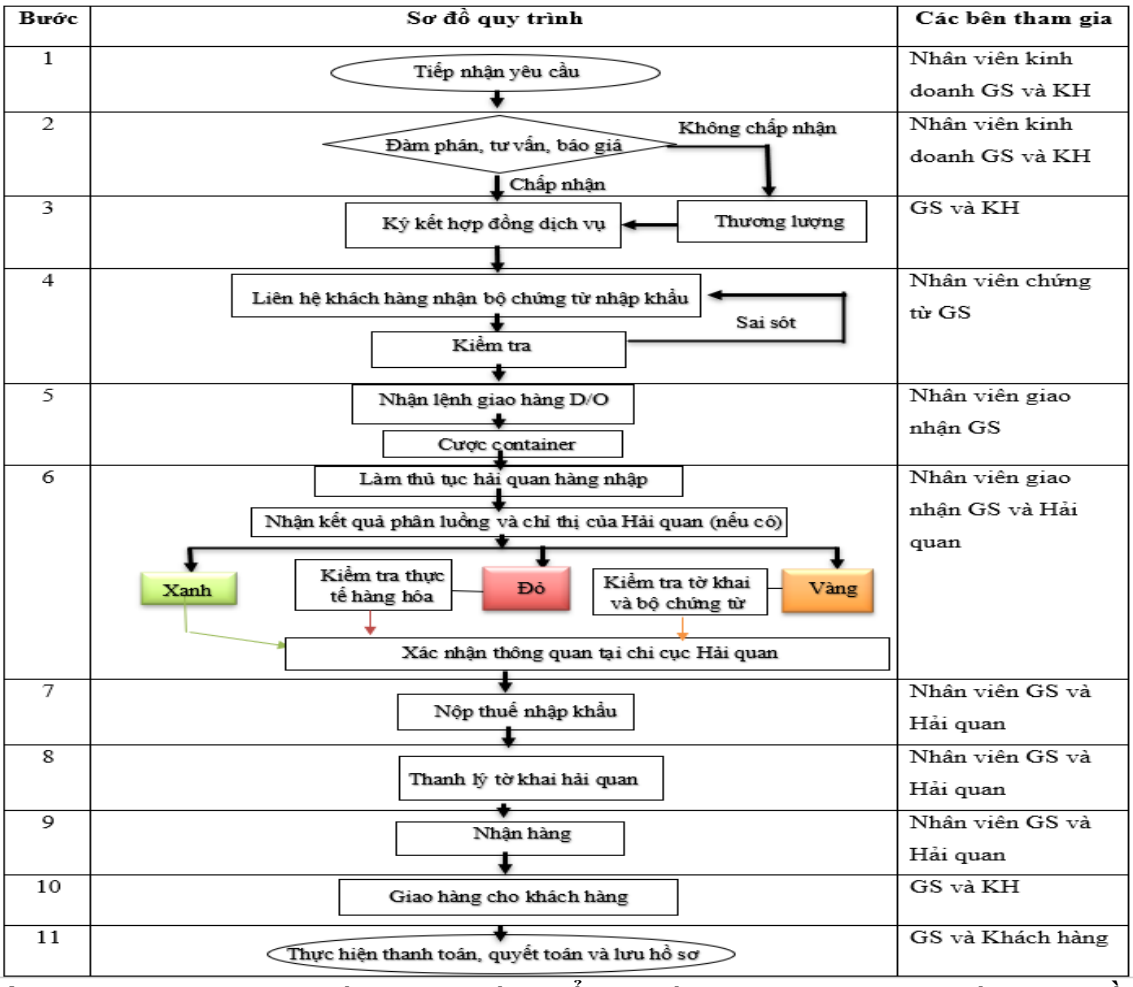
| Chỉ tiêu | Tháng 5 | Tháng 6 | Tháng 7 | Tháng 8 | Tháng 9 | Tháng 10 | Tăng trưởng bình quân (%) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Doanh thu | 864 | 960,2 | 1.111 | 1.210 | 1.302,5 | 1.450 | 10.94 |
| Chi phí | 365,2 | 415,67 | 452,5 | 510,87 | 623,72 | 652 | 12.44 |
| Lợi nhuận trước thuế | 498,8 | 544,52 | 658,5 | 699,13 | 678,78 | 798 | 10.18 |
| Lợi nhuận sau thuế | 399,04 | 435,62 | 526,8 | 559,30 | 543,02 | 638,4 | 10.18 |

*(Nguồn: Phòng Kế Toán Công ty TNHH Giao Nhận Toàn Cầu GS)*

Tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty trong 6 tháng từ 05/2023 đến 10/2023 có sự phát triển. Doanh thu bán hàng của các dịch vụ trong 6 tháng tăng liên tục từ tháng 5 là 864 triệu đồng đến tháng 10 đạt 1.450 triệu đồng và có tốc độ tăng trưởng bình quân là 10.94%, doanh thu thuần của công ty vào giai đoạn này có sự tăng trưởng. Chi phí tăng từ tháng 5 là 365,2 triệu đồng đến tháng 10 là 652 triệu đồng với tốc độ tăng trưởng bình quân là 12.44%. Nhờ khả năng quản lý và chiến lược kinh doanh của ban lãnh đạo công ty góp phần thúc đẩy làm cho lợi nhuận sau thuế tang nhanh, cụ thể từ tháng 5/2023 đến tháng 10/2023 tăng từ 399,04 triệu đồng (tháng 5) lên đến 638,4 triệu đồng vào cuối tháng 10 với tốc độ tăng trưởng bình quân là 10.18%.

***3.2 Quy trình nghiệp vụ giao nhận hàng nhận hàng nhập khẩu tại công ty***

*3.2.1 Sơ đồ quy trình nghiệp vụ giao nhận hàng nhập khẩu*




**Hình 1. Quy trình giao nhận hàng nhập khẩu tại công ty TNHH Giao nhận Toàn cầu GS**

*(Nguồn: Phòng kinh doanh Công ty TNHH Giao nhận Toàn cầu GS)*

*3.2.2 Diễn giải quy trình*

**Bước 1: Tiếp nhận yêu cầu của khách hàng**

Trao đổi thông tin qua email, zalo, điện thoại. Khách hàng đã từng hợp tác hoặc biết đến công ty, liên hệ với công ty GS để cung cấp thông tin lô hàng nhập khẩu dự kiến, các điều khoản và nhu cầu của khách hàng nhằm được tư vấn và báo giá.

**Bước 2: Thực hiện đàm phán, tư vấn, báo giá cho khách hàng**

Hai bên trao đổi những thông tin về lô hàng sắp nhập khẩu. Nếu khách hàng đồng ý tiến hành xin cách thức và phương thức liên lạc và trao đổi thông tin, chuyển giao bộ chứng từ sau này giữa hai bên.

**Bước 3: Ký kết hợp đồng dịch vụ với khách hàng**

Nhân viên kinh doanh soạn thảo hợp đồng bao gồm các điều khoản cơ bản thể hiện quyền và nghĩa vụ của hai bên trong quá trình thực hiện quy trình giao nhận.

**Bước 4: Liên hệ khách hàng nhận và kiểm tra bộ chứng từ**

Sau khi ký kết hợp đồng, khách hàng sẽ cung cấp cho nhân viên chứng từ một bộ hồ sơ qua email bao gồm: Hoá đơn thương mại; Hợp đồng thương mại; Phiếu đóng gói; Vận đơn đường biển; Giấy thông báo hàng đến ; Giấy giới thiệu công ty khách hàng, nhân viên tiến hành kiểm tra bộ chứng từ.

**Bước 5: Nhận lệnh giao hàng (D/O) từ hãng tàu và cược container**

Kiểm tra bộ chứng từ phù hợp, khi có thông báo hàng đến người giao nhận sẽ lấy vận đơn đường biển (B/L) kèm giấy giới thiệu của công ty làm thủ tục với hãng tàu lấy lệnh giao hàng (D/O), nộp phí D/O cùng với các phụ phí khác, tiền cược container (nếu có) để lấy Giấy mượn container về kho đóng hàng

Hiện nay ,với xu hướng số hóa thì việc xuất trình B/L bằng chứng từ điện tử là chủ yếu còn gọi là e-B/L, gửi qua email hoặc trang web của hãng tàu để lấy D/O điện tử còn gọi là e-D/O cùng với thủ tục thanh toán điện tử diễn ra nhanh chóng và thuận tiện cho các bên.

Trừ trường hợp sử dụng vận đơn gốc, tức là bản giấy (Original B/L) thì người nhận hàng buộc phải lên văn phòng của hãng tàu hoặc đại lý của hãng tàu để làm thủ tục đổi lệnh giao hàng (D/O).

**Bước 6: Làm thủ tục hải quan hàng nhập:**

Sử dụng phần mềm khai báo trực tiếp ECUS5 VNACC để khai báo hải quan điện tử cho hàng hoá. Cần lưu ý các thông tin sau:

- Lập tờ khai hải quan: Nhập thông tin theo chứng từ đã được kiểm tra trước đó.
- Khi khai báo thành công, hệ thống hải quan sẽ tự động báo số tiếp nhận hồ sơ.
- Cấp số tờ khai và nhận kết quả phân luồng, kèm theo chỉ thị của hải quan. Có 3 kết quả phân luồng như sau:

+ Luồng xanh: Xác nhận thông quan, trả hồ sơ

+ Luồng vàng: kiểm tra chi tiết chứng từ (nộp qua hệ thống điện tử của hải quan), nếu hợp lệ thì xác nhận hàng hóa kiểm tra đúng như khai báo, nếu phát hiện nghi vấn thì chuyển qua luồng đỏ

+ Luồng đỏ: kiểm tra thực tế lô hàng và bộ chứng từ theo chỉ thị của hải quan.

- Khi có đầy đủ thông tin, nhân viên chứng từ in 02 tờ khai bản chính để mở tờ khai.
- Phúc tập tờ khai để kiểm tra thông tin và tính đồng bộ, hợp lệ của hồ sơ.

**Bước 7: Nộp thuế nhập khẩu**

Nhân viên giao nhận tính thuế, trường hợp miễn giảm thuế căn cứ vào quyền lợi của khách hàng. Đối với hàng nộp thuế ngay, sau khi cơ quan Hải quan chấp nhận thông tin khai hải quan và trả lại tờ khai hải quan, doanh nghiệp nộp thuế theo thông báo hướng dẫn, xuất trình chứng từ nộp thuế cho Hải quan trước khi thông quan.

**Bước 8: Thanh lý Hải quan**

Sau khi hàng hóa được xác nhận thông quan, việc thanh lý hải quan (hoàn thiện thủ tục đưa hàng ra khỏi khu vực giám sát của cơ quan Hải quan) thực hiện tự động khi có kết quả thông quan từ hải quan, kết quả trả về là "Danh sách container đủ điều kiện qua khu vực giám sát của hải quan" được lấy từ hệ thống phần mềm, với mỗi container được thông quan sẽ có mã QR để truy xuất thông tin.

**Bước 9: Nhận hàng tại cảng**

Nhân viên hiện trường liên hệ công ty vận tải, sắp xếp vận chuyển hàng về kho cho khách hàng. Tài xế xe container làm thủ tục ra vào cổng cảng, điều xe vào cảng, vào bãi container hàng nhập theo sự điều động của điều độ bãi (CY) để lấy container theo đúng danh sách trong DO, sau đó kiểm tra lại tình trạng bên ngoài của container và kéo container về kho.

**Bước 10: Giao hàng cho khách hàng**

Sau khi lấy được hàng, hàng có thể được chuyên chở trực tiếp về kho của công ty chủ hàng hoặc bên giao nhận có thể làm cả dịch vụ vận tải tức là sẽ thuê xe hoặc phương tiện vận tải của mình để chuyên chở hàng hóa đến nơi chủ hàng yêu cầu.

**Bước 11: Tiến hành quyết toán và lưu hồ sơ**

Sau khi hoàn tất thủ tục thông quan, chuyển hàng cho khách, kết thúc công việc giao nhận, nhân viên giao nhận lập biên bản quyết toán và giao lại toàn bộ chứng từ cho bộ phận chứng từ.

### *3.3 Ma trận SWOT của quy trình nghiệp vụ giao nhận*

**Bảng 3. Ma trận SWOT của Công ty TNHH Giao Nhận Toàn Cầu GS**

| **Strengths (S)** | **Weakness (W)** |
|---|---|
| • S1: Đội ngũ nhân viên trẻ, nhiệt huyết, đam mê và sáng tạo mang nguồn lực mạnh mẽ về con người.<br>• S2: Nhân viên có kiến thức chuyên môn cao, trình độ học vấn xuất thân từ những trường đại học top đầu cả nước và kể cả nước ngoài.<br>• S3: Ban lãnh đạo dày dặn kinh nghiệm từ việc hoạt động trong lĩnh vực logistics nhiều năm, am hiểu thị trường Việt Nam. | • W1: Công ty mới thành lập (tháng 2 năm 2022), tuy rằng kinh doanh ổn định nhưng uy tín và thương hiệu chưa được khẳng định trên thị trường.<br>• W2: Hạ tầng công nghệ chưa thực sự vững mạnh, tuy sở hữu quy trình giao nhận và tiếp thị tiến bộ nhưng khó có thể vươn lên dẫn đầu thị trường khi phải đối mặt với những tên tuổi lớn trong ngành. |
| **Opportunities (O)** | **Threats (T)** |
| • O1: Giống như hầu hết các công ty ra đời sau trên thị trường, cơ hội lớn nhất của GS là tiếp thu được những kiến thức và tiến bộ của những công ty đi trước.<br>• O2: Ngành càng nhiều công ty ra đời trong ngành và sự phát triển trong thời đại công nghệ kỹ thuật số, giúp GS dễ dàng trong việc tìm kiếm và kết nối đối tác để tự tạo cho mình những cơ hội phát triển mới<br>• O3: Những công ty Forwarder ngày càng có nhiều cơ hội khi mà những công ty lớn đang cố gắng cạnh tranh nhau không chỉ về giá cả mà còn về chất lượng, sự khác biệt trong quy trình giao nhận khiến cho vị thế và tầm quan trọng của Forwarder ngày càng gia tăng. | • T1: Sự cạnh tranh cao giữa các công ty trong ngành, nhu cầu càng cao, ngành càng phát triển thì sự cạnh tranh cũng theo đó mà gay gắt hơn. Không chỉ về giá cả mà còn về chất lượng, sự tiết kiệm thời gian, hiệu suất vận chuyển. Do đó nếu công ty không có chiến lược rõ ràng và tầm nhìn sâu rộng sẽ rất dễ đi sai hướng và thất bại.<br>• T2: Tính bất ổn của thị trường Việt Nam đặc biệt là đối với ngành logistics, đây là ngành rất phụ thuộc vào những chính sách xuất nhập khẩu của pháp luật Việt Nam cũng như thuế quan của các nước trên thế giới, đòi hỏi những công ty trong ngành phải ứng phó và thích nghi nhanh với những thay đổi. |

## 4. Kiến nghị một số giải pháp

Quy trình giao nhận hàng nhập khẩu bằng đường biển tuyến Trung Quốc - Việt Nam của Công ty GS đối mặt với nhiều khó khăn từ tìm kiếm khách hàng đến quá trình vận chuyển, đặc biệt là vấn đề nhân sự. Điều này đặt ra một loạt thách thức như thời gian kéo dài, chi phí tăng cao. Một quy trình giao nhận hiệu quả không chỉ giúp giảm thiểu những khó khăn mà còn tối ưu chi phí, tăng tính linh hoạt. Do đó tác giả đề xuất một số giải pháp để nâng cao hiệu suất và hiệu quả của quy trình giao nhận hàng nhập khẩu trong ngữ cảnh đầy thách thức và cơ hội này.

### *4.1 Giải pháp về nhân sự*

Được hình thành từ việc kết hợp S1, S2, O1 nhằm mục đích nâng cao chất lượng nhân sự đầu vào, xây dựng mối quan hệ tốt với các trường đại học, các tổ chức đào tạo chuyên về logistics và quản lý chuỗi cung ứng. Sử dụng hệ thống quản lý ứng viên (ATS) giúp tổ chức theo dõi một lượng lớn hồ sơ, lọc ứng viên phù hợp và giảm thời gian xử lý. Ngoài ra, sử dụng nền tảng tìm kiếm và mạng xã hội cũng giúp tăng cơ hội tiếp cận ứng viên có tiềm năng.

Đặc điểm của lĩnh vực giao nhận cần không cần nhiều nhân sự nhưng phải trải quan nhiều giao tác, công đoạn khác nhau và phương tiện sử dụng chủ yếu là các thiết bị văn phòng. Do đó để đảm bảo phù hợp công việc, nhân sự cần có những điểm như sau: sử dụng thành tạo máy vi tính, biết ngoại ngữ. Tính tình khéo léo trong giao tiếp với khách hàng, đức tính chăm chỉ, trung thực,…

### *4.2 Giải pháp về marketing*

Chiến lược tiếp thị và quảng cáo với sự kết hợp W1O3, W2O2: Tạo chiến lược tiếp thị mạnh mẽ để xây dựng uy tín và thương hiệu trên thị trường qua các nền tảng như: website, các phương tiện không dây kết hợp với dữ liệu số về đặc điểm và hành vi của khách hàng, tận dụng cơ hội phát triển của ngành logistics tại Việt Nam.

Kết hợp S2O3 tạo nên chiến lược cạnh tranh thông minh: Phát triển chiến lược cạnh tranh để đối mặt với sự cạnh tranh cao trong ngành logistics, tập trung xây dựng và phát triển công ty với chất lượng dịch vụ cao, hiệu suất vận chuyển nhanh chóng.

### *4.3 Giải pháp cho sự biến động thị trường*

Chiến lược thích ứng nhanh chóng được kết hợp từ W1T1: Phát triển chiến lược thích ứng và đổi mới nhanh chóng để ứng phó với tính bất ổn của thị trường logistics Việt Nam, đặc biệt là đối với những thay đổi về chính sách xuất nhập khẩu, thuế quan và các thời điểm nhập hàng nhiều như: lễ, tết… bằng cách tăng lượng xe điều chuyển, sắp xếp nhân sự phù hợp để hạn chế tối thiểu xảy ra sai sót.

Sự kết hợp từ O2T2 tạo nên chiến lược tích hợp: Phát triển chiến lược này nhằm để khắc phục yếu điểm và những rủi ro. Điều này bao gồm việc cải thiện lại quy trình nội bộ, đưa ra những quy định chung và quy định riêng cho từng phòng ban, bắt buộc thực hiện để ổn định nhân sự. Bên cạnh đó tìm kiếm nguồn cung cấp dự phòng để giảm thiểu tác động của sự biến động thi trường, như tìm công ty vận tải dự phòng cho những mùa nhập hàng hoá nhiều, tránh gây mất khách hàng, tốn thời gian.

## 5. Kết luận

Bài viết giới thiệu tổng quan về nghiệp vụ giao nhận hàng hóa xuất nhập khẩu bằng đường biển nói chung và dịch vụ mà Công ty TNHH Giao nhận Toàn cầu GS đang kinh doanh. Đưa ra một số cơ sở lý luận về hoạt động giao nhận như khái niệm về nghiệp vụ giao nhận, các dịch vụ của hoạt động giao nhận. Thực trạng vấn đề nghiên cứu được thể hiện qua kết quả sản xuất kinh doanh của công ty. Bên cạnh đó tập trung tìm hiểu về quy trình giao nhận hàng hóa nhập khẩu nguyên container FCL bằng đường biển, liệt kê một số điểm mạnh, điểm yếu cũng như cơ hội và thách thức của quy trình. Với một số hạn chế còn tồn đọng mà công ty đang gặp phải như chưa tạo được uy tín gây cản trở trong việc thuyết phục khách hàng và chưa có được tên tuổi so với những công ty thành lập lâu năm. Từ đó đề xuất những giải pháp mong muốn quy trình giao nhận

của công ty ngày càng hoàn thiện hơn về đội ngũ nhân sự, chiến lược Marketing và giải pháp cho sự biến động của thị trường. Cuối cùng đề xuất hướng nghiên cứu để đưa ra một số kiến nghị về việc xây dựng nguồn tài nguyên nhân lực và tối ưu hóa chi phí giao hàng chặng cuối để quy trình giao nhận có thể tối ưu hóa được chi phí và thời gian hơn trong tương lai.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Cosi Logistics. (2022, 11 18). *Quy Trình Vận Chuyển Hàng Trung Quốc Về Việt Nam Bằng Đường Biển.* Retrieved 01 2024, from Cosi Logistics: https://cosilogistics.com/quy-trinh-van-chuyen-hang-trung-quoc-ve-viet-nam-bang-duong-bien/
2. Phạm Mạnh Hiền. (2009). *Nghiệp vụ giao nhận vận tải, bảo hiểm trong ngoại thương.* NXB Thống Kê.
3. Thư viên pháp luật. (2017, 12 30). *Nghị định số 163/2017/NĐ-CP quy định về kinh doanh dịch vụ logistics tại điều 3 của nghị định về sự phân loại dịch vụ Logistics.* Retrieved 01 2024, from Thư viên pháp luật: https://thuvienphapluat.vn/van-ban/thuong-mai/nghi-dinh-163-2017-nd-cp-quy-dinh-kinh-doanh-dich-vu-logistics-321911.aspx.
4. Thanh Thảo. (2010). *Luật thuế xuất nhập khẩu.* NXB Lao Động.
5. Trần Thị Mỹ Hằng . (2014). *Giáo trình Quản trị kinh doanh xuất nhập khẩu.* Tài liệu lưu hành nội bộ Trường Đại học Công Nghệ TP.HCM.
6. Đoàn Thị Hồng Vân & Kim Ngọc Đạt. (2010). *Quản trị xuất nhập khẩu.* NXB Lao Động - Xã hội.

# THỰC TRẠNG QUY TRÌNH GIAO NHẬN HÀNG HÓA XUẤT KHẨU BẰNG ĐƯỜNG HÀNG KHÔNG CỦA CÔNG TY VIETRANS SAIGON LOGISTICS TẠI KHO TCS (CÔNG TY CỔ PHẦN DỊCH VỤ HÀNG HÓA TÂN SƠN NHẤT)

**Võ Thị Như Thảo*, Đào Thăng Long, Nguyễn Thị Thanh Diệu**
Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: vtn.thao@hutech.edu.vn.

**TÓM TẮT**

Nghiên cứu tập trung vào việc đánh giá ưu nhược điểm, cơ hội và thách thức của quy trình giao nhận hàng hóa xuất khẩu bằng đường hàng không và tác động của nó đối với hoạt động của Công ty. Phương pháp nghiên cứu định tính bằng cách sử dụng dữ liệu thứ cấp của Công ty kết hợp thông tin thu thập từ quá trình thực tập. Kết quả nghiên cứu nhấn mạnh các ưu điểm, hạn chế, cơ hội, và thách thức của quy trình giao nhận hàng hóa xuất khẩu. Đặc biệt, nhóm nghiên cứu đã đề xuất một số giải pháp nhằm cải thiện quy trình này, bao gồm tuyển thêm nhân viên bốc xếp, đăng ký tài khoản thanh toán với kho TCS, và việc lập danh sách điện tử chi tiết cho các tổ kho ký các chuyến bay trên Excel.
*Từ khóa:* Quy trình giao nhận; đường hàng không; giao nhận hàng hóa; xuất khẩu; kho TCS.

## 1. Tổng quan

Nghiên cứu về việc hoàn thiện quy trình giao nhận hàng hóa xuất khẩu qua đường hàng không đang trở thành một phần không thể thiếu trong ngành logistics và xuất nhập khẩu. Đường hàng không đem lại lợi ích vô cùng lớn lao với tốc độ vận chuyển nhanh chóng và tính linh hoạt cao, góp phần quan trọng vào việc kết nối các thị trường toàn cầu.

Theo Cục Hàng không Việt Nam CAA, hãng hàng không Việt Nam hiện đang hoạt động 66 đường bay, kết nối 3 thành phố lớn với 19 cảng hàng không địa phương, thực hiện 650 chuyến bay mỗi ngày. Thị trường hàng hóa giảm 26% so với 2022, trong đó hàng quốc tế giảm 30%, hàng nội địa tăng 10%.

Từ các số liệu trên có thể thấy tỷ lệ hàng hóa qua đường hàng không cho thấy tầm quan trọng của đường hàng không nói chung và quy trình giao nhận hàng hóa bằng đường hàng không nói riêng. Tuy nhiên, quy trình giao nhận hàng hóa qua đường hàng không hiện tại vẫn đối diện với nhiều thách thức và vấn đề cần được giải quyết. Tối ưu hóa thời gian vận chuyển, giảm thiểu chi phí, và tăng cường hiệu suất trong quá trình giao nhận hàng hóa là những mục tiêu quan trọng mà nghiên cứu này hướng tới.

Theo Báo cáo của Bộ Công thương (2021), trong 9 tháng đầu năm 2021 vận tải hàng hóa bằng đường hàng không đạt 179,9 nghìn tấn, giảm 9,7% so với cùng kỳ năm 2020 và luân chuyển hàng hóa đạt 3,34 tỷ tấn.km, tăng 24,9% so với cùng kỳ năm 2020. Theo Báo cáo của Bộ Công thương (2022), trong 9 tháng đầu năm 2022, vận tải hàng hóa bằng đường hàng không tăng 8,9%, đạt 213,2 nghìn tấn và luân chuyển hàng hóa tăng 27,2%, đạt 4.503 triệu tấn.km so với cùng kỳ năm 2021. Theo Báo cáo của Bộ Công thương (2023), trong 9 tháng đầu năm 2023, dịch vụ vận chuyển bằng đường hàng không đạt 0,23 triệu tấn, tăng 7,2% so với cùng kỳ năm 2022. Hàng hóa quốc tế giảm 30%, đạt 405 nghìn tấn, trong khi hàng hóa nội địa tăng 10%, đạt 77,6 nghìn tấn so với cùng kỳ năm 2022. Trong khi sản lượng vận chuyển hàng không toàn cầu giảm sút, có thể nói sự tăng trưởng của hàng hóa nội địa là một trong những tín hiệu tốt.

Quy trình giao nhận hàng hóa qua đường hàng không đóng vai trò quan trọng trong tối ưu hóa chuỗi cung ứng toàn cầu. Tính nhanh chóng, an toàn, và tích hợp với quy tắc hải quan quốc tế, đường hàng không giúp giảm tồn kho, tăng cường giao tiếp thời gian thực, và cung cấp khả năng theo dõi chặt chẽ. Công nghệ hiện đại giúp tối ưu hóa quản lý và đối soát hàng hóa, trong khi mở rộng cơ hội thương mại quốc tế. Với vai trò quan trọng này, quy trình giao nhận hàng hóa bằng đường hàng không trở thành chìa khóa quan trọng cho sự thành công trong môi trường kinh doanh toàn cầu.

Tóm lại, thông qua các phân tích nhóm nghiên cứu đã nhận thấy được tầm quan trọng của việc giao nhận hàng hóa bằng đường hàng không đối với ngành Logistics nói chung và Công ty Vietrans Saigon Logistics nói riêng. Đây là lý do nhóm nghiên cứu chọn đề tài "Giải pháp hoàn thiện quy trình xuất khẩu hàng hóa bằng đường hàng không của công ty Vietrans Saigon Logistics tại kho TCS (Công ty Cổ phần Dịch vụ hàng hóa Tân Sơn Nhất)".

## 2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

### *2.1 Cơ sở lý thuyết*

Theo Tổ chức Hàng không Dân dụng Quốc tế ICAO (2018), đường hàng không là khu vực kiểm soát hoặc một phần trong đó được thiết lập dưới dạng hành lang được trang bị thiết bị dẫn đường vô tuyến. Đường hàng không được sử dụng để dẫn đường cho máy bay dọc theo các tuyến đường cụ thể trên bầu trời và chúng thường được xác định bởi một loạt các điểm tham chiếu mà máy bay phải đi qua.

Theo Cục Hàng không Liên bang FAA (1958), đường hàng không là các tuyến đường được chỉ định mà máy bay bay để hỗ trợ điều hướng và giúp phân cách để tránh tai nạn.

Theo nhóm nghiên cứu, đường hàng không là một tuyến đường được thiết kế dành riêng cho phương tiện máy bay được đặt các thiết bị dẫn đường vô tuyến. Giúp cho máy bay bay đúng tuyến đường chỉ định và nắm bắt được phương hướng, địa điểm cần đến.

Theo World Bank (2015), giao nhận hàng hóa là hoạt động di chuyển hàng hóa qua các bên bao gồm các công việc sắp xếp vận chuyển, giám sát việc thông quan hải quan thay mặt cho khách hàng của họ và nói chung là giải quyết các vấn đề phát sinh khi hàng hóa đang được vận chuyển.

Theo Hiệp hội Giao nhận Vận tải Quốc tế FIATA (2004**)**, giao nhận hàng hóa là các dịch vụ thuộc bất kỳ loại nào liên quan đến việc vận chuyển (được thực hiện bằng phương thức vận tải đơn phương thức hoặc đa phương thức), gom hàng, lưu kho, xử lý, đóng gói hoặc phân phối hàng hóa, cũng như các dịch vụ phụ trợ và tư vấn liên quan, bao gồm nhưng không giới hạn ở các vấn đề hải quan và tài chính, khai báo hàng hóa vì mục đích chính thức, mua bảo hiểm hàng hóa và thu hoặc thực hiện thanh toán hoặc chứng từ liên quan đến hàng hóa.

Theo nhóm nghiên cứu, giao nhận hàng hóa là hoạt động mà người giao nhận di chuyển hàng hóa từ nơi này đến nơi khác bằng nhiều phương thức vận chuyển khác nhau thông qua các công việc vận chuyển, lưu kho, lưu bãi, sắp xếp và giám sát hàng hóa, làm thủ tục giấy tờ và các công việc khác liên quan đến giao hàng và liên quan đến yêu cầu của khách hàng. Cụ thể là chuẩn bị hàng hóa, xác nhận hàng hóa với khách hàng, làm giấy tờ thủ tục hải quan, theo dõi vận chuyển, thanh toán các loại chi phí vận chuyển và lựa chọn phương thức vận chuyển…

Theo Eric Duong (2023), kho hàng là một yếu tố cơ bản trong lĩnh vực logistics, cung cấp không gian lưu trữ, bảo quản và chuẩn bị hàng hóa từ điểm xuất phát đến điểm đích cuối cùng trong chuỗi cung ứng. Chúng đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp hàng hóa cho khách hàng một cách liền mạch, nhanh chóng, tiết kiệm và đảm bảo chất lượng.

Theo SCM Wizard: Global Supply Chain Management (2016), kho hoặc trung tâm phân phối là nơi lưu trữ nguyên liệu thô, bán thành phẩm hoặc thành phẩm. Chúng thể hiện sự gián đoạn trong dòng nguyên liệu và do đó làm tăng thêm chi phí cho hệ thống. Các mặt hàng chỉ nên được lưu kho nếu có lợi ích bù đắp thu được từ việc lưu trữ chúng.

Theo Phạm Ngọc Anh (2017), quy trình giao nhận hàng hóa xuất khẩu bằng đường hàng không bao gồm các bước sau:

**Bước 1:** Booking (Đặt chỗ): Người xuất khẩu liên hệ với công ty Forwarder để đặt chỗ trên máy bay cho hàng hóa, chọn công ty có giá cạnh tranh.

**Bước 2:** Đóng hàng: Hàng hóa được đóng gói và ghi ký mã hiệu (Shipping mark) tại kho người xuất khẩu theo yêu cầu của người nhập khẩu.

**Bước 3:** Thủ tục hải quan xuất khẩu: Chuẩn bị chứng từ và thực hiện thủ tục hải quan xuất khẩu sau khi hàng ra sân bay.

**Bước 4:** Phát hành AWB: Hoàn thành thủ tục hải quan xuất khẩu, hãng hàng không phát hành MAWB, người giao nhận phát hành HAWB, và gửi bản gốc AWB số 2 cùng bộ chứng từ cho người nhập khẩu.

**Bước 5:** Gửi chứng từ (nếu cần): Trong vận tải hàng không, một bản AWB gốc được gửi cùng lô hàng đến sân bay đích và người nhập khẩu không cần xuất trình AWB gốc để nhận hàng.

**Bước 6:** Nhận chứng từ qua email: Sau khi hàng hóa đã được vận tải, người xuất khẩu gửi bản scan của AWB gốc số 3 và toàn bộ các chứng từ khác qua email cho người nhập khẩu.

**Bước 7:** Thông báo hàng đến**:** Đại lý của hãng vận tải tại sân bay đến thông báo hàng đến cho người nhập khẩu trước ngày máy bay đến.

Theo nhóm nghiên cứu, quy trình giao nhận hàng hóa xuất khẩu bằng đường hàng không gồm các bước:

**Bước 1:** Chuẩn bị tài liệu và thủ tục: Bao gồm việc chuẩn bị các tài liệu xuất khẩu cần thiết, như hóa đơn xuất khẩu, vận đơn hàng không, thông tin về hàng hóa, và các thủ tục liên quan khác.

**Bước 2:** Đóng gói: Hàng hóa cần được đóng gói một cách an toàn để đảm bảo không bị hỏng trong quá trình vận chuyển. Việc gán nhãn đúng cũng rất quan trọng để xác định rõ ràng nội dung và đích đến của hàng hóa.

**Bước 3:** Xác định phương tiện vận chuyển: Quyết định loại phương tiện hàng không phù hợp để vận chuyển hàng hóa, đồng thời xác định hãng hàng không và các chi tiết liên quan.

**Bước 4:** Làm thủ tục hải quan: Hàng hóa cần phải qua các quy trình kiểm tra an ninh và hải quan theo quy định của nước xuất khẩu.

**Bước 5:** Vận chuyển hàng hóa: Hàng hóa được vận chuyển bằng đường hàng không từ sân bay xuất phát đến sân bay đích. Quá trình này bao gồm việc kiểm tra và xếp hàng hóa lên máy bay.

**Bước 6:** Giám sát vận chuyển: Việc theo dõi quá trình vận chuyển, đảm bảo rằng hàng hóa di chuyển theo kế hoạch và được giám sát để đối phó với các rủi ro bất ngờ xảy ra.

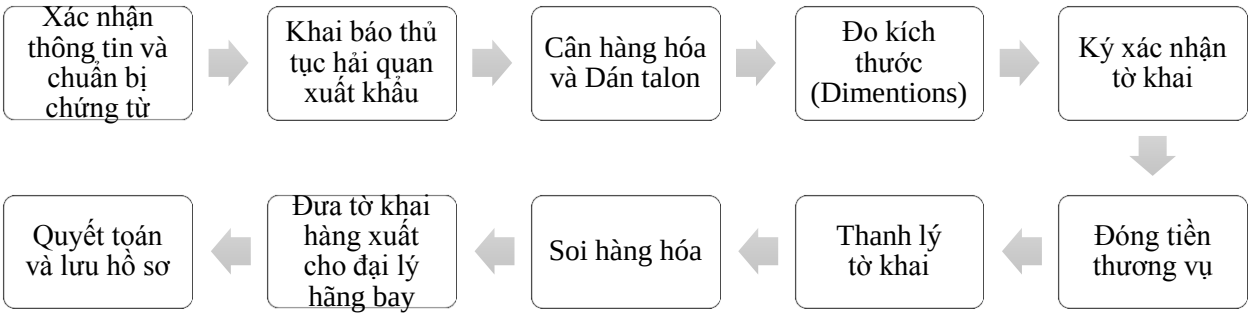
### *2.2 Phương pháp nghiên cứu*

Nghiên cứu này đã chọn sử dụng phương pháp định tính, sử dụng dữ liệu thứ cấp có sẵn để giới thiệu về quy trình xuất khẩu hàng hóa bằng đường hàng không. Dữ liệu được thu thập thông qua việc tìm kiếm tài liệu từ các tổ chức liên quan đến ngành vận tải trên internet và quan sát trực tiếp quy trình giao nhận hàng hóa xuất khẩu tại kho TCS.

Ngoài ra, nghiên cứu còn thu thập dữ liệu từ nhân viên giao nhận trên tuyến hàng không của Vietrans Saigon Logistics tại kho TCS. Bằng cách này, nhóm nghiên cứu có thể phân tích và đánh giá quy trình giao nhận hàng hóa, xác định những điểm thuận lợi và khó khăn trong quá trình thực hiện. Kết quả của việc này sẽ hỗ trợ việc đề xuất các giải pháp khắc phục để cải thiện quy trình giao nhận của một lô hàng.

## 3. Thực trạng quy trình giao nhận hàng hóa xuất khẩu bằng đường hàng không

### *3.1 Sơ đồ quy trình giao nhận*




**Sơ đồ 1. Quy trình giao nhận hàng hóa xuất khẩu bằng đường hàng không tại TCS**

*(Nguồn: Nhóm nghiên cứu tự tổng hợp)*

### *3.2* Quy trình giao nhận hàng hóa xuất khẩu bằng đường hàng không tại kho TCS

**Bảng 1. Mô tả quy trình giao nhận hàng hóa xuất khẩu bằng đường hàng không tại kho TCS**

| STT | Tên Bước | Người Thực Hiện | Nội Dung Công Việc |
|---|---|---|---|
| 1 | Xác nhận thông tin và chuẩn bị chứng từ | Nhân viên phòng chứng từ | Nhân viên phòng chứng từ chuẩn bị và xử lý chứng từ cần thiết như là hóa đơn xuất khẩu, danh sách hàng hóa, và Booking Note sau đó gửi cho nhân viên hiện trường. |
| | | Nhân viên hiện trường | Nhân viên hiện trường sau khi nhận được tài liệu từ phòng chứng từ thì kiểm tra lại các thông tin trên chứng từ rồi chuẩn bị thêm Talon và phiếu tiếp nhận hàng hóa rồi mang tài liệu đi in ra và thực hiện quy trình làm hàng tiếp theo. |
| 2 | Khai báo thủ tục hải quan xuất khẩu | Nhân viên phòng chứng từ | Nhân viên chứng từ tiến hành làm tờ khai từ thông tin của Booking Note và Invoice sau hoàn thành xong tờ khai hải quan thì nhân viên chứng từ gửi cho nhân viên hiện trường. |
| 3 | Cân hàng hóa và Dán talon | Nhân viên hiện trường | Kéo hàng vào bàn cân đăng ký cân hàng (gồm các thông tin: Số Master Airway Bill, số kiện, số pallet), khi hàng tới kho thì chuyển hàng xuống pallet sau đó kéo hàng vào cân nhân viên hiện trường đọc đúng số bill, số ký cho nhân viên kho để cân hàng, sau khi cân hàng xong nhân viên cân hàng tại kho sẽ đưa lại phiếu thông tin cân như là số kiện số ký.<br>Dán Talon, Talon sẽ được dán lên từng kiện hàng nhằm theo dõi chặt chẽ trong quá trình vận chuyển. Nhân viên giao nhận hiện trường sẽ dán Talon lên từng kiện hàng và chụp ảnh xác nhận với bộ phận chứng từ là hàng đã đến kho và đang làm thủ tục. |
| 4 | Đo kích thước (Dimentions) | Nhân viên hiện trường | Sau khi quá trình cân hàng được hoàn tất, nhân viên giao nhận chịu trách nhiệm tiến hành đo kích thước của hàng hóa. Thông tin kích thước này sẽ được điền vào mục kích thước lô hàng (Dimensions) trên tờ cân, nhân viên sẽ áp dụng công thức tính trọng lượng theo công thức: Dài x Rộng x Cao x số kiện/6000.<br>Tiếp theo so sánh giữa trọng lượng đã cân (Gross weight) và trọng lượng theo thể tích. |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | | Trọng lượng nào lớn hơn sẽ được điền vào ô trọng lượng tính cước (Chargeable weight) trên phiếu gửi hàng. |
| 5 | Ký xác nhận tờ khai | Nhân viên hiện trường | Sau khi hoàn tất quá trình đo kích thước nhân viên giao nhận điền thông tin cân và kích thước lên tờ cân và mang tờ cân đến để nhân viên kho TCS kiểm tra trước khi hàng hóa chuẩn bị được chuyển đi. |
| | | Nhân viên kho TCS | Nhân viên kho tiếp nhận tờ cân của nhân viên hiện trường kiểm tra cẩn thận các thông tin trên tờ cân và xem xét hàng hóa có vấn đề gì không rồi ký xác nhận vào tờ cân. |
| 6 | Đóng tiền thương vụ | Nhân viên hiện trường | Bước này nhân viên hiện trường cần phải gộp các hồ sơ để đóng tiền thương vụ hồ sơ gồm phiếu gửi hàng liên màu hồng và màu vàng, phiếu tiếp nhận hàng hóa và Booking Note bấm chung tất cả lại với nhau sau đó nộp hồ sơ này lên cho nhân viên phòng thương vụ và đợi gọi tên để thực hiện thanh toán. |
| 7 | Thanh lý tờ khai | Nhân viên hiện trường | Nhân viên hiện trường chuẩn bị hồ sơ để thanh lý Hải quan gồm tờ khai xuất khẩu, mã vạch, phiếu gửi hàng liên màu xanh và 1 Talon dán lên liên xanh của phiếu gửi hàng. Sau đó gấp đôi liên xanh kẹp với tờ khai và mã vạch sau đó nộp vào khay đựng hồ sơ ở cửa phòng Hải quan. Trên tờ khai hải quan nhân viên hiện trường ghi tay trên tờ khai các thông như chuyến bay, số kiện, số ký, ngày bay, số điện thoại và họ tên nhân viên hiện trường để khi nhân viên Hải quan kiểm tra dễ dàng đối chiếu trên hệ thống và duyệt hồ sơ nhanh chóng. |
| | | Nhân viên Hải quan | Sau khi nhận hồ sơ thì nhân viên Hải quan đối chiếu trên hệ thống của kho thông tin của đơn hàng và đóng dấu hải quan để đơn hàng thông quan và chuyển sang bước tiếp theo. |
| 8 | Soi hàng hóa | Nhân viên kho TCS | Sau khi hoàn tất quá trình thanh lý, hàng hóa sẽ được chuyển đến khu vực máy soi trong kho. Tại đây nhân viên máy soi thực hiện quá trình kiểm tra bằng máy soi. Quá trình này diễn ra ngay trước khi hàng hóa chuẩn bị chuyển tiếp vào giai đoạn vận chuyển tiếp theo. Trong trường hợp lô hàng hay kiện hàng nào đó khi soi chiếu gặp nghi ngờ, nhân viên thực hiện soi chiếu có thể yêu cầu mở hàng ra để kiểm tra thực tế. |
| 9 | Đưa tờ khai hàng xuất cho đại lý hãng bay | Nhân viên hiện trường | Nhân viên giao nhận hiện trường đưa tờ cân hàng xuất liên trắng gửi cho hãng bay đánh bill. |
| 10 | Quyết toán và lưu hồ sơ | Nhân viên hiện trường | Sau khi hoàn tất các thủ tục làm hàng của một lô hàng xuất nhân viên hiện trường tiến hành |

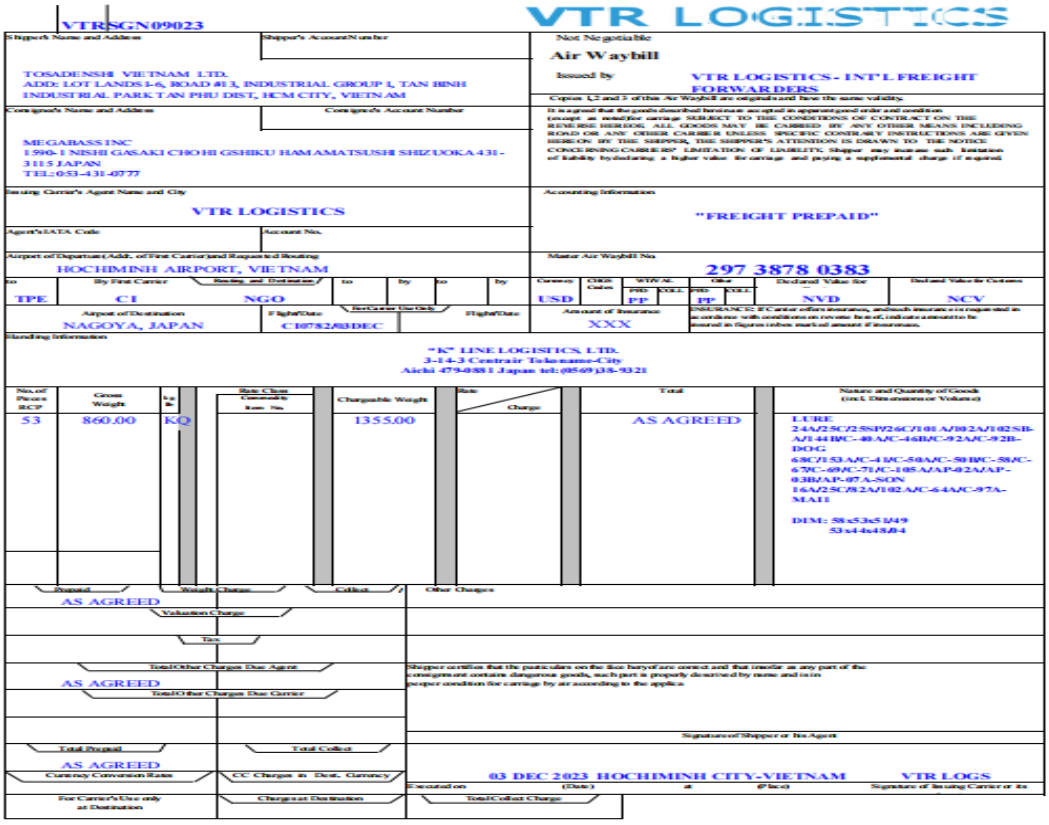
| | | | |
|---|---|---|---|
| | | | liệt kê các chi phí để đề nghị nhà xuất khẩu thanh toán phí dịch vụ và phí chi hộ, các chi phí bao gồm: Phí Handling và phí lao vụ và phí hun trùng nếu hàng đóng kiện gỗ và phí phát sinh hải quan nếu hàng lệch kí tức là cân thực tế ở kho khác biệt quá nhiều so với trên tờ khai hải quan. Thông thường nhân viên hiện trường chỉ cần liệt kê các khoản phí này gửi lên cho bộ phận kế toán quyết toán là lưu giữ. |

*(Nguồn: Nhóm nghiên cứu tự tổng hợp)*

### *3.3 Phân tích quy trình một lô hàng cụ thể*

Để có thể thực hiện quá trình giao nhận hàng hóa xuất khẩu bằng đường hàng không một cách hiệu quả và hợp pháp, các bên liên quan cần chuẩn bị và sử dụng các loại chứng từ cần thiết. Các tài liệu này không chỉ là các yêu cầu pháp lý mà còn đóng vai trò quan trọng trong việc theo dõi, kiểm soát và đảm bảo tính chính xác của quá trình giao nhận. Giả sử một lô hàng cụ thể như sau:

- Airway Bill (Vận đơn hàng không):
+ Master Airway Bill: 297 3878 0383
+ House Airway Bill: VTRSGN09023
+ Tên hàng hóa: LURE (mồi câu cá)
+ Số lượng: 53 kiện
+ Cảng đi: HOCHIMINH AIRPORT, VIETNAM
+ Cảng đến: NAGOYA, JAPAN
+ Chuyến bay/ngày bay: CI0782/03 DEC


VTRSGN09023

VTR LOGISTICS

Shipper's Name and Address: TOSADENSHI VIETNAM LTD. ADD: LOT LANDS I-6, ROAD #13, INDUSTRIAL GROUP I, TAN BINH INDUSTRIAL PARK TAN PHU DIST, HCM CITY, VIETNAM

Shipper's Account Number

Not Negotiable

Air Waybill

Issued by VTR LOGISTICS - INT'L FREIGHT FORWARDERS

Copies 1,2 and 3 of this Air Waybill are originals and have the same validity.

It is agreed that the goods described herein are accepted in apparent good order and condition (except as noted) for carriage SUBJECT TO THE CONDITIONS OF CONTRACT ON THE REVERSE HEREOF. ALL GOODS MAY BE CARRIED BY ANY OTHER MEANS INCLUDING ROAD OR ANY OTHER CARRIER UNLESS SPECIFIC CONTRARY INSTRUCTIONS ARE GIVEN HEREON BY THE SHIPPER, THE SHIPPER'S ATTENTION IS DRAWN TO THE NOTICE CONCERNING CARRIERS' LIMITATION OF LIABILITY. Shipper may increase such limitation of liability by declaring a higher value for carriage and paying a supplemental charge if required.

Consignee's Name and Address: MEGABASS INC 1590-1 NISHI GASAKI CHOHI GSHIKU HAMAMATSUSHI SHIZUOKA 431-3115 JAPAN TEL:053-431-0777

Consignee's Account Number

Issuing Carrier's Agent Name and City: VTR LOGISTICS

Accounting Information: "FREIGHT PREPAID"

Agent's IATA Code

Account No.

Airport of Departure (Addr. of First Carrier) and Requested Routing: HOCHIMINH AIRPORT, VIETNAM

Master Air Waybill No.: 297 3878 0383

| to | By First Carrier | Routing and Destination | to | by | to | by | Currency | CHGS Codes | WT/VAL PPD | WT/VAL COLL | Other PPD | Other COLL | Declared Value for | Declared Value for Customs |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| TPE | CI | NGO | | | | | USD | | PP | | PP | | NVD | NCV |

| Airport of Destination | Flight/Date | For Carrier Use Only | Flight/Date | Amount of Insurance |
|---|---|---|---|---|
| NAGOYA, JAPAN | CI0782/03DEC | | | XXX |

INSURANCE: If Carrier offers insurance, and such insurance is requested in accordance with conditions on reverse hereof, indicate amount to be insured in figures in box marked amount of insurance.

Handling Information: "K" LINE LOGISTICS, LTD. 3-14-3 Centrair Tokoname-City Aichi 479-0881 Japan tel:(0569)38-9321

| No. of Pieces RCP | Gross Weight | kg lb | Rate Class Commodity Item No. | Chargeable Weight | Rate / Charge | Total | Nature and Quantity of Goods (incl. Dimensions or Volume) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 53 | 860.00 | KQ | | 1355.00 | | AS AGREED | LURE 24A/25C/25SP/26C/101A/102A/102SB-A/144B/C-40A/C-46B/C-92A/C-92B-DOG 68C/153A/C-41/C-50A/C-50B/C-58/C-67/C-69/C-71/C-105A/AP-02A/AP-03B/AP-07A-SON 16A/25C/82A/102A/C-64A/C-97A-MAI1 DIM: 58x53x51/49 53x44x48/04 |

Prepaid / Weight Charge / Collect / Other Charges

AS AGREED

Valuation Charge

Tax

Total Other Charges Due Agent

AS AGREED

Total Other Charges Due Carrier

Shipper certifies that the particulars on the face hereof are correct and that insofar as any part of the consignment contains dangerous goods, such part is properly described by name and is in proper condition for carriage by air according to the applica

Signature of Shipper or his Agent

Total Prepaid / Total Collect

AS AGREED

Currency Conversion Rates / CC Charges in Dest. Currency

03 DEC 2023 HOCHIMINH CITY-VIETNAM VTR LOGS

Executed on (Date) at (Place) Signature of Issuing Carrier or its

For Carrier's Use only at Destination / Charges at Destination / Total Collect Charge

**Hình 1. Airway Bill xuất khẩu**

*(Nguồn: Phòng chứng từ)*

- Booking Note:

**Company Name:** CÔNG TY CỔ PHẦN TIẾP VẬN NGOẠI THƯƠNG MIỀN NAM

Kindly check the booking confirmation as below:

| | | | |
|---|---|---|---|
| Date of delivery | Dec 02, 2023 | | |
| M.AWB\H.AWB | 297 38780383 | | |
| Original | SGN | | |
| Destination | NGO | | |
| Quantity(PCE/G.W/CBM) | 53CT;CW:1350KG51x53x58cm | | |
| Commodity | LURE | | |
| **Estimate Schedule** | | | |
| SGN - TPE | CI0782 | Dec 3rd, 2023 11:00 | Dec 3rd, 2023 15:15 |
| TPE - NGO | CI0150 | Dec 4th, 2023 17:15 | Dec 4th, 2023 20:50 |
| **Remark** | | | |
| Terminal | TCS | | |
| Cut off time | 20H00 02 NOV | | |

* Important Notice:
In any circumstances that the consignee refuses or cannot / are not allowed / unable to receive / customs cleared the shipment, all arising cost will be billed back to your side.

Thank you so much for your kind co-operation

**Hình 2. Booking Note xuất khẩu**

*(Nguồn: Phòng chứng từ)*

**Nội dung trên Booking Note bao gồm:**

+ Date of delivery: Dec 02, 2023
+ M.AWB\H.AWB: 297 38780383
+ Original: SGN
+ Destination: NGO
+ Quantity(PCE/G.W/CBM): 53CT;CW:1350KG51x53x58cm
+ Commodity: LURE

**Estimate Schedule**

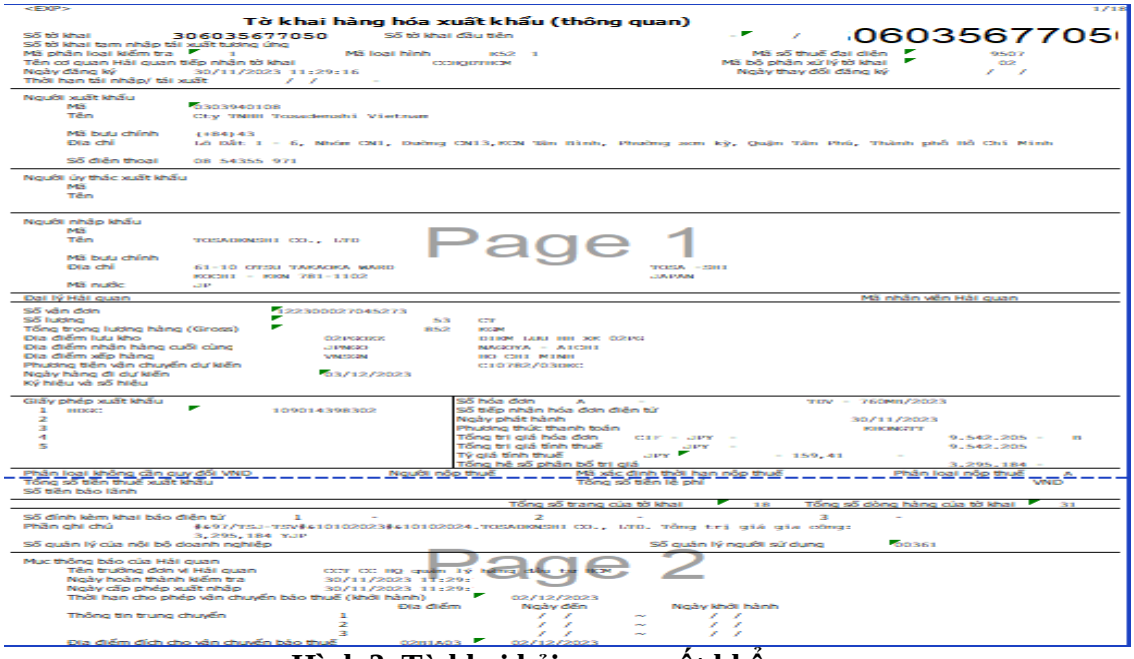
| | | | |
|---|---|---|---|
| SGN – TPE | CI0782 | Dec 03rd, 2023 11:00 | Dec 03rd, 2023 15:15 |
| TPE – NGO | CI0150 | Dec 04th, 2023 17:15 | Dec 04th, 2023 20:50 |

**Remark**

Terminal: TCS

Cut off time: 20H00 02 NOV

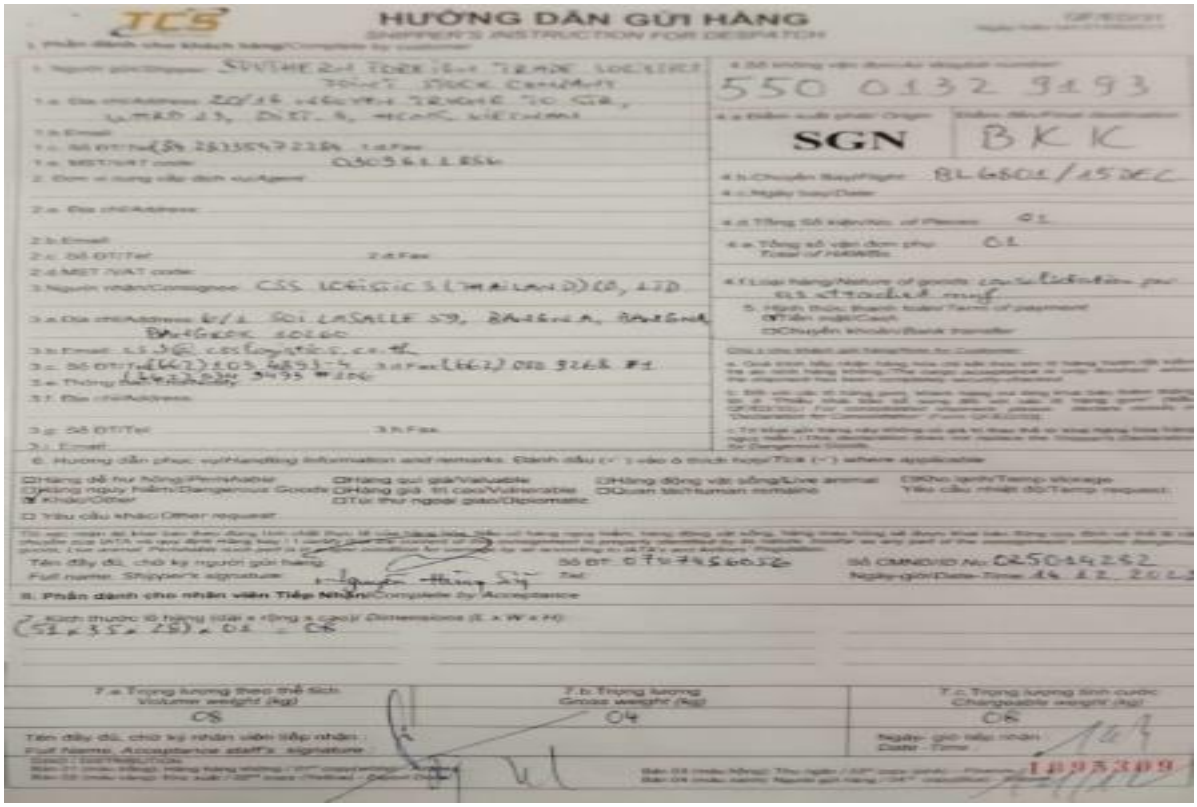
- Tờ khai hải quan xuất khẩu:




**Hình 3. Tờ khai hải quan xuất khẩu**

*(Nguồn: Phòng chứng từ)*

- Mẫu tờ cân gửi hàng kho TCS:




**Hình 4. Tờ cân gửi hàng kho TCS**

*(Nguồn: Kho TCS)*

Tại kho TCS, quá trình giao nhận hàng hóa xuất khẩu thông qua đường hàng không của Vietrans Saigon Logistics được thực hiện theo một chuỗi các bước cụ thể, mỗi bước đều được thực hiện một cách tỉ mỉ và cẩn thận để đảm bảo tính chính xác và đáng tin cậy của quá trình này.

Đầu tiên, khi lô hàng mồi câu cá được đưa đến, nhân viên hiện trường nhận các bộ chứng từ quan trọng như vận đơn hàng không, Booking Note, tờ khai hải quan xuất khẩu và talon. Những tài liệu này là cần thiết để chuẩn bị các giấy tờ và tài liệu liên quan đến quá trình giao nhận hàng hóa.

Bước tiếp theo là vận chuyển hàng hóa từ xe tải xuống pallet để tiến hành kiểm tra và gửi hình ảnh xác nhận hàng đến kho cho doanh nghiệp. Nhân viên sẽ dán Talon và cân hàng hóa để đảm bảo việc theo dõi hàng hóa được thực hiện một cách chặt chẽ. Sau khi hàng hóa được cân, nhân viên sẽ đo kích thước và so sánh trọng lượng để tính cước vận chuyển trên tờ cân đã ghi đầy đủ các thông tin về lô hàng.

Tiếp theo, người đại diện của TCS sẽ ký xác nhận tờ khai và thực hiện thanh toán thương vụ. Tờ khai xuất khẩu hàng hóa sau đó sẽ được thanh lý và chuyển đến đại lý hãng bay để tiếp tục quá trình vận chuyển. Nhân viên hiện trường sẽ gửi hình ảnh vị trí lô hàng tại kho và thông báo cho doanh nghiệp để doanh nghiệp thông báo cho bên khách hàng.

Trước khi gửi đi, hàng hóa có thể được kiểm tra kỹ lưỡng hoặc kiểm tra an ninh để đảm bảo an toàn trong quá trình vận chuyển.

Khi quá trình vận chuyển hoàn tất, nhân viên của kho TCS sẽ thực hiện quyết toán về các khoản phí và chi phí liên quan. Hồ sơ liên quan sẽ được lưu trữ cho mục đích kiểm tra và bảo quản, đảm bảo rằng quá trình giao nhận hàng hóa xuất khẩu bằng đường hàng không tại kho TCS diễn ra một cách trơn tru và đáng tin cậy.

***3.4 Phân tích SWOT***

**Bảng 2. Mô hình SWOT quy trình giao nhận hàng hóa xuất khẩu bằng đường hàng không**

| Điểm mạnh | Điểm yếu |
|---|---|
| Quá trình chuẩn bị và xác nhận thông tin trên bộ chứng từ diễn ra một cách nhanh chóng, tiết kiệm thời gian làm hàng.<br>Chủ động được xe tải vận chuyển hàng hóa giúp giảm chi phí và thời gian.<br>Nhân viên giao nhận hiện trường có nghiệp vụ chuyên môn cao. | Thiếu nhân viên hiện trường hỗ trợ bốc xếp hàng hóa khi có nhiều hàng.<br>Chưa đăng ký tài khoản thanh toán với bên đóng tiền thương vụ tại kho TCS.<br>Mất nhiều thời gian tìm kiếm tổ bay ký xác nhận tiếp nhận hàng hóa tại kho TCS. |
| **Cơ hội** | **Thách thức** |
| Công nghệ số ngày càng phát triển, tự động hóa, trí tuệ nhân tạo, IoT và blockchain đang thay thế nhiều công việc, giúp doanh nghiệp cải thiện hiệu suất giao nhận hàng.<br>Doanh nghiệp có thể sử dụng công nghệ và dữ liệu để tối ưu hóa quy trình và giảm chi phí không cần thiết.<br>Việt Nam đẩy mạnh toàn cầu hóa, hội nhập quốc tế, tạo điều kiện thuận lợi cho giao nhận hàng hóa qua đường hàng không thông qua giảm rào cản thương mại và quy định vận chuyển hàng hóa.<br>Năng suất nông, lâm, thủy sản tăng ổn định | Giao nhận hàng hóa qua đường hàng không tuy nhanh, nhưng vẫn phải đối mặt với các thách thức như chi phí cao, vấn đề an toàn đặc biệt trong các trường hợp thổi tiết xấu hoặc sự cố kỹ thuật.<br>Quản lý kho và theo dõi hàng hóa cũng đòi hỏi sự chính xác.<br>Biến động thị trường và điều kiện thời tiết làm tăng rủi ro.<br>Quy trình thông quan và các thủ tục hải quan phức tạp, đòi hỏi sự chú ý đặc biệt để tránh gặp khó khăn và chậm trễ.<br>Trong lĩnh vực công nghiệp và xây dựng, tổng cầu thế giới suy giảm. |

*(Nguồn: Nhóm nghiên cứu tự tổng hợp)*

## 4. Đề xuất

**Kiến nghị 1: Tuyển dụng thêm nhân viên bốc xếp**

Thấy được tình trạng thiếu nhân sự tại Vietrans. Nhóm nghiên cứu đã đề ra giải pháp là tuyển dụng thêm nhân viên bốc xếp để có thể hỗ trợ cho nhân viên hiện trường theo kế hoạch sau:

Trước tiên Công ty cần phải phân công cho nhân viên phòng nhân sự đảm nhiệm công tác tuyển dụng. Sau đó, chuẩn bị danh sách các câu hỏi liên quan đến vị trí tuyển dụng và chuẩn bị nơi phỏng vấn tại văn phòng của Công ty trong 3 ngày. Số lượng nhân viên bốc xếp mà Công ty tuyển dụng là hai người.

Tiếp theo Công ty cần phải đăng tin tuyển dụng thông qua các trang mạng xã hội Facebook, trên website của công ty, sử dụng các web tuyển dụng việc làm phổ biến như YBOX và Top CV. Trên Facebook, thông tin tuyển dụng có thể được đăng trên fanpage của công ty, kèm theo hình ảnh, video hoặc tài liệu để thu hút sự chú ý của ứng viên, đăng trên fanpage công ty không tốn chi phí. Đồng thời trên LinkedIn, CareerBuilder và YBOX công ty có thể chia sẻ thông tin tuyển dụng trên trang cá nhân và trong các nhóm chuyên ngành để tăng cơ hội tiếp cận ứng viên chất lượng.

Sau buổi phỏng vấn, nhân viên phòng nhân sẽ đánh giá và lựa chọn ứng viên dựa trên các tiêu chí đã đề ra. Cuối cùng, thông báo kết quả cho ứng viên sau khi đã sàng lọc và đánh giá.

**Kiến nghị 2: Đăng ký tài khoản thanh toán cuối tháng với bên kho TCS về việc thanh toán phí để tránh mất thời gian cho nhân viên giao nhận**

Trước hết, nhân viên phòng hành chính cần liên hệ trực tiếp với phòng Tài chính hoặc Kế toán của kho TCS. Thông thường, thông tin liên lạc của họ có thể được tìm thấy trên trang web của công ty hoặc qua tài liệu chính thức được cung cấp. Nhân viên hành chính sẽ yêu cầu bên TCS gửi biểu mẫu hoặc thông tin chi tiết về quy trình đăng ký tài khoản thanh toán cuối tháng. TCS có thể cung cấp một biểu mẫu hoặc đơn đăng ký đặc biệt mà bạn cần điền đầy đủ

thông tin cá nhân và thông tin về thanh toán. Biểu mẫu này bao gồm các mục thông tin như thông tin của chủ sở hữu hoặc thông tin doanh nghiệp, thông tin liên hệ, thông tin về tài khoản ngân hàng, và có thể một số điều khoản và điều kiện liên quan đến việc thanh toán.

Khi đã điền đầy đủ các thông tin được yêu cầu, nhân viên hành chính sẽ gửi lại biểu mẫu cho phòng Tài chính hoặc Kế toán của kho TCS và chờ đợi thông báo chấp nhận biểu mẫu hoặc bổ sung thông tin nếu có. Sau khi thông tin đăng ký được xác nhận và chấp nhận, kho sẽ cung cấp thông tin về tài khoản thanh toán cuối tháng cho công ty đăng ký, bao gồm thời gian thanh toán, các điều khoản và điều kiện cụ thể áp dụng cho tài khoản này.

**Kiến nghị 3: Lập một danh sách điện tử cụ thể các tổ kho ký các chuyến bay trên Excel**

Trước hết công ty cần phân công 2 người được ủy quyền đảm nhiệm nhiệm vụ thu thập thông tin công việc của nhân viên trong tổ kho TCS. Trong vòng 7 ngày phải thu thập được các thông tin bao gồm thông tin cụ thể từng người phụ trách ký giấy xác nhận tiếp nhận hàng hóa là tên người phụ trách tiếp nhận hàng hóa, chức vụ, thông tin liên lạc, mã tổ bay, mã số xe nâng mà họ đảm nhiệm và khu vực mỗi nhân viên kho đảm nhiệm. Nhóm thu thập thông tin có thể sử dụng sổ tay ghi chép hoặc ghi chú trên ứng dụng di động để hỗ trợ quá trình ghi lại thông tin một cách nhanh chóng và hiệu quả.

Bước tiếp theo, nhân viên thu thập sẽ gửi các dữ liệu thu thập được cho phòng hành chính tổng hợp lại và sử dụng để xây dựng danh sách điện tử trên Excel. Sắp xếp các thông tin được theo thứ tự sau: đặt tên các hàng cho thông tin muốn thêm là số thứ tự, tên, chức vụ, số điện thoại, email, mã số xe nâng. Sau khi đã có được một danh sách Excel, cần tạo thêm một sơ đồ TCS bao gồm các thông tin chi tiết các khu vực kho TCS, tuyến đường và mã số xe thường lui tới sẽ được gắn trên mỗi khu vực trên sơ đồ.

Cuối cùng, là việc duy trì cập nhật số liệu liên tục hàng Quý đảm bảo rằng thông tin thu thập được luôn được chính xác và đáng tin cậy. Tài liệu này sẽ được lưu hành nội bộ của công ty do trưởng phòng giao nhận quản lý.

**5. Kết luận**

Bài nghiên cứu đã nêu ra thực trạng quy trình giao nhận thực tế hàng hóa xuất khẩu bằng đường hàng không của Công ty Vietrans Saigon Logistics tại kho TCS (Công ty Cổ phần Dịch vụ Hàng hóa Tân Sơn Nhất) và mô tả chi tiết từng bước thực tế trong quy trình tại kho TCS cũng như chỉ ra các điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức mà doanh nghiệp đang đối mặt trong quy trình giao nhận này. Để cải thiện những điểm yếu trên công ty cần tuyển dụng thêm nhân viên bốc xếp hàng hóa, đăng kí tài khoản thanh toán phí với kho TCS và lập một danh sách điện tử các tổ kho ký các chuyến bay trên Excel để hoàn thiện và nâng cấp thêm quy trình giao nhận hàng hóa xuất khẩu bằng đường hàng không tại công ty.

**TÀI LIỆU THAM KHẢO**


1. Phạm Ngọc Anh. (2017). *Xuất Nhập Khẩu Thực Chiến*. Hà Nội: NXB Tài chính.
2. Bộ Công Thương. (2021). Báo cáo Logistics Việt Nam 2021: Phát triển nhân lực Logistics. Hà Nội: NXB Công Thương, tr 69-71. 14/01/2024.
3. Bộ Công Thương. (2022). Báo cáo Logistics Việt Nam 2022: Logistics xanh. Hà Nội: NXB Công Thương, tr 55-57. 14/01/2024.
4. Bộ Công Thương. (2023). Báo cáo Logistics Việt Nam 2023: Chuyển đổi số trong Logistics. Hà Nội: NXB Công Thương, 65-66.
5. Cục Hàng Không Việt Nam. (2023). Thị trường vận chuyển hàng không 6 tháng đầu năm 2023. https://caa.gov.vn/chat-luong-dich-vu/thi-truong-van-chuyen-hang-khong-6-thang-dau-nam-2023-20230710103829236.htm. 14/01/2024.
6. Tổng Cục Thống Kê. (2023). BÁO CÁO TÌNH HÌNH KINH TẾ – XÃ HỘI QUÝ III VÀ
7. THÁNG NĂM 2023. https://www.gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2023/09/bao-cao-tinh-hinh-kinh-te-xa-hoi-quy-iii-va-9-thang-nam-2023/. 15/01/2024.

8. Tổ Chức Hàng Không Dân Dụng Quốc Tế. (2018). Annex 11 to the Convention on International Civil Aviation.https://www.iacm.gov.mz/app/uploads/2018/12/an_11_Air-Traffic-Services_15ed._2018_rev.51_01.07.18.pdf. 26/11/2023.
9. Cục Hàng không Liên bang. (1958). Air Traffic Service Routes: Section 3. Federal Airways. https://www.faa.gov/air_traffic/publications/atpubs/pham_html/chap20_section_3.html. 26/11/2023.
10. Hiệp hội Giao nhận Vận tải Quốc tế. (2004). About Freight-Forwarding: What is freight forwarding and what do forwarders do?. https://fiata.org/about-freight-forwarding/. 26/11/2023.
11. World Bank. (2015). Understanding the Operations of Freight Forwarders. https://documents1.worldbank.org/curated/en/352591468000616916/pdf/WPS7311.pdf. 26/11/2023.
12. Eric Duong. (2023). KHO HÀNG LÀ GÌ? VAI TRÒ CỦA KHO HÀNG TRONG LOGISTICS?. https://vietaircargo.asia/tin-tuc/kho-hang-la-gi-vai-tro-cua-kho-hang-trong-logistics/. 20/02/2023.
13. SCM Wizard: Global Supply Chain Management (2016). Concept of Warehouse in Supply Chain Management. https://scmwizard.com/concept-of-warehouse/. 20/02/2024.

# THỰC TRẠNG QUY TRÌNH KHAI BÁO HẢI QUAN XUẤT KHẨU CHO HÀNG HÓA BẰNG ĐƯỜNG HÀNG KHÔNG TẠI CÔNG TY TNHH ADDICON LOGISTICS MANAGEMENT (VN)

**Võ Thị Như Thảo*, Nguyễn Thị Kim Huệ, Hồ Ngọc Mỹ Linh**
Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: vtn.thao@hutech.edu.vn.

## TÓM TẮT

Nghiên cứu sự ảnh hưởng của quy trình khai báo Hải Quan xuất khẩu đến hoạt động kinh doanh dựa vào phương pháp định tính bằng cách sử dụng dữ liệu thứ cấp cùng với đó là quan sát thực tế tại công ty về quy trình khai báo Hải Quan: nhận và kiểm tra bộ chứng từ xuất khẩu, đăng ký kiểm tra chuyên ngành, khai và truyền tờ khai, làm thủ tục Hải Quan cho hàng xuất tại sân bay, khai sửa đổi bổ sung (nếu có), nộp thuế và hoàn tất thủ tục Hải Quan. Kết quả nghiên cứu cho thấy quy trình khai báo xuất khẩu bên cạnh những ưu điểm song vẫn còn tồn tại một số nhược điểm như tình trạng chênh lệch ký khi cân hàng ảnh hưởng đến tờ khai, khâu chứng từ còn sai xót, công cụ hỗ trợ cho công việc chưa đáp ứng về chất lượng. Giải pháp được để xuất là phải thực hiện truyền tờ khai sau khi có tờ cân để hạn chế ảnh hưởng đến tờ khai, tăng cường đào tạo nghiệp vụ nhân viên và đầu tư vào hệ thống máy tính.
*Từ khóa*: đường hàng không; khai báo Hải quan; xuất khẩu.

## 1. Giới thiệu đề tài

Quá trình hội nhập kinh tế toàn cầu ngày nay đã tạo ra cơ hội rất lớn cho xuất nhập khẩu hàng hóa phát triển. Nó đóng vai trò quan trọng trong quá trình phát triển kinh tế - xã hội của một quốc gia. Thực tế đã cho thấy, xuất nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam đã và đang từng bước phát triển không ngừng. Các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực xuất nhập khẩu ngày càng tăng cao, mở rộng quy mô trao đổi hàng hóa giữa các quốc gia với nhau góp phần đẩy mạnh nền kinh tế Việt Nam phát triển, tăng thêm nguồn thu cho ngân sách nhà nước và nâng cao mức sống người dân.

Tuy nhiên, theo báo cáo của Tổng cục Thống kê (2023) tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa ước đạt 683 tỷ USD, giảm 6,6% so với năm trước. Trong đó kim ngạch xuất khẩu hàng hóa ước đạt 355,5 tỷ USD, giảm 4,4% so với năm trước. Có 35 mặt hàng đạt kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ USD, chiếm 93,6% tổng kim ngạch xuất khẩu (có 07 mặt hàng xuất khẩu trên 10 tỷ USD, chiếm 66%), kim ngạch nhập khẩu hàng hóa ước đạt 327,5 tỷ USD, giảm 8,9% so với năm trước. Trong năm 2023, có 44 mặt hàng nhập khẩu đạt trị giá trên 1 tỷ USD, chiếm tỷ trọng 92,4% tổng kim ngạch nhập khẩu (có 04 mặt hàng nhập khẩu trên 10 tỷ USD, chiếm 46,8%).” Mặc dù không đạt được mục tiêu đề ra của năm 2023 nhưng ngành xuất nhập khẩu có nhiều điểm sáng đáng ghi nhận trong tình hình kính tế phức tạp vừa qua. Năm 2024, bối cảnh thế giới được dự báo tiếp tục có những chuyển biến lớn và khó lường đi cùng với đó là những khó khăn thử thách đan xen nhưng trong bối cảnh đó, Bộ Công Thương đặt ra mục tiêu “tốc độ tăng trưởng GDP của cả nước năm 2024 ở mức 6 - 6,5%, Bộ Công Thương đặt mục tiêu kim ngạch xuất khẩu tăng khoảng 6%, tương ứng 377 tỷ USD, cán cân thương mại duy trì trạng thái thặng dư khoảng 15 tỷ USD.”

Bên cạnh sự tăng trưởng của nền kinh tế thì cũng đề ra cho các doanh nghiệp nhiều cơ hội và thách thức. Chính vì vậy, các doanh nghiệp xuất nhập khẩu muốn xuất khẩu hàng hóa ra nước ngoài để có thể cạnh tranh được với các đối thủ quốc tế thì phải đảm bảo hàng hóa vừa có giá trị vừa có chất lượng cao kèm theo đó là những yếu tố khác như thời hạn giao

hàng, chứng từ, đóng gói,… Và để đảm bảo được tất cả những yếu tố trên là một việc vượt quá giới hạn của một doanh nghiệp sản xuất để xuất khẩu bởi vì năng lực cốt lõi của họ là phải đảm bảo sản xuất ra được các sản phẩm có chất lượng cao mà không tốn nhiều chi phí. Vì vậy, để đảm bảo được việc tập trung cho chuyên môn của doanh nghiệp sản xuất ra hàng hóa thì cần sự hỗ trợ bởi một bên thứ ba có chuyên môn nhằm phục vụ tốt cho các hoạt động logistics của công ty sản xuất, đảm bảo hàng hoá sự an toàn của hàng hóa khi xuất khẩu ra nước ngoài. Đó là lí do vì sao cần có sự tham gia của các doanh nghiệp Logistics, Forwarder.

Các công ty dịch vụ Logistics, Forwarder sẽ đảm nhiệm các quy trình có liên quan đến hoạt động như sắp xếp hàng hóa, vận chuyển nội địa, bảo hiểm hàng hóa, cước tàu vận chuyển, thủ tục Hải Quan và các giấy phép chuyên ngành liên quan đến hàng hóa. Trong lĩnh vực hoạt động xuất nhập khẩu thì khâu làm thủ tục Hải Quan là một khâu rất quan trọng. Trước khi muốn xuất khẩu hàng hóa đến quốc gia khác hay nhập khẩu hàng hóa vào lãnh thổ Việt Nam, hàng hóa đó phải làm thủ tục Hải Quan thông qua hệ thống mà nước ta quy định. Đối với nhà nước, thực hiện thủ tục Hải Quan đóng vai trò vô cùng quan trọng, nó giúp cho nhà nước có thể kiểm soát chặt chẽ việc lưu thông hàng hóa qua biên giới, ngăn chặn các tình trạng buôn lậu, vận chuyển trái phép… Bên cạnh đó, thủ tục Hải Quan còn giúp nhà nước có thể thu thuế để tăng nguồn thu ngân sách nhà nước, quản lý được thị trường hàng hóa trong nước, đảm bảo hàng có chất lượng và xuất xứ rõ ràng. Hơn thế nữa, còn giúp nhà nước có thể thúc đẩy thương mại quốc tế, tạo thuận lợi cho hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu phát triển.

Đối với công ty dịch vụ Logistics, Forwarder, thực hiện thủ tục Hải Quan sẽ giúp cho công ty xuất khẩu hàng hóa ra nước ngoài một cách hợp pháp và đảm bảo an toàn của hàng hóa. Tuy nhiên, khâu thủ Hải Quan tương đối phức tạp. Nó đòi hỏi các công ty dịch vụ phải sở hữu cho mình một đội ngũ nhân viên làm về khai báo Hải Quan chuyên nghiệp, có nhiều năm kinh nghiệm, lành nghề, am hiểu về pháp luật. Công ty dịch vụ muốn hoàn thành tốt và nhanh chóng một quy trình xuất nhập khẩu thì công ty cần phải thực hiện tốt khâu thủ tục Hải Quan. Đặc biệt hơn, trong những năm gần đây, Tổng cục Hải Quan đã ban hành Quyết định số 123/QĐ – TCHQ về việc sẽ giảm 10% thời gian thông quan hàng hóa tạo thuận lợi thương mại năm 2023. Nhằm giúp cho các doanh nghiệp thực hiện thủ tục Hải Quan một cách nhanh chóng và dễ dàng hơn cũng như giúp cho quy trình hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu được vận hành tốt hơn. Do đó, công ty muốn thực hiện tốt khâu thủ tục Hải Quan thì đòi hỏi các công ty phải nâng cao tính tuân thủ pháp luật, đề cao tính tự kê khai, tự chịu trách nhiệm, nộp thuế và các khoản chi phí khác đối với hàng hóa. Vì hệ thống tiếp nhận xử lý dữ liệu thông tin hàng hóa của cơ quan Hải Quan sẽ tự động từ chối nhận thông tin khai Hải Quan nếu công ty không chấp hành tốt các quy định của pháp luật.

Theo báo cáo của Tổng cục Hải Quan vào ngày 18/12/2023 tổng trị giá xuất nhập khẩu trong năm 2023 đạt 619 tỷ USD, giảm 8,2% (tương ứng 56 tỷ USD) so với cùng kỳ năm 2022. Về số liệu phân luồng, chuyển luồng, cơ quan Hải Quan cho biết ngành đã áp dụng trên 423.600 chỉ số tiêu chí đảm bảo phân luồng thông suốt gần 13 triệu tờ khai xuất nhập khẩu. Trong đó, luồng xanh là 8,6 triệu tờ (66,6%), luồng vàng là 3,8 triệu tờ (30%) và luồng đỏ là 491.000 tờ (3,8%). Tỷ lệ phát hiện vi phạm qua công tác phân luồng, thống kê toàn ngành ghi nhận tại luồng đỏ là 0,9%, luồng vàng là 0,08%. So với cùng kỳ năm 2022, tỷ lệ phát hiện vi phạm qua phân luồng đỏ giảm 0,16% và luồng vàng giảm 0,1%. Bên cạnh đó, tỷ lệ phát hiện vi phạm qua công tác chuyển luồng từ vàng sang đỏ là 4%, từ đỏ sang vàng là 0,13%. So với cùng kỳ năm 2022, tỷ lệ phát hiện vi phạm qua chuyển luồng đều giảm lần lượt là 0,5% (qua phân luồng đỏ) và 0,7% (qua phân luồng vàng).

Qua số liệu trên, nhận thấy được tầm quan trọng của khâu khai báo Hải Quan trong xuất nhập khẩu hàng hóa nên trong quá trình thực tập tại Công ty TNHH Addicon Logistics Management (VN) nhóm nghiên cứu chọn đề tài "Quy trình khai báo Hải Quan xuất khẩu cho hàng hóa bằng đường hàng không" của công ty để thực hiện nghiên cứu.

## 2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

### *2.1 Cơ sở lý thuyết*

Theo Tổ chức Hàng không Dân dụng Quốc tế - ICAO (2018) quy định về đường hàng không như sau: Đường hàng không là một khu vực kiểm soát hoặc phần của nó được thiết lập dưới dạng một hành lang được trang bị thiết bị dẫn đường vô tuyến. Đường hàng không được sử dụng để dẫn đường cho máy bay dọc theo các tuyến đường cụ thể trên bầu trời và chúng thường được xác định bởi một loạt các điểm tham chiếu mà máy bay phải đi qua.

Theo Luật Hải Quan Việt Nam (2014) hiện nay quy định tại Khoản 23, Điều 4 về khai báo Hải Quan như sau: Thủ tục Hải Quan là các công việc mà người khai Hải Quan và công chức Hải Quan phải thực hiện theo quy định của Luật này đối với hàng hóa, phương tiện vận tải.

Theo Phạm Mạnh Hiền (2010) định nghĩa về khai báo Hải Quan: Khai báo Hải Quan là việc người làm thủ tục Hải Quan tự kê khai những nội dung theo yêu cầu của các tiêu chí trong tờ khai Hải Quan.

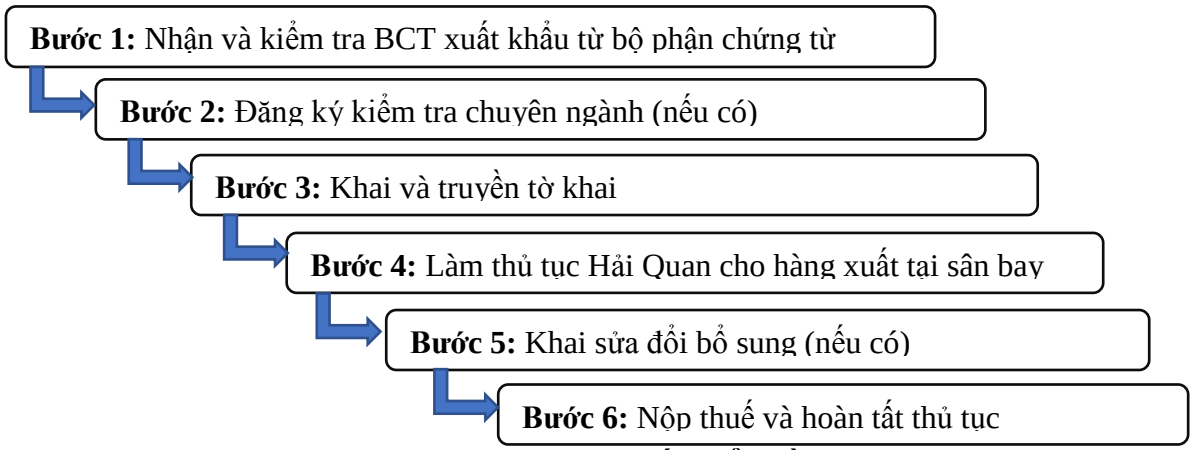
Theo Luật sư Tô Thị Phương Dung (2023): Khai báo Hải Quan hàng xuất khẩu là quy trình bắt buộc và hình thức pháp lý mà các doanh nghiệp hoặc cá nhân cần thực hiện khi xuất khẩu hàng hóa ra nước ngoài. Quá trình này bao gồm việc cung cấp thông tin và tài liệu cụ thể liên quan đến hàng hóa xuất khẩu là để quản lý và kiểm soát hàng hóa ra và vào nước, đồng thời đảm bảo tuân thủ các quy định pháp luật, thuế và các yêu cầu khác liên quan đến thương mại quốc tế.

***2.2 Phương pháp nghiên cứu***

Nghiên cứu này lựa chọn theo phương pháp định tính bằng cách sử dụng dữ liệu thứ cấp. Dữ liệu thứ cấp là những dữ liệu có sẵn về một chủ đề cụ thể đã được thu thập và công bố bởi các tổ chức, cá nhân nhằm mục đích xác định. Nhóm nghiên cứu đã sử dụng các dữ liệu có sẵn của công ty để giới thiệu và tìm hiểu thêm về quy trình khai báo Hải Quan xuất khẩu cho hàng hóa bằng đường hàng không. Ngoài ra, còn thu thập dữ liệu về chứng từ, báo cáo kết quả kinh doanh để nghiên cứu đề tài. Các dữ liệu này được thu thập được từ các phòng ban và trên trang website của công ty.

Đề tài còn được kết hợp với kỹ thuật quan sát thực tế để thu thập dữ liệu về quy trình thực hiện khai báo Hải Quan xuất khẩu cho hàng hóa bằng được hàng không tại công ty là chủ yếu. Kỹ thuật quan sát thực tế là thông qua việc quan sát về hành vi, môi trường và sự tương tác của nhân viên trong bối cảnh thực tế tại công ty để thu thập các dữ liệu. Sau quá trình quan sát và đã thu thập được các dữ liệu nhóm nghiên cứu tiến hành phân tích, đánh giá quy trình có những thuận lợi và khó khăn trong quá trình thực hiện quy trình khai báo Hải Quan xuất khẩu của một lô hàng để trên cở sở đó đề ra những giải pháp khắc phục cho quy trình.

**3. Thực trạng quy trình khai báo Hải Quan xuất khẩu cho hàng hóa vận chuyển bằng đường hàng không tại Công ty Addicon Logistics Management (VN).**




**Hình 3.1. Quy trình khai báo Hải Quan xuất khẩu bằng đường hàng không**

*(Nguồn: Bộ phận khai báo tại công ty)*

### *3.1 Mô tả chi tiết quá trình khai báo tại ALM (VN)*

**Bảng 3.1. Quy trình khai báo Hải Quan xuất khẩu bằng đường hàng không**

| STT | Các bước | Nội dung công việc | Người thực hiện |
|---|---|---|---|
| 1 | Nhận và kiểm tra BCT | Tiếp nhận thông tin qua email từ bộ phận chứng từ của lô hàng | Nhân viên chứng từ |
| | | Nhận bộ chứng từ, kiểm tra thông tin về hợp đồng, hóa đơn, phiếu đóng gói, Booking và thông tin lô hàng | Nhân viên khai báo |
| | | Có sai xót về thông tin, gửi mail cho bộ phận chứng từ thực hiện kiểm tra và sửa đổi ngay lập tức (nếu có) | Nhân viên khai báo |
| | | Chứng từ hợp lệ tiến hành đăng ký kiểm tra chuyên ngành cho lô hàng. | Nhân viên khai báo<br>Nhân viên chứng từ |
| 2 | Đăng ký kiểm tra chuyên ngành (nếu có) | Kiểm tra thông tin hàng xuất có cần thực hiện đăng kí kiểm tra chuyên ngành.<br>Một số mặt hàng không cần đăng ký kiểm tra chuyên ngành sẽ được bỏ qua theo quy định | Nhân viên khai báo |
| | | Chuẩn bị hồ sơ đăng kí kiểm dịch thực vật với cơ quan: hóa đơn thương mại, phiếu đóng gói và đơn đăng ký.<br>Truy cập phần mềm hệ thống Cổng thông tin một cửa quốc gia để đăng kí kiểm tra. | Nhân viên chứng từ<br>Nhân viên khai báo |
| | | Hồ sơ đăng kí chứng nhận hun trùng: hóa đơn, phiếu đóng gói, vận đơn.<br>Hun trùng trước giờ CUT OFF tại kho sân bay, lô hàng sẽ được khử trùng, nhận biên bản khử trùng do VFC cấp.<br>Nhân viên ALM (VN) nộp Bill đến VFC để nhận giấy chứng nhận hun trùng. | Nhân viên khai báo |
| 3 | Khai và truyền tờ khai | Kiểm tra chi tiết thông tin lô hàng và tra mã HS code hàng hóa. Đăng kí thông tin doanh nghiệp và mã chi cục Hải Quan trên phần mềm ECUS5 - VNACCS. | Nhân viên khai báo |
| | | Đăng kí tờ khai xuất khẩu và dựa vào thông tin trên Invoice, Packing List, Booking để nhập liệu các thông tin về lô hàng trên tờ khai xuất khẩu. | |
| | | Nhân viên khai báo tiến hành truyền tờ khai chính thức đến cơ quan Hải Quan. Lấy kết quả phân luồng từ cơ quan Hải Quan qua hệ thống. | Nhân viên khai báo |
| 4 | Làm thủ tục Hải Quan cho hàng xuất tại sân bay | Chuẩn bị các chứng từ: tờ khai, hóa đơn, vận đơn và các chứng từ khác cần thiết giao cho bộ phận hiện trường để làm thủ tục thông quan hàng hóa tại sân bay | Nhân viên chứng từ<br>Nhân viên khai báo |
| | | Xuất trình các chứng từ về hàng hóa, nộp lệ phí và thực hiện các nghiệp vụ liên quan cho Hải Quan tại sân bay trước khi xuất khẩu | Nhân viên hiện trường |
| | | Nhận kết quả luồng vàng nhân viên hiện trường thực hiện công việc sau: liên hệ với Co-loader | Nhân viên hiện trường |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | nhận talon, lấy hàng tại nhà máy của khách, cân đo hàng và dán talon, đóng phí lao vụ và thanh lý tờ khai. | |
| 5 | Khai sửa đổi bổ sung (nếu có) | Chỉnh sửa tiếp yêu cầu thay đổi khi nhận được lệnh từ Hải Quan về lô hàng. | Nhân viên khai báo |
| 6 | Nộp thuế và hoàn tất thủ tục Hải Quan | Liên hệ với khách hàng nhắc nhở khách hàng nộp thuế cho lô hàng và tiến hành in mã vạch tờ khai.<br>Hoàn tất thủ tục Hải Quan. | Nhân viên hiện trường |

*(Nguồn: Bộ phận khai báo tại công ty)*

Như vậy có thể thấy muốn xuất khẩu một lô hàng ra thị trường nước ngoài cần phải có một cầu nối quan trọng. Đặc biệt, quy trình làm thủ tục Hải Quan cũng là một trong những khâu chủ chốt trong hoạt động xuất nhập khẩu hiện nay. Nhóm đã nghiên cứu đã tìm hiểu quy trình xuất khẩu bằng đường hàng không tại doanh nghiệp, từ khâu đầu tiên là tiếp nhận và kiểm tra tính hợp lệ của chứng từ. Sau đó thực hiện đăng kí kiểm tra chuyên ngành cho lô hàng, khai và truyền tờ khai cho cơ quan Hải Quan. Thực hiện làm thủ tục tại sân bay cho lô hàng, tiến hành khai sửa đổi bổ sung nếu có. Khâu cuối cùng của quy trình khai báo là nộp thuế và hoàn tất thủ tục Hải Quan. Một quy trình được lên kế hoạch và thực hiện hoàn chỉnh để đảm bảo hàng hóa có thể xuất khẩu ra các quốc gia trên khu vực một cách an toàn và đúng pháp luật.

### *3.2 Mô hình SWOT tại ALM (VN)*

**Bảng 3.2 Mô hình SWOT quy trình khai báo Hải Quan**

| Strengths (Điểm mạnh) | Weaknesses (Điểm yếu) |
|---|---|
| Có kinh nghiệm làm việc với các đối tác trong và ngoài nước am hiểu về thị trường logistics trong lĩnh vực khai báo.<br>Quá trình khai báo được kiểm tra nghiêm ngặt, phân chia công việc được thực hiện một cách có logic.<br>Mạng lưới công ty luôn đáp ứng đầy đủ khả năng thực hiện công việc, truy cập tốc độ cao.<br>Quan hệ hợp tác tốt với các ban ngành có liên quan thuận lợi cho việc thực hiện các giao dịch tại ALM (VN).<br>Chất lượng dịch vụ tốt đáp ứng mong muốn của khách hàng, nhanh an toàn và bảo mật. | Nhân viên tại ALM (VN) đa phần là những người trẻ đầy năng động nhưng nghiệp vụ chuyên môn còn hạn chế.<br>Chưa sở hữu kho riêng nên không cạnh tranh được so với các đối thủ khác trong ngành nên việc vận chuyển hàng hóa thông quan diễn ra chậm.<br>Hệ thống thiết bị máy tính chưa đủ để đáp ứng quá trình khai báo Hải Quan.<br>Quy trình thông quan hàng hóa còn nhiều bất cập khi xảy ra tình trạng chênh lệch kí khi làm thủ tục thông quan. |
| Opportunities (Cơ hội) | Threats (Thách thức) |

| | |
|---|---|
| Công ty có nhiều chi nhánh trên thị trường nước ngoài đây được xem là cơ hội để công ty nắm bắt xu hướng nhanh hơn, quá trình vận chuyển và thông quan hàng hóa diễn ra thuận lợi.<br>Hạ tầng vận tải được đẩy mạnh cùng với đó là sự xuất hiện của thương mại điện tử đây là cơ hội cho dịch vụ logistics phát triển.<br>Xu hướng thuê ngoài ngày càng được sử dụng rộng rãi. Dịch vụ tại các công ty được nâng cao là động lực thúc đẩy cho các dịch vụ tại ALM (VN) phát triển trong đó có dịch vụ khai báo. | Chính sách quản lý xuất nhập khẩu tại Việt Nam còn nhiều bất cập, thể chế pháp lý và các chính sách luôn được đổi mới hàng ngày. Đòi hỏi các công ty luôn phải cập nhật và thích nghi với những thay đổi này.<br>Thị trường phát triển kéo theo đó là sự xuất hiện các công ty logistics mới dẫn đến tỷ lệ cạnh tranh về chất lượng dịch vụ nhanh và an toàn so với các đối thủ trong ngành cao.<br>Khi thông quan hàng hóa xuất hiện tờ khai luồng đỏ làm chậm trễ quá trình thông quan hàng đi xuất khẩu. |

*(Nguồn: Nhóm nghiên cứu tự tổng hợp)*

Sau khi phân tích ma trận SWOT thấy được các điểm mạnh, điểm yếu cũng như những thách thức và cơ hội cho công ty. Từ đó là cơ sở để hình thành nên các giải pháp để có thể tận dụng các cơ hội để phát triển điểm mạnh vốn có, tận dụng những thách thức trở thành động lực để phát triển các điểm mạnh. Cũng như các cơ hội để khắc phục điểm yếu. Một số các giải pháp được đề ra từ mô hình SWOT như sau:

- Nâng cao trình độ cho toàn thể nhân viên;
- Đầu tư vào thiết bị máy tính đủ để nhân viên thực hiện khai báo nhanh chóng;
- Nâng cao công tác thủ tục thông quan và kiểm tra sau thông quan;
- Thực hiện truyền tờ khai sau khi có tờ cân hàng hóa của nhân viên kho;
- Tăng cường chia sẻ các thông tin, luật lệ mới trong cùng bộ phận. Luôn cập nhật tình hình của các Bộ ngành có liên quan về thủ tục khai báo.

## 4. Đề xuất

Sau khi phân tích cơ sở lý luận, quy trình hoạt động khai báo Hải Quan tại công tycùng với việc phân tích mô hình SWOT. Như vậy có thể thấy rằng thấy thị trường toàn cầu phát triển không ngừng, việc hoàn thiện quy trình khai báo cho hàng hóa là một việc hết sức cần thiết, góp phần nâng cao tính cạnh tranh với các đối thủ khác trong ngành. Để có thể hòa mình và tạo được vị thế trên thị trường Logistics. Tại đây các công ty cần phải nâng cao chất lượng dịch vụ trở thành ngành dịch vụ mũi nhọn mang lại một giá trị cao bằng những chất lượng dịch vụ tốt. Từ đó nhóm tác giả đã tổng hợp và đưa ra các đề xuất nhằm cải thiện hoạt động khai báo Hải Quan từ những vấn đề được nêu trên như sau:

### *4.1 Tăng cường đào tạo bổ sung kiến thức nghiệp vụ khai báo cho nhân viên*

Công ty ALM (VN) nên thường xuyên tổ chức hoặc hỗ trợ đào tạo cho nhân sự trong công ty tham dự các khóa học liên quan đến nghiệp vụ xuất nhập khẩu nhiều hơn để giúp nhân viên có thể nhanh chóng cập nhật được những kiến thức, chính sách mới và các công nghệ hiện hành để áp dụng vào quá trình làm việc hiệu quả và hợp lý nhất có thể. Có thể chọn các trung tâm đào tạo uy tính như TMT để thực hiện nâng cao kiến thức nghiệp vụ đáp ứng nhu cầu trong lĩnh vực khai báo. Ngoài ra, công ty còn có thể thúc đẩy tạo điều kiện cho nhân viên thông qua việc tài trợ, hỗ trợ các nhân viên nâng cao trình độ học vấn của bản thân thông qua các chương trình liên thông, cao học của các đại học trong và ngoài nước hiện nay để mở rộng kiến thức về chuyên môn và quản trị doanh nghiệp tốt hơn.

### *4.2 Thực hiện truyền tờ khai sau khi có tờ cân hàng hóa của nhân viên kho*

Chênh lệch ký tại ALM (VN) nguyên nhân chủ yếu là khi bộ phận hiện trường thực hiện cân hàng tại kho thì có sự chênh lệch ký giữa trọng lượng hàng thực tế và trọng lượng trên tờ khai Hải Quan. Chính vì thế giải pháp được đề ra như sau: nhân viên thực hiện khai báo trước các thông tin trên tờ khai trừ trọng lượng hàng hóa. Cùng với đó, nhân viên hiện trường thực hiện cân hàng hóa tại kho sau khi nhận được tờ cân tiến hành chụp hình tờ cân và gửi ảnh chụp cho nhân viên khai báo đảm nhiệm lô hàng đó. Sau khi nhận được ảnh chụp tờ

cân, nhân viên khai báo tiến hành thực hiện khai trọng lượng hàng hóa vào tờ khai, kiểm tra lại các thông tin và truyền tờ khai cho Hải Quan để lấy kết quả phân luồng. Có kết quả phân luồng, nhân viên khai báo tiếp tục gửi file tờ khai Hải Quan cho nhân viên hiện trường. Cuối cùng, nhân viên hiện trường sẽ in tờ khai và tiếp tục làm thủ tục Hải Quan để thanh lý tờ khai.

***4.3 Tổ chức, tham gia các hoạt động nhằm quảng bá hình ảnh doanh nghiệp***

Trong khi mức độ cạnh tranh ngày càng khốc liệt trong ngành logistics vẫn đang diễn ra hàng ngày, ALM (VN) nên cân nhắc đẩy mạnh công tác quảng bá thương hiệu để có thể mở rộng nguồn khách hàng tiềm năng hơn. Công ty có thể phát triển hình doanh nghiệp trong mắt các khách hàng với một mức chi phí vừa phải, phù hợp thông qua các chiến dịch tình nguyện, hoạt động tài trợ của công ty và các hoạt động được tổ chức bởi các đối tác chiến lược như VLA (Hiệp hội doanh nghiệp dịch vụ Logistics Việt Nam), để vừa tạo ra được một môi trường năng động cho doanh nghiệp và vừa mở rộng hình ảnh trong mắt các doanh nghiệp đối tác. Ngoài ra, chúng ta cũng nên đầu tư vào các phương thức marketing khác như: Facebook, Google, banner, hình ảnh, ngày hội việc làm,…

**5. Kết luận**

Bài nghiên cứu trên đã đưa ra thực trạng quy trình khai báo Hải Quan xuất khẩu cho hàng hóa tại công ty TNHH Addicon Logistics Management (VN). Thông qua thực trạng quy trình đó nhóm nghiên cứu đã đánh giá các điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, thách thức của quy trình này. Từ đó đưa ra các kiến nghị khắc phục những điểm yếu để cải thiện và nâng cao hiệu quả quy trình khai báo Hải Quan.

Tuy nhiên, đề tài còn tồn tại điểm hạn chế đó là chỉ thực hiện quan sát quy trình khai báo Hải quan tại một công ty duy nhất và chưa có cơ hội và thời gian mở rộng nghiên cứu tại một công ty khác để có cái nhìn khái quát hơn về quy trình này.

Ở hướng nghiên cứu tiếp theo cần mở rộng phạm vi nghiên cứu sang nhiều công ty trên địa bàn Thành Phố Hồ Chí Minh cũng như lãnh thổ Việt Nam để có thể nghiên sâu hơn nữa về đề tài này. Từ đó sẽ có nhiều giải pháp hơn để khắc phục hạn chế đó để ngày càng hoàn thiện quy trình khai báo Hải Quan, mang lại nhiều lợi ích to lớn cho nhiều bên tham gia và ngành xuất nhập khẩu.

**TÀI LIỆU THAM KHẢO**


1. Luật Hải Quan (2014). Những quy định chung về khai báo Hải Quan số 54/2014/QH13. https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Thuong-mai/Luat-Hai-quan-2014-238637.aspx. Truy cập ngày 09/01/2024.
2. Phạm Mạnh Hiền (2010). Chương 3, *Nghiệp vụ giao nhận vận tải và bảo hiểm trong ngoại thương*, (tr. 268-272). Hà Nội: Lao động - Xã hội, 2012.
3. Tô Thị Phương Dung (2023). Quy trình khai báo Hải Quan xuất khẩu. https://luatminhkhue.vn/quy-trinh-khai-bao-hai-quan-hang-xuat-khau.aspx. Truy cập ngày 09/01/2024.
4. Tổ Chức Hàng Không Dân Dụng Quốc Tế ICAO (2018). *Annex 11 to the Convention on International Civil Aviation*. https://www.iacm.gov.mz/app/uploads/2018/12/an_11_Air-Traffic-Services_15ed._2018_rev.51_01.07.18.pdf. Truy cập ngày 09/01/2024.
5. Tổng cục Thống kê (2023). Xuất, nhập khẩu năm 2023 nỗ lực phục hồi, tạo đà bứt phá cho năm 2024: Xuất nhập khẩu năm 2023 chính thức cán mốc 683 tỷ USD, giảm 6,6% so với năm trước. https://www.gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2024/01/xuat-nhap-khau-nam-2023-no-luc-phuc-hoi-tao-da-but-pha-cho-nam-2024. Truy cập ngày 10/01/2024.
6. Báo điện tử Đại biểu Nhân dân (2023). Tổng cục Hải quan: Tổng trị giá xuất nhập khẩu 11 tháng năm 2023 đạt 619 tỷ USD, giảm 8,2% so với cùng kì năm 2022. https://daibieunhandan.vn/tai-chinh-doanh-nghiep/11-thang-nam-2023-tong-xuat-nhap-khau-uoc-dat-619-17-ty-usd-i353240/. Truy cập ngày 09/01/2024.

# MỘT SỐ GIẢI PHÁP THÚC ĐẨY HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU HẠT ĐIỀU VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG CHÂU ÂU

**Đàm Phương Nam*, Huỳnh Chí Giỏi**
Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: dpn.bds@gmail.com.

**TÓM TẮT**

Bài viết này cung cấp một cái nhìn toàn diện về thực trạng, thách thức và cơ hội của ngành xuất khẩu hạt điều Việt Nam sang thị trường Châu Âu, đồng thời đề xuất các giải pháp và kiến nghị để tăng cường xuất khẩu. Nêu lên những ưu điểm và hạn chế của ngành, đánh giá tiềm năng thị trường, và đề xuất cách thức để nâng cao vị thế của Việt Nam trên bản đồ xuất khẩu thế giới. Việt Nam là một trong những quốc gia hàng đầu thế giới về xuất khẩu hạt điều, với Châu Âu là một trong những thị trường tiêu thụ chính. Nhu cầu tại các quốc gia EU như Hà Lan và Đức đang tăng cao, nhưng việc mở rộng thị trường và tăng cường xuất khẩu gặp không ít khó khăn và thách thức. Để thúc đẩy xuất khẩu, bài viết đề xuất nâng cao chất lượng và tiêu chuẩn sản phẩm, kiểm định chất lượng, đào tạo nhân lực, chiến lược marketing, và hợp tác tìm kiếm đối tác tiếp thị. Bài viết này nghiên cứu thực trạng và tiềm năng của ngành xuất khẩu hạt điều Việt Nam sang thị trường Châu Âu, đồng thời phân tích các thách thức cụ thể mà ngành này đang đối mặt. Trọng tâm là việc nêu bật cách thức mà Việt Nam có thể nâng cao vị thế xuất khẩu của mình trên thị trường toàn cầu, đặc biệt là tại các quốc gia EU như Hà Lan và Đức, nơi nhu cầu đối với hạt điều đang gia tăng. Bài viết đề xuất cải thiện chất lượng sản phẩm thông qua việc nâng cao tiêu chuẩn, kiểm định chất lượng, đào tạo nhân lực và phát triển chiến lược marketing hiệu quả. Ngoài ra, bài viết cũng khám phá việc tìm kiếm và hợp tác với đối tác tiếp thị nhằm mở rộng thị trường và vượt qua các rào cản hiện tại.

*Từ khóa:* Xuất khẩu hạt điều; Thị trường Châu Âu; Thách thức khó khăn; Cơ hội giải pháp; Việt Nam.

## 1. Tổng quan về thị trường xuất khẩu Châu Âu

Liên minh Châu Âu (EU) là một trong những thị trường tiêu thụ hạt điều lớn nhất thế giới với mức tiêu thụ cao và nhu cầu ngày càng tăng. Thị trường này đặc biệt ưa chuộng hạt điều chất lượng cao và có những tiêu chuẩn nghiêm ngặt về an toàn thực phẩm và bảo vệ môi trường. Các quốc gia như Hà Lan, Đức, và Pháp không chỉ là những nước nhập khẩu lớn mà còn là trung tâm phân phối sang các thị trường khác trong khu vực. Thị trường EU cũng đang chứng kiến sự thay đổi trong xu hướng tiêu dùng với nhu cầu tăng lên đối với các sản phẩm bền vững và có trách nhiệm xã hội, mở ra cơ hội cho những nhà sản xuất và xuất khẩu hạt điều từ Việt Nam có thể đáp ứng được các tiêu chuẩn này.

EU là thị trường xuất khẩu hạt điều lớn thứ 2 của Việt Nam, tỷ trọng xuất khẩu chiếm 23% tổng lượng và 22% tổng trị giá toàn ngành.

Theo số liệu thống kê từ Tổng cục Hải quan, xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sang EU trong 11 tháng năm 2021 đạt xấp xỉ 122,5 nghìn tấn, trị giá 734,38 triệu USD, tăng 15,2% về lượng và tăng 6,2% về trị giá so với cùng kỳ năm 2020. Về cơ cấu thị trường: 11 tháng năm 2021, ngành điều Việt Nam xuất khẩu sang 23 thị trường thành viên EU. Trong đó, ngành điều đã khai thác tốt hai thị trường Hà Lan và Đức. Kim ngạch xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sang thị trường Hà Lan đạt 63,42 nghìn tấn, trị giá 345,71 triệu USD, tăng 12,3% về lượng, nhưng giảm

4,1% về trị giá. Tương tự, xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sang thị trường Đức đạt 19,4 nghìn tấn, trị giá 122,64 triệu USD, tăng 9,5% về lượng và tăng 6,2% về trị giá. Đức và Hà Lan hiện là những đầu mối thương mại quan trọng đối với hạt điều nhập khẩu để tái xuất. Bên cạnh đó, ngành điều Việt Nam cũng đã khai thác tốt các thị trường thành viên EU khác như: Pháp, Tây Ban Nha và Ba Lan. Đây đều là những thị trường tiêu thụ hạt điều tốt. Đáng chú ý, xuất khẩu hạt điều sang thị trường Phần Lan tăng 625,7% về lượng và tăng 629,6% về trị giá. Như vậy, ngành điều Việt Nam đã khá thành công khi khai thác tốt thị trường cửa ngõ như Hà Lan, Đức, đồng thời, doanh nghiệp Việt Nam đã khai thác tốt các thị trường khác tại EU như Phần Lan, Ba Lan, Bỉ, Tây Ban Nha, Rumani, Bồ Đào Nha.

*(Nguồn: Bộ Công Thương Việt Nam (2022) Xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sang EU tăng cả lượng và kim ngạch)*

Việt Nam hiện là quốc gia về xuất khẩu hạt điều hàng đầu thế giới, đặc biệt là thị trường Châu Âu. Hiệp hội Điều Việt Nam VINACAS cho biết nhu cầu tiêu thụ hạt điều tại những quốc gia EU như Hà Lan và Đức không ngừng tăng cao bởi nhu cầu lớn từ những ngành công nghiệp chế biến thực phẩm và nhu cầu tiêu dùng cuối cùng của người dân Tuy nhiên, việc mở rộng thị trường và tăng cường xuất khẩu sang Châu Âu vẫn còn gặp nhiều khó khăn, thách thức. Bài viết này sẽ đưa ra cái nhìn sâu sắc về ngành hạt điều Việt Nam, thực trạng xuất khẩu, và các cơ hội cũng như thách thức mà ngành này đối mặt khi hướng tới thị trường Châu Âu.

*(Nguồn: vinacas.com.vn (2023) Hạt điều "rộng cửa" vào EU)*

**2. Phương pháp nghiên cứu**

Phương pháp nghiên cứu định tính: Là một phương pháp nghiên cứu trong khoa học xã hội và nhân văn, nhằm hiểu sâu về các hiện tượng, nguyên nhân, và mối quan hệ một cách chi tiết và sâu sắc. Phương pháp này thường được sử dụng khi nghiên cứu về các vấn đề phức tạp, khó đo lường hoặc khó khăn trong việc chứng minh một cách chính xác bằng con số.

Thu thập thông tin: Tham khảo các văn bản quy phạm pháp luật của Trung ương và địa phương như Chỉ thị, Nghị quyết, Quyết định và tìm kiếm các báo cáo từ Sở Công thương, Sở Lao động thương binh và Xã hội, cũng như từ Ủy Ban nhân dân tỉnh.

Đồng thời sử dụng các nguồn thông tin từ các doanh nghiệp địa phương có hoạt động xuất khẩu hạt điều, trang web của Vinacas, cũng như các trang web địa phương, quốc gia và quốc tế để thu thập dữ liệu liên quan.

**3. Thực trạng xuất khẩu hạt điều sang thị trường Châu Âu**

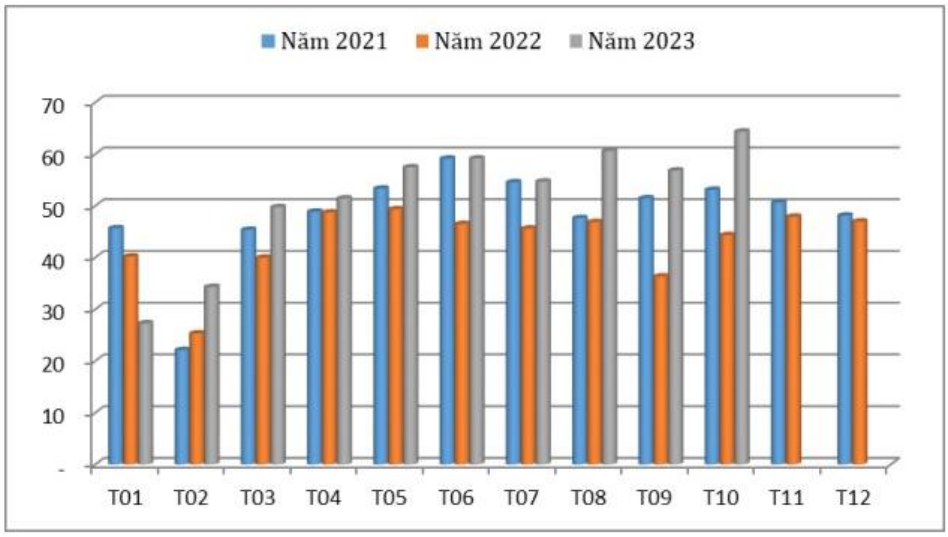
Số liệu từ Bảng 1 cho thấy tổng nhập khẩu hạt điều của EU từ các thị trường ngoại khối EU: trong 10 tháng đầu năm 2022, EU đã nhập khẩu 129,2 nghìn tấn hạt điều, trị giá 842,95 triệu EUR, giảm 1,3% về lượng nhưng tăng 12,3% về trị giá so với cùng kỳ năm 2021.Việt Nam vẫn giữ vị trí là nguồn cung hạt điều lớn nhất cho EU, với 98,97 nghìn tấn, trị giá 643,91 triệu EUR. Dù lượng nhập khẩu giảm 2,5%, giá trị lại tăng 9,8% so với cùng kỳ năm 2021. Thị phần của Việt Nam trong tổng lượng nhập khẩu của EU cũng tăng nhẹ từ 56,36% lên 56,85%. Trong 10 tháng năm 2022, EU nhập khẩu tổng cộng trên 174 nghìn tấn hạt điều, với giá trị 1,15 tỷ EUR, giảm 3,3% về lượng nhưng tăng 7,1% về giá trị so với cùng kỳ năm trước.

Hiệp định Thương mại Tự do EU-Việt Nam (EVFTA) có thể đã tạo ra những lợi thế nhất định cho Việt Nam trong việc xuất khẩu hạt điều, giúp tăng cường giá trị xuất khẩu mặc dù lượng xuất khẩu có giảm. Nhìn chung, mặc dù có sự giảm nhẹ về khối lượng, nhưng giá trị tăng cho thấy sự đánh giá cao và nhu cầu ổn định của thị trường EU đối với hạt điều Việt Nam, đồng thời phản ánh ảnh hưởng tích cực từ EVFTA đối với thương mại giữa Việt Nam và EU.

**Bảng 1. Số liệu thống kê về giá trị và sản lượng xuất khẩu 10 tháng đầu năm 2021 và 2022 sang EU**

| Thông tin | 10 tháng Năm 2021 | 10 tháng Năm 2022 | Thay đổi( % ) |
|---|---|---|---|
| **EU nhập khẩu** | | | |
| Sản lượng ( nghìn tấn) | 130,9 | 129,2 | 1,3 |
| Gía trị( triệu EUR) | 750,75 | 842,95 | 12,3 |
| Gía trị ( Triệu USD) | - | 915,95 | - |
| **Việt Nam xuất khẩu sang EU** | | | |
| Sản lượng | 101,52 | 98,97 | 2,5 |
| Gía trị EUR | 586,50 | 643,91 | 9,8 |
| Gía Trị USD | - | 699,68 | - |
| Thị Phần trong EU | 56,36 | 56,85% | 0,49 |

*(Nguồn: vinacas.com.vn (2023) Hạt điều "rộng cửa" vào EU)*




**Hình 2. Biểu đồ lượng hạt điều xuất khẩu qua các tháng giai đoạn 2021-2023**

*(Đơn vị tính: nghìn tấn)*

*(Nguồn: Cục Xuất Nhập Khẩu (2023) Lượng hạt điều xuất khẩu qua các tháng giai đoạn 2021 – 2023)*

Thông qua Hình 2 mô tả giai đoạn 2021 - 2023 qua các tháng xuất khẩu hạt điều đều có sự biến động liên, tăng giảm liên tục qua các tháng, trong 3 năm, những tháng xuất khẩu nhiều nhất là tháng 6, tháng 8 và tháng 10. Xuất khẩu ít nhất vào những tháng 1 tháng 2 và tháng 12 giai đoạn gần tết là giai đoạn sắp vào 1 vụ thu hoạch mới nên sản lượng xuất khẩu thấy giảm rõ rệt.

Trong năm 2021, lượng xuất khẩu hạt điều theo thống kê của Hải quan Việt Nam cho thấy, kết quả xuất khẩu điều năm 2021 đạt 577.400 tấn, kim ngạch xuất khẩu đạt 3,63 tỷ USD.

Đến năm 2022, lượng xuất khẩu hạt điều giảm 10,3% về lượng và 15,1% về giá trị, đạt 519.782 tấn và 3,08 tỷ USD. Và cho đến năm 2023, lượng xuất khẩu hạt điều cán đích với 644 nghìn tấn, tương ứng 3,6 tỷ USD, tăng 24% về lượng và tăng 18% về kim ngạch so với năm 2022.

Với kết quả này, ngành điều đã vượt 18% kế hoạch 3,05 tỷ USD. Đây cũng là kết quả cao nhất trong nhiều năm trở lại đây.

Ngành xuất khẩu hạt điều của Việt Nam đã cho thấy sức đề kháng và khả năng phục hồi tốt. Sự giảm sút trong năm 2022 có thể do các yếu tố như thay đổi trong chuỗi cung ứng toàn cầu, biến đổi thị trường, và tác động của các yếu tố vĩ mô như tỷ giá hối đoái hoặc chính sách thương mại quốc tế. Còn sự tăng trưởng trong năm 2023 chứng tỏ ngành điều đã nhanh chóng thích nghi và tận dụng cơ hội, có thể do nhu cầu toàn cầu tăng trở lại và việc áp dụng công nghệ hiện đại trong sản xuất và chế biến hạt điều. Kết quả là không chỉ đạt được mục tiêu đề ra mà còn vượt qua kế hoạch, đặt nền móng cho một triển vọng lạc quan cho ngành hạt điều trong tương lai.

## 4. Những điểm mạnh điểm yếu, cơ hội thách thức của hoạt động xuất khẩu hạt điều Việt Nam sang thị trường Châu Âu

### *4.1 Điểm mạnh*

Điển mạnh về chất lượng sản phẩm: Hạt điều Việt Nam được biết đến với hương vị thơm ngon, độ giòn và chất lượng cao. Sản phẩm thường xuyên được kiểm định nghiêm ngặt. Còn về mặt dinh dưỡng ạt điều giàu chất dinh dưỡng, bao gồm protein, chất béo không bão hòa và nhiều loại vitamin, khoáng chất.

Điểm mạnh về vị thế: Việt Nam là một trong những nhà sản xuất và xuất khẩu hạt điều lớn nhất thế giới, cho phép cạnh tranh mạnh mẽ trên trường quốc tế.

Điểm mạnh về chi phí: Nhờ nguồn nguyên liệu dồi dào và chi phí lao động thấp, sản phẩm từ Việt Nam thường có giá cạnh tranh.

### *4.2 Điểm yếu*

Thuế quan và phi thuế: Các loại thuế và phí được áp dụng đối với sản phẩm nông nghiệp, như hạt điều, có thể làm tăng chi phí xuất khẩu. Thuế quan cao và các loại phí khác như phí kiểm dịch, phí xử lý hành chính, có thể làm giảm sức cạnh tranh của hạt điều Việt Nam trên thị trường quốc tế. Các quy định còn hạn chế, một số quốc gia áp dụng các quy định hạn chế về nhập khẩu nhằm bảo vệ ngành nông nghiệp trong nước, có thể tạo rào cản cho hạt điều nhập khẩu từ Việt Nam.

Chính sách biến động: Sự thay đổi trong chính sách thương mại của các quốc gia nhập khẩu lớn có thể ảnh hưởng đáng kể đến quy trình xuất khẩu của Việt Nam. Sự biến động này có thể tạo ra sự không chắc chắn và làm mất ổn định trong các giao dịch thương mại, ảnh hưởng đến dự đoán và kế hoạch sản xuất và xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam.

Yêu cầu cao về tiêu chuẩn cao về vệ sinh an toàn thực phẩm: EU và các thị trường phát triển khác có những quy định rất nghiêm ngặt về an toàn thực phẩm và truy xuất nguồn gốc, đòi hỏi các sản phẩm phải đáp ứng tiêu chuẩn cao về chất lượng và an toàn.

Bảo vệ môi trường: Yêu cầu về bảo vệ môi trường và phát triển bền vững cũng ngày càng cao, ảnh hưởng đến quy trình sản xuất và chế biến hạt điều.

Chứng nhận và kiểm định: Việc đạt được các chứng nhận quốc tế có thể tốn kém và mất thời gian, nhưng lại là yếu tố quan trọng để vào được thị trường EU và các thị trường khác có yêu cầu cao.

Rủi ro tài chính và tỷ giá hối đoái: Biến động tỷ giá hối đoái có thể ảnh hưởng đến lợi nhuận từ việc xuất khẩu. Ngoài ra, việc quản lý rủi ro tài chính do sự chậm trễ trong thanh toán cũng là một thách thức.

### *4.3 Cơ hội*

Nhu cầu tăng cao ở EU: Liên minh Châu Âu là một trong những thị trường tiêu thụ hạt điều lớn nhất thế giới, với mức tiêu thụ cao và nhu cầu ngày càng tăng, đặc biệt là hạt điều chất lượng cao.

Thay đổi trong xu hướng tiêu dùng: EU đang chứng kiến sự thay đổi trong xu hướng tiêu dùng với nhu cầu tăng lên đối với các sản phẩm bền vững và có trách nhiệm xã hội.

Vị thế của Việt Nam: Việt Nam là quốc gia xuất khẩu hạt điều hàng đầu, và thị trường Châu Âu đang là một trong những thị trường chính, với nhu cầu tiêu thụ không ngừng tăng từ các ngành công nghiệp chế biến thực phẩm và tiêu dùng cuối cùng.

Hạt điều Việt Nam mới chỉ ở dạng thô, ít sản phẩm chế biến: Mặc dù hạt điều Việt Nam đang chiếm thị phần đáng kể trên thị trường EU, nhưng đa số sản phẩm vẫn ở dạng nguyên liệu thô và ít có sản phẩm chế biến, đặc biệt là các loại hạt điều rang tẩm gia vị theo khẩu vị của người tiêu dùng EU. Ngày càng nhiều người tiêu dùng tại EU đang ưa chuộng các sản phẩm hạt điều chế biến, đặc biệt là các loại hạt điều tẩm gia vị, bởi đây được coi là sự thay thế lành mạnh cho các loại đồ ăn nhẹ mặn khác. Đáp ứng nhu cầu này, nhiều nhà sản xuất đang phát triển công thức mới, bao gồm cả việc phủ các loại thực phẩm khác lên hạt điều như hạt điều phủ socola và các sáng tạo khác để mang lại sự đa dạng và hấp dẫn cho thị trường EU.

### *4.4 Thách Thức*

**Thách thức với "cây tỷ đô"**

"Theo đánh giá của các chuyên gia, việc phát triển cây điều ở Việt Nam nói chung và "thủ phủ" điều Bình Phước nói riêng vẫn còn nhiều dư địa và đan xen thách thức. Theo đó, sản phẩm chế biến từ hạt điều vẫn chưa đa dạng, chủ yếu dạng thô nên giá trị gia tăng vẫn còn thấp, sức cạnh tranh một số sản phẩm vẫn còn kém; việc liên kết, hợp tác phát triển theo chuỗi giá trị còn yếu, đặc biệt là khâu xúc tiến thương mại, liên kết với các đối tác nước ngoài có thị trường tiềm năng.

Cùng với đó, liên kết vùng nguyên liệu phục vụ chế biến, xuất khẩu vẫn còn nhiều hạn chế; chỉ dẫn địa lý, phát triển thương hiệu, bảo hộ thương hiệu, sở hữu trí tuệ quốc tế cho cây điều vẫn chưa thực hiện được nhiều; kỹ thuật canh tác, chuyển giao giống điều vẫn còn những hạn chế nhất định".

"Ngành điều của nước ta hiện đang đối mặt với nguy cơ ảnh hưởng rủi ro thiên tai, biến đổi khí hậu là rất lớn; khả năng cạnh tranh khốc liệt khi Campuchia, các nước Tây Phi và Đông Phi có quỹ đất lớn cũng đang đẩy mạnh phát triển cây điều và ngành chế biến, xuất khẩu nhân điều" - Giám đốc Trung tâm Nghiên cứu và Phát triển cây điều (Viện Khoa học Kỹ thuật Nông nghiệp miền Nam) Trần Công Khanh nhấn mạnh.

*Nguồn: VietNamPlus ( 2023) Ngành điều Việt Nam trước thách thức giữ vững ngôi vị số 1 thế giới.*

Rào cản thương mại và quy định nhập khẩu: Các quốc gia EU thực hiện các quy định nhập khẩu nhằm bảo vệ ngành nông nghiệp trong nước của họ, điều này có thể tạo thành rào cản đối với sản phẩm nông nghiệp nhập khẩu như hạt điều từ Việt Nam.

Yêu cầu cao về truy xuất nguồn gốc và chứng nhận: Để vào được thị trường EU, các sản phẩm cần đạt được các chứng nhận quốc tế, quá trình này có thể tốn kém và mất thời gian.

Đầu tư vào công nghệ và quy trình sản xuất: Việc đáp ứng yêu cầu về môi trường và phát triển bền vững của EU đòi hỏi nhà sản xuất Việt Nam phải đầu tư nhiều hơn vào công nghệ và cải tiến quy trình sản xuất.

Chiến Lược Marketing và Xây Dựng Thương Hiệu: Cần hiểu rõ nhu cầu và xu hướng của thị trường mục tiêu để điều chỉnh sản phẩm và chiến lược tiếp cận. Điều này yêu cầu một sự hiểu biết sâu sắc về thị trường đích, bao gồm các văn hóa, pháp luật, thị hiếu và nhu cầu cụ thể của khách hàng. Khó khăn trong việc quảng cáo marketing online và tham gia các hội chợ thương mại quốc tế để tăng nhận diện thương hiệu. làm sao để tạo dựng câu chuyện thương hiệu gắn liền với nguồn gốc, chất lượng và giá trị độc đáo của hạt điều Việt Nam để tạo ấn tượng mạnh mẽ và xây dựng lòng tin với khách hàng. Tìm kiếm và hợp tác với các doanh nghiệp có kinh nghiệm và mạng lưới phân phối rộng lớn để mở rộng thị trường và tiếp cận nhiều khách hàng hơn.

Rủi ro tài chính và tỷ giá hối đoái: Biến động tỷ giá hối đoái có thể ảnh hưởng đến lợi nhuận từ việc xuất khẩu. Việc quản lý rủi ro tài chính do sự chậm trễ trong thanh toán cũng là một thách thức.

## 5. Kiến nghị một số giải pháp cải thiện hoạt động xuất khẩu hạt điều Việt Nam sang thị trường Châu Âu

### *5.1 Giải pháp thúc đẩy xuất khẩu*

Nâng cao chất lượng và tiêu chuẩn sản phẩm, bao gồm nâng cấp quy trình sản xuất: đầu tư vào công nghệ hiện đại, tự động hóa để nâng cao năng suất và giảm thiểu sai sót.

Kiểm định chất lượng: Xây dựng và duy trì hệ thống kiểm định chất lượng nghiêm ngặt để đảm bảo sản phẩm xuất khẩu đáp ứng được các tiêu chuẩn cao về vệ sinh an toàn thực phẩm mà thị trường EU đặt ra. Đào tạo nhân lực: Tăng cường đào tạo kỹ năng và kiến thức cho lao động, nâng cao hiểu biết về tiêu chuẩn và quy trình sản xuất, có thể thực hiện theo các bước sau:

- Xác định nhu cầu đào tạo: phân tích nhu cầu kỹ năng hiện tại và tương lai của ngành để xác định các lĩnh vực cần tập trung đào tạo.
- Khảo sát ý kiến từ người lao động để hiểu rõ hơn về các kỹ năng và kiến thức họ cần được cải thiện, áp dụng các phương pháp đào tạo tiên tiến như e-learning, học qua video, và mô phỏng thực tế ảo để tăng cường hiệu quả học tập.
- Cung cấp các khóa học trực tuyến cho phép người lao động học mọi lúc, mọi nơi. Tổ chức các khóa đào tạo thực hành tại nơi làm việc để người lao động có thể áp dụng lý thuyết vào thực tiễn.
- Thiết lập các mô hình sản xuất thử nghiệm để nhân viên có thể thực hành và học hỏi trực tiếp.
- Hợp tác với các trường đại học, viện nghiên cứu, và tổ chức đào tạo chuyên nghiệp để phát triển và cung cấp các chương trình đào tạo chất lượng.
- Đào tạo nhân lực không chỉ giúp nâng cao kỹ năng và kiến thức cho lao động mà còn góp phần tạo ra một lực lượng lao động chuyên nghiệp, sẵn sàng đáp ứng các.

### *5.2 Ứng dụng công nghệ và cải tiến quy trình sản xuất*

Đầu tư vào công nghệ mới: Áp dụng công nghệ tiên tiến trong sản xuất, chế biến và bảo quản để tối ưu hóa hiệu quả và giảm chi phí. Công nghệ mới có thể bao gồm máy móc tự động, phần mềm quản lý sản xuất thông minh, và hệ thống bảo quản tiên tiến. Điều này không chỉ giúp tăng cường năng suất mà còn đảm bảo chất lượng sản phẩm đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế, như giảm thiểu nguy cơ ô nhiễm trong quá trình chế biến.

Cải tiến quy trình: Liên tục cập nhật và cải tiến quy trình để nâng cao hiệu suất, giảm lãng phí nguyên liệu, nhân công và đảm bảo chất lượng sản phẩm ổn định. Điều này có thể được thực hiện thông qua việc đánh giá định kỳ các quy trình hiện hành, áp dụng các phương pháp lean manufacturing để loại bỏ lãng phí, và đào tạo nhân viên về các phương pháp làm việc mới và hiệu quả hơn.

Theo dõi và phân tích dữ liệu: Sử dụng hệ thống quản lý dữ liệu để theo dõi, đánh giá và tối ưu hóa hoạt động sản xuất. Các hệ thống này có thể cung cấp thông tin thời gian thực về hiệu suất máy móc, chất lượng sản phẩm, và tiến độ sản xuất. Phân tích dữ liệu giúp cho việc ra quyết định trở nên dựa trên thông tin và có cơ sở, từ đó tối ưu hóa các nguồn lực và giảm thiểu chi phí.

### *5.3 Phát triển chiến lược maketing*

Vào năm 1985, Hiệp hội Marketing Mỹ đã đưa ra và chấp nhận định nghĩa chính thức về Marketing xuất nhập khẩu như sau: "Marketing xuất nhập khẩu là một quá trình kế hoạch hóa và thực hiện các chính sách về sản phẩm, giá cả, giao tiếp và phân phối các thị trường của thế giới, sản phẩm và dịch vụ nhằm tạo ra sự trao đổi để thỏa mãn các mục tiêu của cá nhân và tổ chức" Trong lĩnh vực kinh doanh xuất nhập khẩu, vai trò của Marketing xuất nhập khẩu trở nên cực kỳ quan trọng đối với các doanh nghiệp, chủ yếu bởi quá trình quốc tế hóa sản phẩm và mở rộng thị

trường. Đây là bước đầu tiên và thiết yếu trong việc mở rộng kinh doanh ra thị trường toàn cầu. Theo số liệu thống kê, các nước thuộc khối EU như Hà Lan, Đức, Anh, Italy đều nằm trong top 10 thị trường xuất khẩu điều của Việt Nam. Trong khi đó, sản lượng nhập khẩu điều Việt Nam từ các quốc gia khác thuộc khối EU chưa thật sự vượt trội. Nhận thấy tiềm năng to lớn và cơ hội mở rộng thị trường, các doanh nghiệp Bình Phước cần xây dựng và thực hiện chiến lược Marketing xuất khẩu cụ thể để đạt được các mục tiêu một cách có hiệu quả.

- Phân tích thị trường: Nghiên cứu và phân tích kỹ lưỡng về thị trường mục tiêu để hiểu rõ về văn hóa, luật lệ, thị hiếu và nhu cầu của khách hàng. Điều này bao gồm việc nắm bắt thông tin về cạnh tranh, quy mô thị trường, và các yếu tố ảnh hưởng đến việc tiêu thụ sản phẩm.
- Đối tác địa phương: Tìm kiếm và hợp tác với các đối tác địa phương có kinh nghiệm và kiến thức sâu rộng về thị trường. Họ có thể giúp đỡ doanh nghiệp hiểu rõ hơn về thị trường và hỗ trợ trong việc phân phối sản phẩm.
- Chính sách giá cả: Xây dựng chính sách giá cả cạnh tranh dựa trên khả năng chi trả và mức độ cạnh tranh tại thị trường mục tiêu.
- Thương mại điện tử: Tận dụng thương mại điện tử để tiếp cận khách hàng và mở rộng thị trường. Trang web của doanh nghiệp cần hỗ trợ nhiều ngôn ngữ và các phương thức thanh toán phù hợp với từng quốc gia.
- Chiến lược truyền thông và quảng cáo: Phát triển nội dung truyền thông và quảng cáo phù hợp với văn hóa và ngôn ngữ địa phương. Sử dụng các kênh truyền thông phổ biến trong khu vực để tối ưu hóa việc tiếp cận khách hàng.
- Xúc tiến thương mại: Tham gia vào các hội chợ thương mại và triển lãm để quảng bá sản phẩm. Các sự kiện này cung cấp cơ hội để gặp gỡ khách hàng tiềm năng và đối tác kinh doanh.
- Tối ưu hóa seo địa phương: Đảm bảo rằng trang web và nội dung trực tuyến của doanh nghiệp được tối ưu hóa cho SEO địa phương, để khi khách hàng tìm kiếm thông tin liên quan đến sản phẩm hoặc dịch vụ, doanh nghiệp bạn sẽ xuất hiện trong kết quả tìm kiếm.
- Theo dõi và đánh giá: Cần có hệ thống để theo dõi hiệu quả của các chiến dịch truyền thông và quảng cáo, từ đó điều chỉnh chiến lược theo phản hồi và hành vi của khách hàng.
- Chính sách hỗ trợ từ nhà Nước: Tận dụng các chính sách hỗ trợ từ nhà nước như giảm thuế, hỗ trợ các qũy tín dụng, tài chính, và tham gia vào các hiệp định thương mại tự do.
- Dịch vụ sau bán hàng: Cung cấp dịch vụ khách hàng tốt và chính sách hậu mãi mạnh để xây dựng uy tín và lòng trung thành của khách hàng.

***5.4 Hợp tác và tìm kiếm đối tác tiếp thị***

Một nghiên cứu của Tambunan, T. T. H. (2021) cho thấy rằng các doanh nghiệp đạt được tỉ lệ xuất khẩu cao hơn khi có sự hợp tác với các đối tác tiếp thị. Trong đó, đối tác tiếp thị tiềm năng là các doanh nghiệp có quy mô lớn, việc lựa chọn giữa quan hệ đối tác trong nước và quốc tế sẽ phụ thuộc vào mục tiêu chiến lược, nhu cầu nguồn lực và cơ hội ngoài thị trường. Vì vậy, việc tìm kiếm và hợp tác với các đối tác chiến lược là một yếu tố quan trọng cho sự phát triển của hoạt động xuất khẩu điều ở tỉnh Bình Phước.

Mở rộng thị trường và tăng trưởng doanh thu: đối tác chiến lược có thể giúp mở rộng thị trường, tiếp cận khách hàng mới, và tăng trưởng doanh thu một cách nhanh chóng.

Chia sẻ kiến thức và kinh nghiệm: Doanh nghiệp sản xuất điều ở tỉnh bình phước có thể học hỏi từ kiến thức và kinh nghiệm của đối tác, cải thiện quy trình kinh doanh và sáng tạo sản phẩm mới độc đáo phù hợp với thị hiếu của thị trường.

Cải thiện năng lực cạnh tranh: Đối tác chiến lược có thể cung cấp công nghệ, chuyên môn, hoặc nguồn lực giúp cải thiện năng lực cạnh tranh.

Chia sẻ rủi ro và nguồn lực: Hợp tác giúp chia sẻ rủi ro, đặc biệt trong các dự án lớn, và tận dụng hiệu quả nguồn lực của cả hai bên trong và ngoài doanh nghiệp.

Nâng cao độ tin cậy và hình ảnh thương hiệu: Hợp tác với doanh nghiệp uy tín có thể cải thiện độ tin cậy và nâng cao hình ảnh thương hiệu.

Phản ứng nhanh với thị trường: Đối tác chiến lược giúp doanh nghiệp phản ứng nhanh hơn với những thay đổi của thị trường và nhu cầu khách hàng.

Mở rộng nguồn lực và cơ hội mới: Hợp tác mang lại cơ hội tiếp cận nguồn lực mới, như tài chính, công nghệ, hoặc nhân lực, và mở ra cơ hội kinh doanh mới.

Xây dựng mạng lưới và quan hệ đối tác: Hợp tác giúp xây dựng mạng lưới rộng lớn, từ đó có thể mở ra nhiều cơ hội hợp tác khác.

Tập trung vào sức mạnh cốt lõi: Doanh nghiệp có thể tập trung vào sức mạnh cốt lõi của mình, trong khi đối tác đảm nhận các lĩnh vực khác, tạo ra sự chuyên môn hóa và hiệu quả cao. như vậy, có thể thấy rằng việc xây dựng và duy trì các mối quan hệ đối tác chiến lược không chỉ mang lại lợi ích đa chiều cho doanh nghiệp, mà còn là yếu tố then chốt để thúc đẩy sự phát triển bền vững và thành công lâu dài trong bối cảnh phát triển hoạt động xuất khẩu điều sang EU.

## 6. Kết Luận

Bài báo này đã chi tiết phân tích và đề xuất các giải pháp hữu ích nhằm thúc đẩy và mở rộng xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sang thị trường Liên Minh Châu Âu (EU), một trong những thị trường lớn và tiềm năng nhất thế giới. Các phân tích cho thấy rằng, với các nguồn lực phong phú và vị thế ngày càng tăng trên thị trường quốc tế, Việt Nam có đủ điều kiện để mở rộng và tăng cường hiệu suất xuất khẩu hạt điều.

Đầu tiên, việc nâng cao chất lượng sản phẩm là chìa khóa quan trọng. Điều này không chỉ liên quan đến việc cải thiện quy trình sản xuất và công nghệ chế biến mà còn bao gồm việc tuân thủ nghiêm ngặt các tiêu chuẩn về an toàn thực phẩm và bảo vệ môi trường của EU. Việc áp dụng các chứng nhận quốc tế như HACCP, ISO, và Global GAP cũng góp phần tăng cường uy tín và chấp nhận của sản phẩm trên thị trường này.

Tiếp theo, chiến lược marketing đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng hình ảnh thương hiệu và mở rộng cơ sở khách hàng. Việc sử dụng các phương tiện truyền thông đa dạng, từ trực tuyến đến offline, sẽ giúp tăng cường nhận diện thương hiệu và thu hút sự quan tâm từ thị trường EU. Điều này cần được hỗ trợ bởi một chiến lược truyền thông hiệu quả, nhằm thể hiện rõ ràng các giá trị và lợi ích của sản phẩm. Sự hợp tác và hỗ trợ từ chính phủ và các tổ chức liên quan cũng là một yếu tố quan trọng. Điều này bao gồm việc tận dụng các hiệp định thương mại tự do, nhận sự hỗ trợ trong việc thâm nhập và mở rộng thị trường, cũng như việc tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động xuất khẩu.

Cuối cùng, việc không ngừng cải thiện và đổi mới là yếu tố then chốt để duy trì sự cạnh tranh và phát triển bền vững trong thị trường xuất khẩu. Việt Nam cần phải liên tục cập nhật thông tin về xu hướng thị trường, nhu cầu của khách hàng và các đổi mới công nghệ để thích ứng và phát triển sản phẩm phù hợp. Việt Nam có tiềm năng lớn để mở rộng và tăng cường xuất khẩu hạt điều sang Châu Âu, bằng việc tập trung vào chất lượng, đáp ứng tiêu chuẩn khắt khe, và xây dựng chiến lược marketing hiệu quả, từ đó Việt Nam có thể vượt qua thách thức và tận dụng cơ hội trong thị trường này, cùng với sự hợp tác và hỗ trợ từ chính phủ và các tổ chức liên quan được nhấn mạnh là yếu tố quan trọng cho sự thành công của ngành xuất khẩu hạt điều đi Châu Âu.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Bộ Công Thương Việt Nam (2022). Xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sang EU tăng cả lượng và kim ngạch.
2. Tạp Chí Công Thương Điện Tử (2023). Xuất khẩu hạt điều ghi nhận mức cao kỷ lục mới.
3. Trung Tâm WTO ( 2021). Ngành chế biến và xuất khẩu điều: Vượt rào cản, xuất khẩu điều về đích.

4. Báo Điện Tử Đảng Cộng Sản Việt Nam ( 2024). Xuất khẩu điều năm 2023 vượt 18% kế hoạch.
5. Cục Xuất Nhập Khẩu (2023) Lượng hạt điều xuất khẩu qua các tháng giai đoạn 2021 – 2023.
6. Báo Điện Tử Chính Phủ (2022) Tận dụng cơ hội từ EVFTA xuất khẩu điều của Việt Nam tiếp tục khởi sắc.
7. VietNamPlus ( 2023) Ngành điều Việt Nam trước thách thức giữ vững ngôi vị số 1 thế giới.
8. (Thatsanadeuane Khamkeo (2020). Chiến Lược Marketing Xuất Khẩu Hàng Nông Sản Chủ Lực Của Nước Chdcnd Lào Đến Năm 2020.
9. Tambunan, T. T. H. (2021). Export of Indonesian MSEs and The Role of Partnership. JDE (Journal of Developing Economies), 6(2), 235-252
10. Capik, P., & Brockerhoff, A. (2017). The Role of Strategic Partnerships in the Internationalisation of Small Born Global Firms. Entrepreneurial Business and Economics Review, 5(3), 49-77. http://doi.org/10.15678/EBER.2017.050303.

# NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HÀNH VI ĐỊNH GIÁ CỦA ĐỊNH GIÁ VIÊN TRONG QUÁ TRÌNH XÁC ĐỊNH GIÁ ĐẤT

**Bùi Thị Diệu*, Nguyễn Thanh Lân**
Khoa Bất động sản và Kinh tế Tài nguyên, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân.
*Tác giả liên hệ, Email: 11217345@st.neu.edu.vn.

## TÓM TẮT

Bài viết này nhằm mục tiêu nghiên cứu mức độ ảnh hưởng các yếu tố đến hành vi của người định giá trong quá trình xác định giá đất. Nghiên cứu được thực hiện trên cơ sở từ sự điều chỉnh mô hình tam giác gian lận của Cressey (1953) để phát triển mô hình lý thuyết đo lường các yếu tố và sử dụng dữ liệu được thu thập từ bảng hỏi của 252 định giá viên tại các doanh nghiệp tư vấn giá, thẩm định giá tại khu vực Thành phố Hà Nội. Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra và khẳng định được các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi định giá đất của các định giá viên bao gồm: Áp lực từ khách hàng; Áp lực từ đồng nghiệp; Chuyên môn của định giá viên. Dựa vào kết quả nghiên cứu, một số khuyến nghị và giải pháp được đưa ra nhằm hạn chế tác động tiêu cực của các yếu tố trên đến hành vi của người định giá từ đó góp phần nâng cao tính khách quan của báo cáo định giá.
*Từ khóa:* chênh lệch giá trị; đất đai; giá đất; hành vi người định giá.

## 1. Tổng quan

Với nhu cầu phát triển kinh tế - xã hội ngày càng gia tăng kéo theo nhu cầu sử dụng đất trong sản xuất kinh doanh. Khi đó, kết quả định giá đất là cơ sở xác định giá trị hợp đồng phục vụ cho hoạt động mua bán, chuyển nhượng, cho thuê, thế chấp quyền sử dụng đất đồng thời góp phần gia tăng hiệu quả sử dụng đất. Tuy nhiên hiện nay, tính chính xác của báo cáo định giá đất còn là vấn đề gây tranh cãi do chịu ảnh hưởng khá lớn từ hành vi, cách thức định giá chủ quan của định giá viên.

### *1.1 Tổng quan nghiên cứu*

*1.1.1 Các nghiên cứu về áp lực của khách hàng ảnh hưởng đến hành vi người định giá*

Áp lực đến từ khách hàng là sự "tham gia" quá mức của khách hàng trong quá trình định giá nhằm mục đích yêu cầu người định giá đưa ra kết quả mang tính chất có lợi nhất cho họ. Điều này vi phạm tính độc lập khách quan trong tiêu chuẩn thẩm định giá và là một trong số các nguyên nhân làm sai lệch kết quả báo cáo định giá. Một loạt các nghiên cứu cũng đã được tiến hành để xem xét phản ứng của người định giá đối với phản hồi và ảnh hưởng của khách hàng. Cụ thể:

Levy và Schuck (1999) trong "The influence of clients on valuations" thực hiện tại New Zealand chỉ ra rằng người định giá đã điều chỉnh kết quả báo cáo định giá của mình khi đối mặt với sức ép của khách hàng. Loại áp lực mà khách hàng có thể xuất phát từ cách cư xử của khách hàng, đặc điểm của người định giá và các công ty định giá, mục đích của việc định giá và nguồn thông tin khách hàng cung cấp. Việc định giá càng quan trọng với lợi ích của khách hàng thì khách hàng càng có nhiều khả năng gây áp lực lên người định giá để điều chỉnh về mức giá mong muốn của họ. Tuy nhiên, việc có thực hiện hành vi điều chỉnh giá trị hay không phụ thuộc hoàn toàn vào người định giá. Họ có thể phải hành động trái với đạo đức nghề nghiệp để làm hài lòng khách hàng do tính chất cạnh tranh của thị trường định giá, tránh việc giảm doanh thu cũng như thúc đẩy công việc kinh doanh.

Trong nghiên cứu "True value: an investigation into the valuation behavior of land

developers and appraisers", Wolff (2003) cho rằng, mối quan hệ giữa khách hàng và người định giá có thể ảnh hưởng xuyên suốt quá trình định giá. Áp lực từ phía khách hàng đối với các định giá viên được nghiên cứu thực hiện thông qua các cuộc phỏng vấn sâu. Cụ thể, khách hàng đã sử dụng thông tin để tác động lên người định giá, họ có xu hướng che giấu những thông tin tiêu cực của bất động sản và chỉ cung cấp những thông tin mang tính tích cực đồng thời đặt ra những yêu cầu về mức giá mong muốn. Nếu người định giá không điều chỉnh lại giá trị hợp đồng để phù hợp với nhu cầu của khách hàng, họ có nguy cơ bị thanh toán chậm các khoản phí dịch vụ hoặc ít có cơ hội tiếp cận với các hợp đồng trong tương lai. Nghiên cứu cũng chỉ ra thực trạng quy mô khách hàng càng quan trọng thì khả năng điều chỉnh kết quả báo cáo định giá càng cao. Điều này có tác động tiêu cực đến hành vi của người định giá.

Amidu và cộng sự (2007) tiến hành nghiên cứu "Client influence in residential property valuations: An empirical study" nhằm xác định mức độ ảnh hưởng của khách hàng ở Nigeria đối với việc định giá tài sản là nhà ở. Nghiên cứu thực hiện khảo sát trên 88 thẩm định viên, bằng cách yêu cầu người định giá trả lời câu hỏi tình huống: Họ có chỉnh sửa kết quả báo cáo định giá theo yêu cầu của khách hàng không khi kết quả định giá đang ở mức thấp hơn giá trị mà khách hàng mong muốn? Kết quả nghiên cứu cho thấy, 69,3% số người được hỏi đã đưa ra câu trả lời là "có". Hai yếu tố dùng để đo lường mức độ ảnh hưởng của khách hàng là tầm quan trọng của khách hàng đối với công ty và mức độ điều chỉnh mà khách hàng yêu cầu. Nhóm khách hàng gây áp lực chủ yếu là cá nhân kém hiểu biết và tìm mọi cách để yêu cầu tăng giá trị định giá, nhóm khác là các tổ chức sử dụng kết quả báo cáo định giá làm căn cứ thế chấp để nhận được một khoản vay. Các nhà định giá đã phải chịu áp lực quá mức từ khách hàng và phải thay đổi kết quả ban đầu, cho thấy áp lực từ phía khách hàng có tác động tiêu cực đến hành vi của người định giá.

Tương tự, Nwuba và cộng sự (2015) thể hiện quan điểm về áp lực của khách hàng đối với hoạt động định giá trong "Client influence on valuation: Valuers' motives to succumb". Trong đó, sự vô kỷ luật, nỗi sợ mất khách hàng và lòng tham của người định giá là một trong những nguyên nhân khiến cho người định giá không chịu được sức ép đến từ khách hàng.

*1.1.2 Các nghiên cứu về hành vi người định giá*

Xuất phát từ những áp lực của khách hàng, tính chất của môi trường công việc, đã dẫn đến những hành vi nhất định của người định giá. Trong bài nghiên cứu này, nhóm tác giả sẽ trình bày một số kết quả nghiên cứu phổ biến được thực hiện ở nhiều nước gần đây, cụ thể như sau:

Babawale và Omirin (2011) nghiên cứu đề tài "Valuers' and valuation firms' characteristics as causes of inaccuracy in valuation in Nigeria". Kết quả nghiên cứu cho thấy, người định giá làm việc trong môi trường phức tạp và chịu ảnh hưởng của các yếu tố như quy định pháp luật, môi trường làm việc ở công ty, đặc điểm của tài sản cần định giá, trình độ học vấn, kinh nghiệm và mức độ tiếp xúc với thị trường. Từ đây, hành vi của người định giá sẽ tác động đến độ chính xác của kết quả định giá.

Mohammad và cộng sự (2020) đã thực hiện đề tài "A model of behavioural uncertainties influencing property valuation decision making". Nghiên cứu đã xác định 6 yếu tố ảnh hưởng đến sự không chắc chắn trong hành vi của định giá viên tại Malaysia bao gồm: (i) Phương pháp phỏng đoán và thiên kiến, (ii) Hành vi đạo đức, (iii) Ảnh hưởng của khách hàng, (iv) Kinh nghiệm và kiến thức của người định giá, (v) Tính sẵn có và độ chính xác của dữ liệu thị trường, (vi) Sự sơ suất và chuyên môn.

Bài nghiên cứu "Effects of behavioural uncertainties in property valuation" được thực hiện bởi Ali và cộng sự (2020). Đề tài sử dụng phương pháp định tính thực hiện cuộc phỏng vấn nhóm bao gồm 10 định giá viên đã đăng ký và chưa đăng ký đến từ quận Johor Bahru, Malaysia. Kết quả cho thấy rằng, có nhiều sự bất định về tâm lý, hành vi của định giá viên liên quan đến việc định giá tài sản. Những nguyên nhân chủ yếu do: (i) Các nhà định giá địa phương cũng có thể bị can thiệp bởi chính quyền trong một số trường hợp; (ii) Sự sơ suất bất cẩn trong quá trình định giá; (iii) Ảnh hưởng từ môi trường xung quanh và tâm lý đám đông; (iv) Ảnh hưởng bởi xu hướng thị trường; (v) Thường lựa chọn phương pháp so sánh thông

thường để áp dụng cho các loại bất động sản khác nhau; (vi) Các nhà định giá địa phương cũng có thể bị ảnh hưởng bởi khách hàng. Nghiên cứu đã nhấn mạnh nguyên nhân: trong quá trình định giá, định giá viên có thể tính toán sai diện tích, kích thước của thửa đất khi kiểm tra thực địa hoặc bỏ qua một số thông tin quan trọng do đó thiếu cơ sở để so sánh với dữ liệu trên thị trường. Hành vi thiếu chuyên nghiệp đó có thể dẫn đến việc mảnh đất bị định giá cao/thấp hơn giá trị thực của nó.

Diaz & Wolverton (1998) trong nghiên cứu "A longitudinal examination of the appraisal smoothing hypothesis" đã tập trung vào mức độ mà những người định giá bị ảnh hưởng bởi những lần định giá mà họ đã tiến hành trước đó, giả thuyết là người định giá sẽ dựa vào ước tính giá trị trước đó của họ và do đó bị ảnh hưởng không thích hợp bởi con số này khi tiến hành định giá lại sau đó.

*1.1.3 Khoảng trống nghiên cứu*

Như đã phân tích ở trên, các nghiên cứu về hành vi của định giá viên đang tập trung vào các chủ đề chính như: (i) Các sai lệch trong định giá so với tiêu chuẩn; (ii) Vấn đề lựa chọn các đối tượng so sánh; (iii) Việc sử dụng phương pháp phỏng đoán và thành kiến; (iv) Áp lực đến từ khách hàng. Các nghiên cứu đều khẳng định vấn đề chung: người định giá có xu hướng định giá sai lệch khi bị tác động bởi các yếu tố trên. Qua tổng quan nghiên cứu có thể thấy, xuất phát từ sự khác biệt về môi trường chính trị, mức độ phát triển của thị trường bất động sản và nền văn hóa giữa các quốc gia, các nghiên cứu trên còn gặp một số hạn chế. Từ đây, đề tài xác định những khoảng trống cần tiếp tục nghiên cứu như sau:

*Thứ nhất*, tại Việt Nam tồn tại sự chênh lệch giá trị giữa các lần thẩm định viên định giá hay giữa giá do thẩm định viên đưa ra và giá giao dịch trên thị trường tuy nhiên chưa có nghiên cứu nào chỉ ra nguyên nhân dẫn đến tình trạng này, do yếu tố khách quan hay chủ quan.

*Thứ hai*, các nghiên cứu đề cập đến lỗi sai phổ biến nhất trong quá trình định giá là việc quá phụ thuộc vào phương pháp phỏng đoán neo đậu (archoring), trong khi thực tế một số hiệu ứng tâm lý khác mà người định giá cũng có thể mắc phải (tính đại diện, tính sẵn có của thông tin, thiên kiến xác nhận,..) lại chưa được nhắc đến một cách đầy đủ. Trong nghiên cứu này, nhóm tác giả vận dụng các lý thuyết về tài chính hành vi nhằm giải thích chi tiết và toàn diện hơn về hành vi của người định giá.

*Thứ ba*, hầu hết các nghiên cứu đứng trên góc nhìn về hành vi định giá không chính xác của người định giá do yếu tố ngoại cảnh, sai lệch một cách khách quan nhưng thực tế vấn đề chênh lệch giá trị còn có thể xuất phát từ hành vi định giá sai có mục đích. Có nghĩa là, do tác động của các yếu tố khách quan mà trong quá trình định giá, người định giá đưa ra kết quả kém chính xác và không nhận thức được hành vi sai trái của mình. Ngược lại, trong một số trường hợp, họ nhận thức được sự thiếu chính xác trong báo cáo định giá, nhưng vẫn thực hiện hành vi trên để đổi lại một số lợi ích nhất định. Các đề tài gần như chưa đề cập một cách rõ ràng về hành vi định giá sai lệch có chủ ý này. Do đó, ngoài việc hệ thống lại các nghiên cứu trước đó, đề tài hướng tới việc khám phá và phân tích khía cạnh còn lại trong hành vi người định giá nhằm mục đích lấp đầy khoảng trống nghiên cứu trên.

*Thứ tư*, do tính chất công việc định giá tại các quốc gia là khác nhau, người định giá chịu áp lực từ nhiều nguồn khác nhau. Đặc trưng tại Việt Nam, hầu hết người định giá thường làm việc trong doanh nghiệp thay vì hoạt động độc lập. Trong khi các nghiên cứu mới chỉ xét đến sự ảnh hưởng của khách hàng đến hành vi của định giá viên mà chưa phân tích áp lực đến từ doanh nghiệp hay áp lực đến từ đồng nghiệp đến hành vi của định giá viên. Đề tài dựa trên cơ sở này để bổ sung các nhân tố mới có thể ảnh hưởng đến hành vi người định giá.

***1.2 Lý thuyết nền tảng***

*1.2.1 Lý thuyết ra quyết định dựa trên kinh nghiệm chủ quan (Heuristics)*

Cơ sở dẫn dắt cho lý thuyết ra quyết định theo kinh nghiệm chủ quan được hình thành dựa trên lý thuyết xử lý thông tin trong quá trình giải quyết vấn đề của con người do Newell và Simon (1972) phát triển và được Simon (1978) cải tiến thêm. Lý thuyết này đề cập đến ba vấn đề: xử lý thông tin nối tiếp, sự hạn chế của trí nhớ ngắn hạn và trí nhớ dài hạn. Có thể coi

bộ não của con người như một hệ thống xử lý thông tin nối tiếp, do năng lực hạn chế nên phải giải quyết các vấn đề trong một "không gian" giới hạn. Không gian đó được hình thành trong trí nhớ ngắn hạn của con người bao gồm tập hợp các nút hoặc trạng thái kiến thức tại một thời điểm cụ thể nào đó. Chính sự hạn chế về trí nhớ ngắn hạn đã tạo ra nhu cầu cho người tìm kiếm cách thức đơn giản hóa việc giải quyết vấn đề thông qua kinh nghiệm trong quá khứ.

Tversky và Kahneman (1974) nhận định rằng quy tắc dự đoán (heuristic) có thể giảm bớt thời gian và công sức cho người định giá trong việc tìm kiếm thông tin cần thiết khi đưa ra quyết định định giá. Một số phương pháp dự đoán như dựa trên tình huống điển hình, thông tin sẵn có, neo và điều chỉnh, thiên kiến xác nhận là cơ sở trong việc đưa ra quyết định.

*1.2.2 Thiên kiến xác nhận (Confirmation bias)*

Lord và cộng sự (1979) đưa ra nhận định về việc khi con người hình thành lên ý tưởng gì thì họ thường giữ ý tưởng đó trong một thời gian dài. Hiện tượng tâm lý này làm cho con người không chủ động đi tìm kiếm những bằng chứng bác bỏ niềm tin của họ. Mặt khác, nếu tìm thấy những bằng chứng như vậy, họ có xu hướng nghi ngờ tính chính xác và tìm cách phủ nhận chúng.

Kết quả nghiên cứu tương tự cũng được Evans (1989) công nhận: con người có xu hướng tìm kiếm thông tin hỗ trợ cho giả định, niềm tin hiện tại của họ vả tránh thu thập các bằng chứng đối lập, bất kể bằng chứng đó là hợp lý hay không. Về cơ bản, con người sẽ không muốn điều chỉnh quan điểm ban đầu và luôn tìm cách đưa ra những thông tin hiện có mà phù hợp với cách làm của họ, luôn ở trong tâm thế tin tưởng vào kinh nghiệm của bản thân, bảo thủ và không sẵn lòng tiếp nhận những kiến thức mới để phù hợp với thị trường hiện tại.

Theo Gallimore (1996), thiên kiến xác nhận đến từ sự quen thuộc và những thông tin có sẵn. Dựa trên công trình nghiên cứu của Tversky và Kahneman (1974) về giải quyết vấn đề theo kinh nghiệm, Gallimore đã đào sâu nghiên cứu hành vi thiên vị, quá phụ thuộc vào thông tin mới một của người định giá. Có nghĩa là, người định giá đặt niềm tin vào những thông tin xuất hiện gần nhất một cách thái quá. Họ đưa ra những đánh giá sơ bộ và có xu hướng đưa ra dẫn chứng, lập luận để ủng hộ cho ý kiến của mình đồng thời bỏ qua thông tin trái ngược thay vì đứng trên góc nhìn khách quan để xem xét. Nếu người định giá tìm kiếm thông tin một cách nhanh chóng, họ sẽ không cập nhật đầy đủ từ đó xử lý thông tin sẵn có kém hiệu quả và đưa ra các nhận định không chính xác. Do đó, người định giá có thể làm sai lệch giá trị các tài sản định giá dựa trên xu hướng nhận thức của chính họ.

*1.2.3 Tâm lý bảo thủ (Conservatism)*

Người định giá mang tâm lý bảo thủ có xu hướng không muốn thay đổi kết quả đã tính toán, trong hợp bắt buộc phải điều chỉnh, họ sẽ điều chỉnh càng ít càng tốt. Bên cạnh đó, tâm lý này cũng khiến cho người định giá khó khăn trong việc tiếp nhận những lời góp ý, thông tin mới làm thay đổi kết quả báo cáo của họ bất kể những thông tin đó là hữu ích hay không.

*1.2.4 Hành vi bầy đàn (Herding)*

Người định giá đi theo số đông bằng cách dựa vào thông tin định giá của đa số những người định giá khác, thay vì phân tích độc lập theo suy nghĩ của cá nhân mình. Hành vi này xảy ra bởi vì người định giá quan tâm đến việc người khác nghĩ gì về kết quả báo cáo của mình, và có cảm giác an toàn, tin tưởng với quyết định của mình khi bắt chước theo số đông. Họ cho rằng, hầu hết người định giá chuyên nghiệp đều sẽ đưa ra các giá trị tương tự nhau. Người định giá càng không chắc chắn vào những thông tin có được, hoặc kinh nghiệm năng lực càng không vững mạnh càng có xu hướng mắc phải hiệu ứng bầy đàn (Ali & cộng sự, 2020)

*1.2.5 Mô hình tam giác gian lận (The Fraud Triangle)*

Cressey (1953) trong công trình nghiên cứu về tâm lý hành vi đã đưa ra nhận định: Tâm lý con người khi vi phạm lần đầu thường tìm cách đổi lỗi cho hoàn cảnh và nghĩ mình không có lỗi. Họ có xu hướng tự an ủi rằng sẽ không lặp lại việc phạm lỗi đó nhưng khi thực hiện hành vi sai trái từ lần thứ hai trở đi, sự việc trở lên dễ dàng được chấp nhận và xem chuyện vi phạm là bình thường. Cressey đã đưa ra 3 yếu tố cần và đủ để thúc đẩy một cá nhân thực hiện

hành vi gian lận là: Áp lực - Cơ hội - Hợp lý hóa. Tại Việt Nam, các tiêu chuẩn trong lập báo cáo tài chính sử dụng lý thuyết của mô hình này. Theo đó, cụ thể các yếu tố như sau:

***Áp lực/động cơ:*** Hành vi sai trái xuất phát khi một người chịu áp lực, có thể tới từ nguyên nhân khách quan và chủ quan. Áp lực có thể đến từ những khó khăn, bế tắc trong cuộc sống cá nhân, hoặc áp lực cạnh tranh trong công việc. Áp lực tài chính được coi là có ảnh hưởng mạnh mẽ nhất đến hành vi sai trái của cá nhân.

***Cơ hội thực hiện gian lận:*** Khi phải chịu đựng áp lực, nếu như có cơ hội, con người sẵn sàng vi phạm nguyên tắc để thực hiện hành vi sai trái. Và nếu việc gian lận diễn ra quá dễ dàng và không bị kiểm soát hay ngăn chặn kịp thời, người đó càng có xu hướng gian lận nhiều hơn. Yếu tố chính liên quan đến cơ hội thường là sự sẵn có thông tin và khả năng nắm bắt thông tin này.

***Thái độ (Hợp lý hóa hành vi gian lận):*** Không phải tất cả mọi người đều gian lận khi có cơ hội, điều này phụ thuộc rất nhiều vào thái độ, tính cách của cá nhân đó. Có người mặc dù phải chịu nhiều áp lực nhưng vẫn tuân thủ quy tắc, trong khi có những người cố ý vi phạm vì lợi ích cá nhân. Trước khi hành vi sai trái xảy ra, con người thường có xu hướng tìm ra lý do nào đó để biện minh cho hành vi của mình, và thông qua lý do này, có thể coi như hành vi sai trái đó vẫn phù hợp với chuẩn mực đạo đức ở một khía cạnh nhất định (vô tội hóa hành vi).

## 2. Phương pháp nghiên cứu và đề xuất mô hình nghiên cứu

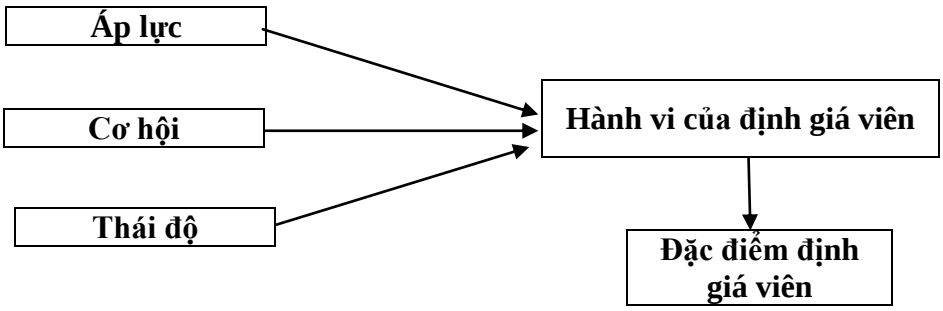
### *2.1 Phương pháp nghiên cứu*

***Phương pháp định tính:*** Nghiên cứu thực hiện phỏng vấn chuyên gia để đánh giá mức độ phù hợp của từng yếu tố và các quan sát, từ đó hình thành mô hình nghiên cứu cho phù hợp.

***Phương pháp định lượng - điều tra bảng hỏi:*** Kiểm tra tác động của các yếu tố đến hành vi của người định giá bằng cách đưa các mô hình và giả thuyết nghiên cứu vào thử nghiệm, xử lý dữ liệu thông qua phần mềm SPSS.

### *2.2 Mô hình nghiên cứu*

Có thể thấy, hành vi của người định giá chịu ảnh hưởng của rất nhiều yếu tố. Tuy nhiên việc nghiên cứu về khía cạnh này còn khá khiêm tốn. Trong phạm vi đề tài nghiên cứu này, nhóm tác giả lựa chọn ứng dụng mô hình tam giác gian lận của Cressey (1953) để phát triển mô hình lý thuyết về hành vi của người định giá. Cụ thể, mô hình được mô tả như sau:




**Bảng 1. Tổng hợp thang đo**

| Ký hiệu | Biến quan sát | Cơ sở lý thuyết |
|---|---|---|
| **Biến độc lập áp lực** | | |
| *(1)* | *Áp lực từ khách hàng* | |
| KH1 | Mối quan hệ với khách hàng | Albrecht & cộng sự (1984), Achu (2013) |
| KH2 | Mức độ hợp tác của khách hàng | Nhóm tác giả đề xuất |
| KH3 | Hiểu biết của khách hàng về thị trường | Amidu và cộng sự (2007), Levy & Schuck (1999), Achu (2013) |

| Ký hiệu | Biến quan sát | Cơ sở lý thuyết |
|---|---|---|
| KH4 | Mức độ quan trọng của khách hàng | Wolff (2003), Amidu & cộng sự (2007), Levy & Schuck (1999) |
| KH5 | Quy mô khách hàng | Wolff (2003), Amidu & cộng sự (2007), Levy & Schuck (1999) |
| KH6 | Áp lực về thanh toán các khoản phí | Wolff (2003), Levy & Schuck (1999) |
| KH7 | Áp lực bị phản hồi không tốt | Wolff (2003), Levy & Schuck (1999) |
| *(2)* | *Áp lực từ quản lý* | |
| QL1 | Mức độ giám sát của ban giám đốc | Albrecht & cộng sự (1984), Loebbecke & cộng sự (1989), Beasley (1996) |
| QL2 | Yêu cầu đảm bảo uy tín cho doanh nghiệp | Levy & Schuck (1999) |
| QL3 | Yêu cầu đảm bảo tỷ suất lợi nhuận yêu cầu | Summers & Sweeney (1998), Skousen & cộng sự (2009) |
| QL4 | Áp lực về thu nhập và cơ hội việc làm | Albrecht & cộng sự (1984) |
| *(3)* | *Áp lực từ đồng nghiệp* | |
| DN1 | Mức độ chia sẻ thông tin thị trường | Nhóm tác giả đề xuất |
| DN2 | Mức độ hỗ trợ, góp ý từ đồng nghiệp | Nhóm tác giả đề xuất |
| DN3 | Mức độ ủng hộ về kết quả báo cáo định giá của đồng nghiệp | Nhóm tác giả đề xuất |
| **Biến độc lập cơ hội** | | |
| *(1)* | *Thông tin thị trường và thửa đất* | |
| TT1 | Khả năng tiếp cận với dữ liệu thị trường | Levy & Schuck (1999), Mohammad & cộng sự (2018), Cheloti & Mooya (2021) |
| TT1 | Độ tin cậy của dữ liệu thị trường | Levy & Schuck (1999), Mohammad & cộng sự (2018), Cheloti & Mooya (2021) |
| TT3 | Tính thanh khoản của thị trường | Babawale và Omirin (2012) |
| TT4 | Mức độ tin cậy của thông tin về thửa đất được cung cấp | Levy & Schuck (1999), Cheloti & Mooya (2021) |
| TT5 | Mục đích định giá thửa đất | Levy & Schuck (1999), Babawale & Omirin (2012) |
| *(2)* | *Chính sách pháp luật* | |
| PL1 | Hệ thống quy định pháp luật về định giá | Donald Cressey (1953), Levy & Schuck (1999), Babawale & Omirin (2012), |
| PL2 | Phương pháp định giá | Babawale & Omirin (2012), |
| PL3 | Khả năng bị phát hiện vi phạm | Donald Cressey (1953), Wolfe & Hermanson (2004) |
| PL4 | Hình phạt khi vi phạm | Nhóm tác giả đề xuất |
| **Biến độc lập thái độ** | | |
| *(1)* | *Tính cách* | |
| TC1 | Mức độ thận trọng | Tversky & Kahneman (1974), Gallimore (1996) |
| TC2 | Sự tuân thủ các tiêu chuẩn | Amidu & cộng sự (2021), Mohammad & cộng sự (2018) |
| TC3 | Sự độc lập khách quan, trung thực | Levy & Schuck (1999) |
| *(2)* | *Chuyên môn* | |
| CM1 | Hiểu biết về công nghệ | Nhóm tác giả đề xuất |
| CM2 | Mức độ hiểu biết về thị trường | Mohammad & cộng sự (2018) |
| CM3 | Mức độ phụ thuộc vào kinh nghiệm | Newell & Simon (1972), Tversky & |

| Ký hiệu | Biến quan sát | Cơ sở lý thuyết |
|---|---|---|
| | | Kahneman (1974), Simon (1978) |
| **Biến phụ thuộc hành vi của định giá viên** | | |
| HV1 | Mức độ xảy ra sai sót | Nhóm tác giả đề xuất |
| HV2 | Mức độ chịu đựng áp lực từ khách hàng/quản lý/đồng nghiệp | Nhóm tác giả đề xuất |
| HV3 | Mức độ sẵn lòng điều chỉnh kết quả báo cáo khi bị tác động | Nhóm tác giả đề xuất |
| **Biến kiểm soát đặc điểm định giá viên** | | |
| | Giới tính, Độ tuổi, Trình độ học vấn, Thời gian hành nghề, Chức vụ | |

*(Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp)*

### *2.3 Giả thuyết nghiên cứu*

H1: Đối với biến độc lập Áp lực có tác động đến biến phụ thuộc hành vi của định giá viên cần nghiên cứu 3 giả thuyết

*H1a: Áp lực từ khách hàng có tác động ngược chiều đến hành vi của định giá viên*

*H1b: Áp lực từ quản lý có tác động ngược chiều đến hành vi của định giá viên*

*H1c: Áp lực từ đồng nghiệp có tác động ngược chiều đến hành vi của định giá viên*

H2: Đối với biến độc lập Cơ hội có tác động đến biến phụ thuộc hành vi của định giá viên cần nghiên cứu 2 giả thuyết

*H2a: Thông tin thị trường và thửa đất có tác động thuận chiều đến hành vi của định giá viên*

*H2b: Chính sách pháp luật có tác động thuận chiều đến hành vi của định giá viên*

H3: Đối với biến độc lập Thái độ có tác động đến biến phụ thuộc hành vi của định giá viên cần nghiên cứu 2 giả thuyết

*H3a: Tính cách có tác động thuận chiều đến hành vi của định giá viên*

*H3b: Chuyên môn có tác động thuận chiều đến hành vi của định giá viên*

## 3. Kết quả và thảo luận

### *3.1 Phân tích thống kê mô tả*

Nghiên cứu sử dụng số liệu phân tích dựa trên dữ liệu sơ cấp gồm 274 bảng hỏi thu thập qua khảo sát online với đối tượng thực hiện khảo sát là các định giá viên hoạt động trên địa bàn thành phố Hà Nội. Dữ liệu thu thập từ tháng 12/2023 đến tháng 1/2024, sau xử lý, nghiên cứu loại 22 phiếu khảo sát không hợp lệ, và đưa vào phân tích 252 phiếu khảo sát hợp lệ.

**Bảng 2. Cơ cấu mẫu khảo sát**

| Chỉ tiêu | | Số lượng | Tỷ lệ | Chỉ tiêu | | Số lượng | Tỷ lệ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Giới tính** | Nam | 169 | 67.1% | **Thời gian hành nghề** | Dưới 5 năm | 127 | 50.4% |
| | Nữ | 83 | 32.9% | | Từ 5 đến 10 năm | 92 | 36.5% |
| **Độ tuổi** | Dưới 25 tuổi | 49 | 19.4% | | Trên 10 năm | 33 | 13.1% |
| | Từ 25 đến 35 tuổi | 173 | 68.7% | **Chức vụ** | Nhân viên | 184 | 73.0% |
| | Trên 35 tuổi | 30 | 11.9% | | Quản lý | 51 | 20.2% |
| **Trình độ học vấn** | Cử nhân | 192 | 76.1% | | Giám đốc | 17 | 6.8% |
| | Thạc sỹ | 46 | 18.3% | **Tổng cỡ mẫu** | 252 | | |
| | Tiến sỹ | 14 | 5.6% | | | | |

*(Nguồn: Kết quả khảo sát)*

### *3.2 Phân tích nhân tố khám phá (EFA)*

*3.2.1 Kiểm định độ tin cậy thang đo Cronbach's Alpha*

Nghiên cứu thực hiện kiểm định độ tin cậy của thang đo cho từng nhóm biến quan sát cho các biến độc lập và biến phụ thuộc. Một thang đo tốt cần có hệ số tin cậy Cronbach's

Alpha từ 0.7 trở lên để đảm bảo tính đơn hướng (Nunnally, 1978; Hair và cộng sự, 2010). Tuy nhiên, trong nghiên cứu này, nhóm tác giả sử dụng ngưỡng 0.6. Theo Cristobal và cộng sự (2007), từng biến quan sát phải có sự tương quan thuận với các biến còn lại trong thang đo, giá trị tối thiểu của chỉ số Corrected Item – Total Correclation là 0.3. Kết quả nghiên cứu cho thấy, các biến đều có hệ số Cronbach's Alpha lớn hơn 0.6 và hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0.3. Như vậy, thang đo đã đạt yêu cầu về độ tin cậy và đủ điều kiện đưa vào phân tích trong giai đoạn sau.

**Bảng 3. Kết quả phân tích hệ số tin cậy Cronbach's Alpha**

| Loại biến | Ký hiệu biến | Số lượng biến quan sát | Hệ số Cronbach's Alpha | Hệ số tương quan biến tổng nhỏ nhất |
|---|---|---|---|---|
| Biến độc lập | KH | 7 | .867 | .600 |
| | QL | 4 | .770 | .538 |
| | DN | 3 | .702 | .503 |
| | TT | 5 | .824 | .406 |
| | PL | 4 | .753 | .443 |
| | TC | 3 | .764 | .448 |
| | CM | 3 | .696 | .489 |
| Biến phụ thuộc | HV | 3 | .704 | .516 |

*(Nguồn: Kết quả chạy SPSS)*

### *3.2.2 Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA*

Nghiên cứu tiến hành phân tích nhân tố khám phá EFA cho toàn bộ thang đo. Kết quả phân tích với 29 biến quan sát với kết quả hệ số KMO = 0.782 (đạt yêu cầu $0.5 \leq KMO \leq 1$) và Sig. = 0.000 (đạt yêu cầu sig Bartlett's Test < 0.05). Bên cạnh đó, tổng phương sai mà 7 nhân tố trích được là 61.159% > 50%, như vậy, 7 nhân tố này giải thích được 61.159% biến thiên dữ liệu của 29 biến quan sát tham gia vào EFA.

**Bảng 4. Kết quả bảng ma trận xoay**

| Ký hiệu | Nhân tố | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| KH1 | .737 | | | | | | |
| KH3 | .734 | | | | | | |
| KH5 | .732 | | | | | | |
| KH2 | .728 | | | | | | |
| KH4 | .725 | | | | | | |
| KH6 | .725 | | | | | | |
| KH7 | .716 | | | | | | |
| TT4 | | .829 | | | | | |
| TT5 | | .825 | | | | | |
| TT2 | | .801 | | | | | |
| TT3 | | .786 | | | | | |
| TT1 | | .552 | | | | | |
| QL3 | | | .793 | | | | |
| QL4 | | | .774 | | | | |
| QL2 | | | .758 | | | | |
| QL1 | | | .738 | | | | |
| PL2 | | | | .857 | | | |
| PL3 | | | | .788 | | | |
| PL4 | | | | .726 | | | |
| PL1 | | | | .640 | | | |
| TC2 | | | | | .879 | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| TC3 | | | | | .854 | | |
| TC1 | | | | | .707 | | |
| CM2 | | | | | | .787 | |
| CM1 | | | | | | .715 | |
| CM3 | | | | | | .693 | |
| DN3 | | | | | | | .793 |
| DN1 | | | | | | | .732 |
| DN2 | | | | | | | .659 |

*(Nguồn: Kết quả chạy SPSS)*

### *3.3 Kiểm định giả thuyết*

Từ bảng phân tích phương sai ANOVA, cho giá trị Sig kiểm định F bằng 0.000 < 0.05, do đó mô hình hồi quy là phù hợp. Giá trị $R^2$ hiệu chỉnh bằng 0.239 cho thấy các biến độc lập trong mô hình đã ảnh hưởng 23,9% sự biến thiên của biến phụ thuộc. Kết quả cũng đưa ra hệ số Durbin – Watson bằng 2.075 (nằm trong khoảng từ 1.5 đến 2.5) đạt yêu cầu.

Kết quả phân tích hồi quy cho thấy ba biến độc lập gồm KH, DN, CM có hệ số Beta chuẩn hóa lần lượt là -0.259; 0.167 và 0.216 với mức ý nghĩa nhỏ hơn 0.05 tác động đến biến phụ thuộc. Như vậy, các giả thuyết H1a, H3b được chấp nhận, trong khi đó giả thuyết H1c cho kết quả ngược chiều với kỳ vọng. Từ kết quả phân tích các hệ số hồi quy, nghiên cứu xây dựng phương trình hồi quy chuẩn hóa :

**HV = -0.259*KH + 0.167*DN + 0.216*CM + *ε***

Như vậy, yếu tố có ảnh hưởng tiêu cực đến hành vi của định giá viên là áp lực đến từ khách hàng. Có nghĩa là, khách hàng càng gây nhiều sức ép, định giá viên càng có xu hướng đưa ra kết quả định giá sai lệch. Kết quả trên tương đồng với nghiên cứu của Levy và Schuck (1999); Amidu và cộng sự (2007); Nwuba và cộng sự (2015). Trong khi đó, sự hỗ trợ đến từ đồng nghiệp trong việc chia sẻ thông tin thị trường, đưa ra các góp ý hữu ích và chuyên môn của định giá viên có tác động tích cực đến hành vi của định giá viên.

**Bảng 5. Kết quả hồi quy mô hình**

| Mô hình | Hệ số chưa chuẩn hóa | | Hệ số chuẩn hóa | Giá trị T | Mức ý nghĩa (Sig.) | Thống kê cộng tuyến | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | B | Sai số chuẩn | Beta | | | Dung sai (Tolerance) | VIF |
| 1 (Hằng số) | 2.108 | .521 | | 4.043 | .000 | | |
| KH | -.265 | .066 | -.259 | -3.998 | .000 | .723 | 1.384 |
| QL | -.014 | .057 | -.014 | -.242 | .809 | .971 | 1.029 |
| DN | .157 | .059 | .167 | 2.648 | .009 | .765 | 1.308 |
| TT | .060 | .053 | .063 | 1.130 | .260 | .982 | 1.018 |
| PL | .099 | .060 | .091 | 1.642 | .102 | .982 | 1.019 |
| TC | .053 | .055 | .054 | .971 | .332 | .967 | 1.034 |
| CM | .211 | .061 | .216 | 3.455 | .001 | .772 | 1.295 |

*(Nguồn: Kết quả chạy SPSS)*

## 4. Kết luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy có ba nhân tố chính ảnh hưởng đến hành vi của định giá viên bao gồm áp lực đến từ khách hàng, sự hỗ trợ của đồng nghiệp và chuyên môn của định giá viên. Từ đây, nghiên cứu đề xuất giải pháp hạn chế ảnh hưởng tiêu cực cũng như gia tăng ảnh hưởng tích cực của các nhân tố này:

*Thứ nhất*, Để giảm sự tác động tiêu cực của khách hàng trong quá trình định giá đất, định giá viên cần giải thích, phân tích về quyền lợi, trách nhiệm và nghĩa vụ của khách hàng một cách cụ thể, rõ ràng: cung cấp đầy đủ, chính xác thông tin của thửa đất, mục đích định giá và có sự trao đổi đúng đắn về mức giá mong muốn, tránh việc áp đặt giá và gây sức ép đối với định giá viên.

*Thứ hai*, Các định giá viên cần không ngừng nâng cao kiến thức, trình độ chuyên môn

của bản thân. Việc tuân thủ các quy định pháp luật, quy trình định giá cần được thực hiện nghiêm túc, mặt khác, do tính chất thông tin thị trường kém minh bạch, định giá viên không nên lạm dụng phương pháp so sánh mà nên vận dụng linh hoạt các phương pháp định giá khác nhau. Mỗi định giá viên phải đảm bảo sự độc lập, khách quan trong quá trình thực hiện định giá, tránh việc bị ảnh hưởng bởi lợi ích cá nhân mà dẫn tới hành vi vi phạm đạo đức, pháp luật. Thực tế đã chứng minh, định giá viên chuyên nghiệp với chuyên môn cao có thể chống lại sự ảnh hưởng tiêu cực của khách hàng. Bên cạnh đó, giữa các định giá viên cũng cần kết nối, xây dựng mạng lưới thông tin thị trường, hỗ trợ lẫn nhau trong quá trình thu thập, tìm kiếm thông tin.

*Thứ ba,* Các doanh nghiệp cần đưa ra các quy định chung rõ ràng, thống nhất giúp nhân viên và khách hàng có sự hợp tác hiệu quả. Đồng thời, các doanh nghiệp cũng nên có các khóa đào tạo thường xuyên để nâng cao chuyên môn cho định giá viên, cập nhật các quy định pháp luật, phương pháp định giá mới và đặc biệt là vấn đề thu thập, xử lý thông tin, giúp định giá viên hạn chế việc đưa ra quá nhiều giả định.

*Thứ tư,* Từ đây, cũng đặt ra vấn đề về tính công khai, minh bạch về thông tin trên thị trường BĐS. Cơ quan quản lý cần có các chính sách phù hợp xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu về giao dịch bất động sản phục vụ nhu cầu của người dân cũng như là cơ sở cho định giá viên thực hiện định giá.

Nghiên cứu dựa trên số liệu khảo sát của 252 định giá viên trên địa bàn thành phố Hà Nội với phương pháp chọn mẫu thuận tiện, do đó tính đại diện chưa cao. Trong tương lai, các nghiên cứu tiếp theo cần sử dụng cỡ mẫu lớn và mở rộng phạm vi nghiên cứu cũng như phát triển các hướng nghiên cứu khác để đảm bảo độ tin cậy cao hơn.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Achu, K. (2013). Client influence on property valuation: a literature review. *International Journal of Real Estate Studies*, *8*(2), 24-47.
2. Albrecht, W. S., Howe, K. R., & Romney, M. B. (1984). Deterring fraud: the internal auditor's perspective. *(No Title)*.
3. Ali, H. M., Ling, G. H. T., Sipan, I., Omar, M., & Achu, K. (2020). Effects of behavioural uncertainties in property valuation. *International Journal of Built Environment and Sustainability*, *7*(3), 69-79.
4. Amidu, A. R., & Tajudeen Aluko, B. (2007). Client influence in residential property valuations: an empirical study. *Property Management*, *25*(5), 447-461.
5. Babawale, G., & Omirin, M. (2011). Valuers' and valuation firms' characteristics as causes of inaccuracy in valuation in Nigeria. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, *2*(3), 12-23.
6. Beasley, M. S. (1996). An empirical analysis of the relation between the board of director composition and financial statement fraud. *Accounting review*, 443-465.
7. Cressey, D. R. (1953). *Other People's Money: A Study in the Social Psychology of Embezzlement*.
8. Cristobal, E., Flavian, C., & Guinaliu, M. (2007). Perceived e- service quality (PeSQ) measurement validation and effects on consumer satisfaction and web site loyalty. *Managing service quality: An international journal*, *17*(3), 317-340.
9. Diaz III, J., & Wolverton, M. L. (1998). A longitudinal examination of the appraisal smoothing hypothesis. *Real Estate Economics*, *26*(2), 349-358.
10. Evans, J. S. B. (1989). *Bias in human reasoning: Causes and consequences*. Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
11. Gallimore, P. (1996). Confirmation bias in the valuation process: a test for corroborating evidence. *Journal of Property Research*, *13*(4), 261-273.
12. Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). Multivariate data analysis.
13. Levy, D., & Schuck, E. (1999). The influence of clients on valuations. *Journal of*

*Property Investment & Finance*, *17*(4), 380-400.
14. Loebbecke, J. K., Eining, M. M., & Willingham, J. J. (1989). Auditors' Experience with Material Irregularities: Frequency, Nature, and Detectability. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, *9*(1).
15. Lord, C. G., Ross, L., & Lepper, M. R. (1979). Biased assimilation and attitude polarization: The effects of prior theories on subsequently considered evidence. *Journal of personality and social psychology*, *37*(11), 2098.
16. Mohammad, N. E. B. (2020). *A model of behavioural uncertainties influencing property valuation decision making* Universiti Teknologi Malaysia].
17. Newell, A., & Simon, H. A. (1972). *Human problem solving* (Vol. 104). Prentice-hall Englewood Cliffs, NJ.
18. Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill.
19. Nwuba, C. C., Egwuatu, U. S., & Salawu, B. M. (2015). Client influence on valuation: Valuers' motives to succumb. *Journal of Property Research*, *32*(2), 147-172.
20. Simon, H. A. (1978). Information-processing theory of human problem solving. *Handbook of learning and cognitive processes*, *5*, 271-295.
21. Skousen, C. J., Smith, K. R., & Wright, C. J. (2009). Detecting and predicting financial statement fraud: The effectiveness of the fraud triangle and SAS No. 99. In *Corporate governance and firm performance* (pp. 53-81). Emerald Group Publishing Limited.
22. Summers, S. L., & Sweeney, J. T. (1998). Fraudulently misstated financial statements and insider trading: An empirical analysis. *Accounting review*, 131-146.
23. Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases: Biases in judgments reveal some heuristics of thinking under uncertainty. *science*, *185*(4157), 1124-1131.
24. Wolff, E. B. (2003). *True value: an investigation into the valuation behavior of land developers and appraisers* Massachusetts Institute of Technology].

# NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN ĐỘNG LỰC LÀM VIỆC THÔNG QUA SỰ HÀI LÒNG CỦA NGƯỜI LAO ĐỘNG TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VIỆT Á LAND

**Huỳnh Thị Kim Loan[1]; Nguyễn Quyết Thắng[2,*]**
[1]Viện Đào tạo Sau đại học, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
[2]Khoa Quản trị Du lịch - Nhà hàng - Khách sạn,
Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: nq.thang@hutech.edu.vn.

## TÓM TẮT

Nghiên cứu này được thực hiện nhằm đánh giá các yếu tố tác động tạo nên sự hài lòng dẫn đến động lực làm việc của người lao động tại Công ty Cổ phần Đầu tư Việt Á Land. Bằng việc khảo sát 200 nhân viên thông qua việc đánh giá mô hình đo lường và mô hình cấu trúc PLS_SEM với phần mềm SMARTPLS 4,0. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng có 06 yếu tố tác động dương đến sự hài lòng và Động lực làm việc của người lao động tại Công ty, gồm: *Bản chất công việc, Thu nhập và phúc lợi, Đào tạo và thăng tiến, Quan hệ công việc, Khen thưởng công nhận, Môi trường làm việc*. Trên cơ sở nghiên cứu, tác giả đề xuất một số hàm ý nhằm góp phần nâng cao sự hài lòng và động lực làm việc của người lao động trong Công ty.
*Từ khóa:* Yếu tố tác động; Sự hài lòng; Động lực làm việc; Việt Á Land.

## 1. Giới thiệu

Động lực làm việc của mỗi cá nhân trong doanh nghiệp đóng vai trò rất quan trọng trong việc nâng cao hiệu suất làm việc cho mỗi cá nhân và tổ chức. Để đáp ứng yêu cầu phát triển doanh nghiệp đòi hỏi phải đảm bảo được nguồn nhân lực. Như vậy, yêu cầu tất yếu của doanh nghiệp là phải tạo được động lực cho đội ngũ người lao động trong đơn vị. Sự quan tâm đến và thực hiện tốt công tác tạo động lực làm việc có ý nghĩa quan trọng và rất lớn vì nó sẽ đem lại hiệu quả và lợi ích rất lớn cho các tổ chức, góp phần định hướng chiến lược phát triển lâu dài cho tổ chức và cho cả bản thân người lao người lao động (Nguyễn Quyết Thắng và Lê Vũ An, 2019). Nhiều nghiên cứu đã cho thấy mối liên hệ mật thiết giữa sự hài lòng trong công việc của người lao động với động lực của người lao động từ đó nâng cao năng suất và kết quả thực hiện công việc cũng như doanh thu và lợi nhuận của doanh nghiệp. Vì vậy, việc nâng cao sự hài lòng và động lực làm việc được xem là yếu tố quan trọng để doanh nghiệp phát triển bền vững (Mercurio, 2015).

Công ty Cổ phần Đầu tư Việt Á Land - Tiền thân là Đông Tây Investment, với chức năng chủ yếu là tư vấn – phân phối Bất Động Sản (thường được gọi là Việt Á Land). Sau hơn 10 năm hoạt động Công ty Cổ phần Đầu tư Việt Á Land đã vươn lên nằm ở vị trí "Top đầu" của cả nước. Công ty ngày càng khẳng định được vị thế độc tôn của mình với sự uy tín, minh bạch trong kinh doanh, tác phong chuyên nghiệp và tạo nên những dấu ấn đặc biệt trên thị trường Bất Động Sản. Công ty đã nhận được rất nhiều giải giải thưởng do nhiều tổ chức trao tặng như: "*Top 01 – Đại lý phân phối xuất sắc nhất dự án Vinhomes Grand Park (tháng 08/2021)"; Đại lý đạt thành tích bán hàng xuất sắc nhất "Chiến Dịch Mùa Xuân Quyết Thắng" (tháng 09/2022); Đại lý đạt thành tích bán hàng tốt nhất vào năm 2021, 2022 – Dự án Phú Quốc United Center v.v...* (Việt Á Land, 2022). Tuy nhiên bên cạnh những mặt đạt được, vẫn còn tồn tại những khó khăn cần phải điều chỉnh, đặc biệt là sự biện động về nguồn nhân lực cũng như công tác tạo động lực cho người lao động tại đơn vị. Diễn biến phức tạp

của đại dịch Covid-19 đã tác động rất lớn lên toàn ngành bất động sản, ảnh hưởng rất lớn đến tình hình kinh doanh và hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp bất động sản nói chung và Công ty Cổ phần Đầu tư Việt Á Land nói riêng. Điều này ảnh hưởng rất lớn đến tinh thần và động lực của người đang lao động tại Công ty. Để có thể thực hiện việc giải quyết vấn đề này cần nghiên cứu rõ các yếu tố có tác động đến động lực làm việc của đội ngũ lao động hay nhân viên tại Công ty Cổ phần Đầu tư Việt Á Land, sau đó đề xuất ra những hàm ý và kiến nghị để thực hiện việc nâng cao hiệu suất làm việc cho đội ngũ nhân viên nói chung.

## 2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

### *2.1 Cơ sở lý thuyết*

*2.1.1 Sự hài lòng trong công việc*

Việc hài lòng trong công việc phản ánh sự cảm nhận mà một nhân viên hài lòng hoặc không hài lòng công việc của mình, việc miêu tả sự hài lòng trong công việc là nói lên trạng thái cảm xúc của mỗi nhân viên trong công việc và thái độ của người lao động với thực tế mỗi công việc khác nhau. Việc hài lòng trong công việc là yếu tố cốt lõi tác động đến động lực của nhân viên trong ngành môi giới, dịch vụ. Điều này phản ánh rất rõ nét khi nhân viên hài lòng trong văn hóa công việc, trong môi trường trong ngành dịch vụ và trong công việc củ học thì khách hàng mới đạt được sự hài lòng nhiều hơn (Spector, 1997).

Việc hài lòng trong công việc cũng được hiểu như là một phản ứng về cảm nhận hoặc việc biểu hiện thái độ đối với công việc (Buitendach và De Witte, 2005). Việc hài lòng trong công việc bao gồm hai nội dung thành phần đó là nhận thức và tình cảm. Phần nhận thức chứa đựng việc suy nghĩ và niềm tin trong công việc của họ, trong khi phần tình cảm là sự nhận thức công việc theo hướng tiêu cực và tích cực của người lao động (Schleicher và cộng sự, 2004).

Các tác giả trong nghiên cứu của mình đã cho rằng sự hài lòng trong công việc có hai dạng cơ bản: môi trường, bầu không khí của công việc tại nơi lao động và cá tính cá nhân của mỗi người lao động. Hackman và Lawler (1971) đã thực hiện nghiên cứu mô hình "đặc điểm công việc" và Theorell và cộng sự (1990) thực hiện nghiên cứu mô hình "kiểm soát nhu cầu" đã xác định rõ nhiều khía cạnh của công việc và vị trí nơi làm việc rất quan trọng đối với việc độ hài lòng trong công việc và mức độ của nó. Ngoài ra, nghiên cứu còn chỉ ra, nhân viên nào có công việc tốt và có khả năng kiểm soát sẽ rất hài lòng trong công việc của bản thân họ. Judge và cộng sự, (2005) đã khẳng định rằng, việc hài lòng trong việc thực hiện công việc của họ là do đặc điểm công việc. Việc hài lòng trong khi thực hiện công việc còn được trình bày như là một biểu hiện về mức độ cảm nhận hạnh phúc của mỗi cá nhân có liên quan đến các hoạt động và khối lượng công việc của họ.

*2.1.2 Động lực làm việc*

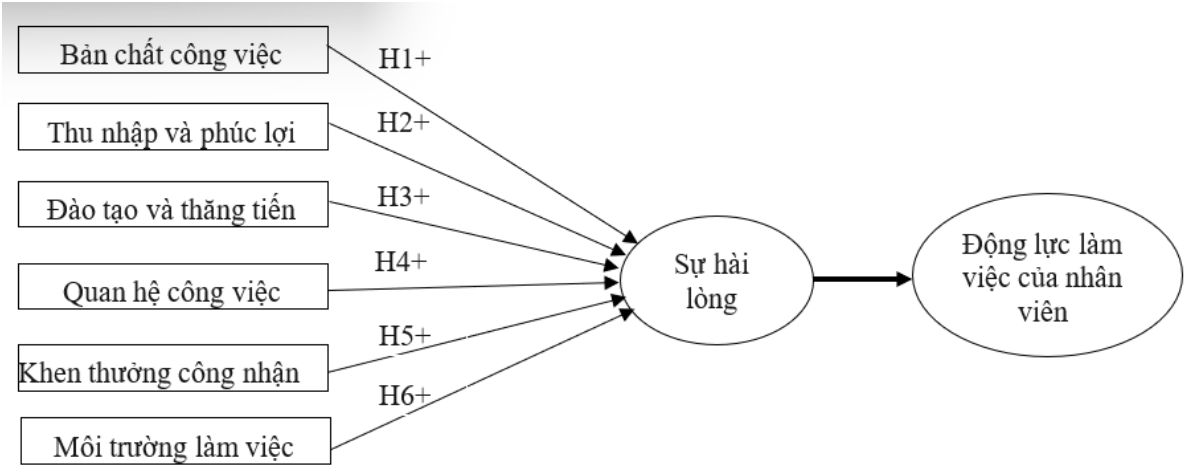
Động lực làm việc có thể hiểu theo nhiều hướng khác nhau: theo Nguyễn Vân Điềm, Nguyễn Ngọc Quân (2007), động lực có thể được hiểu là sự khát khao và sự tự nguyện của mỗi con người nhằm cố gắng nỗ lực để đạt được kết quả cụ thể (các khác có thể diễn đạt: động lực là bao gồm tất cả lý do điều khiển con người hành động). Động lực cũng chịu ảnh hưởng của nhiều nhân tố, các nhân tố này luôn thay đổi và khó nắm bắt. Theo Robbins (2013), "*Động lực làm việc là sự sẵn lòng thể hiện mức độ cao của nỗ lực để hướng tới các mục tiêu của tổ chức trên cơ sở thỏa mãn những nhu cầu cá nhân*". Theo Schmidt và cộng sự (2013), động lực là một quá trình diễn tiến tâm lý làm nền tảng cho việc định hướng, tạo nên sức mạnh và sự kiên trì của hành vi hoặc suy nghĩ. Động lực được nhìn thấy từ thái độ hành vi của mỗi người hoặc đó là kết quả mà nó có liên quan đến các hành vi. (Kinicki và Fugate, 2016) còn khẳng định Động lực là một trong bốn công cụ thiết yếu quan trọng của hành vi và hiệu suất của mỗi cá nhân.

Trên thế giới và tại Việt Nam đã có nhiều nghiên cứu trong ứng dụng lý thuyết động lực làm việc của mỗi nhân viên như: Nghiên cứu của Barzoki và các cộng sự (2012) cho rằng các yếu tố tạo động lực là các yếu tố: (1) An toàn của nghề nghiệp, (2) Chính sách tổ chức, (3)

Mối quan hệ đối với đồng nghiệp, (4) Giám sát của cấp trên và mối quan hệ, (5) Điều kiện khi làm việc, (6) Cuộc sống mỗi cá nhân; (7) Lương, thưởng. Tại Việt Nam, cũng có nhiều tác giả sử dụng mô hình của Kovach (1987) để phân tích các nhân tố tác động đến động lực làm việc của những người lao động như Bùi Thị Minh Thu và cộng sự (2014), Phạm Thị Minh Lý (2015), …và có sự điều chỉnh tên gọi các yếu tố cho phù hợp với đặc thù địa bàn nghiên cứu. Kết quả đã cho thấy các yếu tố tác động trực tiếp đến động lực làm việc của người lao động. Dựa trên nền tảng lý thuyết, các tác giả đã tro đổi và thảo luận với các chuyên gia để hình thành mô hình nghiên cứu với sự kế thừa các mô hình nghiên cứu trước đây và có điều chỉnh cho phù hợp với môi trường nghiên cứa, bao gồm những yếu tố: (1) Đặc điểm công việc; (2) Chính sách phúc lợi; (3) Tiền lương; (4) Môi trường điều kiện làm việc; (5) Cơ hội thăng tiến; (6) Đào tạo và phát triển; (7) Quan hệ trong công việc

### *2.2 Mô hình nghiên cứu đề xuất*

Qua cơ sở lý thuyết đã nêu, và kết quả nghiên cứu định tính thông qua việc thảo luận với các thành viên trong ban lãnh đạo của công ty, mô hình nghiên cứu được tác giả đề xuất và các giả thuyết sau:




**Hình 2-1. Mô hình nghiên cứu đề xuất**

*(Nguồn: tác giả đề xuất)*

*H1: Bản chất công việc có tác động tỷ lệ thuận (+) với sự hài lòng trong công việc của nhân viên*

*H2: Thu nhập có tác động tỷ lệ thuận (+) với sự hài lòng trong công việc của nhân viên*

*H3: Đào tạo và thăng tiến có tác động tỷ lệ thuận (+) với sự hài lòng trong công việc của nhân viên*

*H4: Khen thưởng và công nhận có tác động tỷ lệ thuận (+) với sự hài lòng trong công việc của nhân viên*

H5: *Môi trường làm việc có tác động tỷ lệ thuận (+) với sự hài lòng trong công việc của nhân viên*

H6: *Sự hài lòng trong công việc có tác động tỷ lệ thuận (+) với động lực làm việc của nhân viên*

## 3. Kết quả nghiên cứu

### *3.1. Thống kê mẫu nghiên cứu*

Phiếu khảo sát được phát đến nhân viên đang làm việc Công ty Cổ phần Đầu tư Việt Á Land. Tổng số bảng khảo sát được phát ra là 210, nhận về là 210 bảng. Sau khi kiểm tra đảm bảo tiêu chí làm sạch dữ liệu, cuối cùng còn 200 phiếu, đủ điều kiện để tiến hành nghiên cứu (thực hiện hai phân tích đó là phân tích PLS-SEM algorithm và phân tích Bootstrapping, sau đó thực hiện đánh giá "mô hình Đo lường" và đánh giá "mô hình Cấu trúc" để khẳng định mô hình nghiên cứu.

Bảng 3-1).

Để kiểm định mô hình nghiên cứu, theo sách "*A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* của theo Hair và cộng sự (2017), tác giả thực hiện hai phân tích đó là phân tích PLS-SEM algorithm và phân tích Bootstrapping, sau đó thực hiện đánh giá "mô hình Đo lường" và đánh giá "mô hình Cấu trúc" để khẳng định mô hình nghiên cứu.

***Bảng 3-1. Thông tin về mẫu nghiên cứu (n = 200)***

| Phân theo loại | Phân theo nhóm | Mẫu nghiên cứu | |
|---|---|---|---|
| | | Số lượng | Tỷ lệ % |
| Giới tính | Nam | 119 | 59,5% |
| | Nữ | 81 | 40,5% |
| Trình độ học vấn | Sau Đại học | 4 | 2,0% |
| | Đại học | 102 | 51,0% |
| | Cao đẳng | 56 | 28,0% |
| | Trung cấp trở xuống | 38 | 19,0% |
| Nhóm tuổi | 20-30 | 39 | 19,5% |
| | 31-40 | 116 | 58,0% |
| | 41-50 | 37 | 18,5% |
| | 51-60 | 8 | 4,0% |
| Chức danh | Cấp quản lý | 20 | 10,0% |
| | Nhân viên | 180 | 90,0% |

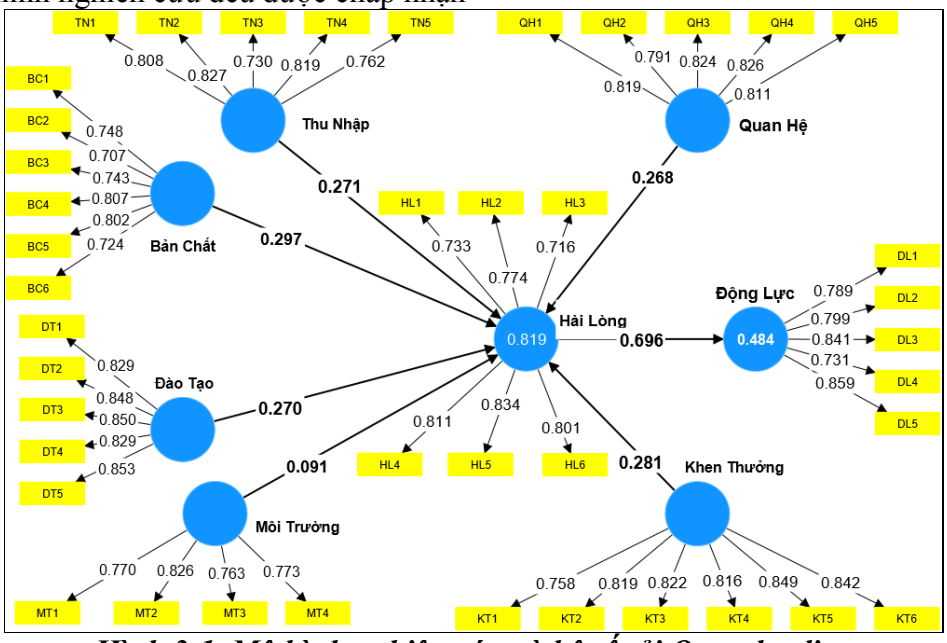
*(Nguồn: Dữ liệu khảo sát)*

### *3.2. Đánh giá mô hình Đo lường*

Theo Hair và cộng sự (2017) để đánh giá mô hình nghiên cứu tác giả tiến hành kiểm định các giá trị sau:

*3.2.1 Chất lượng biến quan sát thang đo kết quả*

Giá trị hệ số tải Outer loading được trình bày ở Hình 3-1, cho thấy các biến giả thuyết trong mô hình nghiên cứu đều được chấp nhận




***Hình 3-1. Mô hình nghiên cứu và hệ số tải Outer loading***

*(Nguồn: tác giả thực hiện đo lường trên phần mềm SMARTPLS 4.0)*

*3.2.2 Độ tin cậy thang đo (Reliability)*

SMARTPLS phiên bản 4 cung cấp 3 chỉ số để đánh giá độ tin cậy thang đo hay độ tin cậy nhất quán nội bộ đó là chỉ số *Cronbach's alpha, chỉ số Composite reliability rho_a, chỉ số Composite reliability rho_c (CR)*. Hair cùng cộng sự (2017) đề xuất tập trung vào chỉ số Cronbach's alpha và chỉ số Composite reliability rho_c có giá trị lớn hơn 0,7 là đạt.

*3.2.3 Tính hội tụ của thang đo kết quả*

Để đánh giá tính hội tụ của thang đo kết quả trên SMARTPLS, tác giả dựa vào chỉ số Average Variance Extracted (phương sai trung bình được trích AVE). Hock và Ringle (2010) cho rằng nếu chỉ số AVE đạt giá trị từ 0,5 trở lên thì thang đo đạt giá trị hội tụ. Mức 0,5 (50%) này có nghĩa biến tiềm ẩn mẹ trung bình giải thích được giá trị tối thiểu là 50% sự biến thiên của từng biến quan sát con.

Kết quả thể hiện ở Bảng 3-2 **Bảng chỉ số độ tin cậy nhất quán nội bộ của các biến trong mô hình**cho thấy tất cả cấu trúc các nhân tố đều có độ tin cậy cao vì hệ số Cronbach's alpha và hệ số Composite reliability (rho_c) đều lớn hơn 0,7. Chỉ số AVE đạt mức từ 0,5 trở lên.

**Bảng 3-2. Bảng chỉ số độ tin cậy nhất quán nội bộ của các biến trong mô hình**

| | **Cronbach's alpha** | **Composite reliability (rho_a)** | **Composite reliability (rho_c)** | **Average variance extracted (AVE)** |
|---|---|---|---|---|
| Bản Chất ((BC) | 0,849 | 0,852 | 0,889 | 0,571 |
| Hài Lòng (HL) | 0,870 | 0,873 | 0,902 | 0,607 |
| Khen Thưởng (KT) | 0,902 | 0,910 | 0,924 | 0,670 |
| Môi Trường (MT) | 0,798 | 0,835 | 0,864 | 0,614 |
| Quan Hệ (QH) | 0,873 | 0,877 | 0,908 | 0,663 |
| Thu Nhập (TN) | 0,850 | 0,867 | 0,892 | 0,624 |
| Đào Tạo (ĐT) | 0,897 | 0,900 | 0,924 | 0,708 |
| Động Lực (ĐL) | 0,865 | 0,880 | 0,902 | 0,648 |

*(Nguồn: tác giả thực hiện đo lường trên phần mềm SMARTPLS 4.0)*

*3.2.4 Đánh giá tính phân biệt thang đo (Discriminant Validity) qua chỉ số heterotrait-heteromethod correlations (HTMT)*

Henseler cùng cộng sự (2015) cho rằng, khi chỉ số HTMT của một cặp nhân tố lớn hơn 0,9 thì tính phân biệt của nhân tố sẽ bị vi phạm, còn khi chỉ số HTMT dưới 0,85 tính phân biệt được đảm bảo tốt.

***Bảng 3-3. Bảng giá trị HTMT***

| | Bản Chất | Hài Lòng | Khen Thưởng | Môi Trường | Quan Hệ | Thu Nhập | Đào Tạo | Động Lực |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Bản Chất | | | | | | | | |
| Hài Lòng | **0,639** | | | | | | | |
| Khen Thưởng | 0,153 | **0,647** | | | | | | |
| Môi Trường | 0,091 | 0,121 | **0,072** | | | | | |
| Quan Hệ | 0,288 | 0,690 | 0,337 | **0,086** | | | | |
| Thu Nhập | 0,547 | 0,724 | 0,236 | 0,065 | **0,426** | | | |
| Đào Tạo | 0,113 | 0,605 | 0,462 | 0,083 | 0,266 | **0,224** | | |
| Động Lực | 0,529 | 0,781 | 0,487 | 0,082 | 0,543 | 0,474 | **0,464** | |

*(Nguồn: tác giả thực hiện đo lường trên phần mềm SMARTPLS 4.0)*

Giá trị HTMT của các biến được thể hiện trong Bảng 3-3 cho thấy đều nhỏ hơn 0,85 nên các biến đều có sự phân biệt thang đo.

***3.3. Đánh giá mô hình Cấu trúc***

*3.3.1 Tính cộng tuyến của các biến độc lập (Collinearity)*

Hair cùng cộng sự (2019), trong nghiên cứu "*When to Use and How to Report the Results of PLS-SEM. European Business Review"*, đề xuất ngưỡng giá trị cho chỉ số VIF (variance inflation factor) là nhỏ hơn 3 thì mô hình không gặp hiện tượng cộng tuyến.

Giá trị VIF trong Bảng 3-4 đều nhỏ hơn 3, cho thấy các biến độc lập không gặp hiện tượng đa cộng tuyến.

***Bảng 3-4. Giá trị kiểm tra đa cộng tuyến (collinearity statistic)***

| | VIF |
|---|---|
| Bản Chất -> Hài Lòng | 1.32 |
| Khen Thưởng -> Hài Lòng | 1.33 |
| Môi Trường -> Hài Lòng | 1.004 |
| Quan Hệ -> Hài Lòng | 1.291 |
| Thu Nhập -> Hài Lòng | 1.49 |
| Đào Tạo -> Hài Lòng | 1.265 |
| Hài Lòng -> Động Lực | 1 |

*(Nguồn: tác giả thực hiện đo lường trên phần mềm SMARTPLS 4.0)*

*3.3.2 Ý nghĩa các quan hệ tác động trong mô hình (Path Coefficients)*

Theo Hair và cộng sự (2017), tác giả sử dụng kết quả phân tích Bootstrapping với giá trị định lượng thể hiện của *Path coefficients* và quan tâm chủ yếu vào hai giá trị trong Bảng 3-5 đó là: (1) Original sample: dấu của hệ số tác động chuẩn hóa của dữ liệu gốc; và (2) P values: Mức ý nghĩa của kiểm định t và sẽ so sánh mức ý nghĩa này với ngưỡng so sánh 0,05.

***Bảng 3-5. Bảng giá trị đánh giá ý nghĩa quan hệ tác động***

| | Original sample (O) | Sample mean (M) | Standard deviation (STDEV) | T statistics (\|O/STDEV\|) | P values |
|---|---|---|---|---|---|
| Hài Lòng -> Động Lực | 0,696 | 0,699 | 0,036 | 19,402 | 0,000 |
| Bản Chất -> Hài Lòng | 0,297 | 0,295 | 0,033 | 8,974 | 0,000 |
| Khen Thưởng -> Hài Lòng | 0,281 | 0,280 | 0,039 | 7,211 | 0,000 |
| Thu Nhập -> Hài Lòng | 0,271 | 0,270 | 0,044 | 6,147 | 0,000 |
| Đào Tạo -> Hài Lòng | 0,270 | 0,269 | 0,032 | 8,334 | 0,000 |
| Quan Hệ -> Hài Lòng | 0,268 | 0,266 | 0,034 | 7,984 | 0,000 |
| Môi Trường -> Hài Lòng | 0,091 | 0,082 | 0,043 | 2,112 | 0,035 |

*(Nguồn: tác giả thực hiện đo lường trên phần mềm SMARTPLS 4.0)*

Số liệu trình bày trong Bảng 3-5, giá trị P value đều nhỏ hơn 0,05 nên có ý nghĩa kiểm định, các giá trị trong cột Original sample (O) đều mang giá trị dương được sắp xếp theo giá trị giảm dần, cho chúng ta thấy các biến có mối quan hệ thuận chiều với nhau, phù hợp với giả thuyết nghiên cứu.

*3.3.3 Đánh giá hệ số xác định R bình phương (R square)*

R bình phương cho biết cho mức độ giải thích của các biến độc lập tác động lên biến phụ thuộc của mô hình nghiên cứu. Trong mô hình nghiên cứu có bao nhiêu biến phụ thuộc thì sẽ có bấy nhiêu hệ số R bình phương.

***Bảng 3-6. Hệ số xác định R bình phương (R square)***

| | R-square | R-square adjusted |
|---|---|---|
| Hài Lòng | 0,819 | 0,813 |
| Động Lực | 0,484 | 0,482 |

*(Nguồn: tác giả thực hiện đo lường trên phần mềm SMARTPLS 4.0)*

Trong mô hình nghiên cứu này có 2 biến có vai trò biến phụ thuộc là Hài lòng và Động lực, đo đó giá trị thể hiện trong Bảng 3-6 trình bày hai 2 giá trị của chỉ số R bình phương hiệu chỉnh của 2 biến này.

R bình phương hiệu chỉnh của "Hài lòng (HL)" bằng 0,813, như vậy các biến độc lập BC, KT, MT, QH, TN, ĐT giải thích được 81,3% sự biến thiên của biến HL.

R bình phương hiệu chỉnh của "Động lực (ĐL)" bằng 0,482, như vậy biến Hài lòng (HL) giải thích được 48,2% sự biến thiên của biến Động lực (ĐL).

*3.3.4 Đánh giá hệ số tác động f bình phương (f square)*

Cohen (1988) đã đề xuất bảng chỉ số f bình phương (f square) để đánh giá tầm quan trọng của các biến độc lập tác động đến biến phụ thuộc như sau:

- f square nhỏ hơn 0,02: mức tác động là rất nhỏ hoặc không tác động.
- f square trong khoảng từ 0,02 đến nhỏ hơn 0,15: mức tác động nhỏ.
- f square trong khoảng từ 0,15 đến nhỏ hơn: tác động mức trung bình.
- f square lớn hơn và bằng 0,35: mức tác động lớn.

***Bảng 3-7. Giá trị Hệ số f-square matrix trong phân tích PLS-SEM algorithm***

| | Bản Chất | Hài Lòng | Khen Thưởng | Môi Trường | Quan Hệ | Thu Nhập | Đào Tạo | Động Lực |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Bản Chất | | **0,370** | | | | | | |
| Khen Thưởng | | **0,329** | | | | | | |
| Đào Tạo | | **0,319** | | | | | | |
| Quan Hệ | | **0,308** | | | | | | |
| Thu Nhập | | **0,273** | | | | | | |
| Môi Trường | | **0,045** | | | | | | |
| Hài Lòng | | | | | | | | **0,940** |
| Động Lực | | | | | | | | |

*(Nguồn: tác giả thực hiện đo lường trên phần mềm SMARTPLS 4.0)*

Số liệu thể hiện ở bảng **Error! Reference source not found.** cho thấy biến "Bản chất" có tác động mạnh đến biến "Hài lòng" (f square =0,370 ≥ 0,35) , các biến Khen Thưởng, Đào Tạo, Quan Hệ, Thu Nhập có các giá trị f square nằm trong khoảng (0,15 ≤ f square < 0,35) nên có mức tác động trung bình đến biến "Hài lòng", còn "Môi trường" thì có f square= 0,045 <0,15 nên có mức độ tác động đến biến "Hài lòng" yếu hơn.

Số liệu thể hiện ở bảng **Error! Reference source not found.** cho thấy biến "Hài lòng" có tác động rất mạnh đến biến "Động lực" (f square =0,940 ≥ 0,35)

## 4. Kết luận và hàm ý quản trị

### *4.1. Kết luận*

Sau khi thực hiện các bước "đánh giá mô hình đo lường" và "đánh giá mô hình cấu trúc" thông qua việc triển khai hai phép phân tích PLS-SEM algorithm và phép phân tích Bootstrapping và đánh giá các hệ số cần thiết, tác giả nhận thấy để tạo động lực cho nhân viên đang công tác tại công ty, trước hết ban lãnh đạo cần chú ý đến sự hài lòng trong công việc của nhân viên, trong đó cần quan tâm đến các 5 vấn đề mà mô hình đã đề cập đó là Bản Chất công việc, sự Khen Thưởng, quá trình Đào Tạo, mối Quan Hệ với cấp lãnh đạo và đồng nghiệp, Thu Nhập và Môi Trường làm việc.

Thông qua việc thu thập số liệu được từ 200 bảng khảo sát và thực hiện kiểm định mô hình bằng phần mềm PLS-SMART 4,0, tác giả đề xuất 1 số hàm ý quản trị đến ban lãnh đạo và những người trực tiếp điều hành nhân viên cấp dưới những hàm ý quản trị sau.

### *4.2. Hàm ý quản trị*

*4.2.1 Hàm ý quản trị về "Bản chất công việc"*

Do đặc thù hoạt động của công ty là chuyên về mảng môi giới-bán hàng, nên hơn 85,6% nhân viên đảm nhận công việc ở nhiều mảng môi giới-bán hàng- dịch vụ khác nhau (Việt Á Land 2022), cho nên việc làm thỏa mãn "bản chất công việc" cho mỗi nhân viên trong công ty là đều mà ban lãnh đạo cần chú trọng, cần lắng nghe nguyện vọng, xác định kiến thức và thế mạnh của mỗi nhân viên trong từng mảng bán hàng mà có sự sắp xếp phân công hợp lý cho mỗi nhân viên. Tuy nhiên bản chất công việc của công ty cũng có tính mùa vụ, nên việc

đều động nhân sự đảm nhận nên cân nhắc cẩn thận để tạo nên sự cảm nhận hài lòng trong công việc được giao phó, qua đó thúc đẩy động lực làm việc của họ ngày càng tốt hơn.

*4.2.2 Hàm ý quản trị về "Khen thưởng"*

Ban lãnh đạo công ty nên xây dựng và đồng thời cải thiện các chính sách đãi ngộ khen thưởng minh bạch, công khai, công bằng trong các quy trình đánh giá, chính sách khen thưởng để nhân viên nắm rõ. Ngoài ra, công ty cần phải xây dựng chế độ thưởng đều cho nhân viên bán hàng ngoài việc thưởng theo doanh số bán hàng của từng nhân viên bởi vì như đã trình bày do dịch vụ bán hàng của công ty có nhiều mảng và theo mùa vụ. Có như vậy mới tạo nên sự hài lòng dẫn đến động lực làm việc của họ ngày càng tốt hơn, bởi vì đôi khi không phải họ không muốn bán hàng mà vì do vị trí phân công và yếu tố mùa vụ gây nên.

*4.2.3 Hàm ý quản trị về "Đào tạo"*

Ban lãnh đạo và bộ phận đào tạo cần xây dựng và hoàn thiện quy trình, chính sách đào tạo nhằm bổ sung kiến thức cho nhân viên ở lĩnh vực bán hàng khác mà họ chưa am hiểu. Từ đó có thể tạo ra một đội ngũ nhân viên có kiến thức bán hàng đa lĩnh vực, tạo ra nhiều cơ hội giúp nhân viên có thể thể hiện bản thân mình và thỏa mãn nhu cầu của việc thăng tiến. Vạch ra cho nhân viên nhận thức được lộ trình thăng tiến công danh, giúp nhân viên nhận thức được lộ trình dẫn tới công việc có vị trí cao nhất mà mỗi cá nhân có thể đạt trong tổ chức.

*4.2.4 Hàm ý quản trị về "Mối Quan hệ"*

Công ty cần xây dựng hệ thống văn hóa doanh nghiệp một cách nhất quán, quan tâm đến trải nghiệm nhân viên, hỗ trợ và khuyến khích nhân viên tham gia vào những hoạt động sinh hoạt đội nhóm, tình nguyện, và các hoạt động xã hội. Xây dựng một bộ quy tắc cách ứng xử, thể hiện sự đồng nhất trong mối quan hệ, cư xử giữa lãnh đạo với nhân viên và giữa các nhân viên với nhau. Có như vậy mới tạo nên sự hòa đồng, chia sẻ và gánh vác công việc giúp nhau nhằm giúp công ty hoạt động ngày càng tốt hơn.

*4.2.5 Hàm ý quản trị về "Thu nhập"*

Do đặc thù của công ty nên hầu hết thu nhập của nhân viên bán hàng có được là từ doanh số bán. Mức lương căn bản không đủ để họ duy trì cuộc sống ở mức tối thiểu. Chính vì vậy công ty cần xây dựng lại chính sách mức lương cơ bản tốt nhất để khi không bán được hàng, họ không nghỉ việc và vẫn có thể ở lại, tiếp tục hỗ trợ công việc ở những mảng hoạt động khác của công ty.

*4.2.6 Hàm ý quản trị về "Môi trường"*

Tuy có mức tác động yếu trong mô hình nghiên cứu vì đặc thù công việc của nhân viên là đi thực địa nhiều nên họ không quan tâm đến môi trường làm việc của họ trong công ty. Nhưng nếu công ty chú ý đến vấn đề này thì sẽ tạo nên động lực làm việc của họ tại công ty sẽ tốt hơn. Vì sau khi xong công việc ở thực địa họ sẽ quay về làm việc tại công ty và tiếp tục thực hiện một số công việc khác. Thông qua đó công ty cũng có thể quản lý tốt hơn nhân viên của mình trong công tác được giao./.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Nguyễn Vân Điềm, Nguyễn Ngọc Quân (2007), Giáo trình Quản trị nguồn nhân lực, NXB. Đại học Kinh Tế Quốc Dân Hà Nội.
2. Hà Nam Khánh Giao và Hoàng Văn Minh (2016)*, Các yếu tố ảnh hưởng đến động lực làm việc của công nhân tại Điện lực Tân Thuận, Tạp chí Công Thương, 10, tr 142-147.*
3. Hà Nam Khánh Giao - Nguyễn Văn Trưng, (2018). *Các yếu tố ảnh hưởng đến động lực làm việc của người lao động tại Công ty cổ phần Bia Sài Gòn - Miền Tây. Tạp chí Công Thương - Bộ Công thương, Số 12, tháng 9-2018, trang 192-198.*
4. Phạm Thị Minh Lý (2015). *Các nhân tố ảnh hưởng đến động lực làm việc của các doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Thành phố Hồ Chí Minh. Tạp chí Phát triển kinh tế, 26(3), tr. 64-81*
5. Nguyễn Quyết Thắng và Lê Vũ An (2019), Các yếu tố ảnh hưởng đến động lực làm việc của nhân viên tại Công ty cổ phần sữa Việt Nam – Chi nhánh khu vực Thủ Đức, *Tạp chí Kinh tế và dự báo*, số 27, tr 103 – 109.4

6. Bùi Thị Minh Thu, Lê Nguyễn Đoan Khôi (2014) , *Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến động lực làm việc của nhân viên trực tiếp sản xuất ở tổng công ty lắp máy Việt nam (lilama),* Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ.
7. Việt Á Land (2022), *Báo cáo tổng kết cuối năm*- Lưu hành nội bộ.
8. Buitendach, J. H., & De Witte, H. (2005). Job insecurity, extrinsic and intrinsic job satisfaction and affective organizational commitment of maintenance workers in a parastatal. *South African Journal of Business Management*, *36*, 27-38. https://doi.org/10.4102/sajbm.v36i2,625
9. Carr, G. (2005), *Investigating The Motivation Of Retail Managers At A Retail Organisation In The Western Cape, Mini-thesis submitted in partial fulfilment of the requirements for the degree of Magister Commercii, University of the Western Cape.*
10. Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences* (2nd ed.). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers
11. Hackman, J. R.,& Lawler, E. E. (1971). Employee reactions to job characteristics. *Journal of Applied Psychology,55*, 259- 286. https://doi.org/10.1037/h0031152
12. Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C.M. and Sarstedt, M. (2017) *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. 2nd Edition, Sage Publications Inc., Thousand Oaks, CA.
13. Hair, J.F., Risher, J.J., Sarstedt, M. and Ringle, C.M. (2019), "When to use and how to report the results of PLS-SEM", *European Business Review,* Vol. 31 No. 1, pp. 2-24. https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203.
14. Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the academy of marketing science*, *43*(1), 115-135. https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8
15. Hock, M., & Ringle, C. M. (2010). Local strategic networks in the software industry: an empirical analysis of the value continuum. *International Journal of Knowledge Management Studies*, *4*(2), 132-151.
16. Judge, T. A., Bono, J. E., Erez, A., & Locke, E. A. (2005). Core self-evaluations and job and life satisfaction: The role of self-concordance and goal attainment. *Journal of Applied Psychology,90*, 257- 268.https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.2,257
17. Kinicki, A.,& Fugate, M. (2016). *Organizational Behavior: A Practical Problem Solving Approach. New York: McGraw-Hill.*
18. Kovach, K. A. (1987), *What motivates employees? Workers and supervisors give different answers, Business Horizons, 30, pp. 58-65.*
19. Mercurio, Z. A. (2015). Affective commitment as a core essence of organizational commitment: An integrative literature review. *Human Resource Development Review, 14*(4), 389–414. https://doi.org/10.1177/1534484315603612.
20. Robbins, S. P. (2013), *Organizational Behavior, NewYork: Prentice Hall.*
21. Schleicher, D. J., Watt, J. D., & Greguras, G. J. (2004). Reexamining the job satisfaction performance relationship: The complexity of attitudes. *Journal of Applied Psychology, 89*, 165-177.https://doi.org/10.1037/0021- 9010.89.1.165
22. Schmidt, A. M., Beck, J. W., & Gillespie, J. Z. (2013). Motivation, in Weiner, I.B., Schmitt, N. W., & Highhouse, S. eds, *Handbook of Psychology, 12, Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 311.*
23. Shaemi Barzoki, Attafar, RezaJannati (2012), An Analysis of Factors Affecting the Employees Motivation based on Herzberg's Hygiene Factors Theory, Australian Journal of Basic and Applied Sciences.
24. Simons, T. & Enz, C. (1995), Motivating hotel employees, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 36, pp. 20-27.*

25. Spector, P. E. (1997). *Job Satisfaction: Application, Assessment, Causes, and Consequences*. Retrieved 1 13, 2024, from http://sk.sagepub.com/books/job-satisfaction.
26. Theorell, T., Karasek, R. A., & Eneroth, P. (1990). Job strain variations in relation to plasma testosterone fluctuations in working men: A longitudinal study. *Journal of Internal Medicine, 227*, 31- 36. https://doi.org/10.1111/j.1365- 2796.1990.tb00115.x

# CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN TÀI SẢN THƯƠNG HIỆU TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH THEO CẢM NHẬN CỦA SINH VIÊN: CƠ SỞ LÝ LUẬN

**Nguyễn Kiều Oanh*, Bùi Nhật Lê Uyên**
Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: ngkieuoanh1811@gmail.com.

## TÓM TẮT

Bài báo nhằm tổng hợp cơ sở lý thuyết về thương hiệu, tài sản thương hiệu trường đại học, trên cơ sở đó, tác giả đề xuất mô hình lý thuyết các nhân tố ảnh hưởng đến tài sản thương hiệu tại trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh. Mô hình nghiên cứu đề xuất giải thích rõ mối quan hệ giữa các nhân tố ảnh hưởng đến tài sản thương hiệu tại trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh, cụ thể là gồm 5 nhân tố chính: Nhận biết thương hiệu, Liên tưởng thương hiệu, Chất lượng cảm nhận, Trung thành thương hiệu và Cảm xúc cá nhân. Nghiên cứu cũng đề xuất một số hướng nghiên cứu trong tương lai.
*Từ khóa:* cảm nhận; sinh viên; nghiên cứu; thương hiệu; tài sản thương hiệu.

## 1. Giới thiệu

Trong bối cảnh toàn cầu hóa, việc xây dựng và phát triển thương hiệu là một phần không thể thiếu trong chiến lược hoạt động của bất kỳ tổ chức nào và giáo dục đại học tại Việt Nam cũng không nằm ngoài xu thế. Hiện nay, hệ thống giáo dục tại Việt Nam có khoảng 460 trường đại học và cao đẳng, bao gồm 224 trường đại học và 236 trường cao đẳng phân bố rộng khắp trên cả nước để đáp ứng nhu cầu học tập của người dân. Tại Thành phố Hồ Chí Minh, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh là một đơn vị đào tạo giáo dục có quy mô lớn, đối mặt với những thử thách lớn từ sự cạnh tranh trong lĩnh vực giáo dục đại học trong nước như: trường Đại học Văn Lang, trường Đại học Hoa Sen, trường Đại học Mở, …. và sự thâm nhập ngày càng sâu rộng của xu hướng giáo dục quốc tế. Chính vì vậy, một trong những mục tiêu quan trọng trong chiến lược xây dựng thương hiệu của trường là làm sao để nâng cao tài sản thương hiệu để củng cố vị thế của trường. Một thương hiệu trường đại học gắn liền với bản sắc riêng, uy tín và hình ảnh của nhà trường sẽ tạo dấu ấn mạnh mẽ đối với người học, đồng thời giúp nhận diện, phân biệt trường này với trường khác.

Nghiên cứu này sẽ cung cấp cho các nhà quản trị trường đại học tại Thành phố Hồ Chí Minh nói chung và trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh nói riêng các nhân tố có sức ảnh hưởng đến tài sản thương hiệu tại trường, qua đó có thể xây dựng các chiến lược xây dựng thương hiệu đúng hướng nhằm nâng cao tài sản thương hiệu và không những tăng giá trị cảm nhận của sinh viên mà còn phát triển số lượng khách hàng trung thành.

## 2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

### *2.1 Cơ sở lý thuyết*

Căn cứ trên nhiều lý thuyết khác nhau đã có từ các công trình nghiên cứu trong nước lẫn nước ngoài để kế thừa và phát triển, trong đó nền tảng là các nghiên cứu về tài sản thương hiệu của Aaker (1991), Keller (2001), Lassar, Mittal, & Sharma (1995) dựa trên mô hình tiếp cận khách hàng.

*2.1.1 Khái niệm thương hiệu*

Aaker (1991) định nghĩa thương hiệu là một logo, tên hoặc thậm chí là một bao bì giúp phân biệt sản phẩm hoặc dịch vụ của các nhà cung cấp khác nhau. Tuy nhiên, Marconi (1993) cho rằng thương hiệu không chỉ là một cái tên. Cái tên được tạo ra để nhận diện sản phẩm, trong khi thương hiệu được tạo ra để tăng thêm giá trị cho sản phẩm và tạo cho nó một chất riêng. Các nhà nghiên cứu khác cũng đưa ra những định nghĩa tương tự, nhấn mạnh rằng người mua phải nhận thức được hình ảnh độc đáo và giá trị gia tăng cho thương hiệu.

Theo Ambler và Styles (1996) thương hiệu là một tổng thể bao gồm nhiều yếu tố, là việc mà một đơn vị cung cấp cho người sử dụng các sản phẩm, dịch vụ nhằm giúp họ đạt được mục tiêu, thỏa mãn họ, đặc biệt giúp họ nhận diện được sự khác biệt của sản phẩm dịch vụ của các đơn vị cung cấp khác nhau.

*2.1.2 Khái niệm tài sản thương hiệu*

Khi thương hiệu được khẳng định và có tính hiện hữu đối với người tiêu dùng thì chính thương hiệu đó đã tạo ra giá trị gia tăng cho đơn vị sở hữu thương hiệu và được xem là một tài sản vô hình hay còn gọi là tài sản thương hiệu.

Theo Aaker (1991), tài sản thương hiệu là một tập hợp các tài sản, bao gồm nhận biết về tên tuổi, khách hàng trung thành, chất lượng cảm nhận và các mối liên kết gắn liền với thương hiệu, giúp tăng thêm giá trị cho sản phẩm hoặc dịch vụ cung cấp của thương hiệu đó.

Theo Keller (1993), tài sản thương hiệu là sự khác biệt về kết quả hay các hiệu ứng marketing được tích luỹ trong sản phẩm mang tên của một thương hiệu so với kết quả marketing được tích luỹ trong các sản phẩm cùng loại nhưng không mang tên của thương hiệu đó.

Theo Park và Srinivasan (1994), tài sản thương hiệu là phần chênh lệch giữa sự yêu thích thương hiệu tổng thể và sự yêu thích thương hiệu dựa trên các thuộc tính khác nhau nói riêng.

*2.1.3 Tài sản thương hiệu trong lĩnh vực giáo dục đại học*

Giáo dục đại học bao gồm công tác giảng dạy, nghiên cứu và các hoạt động dịch vụ xã hội liên quan đến lĩnh vực giảng dạy. Giáo dục đại học bao gồm các bậc học đại học và sau đại học. Mặc dù còn có nhiều ý kiến khác nhau về giáo dục có phải là dịch vụ hay không; tuy nhiên có sự thống nhất rằng, với phương châm lấy người học làm trung tâm, các cơ sở đào tạo nên coi sinh viên là đối tượng được cung cấp một loại dịch vụ đặc biệt là dịch vụ đào tạo. Xem đào tạo là một hình thức dịch vụ nên sinh viên sử dụng dịch vụ đào tạo cũng được xem là khách hàng (Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2010). Do đó để đáp ứng những yêu cầu khắt khe của xã hội hiện đại, các trường đại học cần phải cung cấp chất lượng giáo dục cao, xây dựng uy tín lớn, thành công trong tuyển sinh, tăng vị thế cạnh tranh, cung cấp các chương trình đào tạo có tính ứng dụng cao và đảm bảo sức mạnh tài chính (Beneke, 2011). Để thu hút khách hàng trong bối cảnh cạnh tranh đang tăng cao, các nhà quản lý trường đại học cần phải nhận thấy rằng họ cần phải lên chiến lược lâu dài.

Đồng thời, trong lĩnh vực giáo dục đại học ngày càng cạnh tranh, các tổ chức giáo dục đại học tư nhân phải đối mặt với những thách thức đáng kể khi tuyển sinh sinh viên mới (Bock et al., 2014). Tuyển sinh chỉ là khởi đầu của một mối quan hệ lâu dài mà các cơ sở giáo dục đại học tư thục cần vun đắp, không chỉ trong khi sinh viên theo học các chương trình mà còn sau khi tốt nghiệp. Cách các tổ chức quản lý mối quan hệ với sinh viên và cách sinh viên cảm nhận về thương hiệu của trường của họ có thể có tác động đến sự gắn bó với trường và lần lượt ảnh hưởng đến ý định của sinh viên tham gia với trường đại học trong tương lai. Thật vậy, Shcherbak & Marchenko (2016) định nghĩa: tài sản thương hiệu của trường đại học như một tập hợp các tài sản vô hình tạo ra năng lực độc quyền của một trường đại học trong lĩnh vực giáo dục và nghiên cứu, tạo nên hình ảnh, danh tiếng của cơ sở giáo dục. Thương hiệu trong ngành dịch vụ giáo dục theo quan điểm sinh viên là cảm nhận về giá trị gia tăng cho những trải nghiệm trong quá trình học

tập. Ngoài ra, một thương hiệu mạnh phản ánh một lời hứa đem lại sự hài lòng cho người học trong tương lai.

*2.1.4 Khái niệm nhận biết thương hiệu*

Nhận biết thương hiệu là khả năng khách hàng có thể nhận dạng và phân biệt những đặc điểm của một thương hiệu trong một tập các thương hiệu có mặt trên thị trường. Thể hiện sức mạnh của một thương hiệu hiện diện trong trâm trí khách hàng. Aaker (1996) đã định nghĩa sự nhận biết thương hiệu là: "khả năng khách hàng tiềm năng nhận ra và hồi tưởng rằng một thương hiệu là một bộ phận kết cấu của một loại sản phẩm nào đó".

Keller (1993) cho rằng nhận biết thương hiệu bao gồm: nhận ra thương hiệu và nhớ lại thương hiệu. Nhận ra thương hiệu liên quan đến khả năng của khách hàng nhận ra một thương hiệu nào đó đã biết khi các gợi ý về thương hiệu đó được đưa ra. Nhớ lại thương hiệu là khi khách hàng nhìn thấy một loại sản phẩm, họ có thể nhớ lại tên thương hiệu một cách chính xác.

*2.1.5 Khái niệm liên tưởng thương hiệu*

Liên tưởng thương hiệu là những hình ảnh, những điều hiển thị trong tâm trí, trong suy nghĩ và cảm nhận của khách hàng về một thương hiệu (Aaker, 1991). Trong tâm trí của khách hàng, khi nhắc đến một thương hiệu, những điểm tiêu biểu, cốt lõi của thương hiệu đó sẽ được nghĩ đến đầu tiên. Những điểm này có thể tồn tại trực tiếp hay gián tiếp, và chúng được tạo ra bởi chính thương hiệu đó.

*2.1.6 Khái niệm chất lượng cảm nhận*

Chất lượng cảm nhận là ý kiến của người tiêu dùng về khả năng của một thương hiệu sản phẩm/dịch vụ đáp ứng sự mong đợi của họ (Aaker, 1991). Chất lượng cảm nhận không hẳn là chất lượng thực sự của sản phẩm/dịch vụ mà là sự đánh giá chủ quan của người tiêu dùng về sản phẩm/dịch vụ. Cùng quan điểm đó, Zeithaml (1988) cho rằng chất lượng cảm nhận là đánh giá chủ quan của khách hàng về tổng thể sự hoàn hảo hoặc vượt trội của một sản phẩm. Chất lượng cảm nhận mang lại giá trị cho khách hàng bởi tạo ra những lý do khiến họ mua sản phẩm và bởi sự phân biệt với thương hiệu của đối thủ cạnh tranh (Yoo & Donthu, 2001). Nhân tố này tạo nên sự say mê của khách hàng đối với thương hiệu.

*2.1.7 Khái niệm trung thành thương hiệu*

Lòng trung thành thương hiệu như một cam kết sâu sắc và bền vững sẽ mua lại một sản phẩm hoặc quay lại một dịch vụ ưa thích trong tương lai, mặc dù những ảnh hưởng tình huống và tác động thị trường có khả năng gây ra những hành vi thay đổi bất thường (Oliver, 1997).

Trung thành thương hiệu thường được tiếp cận theo hai khía cạnh đó là:

*Khía cạnh Thái độ*: là sự cam kết mà một khách hàng đã có với một thương hiệu (Aaker, 1991), là xu hướng trung thành với một thương hiệu được chứng minh bởi ý định mua thương hiệu đó như là sự lựa chọn đầu tiên (Oliver, 1999) và Yoo & Donthu (2001) cũng đồng tình với quan điểm này.

*Khía cạnh hành vi*: Mức độ mà một đơn vị đã mua thương hiệu nào đó trong một đơn vị thời gian (Javalgi & Moberg, 1997), thông qua hành động mua lặp lại, sử dụng thương hiệu của một sản phẩm một cách thường xuyên.

*2.1.8 Khái niệm cảm xúc cá nhân*

Sự liên quan của cảm xúc trong việc xây dựng thương hiệu, Keller (1998) chỉ ra rằng những cảm xúc được khơi dậy trong quá trình sử dụng hoặc tiêu thụ sản phẩm có thể gắn liền chặt chẽ với thương hiệu. Ngoài ra, Gobe (2001) chỉ ra những khác biệt mang tính thế hệ trong cảm xúc thương hiệu và nhấn mạnh tầm quan trọng của việc sử dụng các chiến lược xây dựng thương hiệu cảm xúc khác biệt khi nhắm tới các thế hệ khác nhau. Điều này tiếp tục hỗ trợ sự liên quan của cảm xúc với tài sản thương hiệu.

***2.2 Các công trình nghiên cứu có liên quan***

*2.2.1 Các nghiên cứu quốc tế*

Theo bài nghiên cứu Đánh giá tài sản thương hiệu doanh nghiệp của các trường đại học công lập của Shuhaida Md Noor, Kamaruzzaman Abdul Manan và Haja Mydin Abdul Kuthoos (2019), Nghiên cứu xác định có 4 nhân tố ảnh hưởng đến tài sản thương hiệu doanh nghiệp của các trường đại học công lập ở Malaysia theo mức độ tác động giảm dần: Chất lượng cảm nhận, Sự tin tưởng, Sự liên quan, Nhận biết thương hiệu. Kết quả nghiên cứu chỉ ra được tầm quan trọng của việc xây dựng thương hiệu như một công cụ mạnh mẽ cho các trường đại học công lập ở Malaysia. Đồng thời hướng dẫn nhà quản trị rằng tài sản thương hiệu là tài sản quan trọng cần được phát triển và quản lý vì nó thể hiện nhận thức của sinh viên về dịch vụ và lợi ích mà nó mang lại.

Nghiên cứu của Suresh Raj Muhmurti và Gobinath Selvanayagam (2019) với đề tài: Tài sản thương hiệu trong việc lựa chọn cơ sở giáo dục đại học tư thục ở thung lũng Klang. Nghiên cứu xác định có 5 nhân tố ảnh hưởng đến tài sản thương hiệu đối với việc lựa chọn trường đại học tư nhân đó là: Nhận biết thương hiệu, Liên tưởng thương hiệu, Chất lượng cảm nhận, Sự trung thành thương hiệu, Sự cam kết. Trong nghiên cứu này, Nhận biết thương hiệu là tác động mạnh nhất đến Tài sản thương hiệu. Kết quả hồi quy cho thấy các trường đại học tư thục ở thung lũng Klang cần chú ý đến việc nâng cao tài sản thương hiệu của mình nhằm tăng sự lựa chọn giữa các trường.

Musa Pinar, Tulay Girard & Cigdem Basfirinci (2020): "Xem xét mối quan hệ giữa các khía cạnh tài sản thương hiệu và tài sản thương hiệu trường đại học: Một nghiên cứu thực nghiệm ở Thổ Nhĩ Kỳ", mục tiêu chính của nghiên cứu này là điều tra từ góc nhìn của sinh viên, vai trò của sự tương tác giữa các khía cạnh tài thương hiệu trong việc tạo ra một thương hiệu trường đại học lớn mạnh. Dữ liệu thu thập dựa trên 1.300 cuộc khảo sát từ sinh viên ở tất cả các trường cao đẳng của một trường đại học lớn của Thổ Nhĩ Kì, mô hình PLS-SEM đã cho thấy mối quan hệ đáng kể giữa các khía cạnh tài sản thương hiệu như (1) Nhận thức về thương hiệu, (2) Chất lượng cảm nhận, (3) Liên tưởng thương hiệu, (4) Môi trường học tập, (5) Cảm xúc, (6) Niềm tin thương hiệu, (7) Lòng trung thành với thương hiệu và (8) Danh tiếng của trường đại học. Các khía cạnh thương hiệu này ảnh hưởng chung và/hoặc riêng lẻ đến trải nghiệm học tập tại trường đại học của sinh viên, từ đó có thể tạo ra tài sản thương hiệu mạnh mẽ cho trường đại học.

Sử dụng mô hình tài sản thương hiệu dựa trên khách hàng trong bối cảnh giáo dục đại học: mô phỏng thương hiệu trường đại học hiện nay của Yulia Stukalina và Dmitry Pavlyuk (2021) chứng minh có 5 nhân tố ảnh hưởng đến tài sản thương hiệu trường Lavita: (1) Hiệu suất hoạt động, (2) Hình ảnh thương hiệu, (3) Sự nhận định, (4) Cảm xúc cá nhân, (5) Sự cộng hưởng thương hiệu. Kết quả nghiên cứu cho rằng có sự khác biệt đáng kể giữa nhận thức về tài sản thương hiệu và các yếu tố liên quan của sinh viên trong và ngoài nước.

*2.2.2 Các nghiên cứu trong nước*

Mô hình tài sản thương hiệu định hướng sinh viên: nghiên cứu với trường hợp khoa Marketing tại các trường đại học trên địa bàn Hà Nội của Vũ Thị Thu Hà (2019) xác định 4 yếu tố cơ bản quan trọng cấu thành nên tài sản thương hiệu của khoa marketing tại các trường đại học trên địa bàn Hà Nội: Sự nhận biết thương hiệu, Các liên tưởng thương hiệu, Sự trung thành với thương hiệu, Chất lượng cảm nhận. Trong đó, yếu tố Sự nhận biết thương hiệu tác động mạnh nhất. Kết quả nghiên cứu cho thấy các khoa marketing tại các trường đại học trên địa bàn Hà Nội cần quan tâm nhiều hơn đến việc nâng cao năng lực đội ngũ giáo viên nhà trường bằng cách tổ chức các khóa tập huấn và các chương trình học nâng cao kiến thức, giúp cho giảng viên có cơ hội phát huy kiến thức của mình vì đây là điều mà sinh viên rất quan tâm.

Theo Nguyễn Giác Trí, Trần Ngọc Mỹ và Đàng Quang Vắng (2021), nghiên cứu Các yếu tố tác động đến tài sản thương hiệu Trường Đại học Đồng Tháp – nghiên cứu dựa trên đánh giá của sinh viên cho thấy tài sản thương hiệu Trường Đại học Đồng Tháp không chỉ bị ảnh hưởng bởi nhận thức của sinh viên mà còn có thể dựa trên dịch vụ đào tạo. Có 5 yếu tố tác động đến tài sản

thương hiệu Trường Đại học Đồng Tháp dựa trên đánh giá của sinh viên: (1) Nhận biết thương hiệu, (2) Liên tưởng thương hiệu, (3) Chất lượng cảm nhận, (4) Lòng trung thành thương hiệu. Để nâng cao tài sản thương hiệu thì các nhà quản lý trường đại học cần tập trung vào quảng cáo để thu hút nhiều sự chú ý hơn của sinh viên tiềm năng trong việc lựa chọn trường đại học, đồng thời nâng cao chất lượng đội ngũ giảng viên, tạo môi trường học tập thân thiện cho sinh viên.

Hà Mỹ Trang, Nguyễn Thái Lập và Thạch Keo Sa Ráte (2022), với đề tài: "Đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến tài sản thương hiệu tại Trường Đại học Cần Thơ theo cảm nhận sinh viên" cho rằng việc cải tiến chương trình đào tạo cho phù hợp với nhu cầu của xã hội để tăng tài sản thương hiệu của nhà trường là cần thiết. Kết quả phân tích hồi quy đa biến cho thấy có 4 yếu tố tố ảnh hưởng đến tài sản thương hiệu tại Trường Đại học Cần Thơ: (1) Nhận biết về thương hiệu, (2) Liên tưởng thương hiệu, (3) Chất lượng cảm nhận, (4) Lòng trung thành thương hiệu ảnh hưởng đến tài sản thương hiệu và 4 yếu tố này đều tác động cùng chiều đến tài sản thương hiệu.

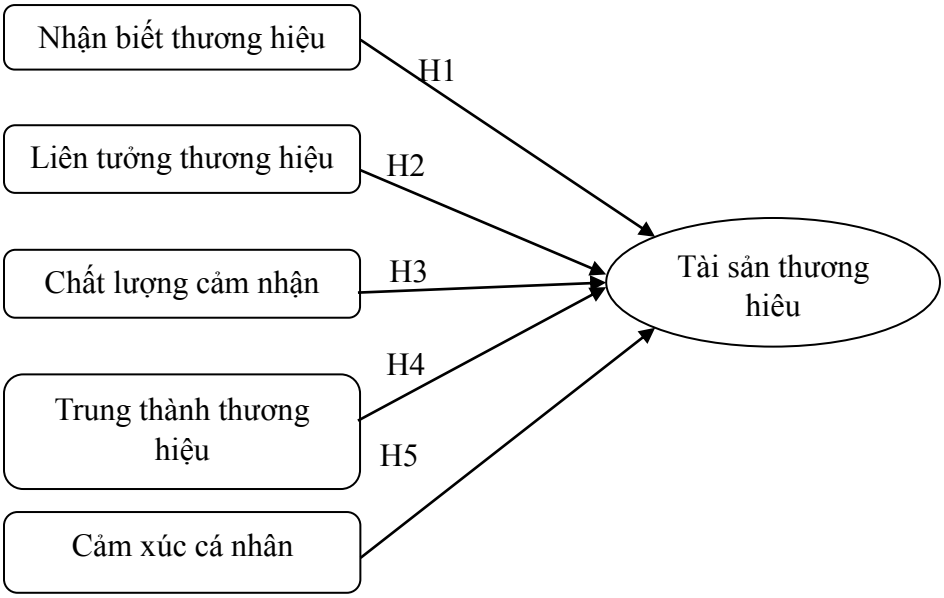
Nguyễn Thị Hồng Hạnh & Nguyễn Tuấn Đạt (2022), với đề tài: "Các nhân tố ảnh hưởng đến tài sản thương hiệu trường Đại học Bà Rịa – Vũng Tàu", dữ liệu của nghiên cứu được thu thập bằng cách gửi bảng khảo sát đến 400 sinh viên và cựu sinh viên trường đại học Bà Rịa – Vũng Tàu. Mô hình xác định được có bảy nhân tố tác động đến tài sản thương hiệu: (1) Chất lượng cảm nhận, (2) Danh tiếng thương hiệu, (3) Nhận biết thương hiệu, (4) Dịch vụ thư viện, (5) Phát triển nghề nghiệp, (6) Cơ sở vật chất, (7) Điều kiện sinh hoạt và các nhân tố này đều tác động thuận chiều đến biến phụ thuộc.

### *2.3 Mô hình nghiên cứu đề xuất và các giả thuyết nghiên cứu*

#### *2.3.1 Mô hình nghiên cứu đề xuất*

Từ các cơ sở lý luận trên cùng với các nghiên cứu được đề cập là tài liệu tham khảo quan trọng, làm cơ sở để tiếp cận các nhân tố ảnh hưởng đến tài sản thương hiệu trong nghiên cứu này. Tuy nhiên, việc nhận diện, dự đoán và xác định được những yếu tố nào cần đưa vào phân tích là vấn đề cần được thảo luận để lựa chọn mô hình và công cụ phân tích phù hợp nhằm đạt được mục tiêu đề ra.

Mô hình nghiên cứu lý thuyết (đề xuất) về các nhân tố ảnh hưởng đến tài sản thương hiệu tại trường Đại học Công nghệ Tp. HCM được đề xuất như Hình 1:




**Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất**

*2.3.2 Các giả thuyết nghiên cứu*

**Nhận biết thương hiệu:** Đối với trường đại học, sự nhận biết thương hiệu đại học thể hiện ở khả năng người học có thể nhận biết những đặc tính nổi bật, dễ nhận biết khi nói đến nhà trường, chủ yếu là các đặc điểm mô tả nhận biết bằng các giác quan thông thường, như logo, tên hiệu, cổng trường, khuôn viên nhà trường, đồng phục nhân viên, đồng phục sinh viên... của nhà trường, nó giúp dễ dàng phân biệt được trường đại học này với các trường đại học khác. Tuy nhiên, sự nhận biết này không chỉ thể hiện ở các cấp độ nhận ra thương hiệu, gợi nhớ thương hiệu, mà còn là sự ghi nhận thương hiệu đứng đầu tâm trí, cảm nhận đó là một trường đại học có danh tiếng. Theo Aaker (1991) thì nhận biết thương hiệu là giai đoạn đầu của quá trình quyết định sử dụng dịch vụ, cũng là nhân tố quan trọng đo lường sức mạnh của thương hiệu. Thương hiệu của trường đại học nào có độ nhận biết càng cao thì sức ảnh hưởng càng lớn, sản phẩm của thương hiệu đó được người học dễ dàng lựa chọn. Các nghiên cứu của Shuhaida Md Noor và các tác giả (2019), Suresh Raj Muhmurti và Gobinath Selvanayagam (2019); Musa Pinar, Tulay Girard & Cigdem Basfirinci (2020); Vũ Thị Thu Hà (2019); Nguyễn Giác Trí và các tác giả (2021); Hà Mỹ Trang và các tác giả (2022); Nguyễn Thị Hồng Hạnh & Nguyễn Tuấn Đạt (2022) đã chứng minh vai trò tích cực của nhận biết thương hiệu đến tải sản thương hiệu. Vì vậy, trong nghiên cứu này giả thuyết H1 được đề xuất:

***Giả thuyết $H_1$: Nhận biết thương hiệu có ảnh hưởng cùng chiều (+) đến Tài sản thương hiệu trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh theo cảm nhận của sinh viên.***

**Liên tưởng thương hiệu:** Đối với trường đại học, sự liên tưởng thương hiệu được thể hiện ở việc, khi nhắc đến trường đại học thì khách hàng liên tưởng tới những thuộc tính riêng biệt của trường đại học đó, là cơ sở để khách hàng lựa chọn nhà trường. Trong trí nhớ của khách hàng, trường đại học đó được liên tưởng tới một môi trường giáo dục tốt, các chuyên ngành/chương trình học đa dạng, có cơ sở vật chất đảm bảo tốt, đội ngũ giảng viên dày dặn kinh nghiệm. Thật vậy, các nghiên cứu của Suresh Raj Muhmurti và Gobinath Selvanayagam (2019); Musa Pinar, Tulay Girard & Cigdem Basfirinci (2020); Yulia Stukalina và Dmitry Pavlyuk (2021); Vũ Thị Thu Hà (2019); Nguyễn Giác Trí và các tác giả (2021); Hà Mỹ Trang và các tác giả (2022) đã chứng minh vai trò tích cực của liên tưởng thương hiệu đến tải sản thương hiệu. Vì vậy, trong nghiên cứu này giả thuyết H2 được phát biểu như sau:

***Giả thuyết $H_2$: Liên tưởng thương hiệu có ảnh hưởng cùng chiều (+) đến Tài sản thương hiệu trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh theo cảm nhận của sinh viên.***

**Chất lượng cảm nhận:** Đối với trường đại học, chất lượng cảm nhận được thể hiện ở sự cảm nhận của người học về chất lượng hay tính ưu việt của một thương hiệu trường đại học, đó là những đánh giá mang tính chủ quan và tương đối của người học đối với chất lượng đội ngũ giảng viên, các chương trình giảng dạy hay các hoạt động ngoại khóa của nhà trường… Các nghiên cứu của Shuhaida Md Noor và các tác giả (2019), Suresh Raj Muhmurti và Gobinath Selvanayagam (2019); Musa Pinar, Tulay Girard & Cigdem Basfirinci (2020); Yulia Stukalina và Dmitry Pavlyuk (2021); Vũ Thị Thu Hà (2019); Nguyễn Giác Trí và các tác giả (2021); Hà Mỹ Trang và các tác giả (2022); Nguyễn Thị Hồng Hạnh & Nguyễn Tuấn Đạt (2022) đã kiểm định vai trò tích cực của chất lượng cảm nhận đến tải sản thương hiệu. Trong nghiên cứu này giả thuyết H3 được phát biểu như sau:

***Giả thuyết $H_3$: Chất lượng cảm nhận có ảnh hưởng cùng chiều (+) đến Tài sản thương hiệu trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh theo cảm nhận của sinh viên.***

**Trung thành thương hiệu:** Trong lĩnh vực giáo dục, lòng trung thành thương hiệu được thể hiện qua việc sinh viên sẽ tiếp tục lựa chọn cơ sở đào tạo yêu thích của mình khi có nhu cầu khác về ngành học, bậc học hoặc truyền miệng tích cực về trường. Thương hiệu nào tạo được lòng trung thành cao thì lợi nhuận đem lại cho tổ chức càng cao, đồng nghĩa thương hiệu có giá

trị cao. Vì vậy, lòng trung thành chính là nhân tố có ảnh hưởng rất lớn đến tài sản thương hiệu, nhiều nghiên cứu đã minh chứng: Suresh Raj Muhmurti và Gobinath Selvanayagam (2019); Musa Pinar, Tulay Girard & Cigdem Basfirinci (2020); Vũ Thị Thu Hà (2019); Nguyễn Giác Trí và các tác giả (2021); Hà Mỹ Trang và các tác giả (2022). Từ đó, tác giả đề xuất giả thuyết H4 như sau:

***Giả thuyết $H_4$: Trung thành thương hiệu có ảnh hưởng cùng chiều (+) đến Tài sản thương hiệu trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh theo cảm nhận của sinh viên.***

**Cảm xúc cá nhân:** đối với lĩnh vực giáo dục đại học, liên hệ giữa kết nối cảm xúc của sinh viên với trường đại học và sự hài lòng tổng thể của sinh viên, và mối liên kết này tạo ra hiệu ứng hào quang như sinh viên cảm thấy tự hào khi theo học tại trường đại học. Một số nghiên cứu thể hiện vai trò tích cực của cảm xúc cá nhân đối với tài sản thương hiệu như của Musa Pinar, Tulay Girard & Cigdem Basfirinci (2020); Yulia Stukalina và Dmitry Pavlyuk (2021). Từ đó, tác giả đề xuất giả thuyết H5 như sau:

***Giả thuyết $H_5$: Cảm xúc cá nhân có ảnh hưởng cùng chiều (+) đến Tài sản thương hiệu trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh theo cảm nhận của sinh viên.***

**3. Đề xuất hướng nghiên cứu**

Khung lý thuyết được coi như trọng tâm của đề tài, cung cấp cơ sở để giải quyết các vấn đề đang được nghiên cứu. Nó bao gồm các lý thuyết và mô hình nghiên cứu liên quan trước đây. Dựa trên cơ sở lý thuyết đó, nghiên cứu này đã xác định một mô hình nghiên cứu đề xuất bao gồm 5 nhân tố chính ảnh hưởng: Nhận biết thương hiệu, Liên tưởng thương hiệu, Chất lượng cảm nhận, Trung thành thương hiệu và Cảm xúc cá nhân. Nhưng đây chỉ là khởi điểm của nghiên cứu, việc làm rõ cách các yếu tố này ảnh hưởng đến tài sản thương hiệu và xác định mức độ tác động mạnh yếu của chúng thông qua nghiên cứu định lượng là cần thiết. Dữ liệu sẽ được thu thập thông qua các câu hỏi khảo sát dành cho đối tượng nghiên cứu, sau đó nhập liệu, mã hóa và làm sạch thông qua phần mềm SPSS 27.0, tiếp theo là phân tích, đánh giá, kiểm định và hồi quy để làm rõ mục tiêu nghiên cứu. Cuối cùng là việc thực hiện kiểm định tương quan và hồi quy để xác định các yếu tố ảnh hưởng đến tài sản thương hiệu tại trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh theo cảm nhận của sinh viên.

Hiện tại mô hình đề xuất gồm 5 nhân tố ảnh hưởng chính nhưng chắc chắn còn nhiều nhân tố thực tế cần xem xét ảnh hưởng đến tài sản thương hiệu tại trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh như sự cam kết, danh tiếng của trường đại học, niềm tin thương hiệu, …

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Aaker, D. (1991). *Building Strong Brands, The Free Press.* New York.
2. Aaker, D. (1996). Measuring brand equity across products and markets. *California Management Review, 38,* 102-20.
3. Ambler, T., & Styles, C. (1996). Brand development versus new product development: towards a process model of extension decision. *Marketing Intelligence & Planning, 14*(7), 10-20.
4. Beneke, J. H. (2011). Marketing the Institution to Prospective Students – A Review of Brand (Reputation) Management in Higher Education. *International Journal of Business and Managament, 6*(1), 29-44.
5. Bock, D. E., Poole, S. M., & Joseph, M. (2014). Does branding impact student recruitment: A critical evaluation. *Journal of Marketing for Higher Education, 24*(1), 11-21.
6. Chatzipanagiotou, K., Veloutsou, C., & Christodou, G. (2016). Decoding the complexity of the consumer-based brand equity process. *Journal of Business Research, 69,* 5479-5486.

7. Cobb-Walgren, C. J., Beal, C., & Donthu, N. (1995). Brand equity, brand preferences, and purchase intent. *Journal of Advertising, 24*, 25-40.
8. Damodaran, A. (2002). Investment valuation: tools and techniques for determining the value of any asset. New York: Wiley.
9. De Chernatony, L. (1993). New direction – understanding the dynamic of brands as molecules. *Admap*, 21-3.
10. De Chernatony, L., & McDonald, M. (1998). *Creating Powerful Brands in Consumer, Services and Industrial Markets.* Butterworth-Heinemann.
11. De Chernatony, L., & McWilliam, G. (1989). The strategic implications of clarifying how marketers interpret brands. *Journal of Marketing Management, 5*(2), 153-71.
12. Feldwick, P. (1996). What is brand equity anyway, and how do you measure it? *Journal of the Market Research society, 38*(2), 85-104.
13. Gobe, M. (2001). *Emotional Branding: The New Paradigm for Connecting Brands to People.* New York: Allworth Press.
14. Hà, V. T. (2019). Tài sản thương hiệu định hướng sinh viên: nghiên cứu với trường hợp khoa Marketing tại các trường đại học trên địa bàn Hà Nội. *Tạp chí Khoa học & Công nghệ, 52*.
15. Hạnh, N. T., & Đạt, N. T. (2022). Các nhân tố ảnh hưởng đến tài sản thương hiệu trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu. *Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương*, 88-90.
16. Interbrand. (2020). *Best Global Brands 2020: Move in the Decade of Possibility.*
17. Javalgi, R. G., & Moberg, C. R. (1997). Service loyalty: implications for service providers. *Journal of Services Marketing, 11*(3), 165-179.
18. Kapferer, K. L. (1992). *Strategic Brand Management.* London: Kogan Page.
19. Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing consumer-based brand equity. *Journal of Marketing, 57*, 1-22.
20. Keller, K. L. (1998). *Strategic Brand Management.* New Jersey: Prentice Hall.
21. Keller, K. L. (2001). Building Customer-Based Brand Equity: A Blueprint for Creating Strong Brands. *Marketing Science Institute, Report Summary, 107*, 1-31.
22. Lassar, W., Mittal, B., & Sharma, A. (1995). Measuring customer-based brand equity. *Journal of Consumer Marketing, 12*(4), 11-19.
23. Marconi, J. (1993). *Beyond Branding: How Savvy Marketers Build Brand Equity to Create Products and Open New Markets.* Chicago: Probus Publishing Company.
24. Muhmurti, S. R., & Selvanayagam, G. (2019). Brand equity in selecting a private higher education institution in klang valley. *Berjaya Journal of Services & Management, 12*, 78-89.
25. Netemeyer, R. G., Krishnan, B., Pullig, C., Wang, G., Yagci, M., Dean, D., . . . Wirth, F. (2004). Developing and validating measures of facets of customer-based brand equity. *Journal of Business Research, 57*(2), 209-224.
26. Ngọc, C. N. (2010). Giá trị cảm nhận về đào tạo Đại học từ góc nhìn sinh viên.
27. Noor, S. M., Manan, K. A., & Kuthoos, H. M. (2019). Assessing Corporate Brand Equity of Public Universities. *Jurnal Komunikasi: Malaysia Journal of Communication Jilid, 35*(3), 283-299.
28. Oliver, R. L. (1997). *A Behavioral Perspective on the consumer.* New York: McGraw-Hiil.
29. Park, C. S., & Srinivasan, V. (1994). A survey-based method for measuring and understanding brand. *Journal of Marketing Research, 31*(2), 271-288.
30. Philip, K. (1998). *Marketing managament.* Praha: Grada Publishing.

31. Pinar, M., Girard, T., & Basfirinci , C. (2020). Examining the relationship between brand equity dimensions and university brand equity: An empirical study in Turkey. *International Journal of Educational Management, 34*(7), 1119-1141.
32. Shocker, A. D., & Weitz, B. (1988). A perspective on brand equity principles and issues", Defining, Measuring, and Managing Brand Equity. *Marketing Science Institute*, 88-104.
33. Simon, C. J., & Sullivan, M. W. (1993). The measurement and determinants of brand equity: A financial approach. *Marketing Science, 12*(1), 28-52.
34. Stukalina, Y., & Pavlyuk , D. (2021). Using customer-based brand equity model in the higher education context: simulating the current university's brand. *Business, Management and Economics Engineering, 19*(2), 272-288.
35. Trang, H. M., Lập, N. T., & Raté, T. K. (2022). Đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến tài sản thương hiệu tại trường Đại học Cần Thơ theo cảm nhận sinh viên. *Tạp chí Khoa học xã hội, 17*(2), 106-120.
36. Trí, N. G., Mỹ, T. N., & Vắng, Đ. Q. (2021). Các yếu tố tác động đến tài sản thương hiệu trường Đại học Đồng Tháp - nghiên cứu dựa trên đánh giá của sinh viên. *Tạp chí Khoa học Đại học Đồng Tháp, 10*(6), 29-39.
37. Trọng, H., & Ngọc, C. N. (2008). *Phân Tích Dữ Liệu Nghiên Cứu Với Spss.* NXB Hồng Đức.
38. Winters, L. C. (1991). Brand equity measures: some recent advances. *Marketing Research, 3*, 70-73.
39. Yoo, B., & Donthu, N. (2001). Developing and Validating a Multidimensional Consumer-based Brand Equity Scale. *Journal of Business Research, 52*, 1-14.
40. Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing, 52*, 2-22.

# DỊCH VỤ CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG QUA TRANG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TẠI CÔNG TY SHOPEE

**Nguyễn Thanh Trường An***
Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: ntt.an2018@gmail.com.

## TÓM TẮT

Mục đích chung của nghiên cứu nhằm tìm hiểu nhu cầu khách hàng khi mua sắm trực tuyến trên trang thương mại điện tử Shopee, giúp khách hàng có mong muốn được mua sắm và được chăm sóc trong quá trình mua sắm. Về Công ty Shopee xác định được mong muốn từ khách hàng và tìm ra những phương pháp một cách hiệu quả để hoàn thiện tốt dịch vụ chăm sóc khách hàng khi sử dụng trang thương mại điệ tử shopee. Nhìn nhận được điểm mạnh và điểm yếu khi khách hàng mua hàng trên trang thương mại điện tử, với các dịch vụ chăm sóc khách hàng của trên trang TMĐT tại Shopee. Từ đó đưa ra các giải pháp nâng cao dịch vụ chăm sóc khách hàng, nhằm thu hút khách hàng.
*Từ khóa:* Thị trường Thương mại điện tử Việt Nam; Shopee; mua hàng trên trang TMĐT.

## 1. Giới thiệu

Ngành TMĐT là một sự phát triển thay đổi lớn về cách giao nhận hàng hóa, sản phẩm đến người người mua, việc tạo ra những quy trình đặt hàng và giao hàng qua các kênh TMĐT phải qua nhiều công đoạn và hoạt động sản xuất thường được tiến hành ở nhiều nước. Trong đó các nhà sản xuất với thương hiệu nổi tiếng, các nhà buôn, nhà bán lẻ lớn đóng vai trò then chốt trong việc thiết lập mạng lưới sản xuất và định hình việc tiêu thụ hàng loạt thông qua các kênh bán hàng mạnh và sự phụ thuộc của chúng vào những chiến lược dịch vụ chăm sóc khách hàng.

Trong những năm gần đây Thị trường Thương mại điện tử Việt Nam (TMĐT) ngày càng được mở rộng và hiện đã trở thành phương thức kinh doanh phổ biến được doanh nghiệp, người dân biết đến. Sự đa dạng về mô hình hoạt động, về đối tượng tham gia, về quy trình hoạt động và chuỗi cung ứng hàng hóa, dịch vụ với sự hỗ trợ của hạ tầng Internet và ứng dụng công nghệ hiện đại. Cũng chính vì sự phát triển TMĐT ngày này cao dẫn đến Công ty Shopee có thêm nhiều đối thủ canh tranh cùng lĩnh vực.

Thị trường mua sắm trực tuyến Việt Nam sôi nổi và ngày càng được người tiêu dùng ưa chuộng. Hiện nay, tại Việt Nam, có gần 44 triệu lượt người tham gia mua sắm trực tuyến. Chính phủ đã đề ra mục tiêu đến năm 2025 có 55% dân số tham gia mua sắm trực tuyến với doanh số khoảng 35 tỷ USD. Dữ liệu được trích từ nguồn tạp chí Công Thương.

Theo báo cáo hoạt động thương mại điện tử năm 2022, so với các quốc gia khác trong khu vực như Indonesia, Malaysia, Philippines, Singapore… và một số nước trong khu vực Đông Nam Á thì Việt Nam là quốc gia có tỷ lệ người dân tham gia mua sắm trực tuyến đứng thứ 2 (chiếm 49%, năm 2021), sau Singapore (chiếm 53%). Thị trường mua sắm trực tuyến Việt Nam được xem là thị trường sôi động và sôi nổi, nhiều tiềm năng phát triển trong giai đoạn sắp tới.

Shopee ra đời nhằm tạo ra một trang thương mại điện tử để cung cấp cho khách hàng trải nghiệm việc mua sắm trực tuyến một cách dễ dàng, an toàn và tiện lợi bởi quá trình thanh toán và vận chuyển nhanh chóng. Bên cạnh đó Shopee sẽ tạo ra một môi người kinh doanh cho các cá nhân, tổ chức, doanh nghiệp muốn quảng bá, tiếp thị và phân phối sản phẩm của mình đến với

khách hàng. Rất đơn giản chỉ cần vài thao tác đăng ký và đăng tải, mô tả sản phẩm thì tất các mọi người để có thể mở một gian hàng trên Shopee và đây cũng chính là cơ hội kinh doanh trực tuyến dành cho bất kì cá nhân, tổ chức nào.

Những năm gần đây, Shopee luôn dẫn đầu về lượt truy cập từ người dùng vào website lớn nhất hiện nay đem đến cho khách hàng dễ dàng tìm kiếm các sản phẩm thiết yếu đáp ứng nhu cầu người dùng. Công ty Shopee là một trong những nền tảng thương mại điện tử phổ biến và phát triển nhanh chóng tại khu vực Đông Nam Á. Với sứ mệnh mang đến trải nghiệm mua sắm trực tuyến thuận tiện và đa dạng cho khách hàng, Shopee đã trở thành một trong những công ty hàng đầu trong lĩnh vực này.

**2. Thực trạng vấn đề**

Thực trạng của trang TMĐT Shopee hiện nay: Mặc dù là trang TMĐT đứng đầu về lượng truy cập và người mua sắm, tuy nhiên trong khoảng thời gian gần đây, rất nhiều người dùng kể cả nhà bán hàng lẫn người mua đều đang than phiền vì chất lượng dịch vụ của đơn vị vận chuyển Shopee gây nên phiền toái cho khách hàng và cả người bán trên trang TMĐT này. Hiện nay chưa có báo cáo nào về dịch vụ khách hàng được công bố nhưng từ phỏng vấn khách hàng và qua các phản hồi của khách hàng về sản phẩm, dịch vụ của Shopee còn có nhiều ý kiến quan ngại, chưa hài lòng về chất lượng sản phẩm và dịch vụ. Còn nhiều ưu điểm trong Công ty Shopee dẫn đến sự vận hành trang TMĐT chưa được nhiều sự hài lòng của khách hàng về trang TMĐT Công ty Shopee. Vì vậy phải nghiên cứu xác định các yếu tố dịch vụ khách hàng của Shopee trên thị trường Thương mại điện tử so với các đối thủ cạnh tranh để tăng mức độ hài lòng của dịch vụ khách hàng, thu hút khách hàng mới và giữ chân khách hàng cũ.

Trong thời đại hiện nay các thiết bị di động, công nghệ ngày càng phát triển, tiện ích càng nhiều, từ đó các trang thương mại điện tử ra đời nhằm mua bán sản phẩm từ các doanh nghiệp. Là nơi mà các người bán và người mua thuận tiện khi mua sắm sản phẩm mà không cần phải đến trực tiếp của hàng, thông qua trên các trang thương mại điện tử như trang thương mại điện tử của Công ty Shopee.

Nhờ nhu cầu mua sắm cao từ các giới trẻ hiện nay, trang thương mại điện tử không thể thiếu vì tính tiện lợi nhằm thúc đẩy khách hàng mua sắm, không phân biệt giới tính, độ tuổi, ngành nghề. Tốc độ phát triển thương mại điện tử ngày càng cao, các trang thương mại điện tử ngày càng đa dạng phổ biến trên các trang Website, Facebook, và các App ứng dụng mua sắm như Shopee, Tiki, Sendo,..

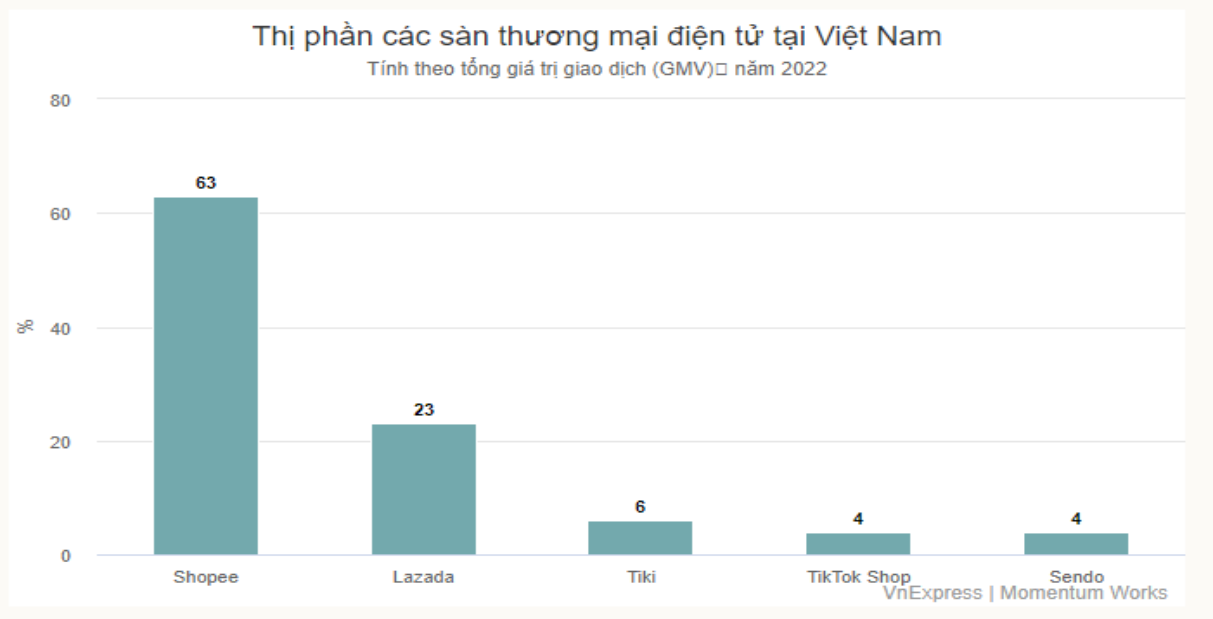
Truyền thông ngày càng phong phú đa dạng, như vậy việc bán và mua sản phẩm không thể thiếu đến dịch vụ chăm sóc khách hàng khi mua sắm trên trang thương mại điện tử. Thói quen mua săm hàng hóa của người tiêu dùng Việt Nam cũng có những thay đổi tích cực từ mua sắm trực tiếp chuyển sang mua sắm trực tuyến, một phần giúp cho người dùng trải nghiệm thêm về công nghệ.

Trong 9 tỷ USD giao dịch qua 5 sàn thương mại điện tử đa ngành lớn nhất Việt Nam năm ngoái thì 90% thuộc Shopee, Lazada, TikTok Shop.

Số liệu vừa được công bố trong báo cáo "Thương mại điện tử ở Đông Nam Á" của công ty tư vấn và quản lý đầu tư công nghệ Momentum Works (Singapore). Trong đó, 9 tỷ USD là tổng giá trị giao dịch (GMV) qua 5 sàn thương mại điện tử đa ngành lớn nhất Việt Nam, bao gồm: Shopee, Lazada, Tiki, TikTok Shop và Sendo. (Theo VNEXPRESS, 2023).

*(Nguồn: Reputa)*

**Hình 1. Top 5 sàn thương mại điện tử (đa ngành hàng) phổ biến trên MXH năm 2022.**




*(Nguồn: VNEXPRESS)*

**Hình 2. Thị phần các sàn thương mại điện tử tại Việt Nam năm 2022.**

Thị phần năm ngoái của Shopee chiếm áp đảo với 63%, gấp 2,7 lần sàn đứng thứ hai là Lazada. Ngoài ra, dù là tân binh nhưng TikTokShop - tính năng thương mại điện tử nằm trong ứng dụng mạng xã hội video ngắn TikTok - đã chiếm được 4% thị phần, cao hơn Sendo.

***2.1 Khái niệm dịch vụ***

Từ điển Bách Khoa Việt Nam định nghĩa "Dịch vụ" như sau: những hoạt động phục vụ nhằm thoả mãn những nhu cầu sản xuất, kinh doanh và sinh hoạt. Tuỳ theo trường hợp, DV bao gồm: một công việc ít nhiều chuyên môn hoá, việc sử dụng hằn hay tạm thời một tài sản, việc sử dụng phối hợp một tài sản lâu bền và sản phẩm của một công việc. Một khái niệm khác về "Dịch vụ là bất kỳ hoạt động hay lợi ích nào mà chủ thể này cung cấp cho chủ thể kia, trong đó đối

tượng cung cấp nhất thiết phải mang tính vô hình và không dẫn đến quyền sở hữu một vật nào cả, còn việc sản xuất dịch vụ có thể hoặc không có thể gắn liền với một sản phẩm vật chất nào". (Philip Kotler, 2006).

***2.2 Khái niệm thương mại điện tử***

Từ điển Bách Khoa Việt Nam định nghĩa "Dịch vụ" như sau: (A. electronic commerce, e-commerce), hoạt động thương mại tiến hành nhờ các phương tiện máy tính được nối mạng. TMĐT có thể xuất hiện giữa người dùng và doanh nghiệp hoặc giữa hai doanh nghiệp qua dịch vụ thông tin trực tuyến, qua Internet hay qua hệ thống bản tin BBS. TMĐT cũng có thể xuất hiện giữa nhà cung cấp và máy tính khách hàng thông qua trao đổi dữ liệu điện tử.

***2.3 Quy trình dịch vụ chăm sóc khách hàng***

- Trên app ứng dụng hoặc website có các trường để khách hàng đặt câu hỏi vào phần tin nhắn và góp ý.
- Tin nhắn trả lời tự động: nhằm để khách hàng thấy được sự quam tâm khi cần hỏi ý

Ví dụ: câu tin tín trả lời tự động như sau "Chào bạn, chúng tôi sẽ phản hồi cho bạn vào thời gian sớm nhất có thể. Xin cảm ơn".

- Đội ngủ nhân viên hỗ trợ khách hàng trong quá trình mua bán sản phẩm trên ứng dụng hoặc website Shopee.
- Hỗ trợ khách hàng trước bán: Tư vấn về các chính sách khi mua hàng, khuyến mãi,..
- Hỗ trợ khách hàng sau bán: Tư vấn khách hàng chính sách, quy trình đổi trả hàng hóa, thanh toán,… Khi bên mua hàng muốn đổi trả hàng hóa về nơi bán.
- Vận chuyển: hỗ trợ khách hàng vận chuyển đến các nơi khó khăn về địa lý, hỗ trợ khách hàng giao hàng nhiều lần nếu trường hợp khách hàng không nhận được hàng vào ngày nhận hàng đầu tiên.
- Khảo sát người tiêu dùng: Sau khi người mua nhận được hàng, sẽ nhận được phiếu khảo sát trực tuyến nhằm đánh giá mức độ hài lòng về sản phẩm, cũng như đánh giá nhân viên giao hàng, doanh nghiệp bán sản phẩm, shopee.

**Cách cải thiện chỉ số Chăm sóc Khách hàng**

1. Phản hồi Chat và tin nhắn trả giá trong **vòng 12 giờ** kể từ khi nhận được chúng.
2. **Kiểm tra Shopee Chat** thường xuyên để không bỏ lỡ bất kỳ tin nhắn hoặc trả giá mới nào.
3. **Xếp lịch** vào các thời gian cụ thể trong ngày để phản hồi Người mua.
4. Sử dụng phiím tắc tin nhắn tại trang **Trợ lý Chat** để lưu trước các tin nhắn Người bán thường xuyên gửi. Những tin nhắn này sẽ được tính vào Tỷ lệ phản hồi Chat.
5. Thiết lập câu hỏi của shop tại trang **Hỏi - Đáp** để cung cấp tức thì câu trả lời cho các câu hỏi thường gặp. Tính năng Hỏi-Đáp sẽ không được tính vào Tỷ lệ Phản hồi Chat, nhưng sẽ giúp Người bán quản lý các thắc mắc phổ biến và giảm nhu cầu Người mua gửi tin nhắn Chat.
6. **Hiểu rõ cách tính** tỷ lệ phản hồi chat. Người bán cần phải xác định được:

- Các tin nhắn Người bán phải phản hồi khi nhận được.
- Các tin nhắn Người bán gửi được tính là phản hồi Chat.

Ngoài ra, Người bán có thể tuân thủ theo 3 nguyên tắc sau để mang lại dịch vụ tuyệt vời cho Người Mua thông qua Shopee Chat.

1. **Phản hồi nhanh chóng**: hãy trả lời tin nhắn nhanh chóng để giúp Người mua đưa ra quyết định mua hàng và thúc đẩy doanh thu bán hàng của Shop.
2. **Phản hồi lịch sự và thu hút**: nắm bắt nhu cầu mua hàng của Người mua và cá nhân hoá phản hồi của Shop sao cho phù hợp.
3. **Phản hồi chuyên nghiệp và kiên nhẫn**: cung cấp dịch vụ hỗ trợ trước và sau khi bán hàng để củng cố lòng trung thành của Người mua.

Thiết lập sẵn các câu trả lời sau để chúng tự động gửi đến Người mua qua Shopee Chat bằng tính năng Hỏi - Đáp.

**Hỏi - Đáp TRƯỚC khi mua hàng:**

| Câu hỏi thường gặp | Câu trả lời gợi ý |
|---|---|
| **Chi tiết sản phẩm/ Shop** | Chào bạn, rất cảm ơn bạn đã quan tâm đến sản phẩm của Shop mình ạ. <câu trả lời riêng cho từng câu hỏi> |
| **Sản phẩm này còn không?** | Vâng, sản phẩm trên vẫn còn hàng các size/ màu/ kích cỡ này bạn ạ.<br>HOẶC<br>Ôi tiếc quá ạ. Sản phẩm này tạm thời hết hàng rồi ạ. Hàng mới sẽ được cập nhật vào <xx> ngày nữa. Shop sẽ báo với bạn khi hàng đã về nhé. Rất xin lỗi bạn về điều này. |
| **Shop có đồng ý cho trả hàng sau khi đã nhận không?** | Vâng ạ, Shop vẫn luôn đánh giá cao việc cung cấp trải nghiệm tốt cho khách hàng nên trong trường hợp sản phẩm có vấn đề do lỗi từ Shop, bạn sẽ được quyền trả lại hàng miễn là phù hợp với Chính sách trả hàng và hoàn tiền của Shopee bạn nhé. |
| **Shop có thể giảm giá cho sản phẩm này không?** | Cảm ơn bạn đã quan tâm đến sản phẩm của Shop. Giá của sản phẩm này đã là mức giá cố định thấp nhất rồi ạ. Tuy nhiên Shop có thể giảm giá thêm cho bạn nếu bạn mua tối thiểu <số lượng> sản phẩm của Shop. |

**Hỏi - Đáp SAU khi mua hàng:**

| Câu hỏi thường gặp | Câu trả lời gợi ý |
|---|---|
| **Tôi đã đặt hàng, gửi hàng cho tôi sớm nhất có thể nhé** | Chào bạn, cảm ơn bạn đã chọn mua sản phẩm của Shop. Shop đang xử lý đơn hàng của bạn để đơn hàng được giao đến bạn trong thời gian sớm nhất có thể. Bạn có thể yên tâm theo dõi trạng thái đơn hàng tại trang **Đơn mua** của mục **Tôi** trên Ứng dụng Shopee. |
| **Đơn hàng của mình đến đâu rồi?** | Chào bạn, đơn hàng của bạn Shop đã nhận và đang xử lý rồi nhé. Dự kiến bạn sẽ nhận được hàng vào <xx> ngày, bạn có thể yên tâm theo dõi trạng thái đơn hàng tại trang **Đơn mua** của mục **Tôi** trên Ứng dụng Shopee. |
| **Sản phẩm tôi nhận bị hư hỏng/ không đúng với đơn đã đặt** | Cảm ơn bạn đã chọn mua sản phẩm của Shop. Shop rất xin lỗi vì sự cố đáng tiếc bạn gặp phải.<br>- Để hoàn tiền/ trả hàng, vui lòng chọn **Yêu cầu hoàn tiền/ trả hàng** tại trang **Đơn mua** của mục **Tôi** trên Ứng dụng Shopee và thực hiện theo các hướng dẫn.<br>- Nếu bạn đã lỡ nhấn chọn **Đã nhận được hàng**, hãy liên lạc với Shop qua Shopee Chat để được hỗ trợ giải quyết nhé |
| **Không hài lòng với chất lượng sản phẩm đã nhận** | Chào bạn, Shop rất xin lỗi khi sản phẩm không đáp ứng được mong đợi của bạn.<br>Bạn hãy chia sẻ thêm cho Shop biết lý do bạn không hài lòng với sản phẩm của Shop. Shop trân trọng các ý kiến đóng góp của bạn và sẽ cải thiện chất lượng sản phẩm hơn nữa trong tương lai.<br>Để tạ lỗi, bạn hãy nhận và sử dụng Mã giảm giá này <mã giảm giá> cho lần mua sắm sau tại Shop nhé. Cảm ơn bạn rất nhiều.<br>**Lưu ý**: Shop có thể thay đổi câu trả lời tùy thuộc vào hướng giải quyết của Shop. |

*(Nguồn: banhang.shopee.vn)*

**- Ưu điểm:** Shopee là một trang thương mại điện tử mua sắm trực tuyến lớn hàng đầu trong nước, rất thuận lợi cho người tiêu dùng Việt dễ dàng mua sắm hàng hóa trong nước và Quốc tế, thu hút nhiều khách hàng tiềm năng. Tuy nhiên đối với TMĐT, Người mua vào trang Shopee thường sẽ tìm kiếm sản phẩm muốn mua trước theo nhu cầu.

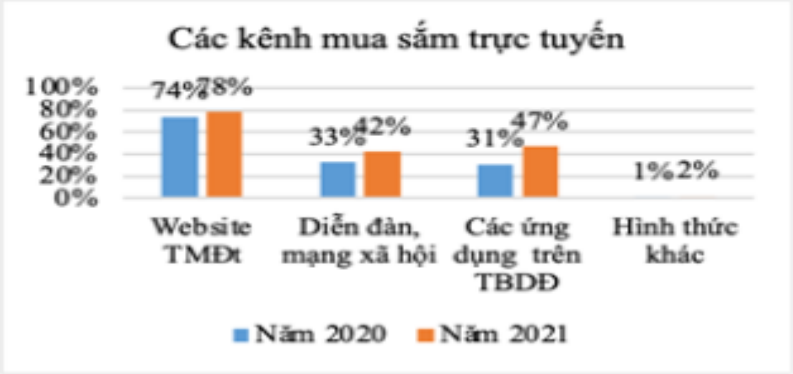
Do đó, các Shop đều có cơ hội tiếp cận và thu hút lượng khách hàng mới và tiềm năng nhờ vào sản phẩm và chất lượng dịch vụ/chăm sóc khách hàng của Shop. Người bán có thể tập trung tối ưu những điểm sau để thu hút khách hàng mới:

- Đầu tư vào hình ảnh sản phẩm và trang trí gian hàng.
- Dịch vụ hỗ trợ và chăm sóc khách hàng để nhận được các đánh giá tốt (khách hàng mới thường dựa vào đánh giá Shop và sản phẩm để quyết định mua hàng).
- Tận dụng các chương trình Marketing của Shopee và sử dụng các công cụ/dịch vụ hỗ trợ bán hàng

**Đơn giản hóa quá trình vận hành và giao hàng:** Việc bán hàng trên mạng xã hội mất khá nhiều thời gian khi người bán phải quản lý đơn hàng khá thủ công, trả lời từng tin nhắn, sao chép thông tin đơn hàng vào hệ thống quản lý đơn, hệ thống vận đơn,… Người bán cần nhiều thời gian và nguồn nhân lực để xử lý, theo dõi và quản lý đơn hàng, chăm sóc khách hàng và tiến hành các giao dịch mua bán, vận chuyển.

Tại Shopee, Kênh Người Bán chuyên biệt gồm nhiều tính năng giúp Người bán theo dõi hiệu suất bán hàng, quản lý và giám sát xuyên suốt các khâu từ khâu tiếp thị, vận chuyển đến xử lý đơn hàng và sản phẩm, giúp cho việc vận hành được tinh gọn hơn.

***Biểu đồ 2: Các kênh mua sắm trực tuyến [7]***




***Biểu đồ 3: Các trở ngại khi mua sắm trực tuyến [7]***

*(Nguồn: Tạp chí Công Thương)*

- Nhược điểm: Bên cạnh những lợi ích mang lại, hoạt động mua sắm trực tuyến còn tiềm ẩn một số rủi ro cho người tiêu dùng. Theo báo cáo thương mại điện tử 2021, người tiêu dùng gặp phải nhiều trở ngại, như: giá (44%), chất lượng kém (42%), lo ngại bị lộ thông tin (33%), vận chuyển và giao nhận kém (25%)…

- Rủi ro tài chính: Người tiêu dùng có khả năng gặp phải các rủi ro tài chính và các rủi ro tương tự, kể cả rủi ro xã hội. Việc người tiêu dùng không kiểm soát được các hành vi mua sắm của mình. Quy trình lựa chọn và mua hàng hóa trực tuyến khá đơn giản.

- Rủi ro bị đánh cắp thông tin: Việc sử dụng các thiết bị điện tử có kết nối internet để tham gia mua sắm trực tuyến tiềm ẩn những rủi ro có hại cho người tiêu dùng. Khi mua sắm hàng hóa trên các sàn giao dịch điện tử hoặc mạng xã hội, người tiêu dùng phải khai báo các trường dữ liệu liên quan đến thông tin cá nhân của mình. Điều này tiềm ẩn những rủi ro bị mất thông tin nếu các thiết bị điện tử bị xâm hại. Theo báo cáo Thương mại điện tử năm 2021, người tiêu dùng càng ngày càng có xu hướng sử dụng hình thức thanh toán ATM (39%), thẻ ghi nợ - tín dụng (20%) và ví điện tử (23%).

- Rủi ro sản phẩm: Rủi ro này liên quan đến hiệu quả hoặc chất lượng hàng hóa và dịch vụ mà người tiêu dùng lựa chọn thông qua mua sắm trực tuyến.

- Rủi ro không nhận được hàng: Việc người tiêu dùng mua sắm trực tuyến trong nhiều trường hợp, họ đã vạch ra kế hoạch về thời gian nhận hàng và mục đích sử dụng sản phẩm hoặc dịch vụ.

- Rủi ro về chính sách đổi trả: Đây là những điều khoản liên quan đến việc người tiêu dùng nếu như không hài lòng với những món đồ họ mua, họ có thể đổi lại một cách dễ dàng.

**3. Kết luận**

Dựa các số liệu từ hình 1 và hình 2, cho thấy được sự phát triển của nền tảng công nghệ đang áp dụng cho mọi loại hình mà doanh nghiệp nào cũng phải cần đến, đặc biệt các doanh nghiệp đang sử dụng loại hình kinh doanh trên thương mại điện tử, thị trường thương mại điện tử rất lớn không chỉ là xuất hiện ở một địa phương hay một quốc gia mà nó còn phát triển rộng trên toàn khu vực của quốc gia đó. Riêng thị trường thương mại điện tử tại Việt Nam cho thấy rằng người tiêu dùng mua sắm trên các trang thương mại điện tử ngày càng gia tăng vì mong lại tính tiện lợi, vì được giao hàng tận nơi, lựa chọn sản phẩm phù hợp vào thời gian mà khách hàng có nhu cầu tìm kiếm, đa dạng về các sản phẩm trên cùng một ứng dụng hoặc website mua hàng, có nhân viên hỗ trợ giải đáp thắc mắc về sản phẩm hoặc quá trình vận chuyển, thanh toán tiện lợi qua nhiều ngân hàng. Và cho thấy được thị phần mà Shopee đem đến cho người dùng đa dạng hơn các doanh nghiệp khác, từ các dữ liệu trên cho thấy được Shopee ngày càng phát triển đem đến người tiêu dùng có thêm nhiều lựa chọn sản phẩm và ứng dụng dễ dùng cùng theo đó là sự hỗ trợ từ đội ngũ nhân viên Shopee hỗ trợ khách hàng cực kì tốt.

Hiện nay còn nhiều khu vực kho hàng hóa chưa đáp ứng đủ sức chứa số lượng hàng hóa, kho hàng hóa nhỏ và nhân viên vận chuyển ít. Gây kẹt kho hàng, chậm chuyển giao hàng hóa đến khách hàng. Khách hàng sẽ có tâm trạng lo lắng về đơn hàng nằm ở đâu, khi nào được nhận hàng, bộ phận chăm sóc khách hàng sẽ là cầu nối giải quyết các vấn đề khi khách hàng không hài lòng.

**TÀI LIỆU KHAM KHẢO**


1. Nguyễn Hồng Quân và Nguyễn Thị Kim Ngân (2019). Sự hài lòng đối với các website của các doanh nghiệp bán lẻ trực tuyến trong lĩnh vực điện tử: Nghiên cứu tại thị trường Hà Nội. Tạp chí Kinh tế & Phát triển, số 269, 32-41.
2. Bộ Công Thương (2022). Sách trắng Thương mại điện tử Việt Nam 2022, công bố ngày 12/09/2022.

3. Nguyễn Danh Nam, Lê Thu Hằng, Nguyễn Thị Nguyệt, (2023). Nghiên cứu sự hài lòng của người tiêu dùng khi mua sắm trên các sàn thương mại điện tử tại Hà Nội, Tạp chí tài chính.
4. TH (2022). Phát triển thương mại điện tử phải đảm bảo an ninh mạng. Báo Điện tử Chính phủ. https://baochinhphu.vn/phat-trien-thuong-mai-dien-tu-phai-dam-bao-an-toan-an-ninh-mang-10222051614034901.htm.
5. Tạp chí Công Thương (2023). Thực trạng và giải pháp phát triển thương mại điện tử ở Việt Nam. https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/thuc-trang-va-giai-phap-phat-trien-thuong-mai-dien-tu-o-viet-nam-109074.htm.
6. Shopee (2023). Lợi ích khi bán hàng trên nền tảng Thương mại điện tử so với mạng xã hội. https://banhang.shopee.vn/edu/article/12792/loi-ich-khi-ban-hang-tren-nen-tang-thuong-mai-dien-tu-so-voi-mang-xa-hoi.
7. Shopee (2022). Chuyện gì xảy ra khi dịch vụ chăm sóc khách hàng của Shopee không đạt yêu cầu. https://banhang.shopee.vn/edu/article/14640

# GIẢM DƯ LƯỢNG THUỐC BẢO VỆ THỰC VẬT TRÊN NÔNG SẢN SAU THU HOẠCH – GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG NÔNG SẢN VIỆT NAM

**Võ Văn Nhật Thành[1,2], Võ Thị Như Thảo[3,*]**
[1]Viện Đào tạo Sau đại học, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
[2]Công ty Cổ phần Thuốc Sát Trùng Việt Nam, Thành phố Hồ Chí Minh.
[3]Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: vtn.thao@hutech.edu.vn.

**TÓM TẮT**

Bài viết cho cái nhìn tổng quan về thực trạng dư lượng thuốc bảo vệ thực vật (BVTV) trong nông sản quá mức cho phép sau thu hoạch. Phương pháp nghiên cứu sử dụng là phương pháp định tính sử dụng dữ liệu thứ cấp. bài nghiên cứu đã chỉ ra thực trạng nhập khẩu thuốc bảo vệ thực vật tràn lan trên thị trường, việc sử dụng thiếu kiểm soát và điều này đã trở thành rào cản của mặt hàng nông sản khi xuất khẩu sang các nước. Để khắc phục tình trạng dư lượng thuốc bảo vệ thực vật quá mức trên nông sản sau thu hoạch, cần có sự hợp tác chặt chẽ giữa người tiêu dùng, người sử dụng thuốc bảo vệ thực vật và các cơ quan Quản lý Nhà nước. Giải pháp bao gồm việc tăng cường giáo dục, đầu tư vào nghiên cứu và phát triển công nghệ mới, xây dựng hệ thống giám sát và kiểm soát, cũng như khuyến khích sử dụng phương pháp bảo vệ thực vật tự nhiên.
*Từ khóa*: Mức tồn dư; Nông sản; Thuốc bảo vệ thực vật.

## 1. Giới thiệu

Trong nông nghiệp lâu nay đã không còn xa lạ với việc sử dụng các chất hóa học, thuốc trừ sâu, thuốc bảo vệ thực vật (thuốc BVTV) đã không còn xa lạ với chúng ta. Tuy nhiên vì mục đích lợi nhuận mà nhiều nông dân đã dùng những chất cấm để phun cho cây trồng hay là sử dụng các loại thuốc BVTV với nồng độ lớn vượt ngưỡng cho phép làm dư lượng thuốc BVTV trên nông sản.

Số liệu sau khi giám sát nhanh chất lượng nông sản 6 tháng đầu năm 20223 trên 8164 mẫu nông lâm thủy sản sau thu hoạch thì phát hiện 183 mẫu vi phạm an toàn thực phẩm với tỷ lệ 2,24%, so với cùng kì của năm 2022 là 3,6% và 2021 là 5,375. Riêng kiểm tra chất lượng nông sản xuất khẩu, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã chứng nhận 100.000 lô/ 1400000 tấn hàng thủy sản đi các thị trường, con số này tăng tương ứng 1,5% so với giai đoạn 2017-2019. Con số này cho thấy ngành nông lâm thủy sản nói chung và nông sản nói riêng đã bắt đầu có xu hướng giảm, tuân thủ quy định về đảm bảo chất lượng an toàn thực phẩm tuy nhiên con số này còn khá lớn so với các nước khác cho thấy tình hình dư lượng thuốc BVTV trên nông sản tại Việt Nam đang diễn biến rất phức tạp và khó kiểm soát.

Thị trường các loại thuốc BVTV càng trở nên sôi động hơn khi được cung cấp, sản xuất bởi nhiều doanh nghiệp trong và ngoài nước. Chỉ riêng thị trường Việt Nam thì có khoảng 300 doanh nghiệp hoạt động kinh doanh lĩnh vực này trong đó một trong những công ty đứng đầu trong việc sản xuất thuốc BVTV là công ty cổ phần Thuốc sát trùng Việt Nam với doanh thu hàng năm chạm mức 600 tỷ đồng và đang cạnh tranh khốc liệt để vươn lên danh sách các doanh nghiệp đứng đầu của ngành. Điều này cũng tạo ra thách thức với chính phủ trong việc quản lý chất lượng sản phẩm của các doanh nghiệp kinh doanh lĩnh vực này, tránh tình trạng thuốc BVTV kém chất lượng tràn lan trên thị trường.

Việc các quốc gia châu Âu và các nước phát triển từ chối nhập khẩu các sản phẩm mặt hàng nông nghiệp như rau củ Việt Nam vì lượng thuốc trừ sâu vượt mức cho phép điển hình đã diễn ra phổ biến nhiều năm nay, vụ việc gần đây là vào ngày 07/04/2023 Hàn Quốc đã thông báo những nhập khẩu sản phẩm ớt của Việt Nam sau khi phát hiện ớt Việt Nam dư lượng thuốc trừ sâu trong khi Hàn Quốc là thị trường xuất khẩu lớn thứ 3 của nước ta. Đây là một trong hàng nghìn vụ việc về việc các nước khác thu hồi và từ chối nhập khẩu hàng của nước ta, gây ảnh hưởng rất lớn đến kinh tế, sức khỏe người dân, gây thiệt hại về tài chính và uy tín của nước xuất khẩu và cả mối quan hệ giữa các nước với nhau. Các quy định và tiêu chuẩn an toàn thực phẩm của các quốc gia nhập khẩu ngày càng nghiêm ngặt hơn khi mà xu hướng tiêu dùng xanh và phát triển xanh đang là xu hướng bắt buộc của thế giới.

Đó là lý do đề tài "Giảm dư lượng thuốc bảo vệ thực vật trên nông sản sau thu hoạch – Giải pháp nâng cao chất lượng nông sản Việt Nam" được đưa ra thảo luận.

## 2. Cơ sở lý thuyết

### *2.1 Khái niệm thuốc bảo vệ thực vật*

Theo Pháp lệnh Bảo vệ và Kiểm dịch thực vật nước CHXHCNVN và điều lệ Quản lý thuốc BVTV, thuốc bảo vệ thực vật là những chế phẩm có xuất xứ từ hóa chất, động vật, thực vật, vi sinh vật và những chế phẩm khác với mục đích là để phòng trừ sinh vật gây hại tài nguyên thực vật bao gồm các chế phẩm dùng để phòng trừ sinh vật gây hại tài nguyên thực vật; các chế phẩm có tác dụng xua đuổi hoặc thu hút các loài sinh vật gây hại tài nguyên thực vật đến để tiêu diệt; các chế phẩm điều hòa, sinh trưởng thực vật, chất làm rung hay khô lá.

Theo tổ chức FAO thì thuốc BVTV là bất kì hỗn hợp hay hợp chất được dùng với mục đích ngăn ngừa, tiêu diệt hoặc kiểm soát các tác nhân gây hại bao gồm vật chủ trung gian truyền bệnh của con người hoặc động vật, các bộ phận không mong muốn của động thực vật gây hại hoặc anh rhuownrg đến quá trình sản xuất, chế biến, bảo quản, vận chuyển, mua bán thực phẩm … để kiểm soát côn trùng, nhện hay các đối tượng khác trên cơ thể chúng. Có thể dùng loại thuốc này thời điểm trước cũng như sau khi thu hoạch để bảo vệ sản phẩm không bị hỏng trong quá trình bảo quản và vận chuyển. Tổng hợp các khái niệm trên có thể hiểu thuốc BVTV là sản phẩm từ hóa chất dùng để tiêu diệt những tác nhân gây hại cho cây trồng để kích thích sinh trưởng cho cây trồng.

### *2.2 Dư lượng thuốc bảo vệ thực vật trên nông sản là gì?*

Mức độ giới hạn dư lượng tối đa được đo lường bằng MRL là nồng độ tối đa của dư lượng được pháp luật cho phép hoặc có thể chấp nhận trong thực phẩm hoặc nông sản, thức ăn chăn nuôi (theo điều 2 Quy tăc ứng xử quốc tế về quản lý thuốc BVTV của FAO và WHO, 2014).

Theo bộ Y tế Việt Nam (2016) mức tồn dư thuốc BVTV được xem là việc tồn dư trong thực phẩm do sử dụng một loại thuốc BVTV. Giới hạn tối đa dư lượng thuốc BVTV là hàm lượng tối đa của một tồn dư thuốc BVTV trong thực phẩm đo bằng đơn vị mg/kg thực phẩm.

Dư lượng thuốc BVTV trong nông sản quá mức cho phép sau thu hoạch là hiện tượng khi mức độ thuốc BVTV còn lại trên sản phẩm nông nghiệp vượt quá giới hạn được quy định và chấp nhận theo các tiêu chuẩn an toàn thực phẩm. Dư lượng thuốc này có thể xuất hiện khi việc sử dụng thuốc không tuân thủ đúng liều lượng, không tuân thủ thời gian cách ly khi sử dụng thuốc và thu hoạch, hoặc do sử dụng các loại thuốc không được phép trong nông sản cụ thể. Đây là một vấn đề quan trọng và đáng lo ngại trong ngành nông nghiệp hiện đại. Quá trình sử dụng thuốc BVTV để kiểm soát bệnh hại và côn trùng gây hại trong nông sản có thể tạo ra dư lượng thuốc.

Thuốc BVTV một khi bị phát tán vào trong môi trường sẽ gây ra tác hại cho cả con người, vật nuôi, cây trồng và môi trường khác (Ohkawa và cộng sự, 2007). Theo Dasgupta (2005) dư lượng thuốc BVTB đã được phát hiện trong máu của tỷ lệ 35% nông dân được xét nghiệm và gây ra những bệnh nguy hiểm, bệnh hiểm nghèo.

Thuốc BVTV chứa các chất hóa học có thể có tác động tiêu cực đến hệ thống miễn dịch và gây nguy cơ mắc các bệnh mãn tính, dị ứng hoặc ảnh hưởng đến chức năng nội tiết trong cơ thể.

## 3. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu định tính bằng cách sử dụng dữ liệu thứ cấp sẵn trên Internet, các báo cáo của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, World Bank…. về thực trạng sử dụng thuốc BVTV để phục vụ cho bài báo.

## 4. Thực trạng

### *4.1 Lượng thuốc bảo vệ thực vật nhập khẩu vào Việt Nam với số lượng lớn và không được kiểm soát*

Những năm gần đây, Việt Nam liên tiếp nhập khẩu thuốc bảo vệ thực vật với số lượng ngày một gia tăng. Nếu năm 2005, số lượng thuốc bảo vệ thực vật nhập khẩu 20.000 tấn thì năm 2014 lên đến gần 50.000 tấn. Đặc biệt, những năm gần đây, lượng thuốc bảo vệ thực vật nhập khẩu dao động từ 70.000-100.000 tấn mỗi năm, với giá trị thương mại khoảng 700-800 triệu USD/năm. Đáng chú ý, chỉ trong 8 tháng của năm nay, Việt Nam đã nhập tới 100.000 tấn thuốc bảo vệ thực vật. Nếu tất cả số thuốc này phun xuống đồng ruộng thì trung bình mỗi ha sẽ là 10kg thuốc bảo vệ thực vật. Còn nếu tính bình quân theo đầu người thì trung bình mỗi người dân Việt Nam sử dụng 1,1 kg thuốc bảo vệ thực vật mỗi năm.

Đáng quan ngại, số lượng thuốc bảo vệ thực vật thực tế còn có thể cao hơn nhiều khi cả nước còn khoảng 37.000 tấn hóa chất dùng trong nông nghiệp bị tịch thu đang được lưu giữ chờ xử lý. Điều này đang gióng lên hồi chuông cảnh báo ngoài 37.000 tấn hóa chất bị tịch thu đang được lưu giữ chờ xử lý thì còn bao nhiêu tấn thuốc bảo vệ thực vật đã và rất có thể qua mặt được cơ quan chức năng vẫn len lỏi vào trong thị trường hợp pháp và được người dân sử dụng trong tăng gia sản xuất. Từ đó cho thấy lượng thuốc BVTV nhập khẩu vào Việt Nam hàng năm với số lượng 70.000 – 100.000 tấn và ngày càng tăng. Nông dân sử dụng thuốc BVTV không đúng liều lượng và quy định chiếm tỷ lệ rất cao. Bên cạnh đó cho thấy được hậu quả của việc lạm dụng thuốc BVTV của Nông dân đã dẫn đến gây hại sức khỏe của con người.

### *4.2 Việc sử dụng và phun thuốc tràn lan trên nông sản*

Nhiều lần vấn nạn người dân lạm dụng thuốc bảo vệ thực vật hóa học trong sản xuất nông nghiệp đã được nêu ra bàn luận để tìm ra giải pháp ở nhiều kì họp của Quốc hội nhưng đến nay vẫn khó tìm ra giải pháp triệt để cho vấn nạn này.

*(Nguồn: https://kinhtenongthon.vn/De-nong-san-an-toan-phai-loai-bo-cac-chat-cam-dung-trong-nong-nghiep-post57306.html)*

Ngân hàng Thế giới (World Bank) từng khẳng định có đến 50-60% nông dân trồng lúa đã sử dụng thuốc trừ sâu với tỷ lệ vượt quá mức đề nghị; 38 - 70% nông dân các tỉnh phía

Nam đang sử dụng thuốc trừ sâu với tỷ lệ vượt quá mức khuyến cáo. Cũng theo tổ chức này, khoảng 20% nông dân đang sử dụng thuốc trừ sâu vi phạm các quy định hiện hành, sử dụng thuốc trừ sâu bất hợp pháp nhập khẩu, cấm hoặc thậm chí giả mạo. Theo PGS.TS Phan Thị Sửu, Giám đốc Trung tâm Kỹ thuật An toàn Vệ sinh Thực phẩm, Hội An toàn Thực phẩm Việt Nam cho rằng tất cả loại hóa chất bảo vệ thực vật đều có ảnh hưởng tới sức khỏe con người và đặc biệt nguy hại nếu sử dụng không đúng liều lượng, không đúng quy trình. Lượng thuốc bảo vệ thực vật ảnh hưởng tới sức khoẻ con người đó là khi chúng ta ăn các loại thực phẩm nhiễm độc từ các loại thuốc bảo vệ thực vật với lượng tồn dư thuốc và chưa đủ thời gian cách ly khi phun thuốc. Cũng theo các chuyên gia y tế, mức độ nguy hại của thuốc bảo vệ thực vật đáng báo động bởi những hậu quả về sức khỏe của con người, đặc biệt gây ra bệnh ung thư. Nguy cơ ung thư xuất hiện ngay trong quá trình trồng trọt và chế biến thực phẩm khi sử dụng quá nhiều các thuốc trừ sâu, thuốc diệt cỏ hoặc quá trình chế biến sử dụng hóa chất cấm, quá liều lượng các chất bảo quản, phẩm màu không an toàn. Số liệu cho thấy, hiện ung thư do di truyền chỉ chiếm tỷ lệ 5-10%, còn lại trên 75-80% là do môi trường, lối sống, trong đó có thực phẩm không an toàn, thực phẩm ô nhiễm."

***4.3 Nông sản dư thuốc bảo vệ thực vật là rào cản khi xuất khẩu hàng***

Trong thời gian gần đây, nông sản Việt Nam đã có sự hiện diện tại hơn 200 quốc gia và vùng lãnh thổ, bao gồm các thị trường khó tính như Mỹ, EU, Nhật Bản... Kim ngạch xuất khẩu nông sản đã tăng trưởng đáng kể theo từng năm. Theo thống kê của Bộ Nông Nghiệp và Phát triển Nông Thôn, chỉ trong 8 tháng đầu năm 2023, kim ngạch xuất khẩu nông sản đã đạt 16,9 tỷ USD, trong đó mặt hàng rau quả đóng góp 3,55 tỷ USD, tăng 61% so với cùng kỳ năm trước. Dự đoán năm 2023, kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam có thể vượt qua mốc 5 tỷ USD. Tuy nhiên, cũng trong thời gian gần đây, đã có một số trường hợp lô hàng nông sản xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam bị cảnh báo và trả về do vi phạm các quy định của nước nhập khẩu.

Theo báo cáo của Bộ Công Thương vào năm 2023, một lô hàng sản phẩm nông nghiệp của một doanh nghiệp tại TP.HCM, xuất khẩu sang Iceland đã bị quốc gia này phát đi cảnh báo trên Hệ thống thông báo của Liên minh châu Âu (EU) về mức độ cao của chất Carbaryl (một loại thuốc trừ sâu) được phát hiện trong quả bòn bon của Việt Nam. Theo thông báo từ Ireland, mức độ tối đa cho phép của Carbaryl là 0,01mg/kg – ppm, trong khi hàm lượng Carbaryl được phát hiện trên quả bòn bon xuất khẩu từ Việt Nam lên tới 15,4 +/-50% mg/kg – ppm, có khả năng gây hại cho sức khỏe con người. Trước đó, vào tháng 7/2023, Trung Quốc đã cảnh báo về vi phạm yêu cầu kiểm dịch thực vật đối với chuối, mít, thanh long, sầu riêng... nhập khẩu từ Việt Nam. Tương tự, vào tháng 4/2023, Bộ An toàn và Dược phẩm Hàn Quốc đã thông báo một lô hàng ớt từ Việt Nam xuất khẩu sang Hàn Quốc đã bị thu hồi do chứa dư lượng thuốc BVTV vượt quá 10 lần tiêu chuẩn. Đối với Liên minh châu Âu (EU), số liệu thống kê cho thấy chỉ trong nửa đầu năm 2023, Việt Nam đã có 31 lô hàng nông sản và thực phẩm bị cảnh báo, trong đó có tới 60% liên quan đến vi phạm vượt quá mức tồn dư thuốc bảo vệ thực vật.

Những con số này cho thấy rằng mặc dù nông sản Việt Nam có nhiều cơ hội xuất khẩu, nhưng vẫn còn tồn tại nhiều mối lo về an toàn thực phẩm trong chuỗi cung ứng nông sản xuất khẩu. Điều này có tác động không nhỏ đến thương hiệu của ngành hàng nông sản trong nước tại các thị trường nhập khẩu.

Uỷ ban châu Âu (EU) đã đưa ra quy định mới liên quan đến mức dư lượng tối đa (MRL) về dư lượng hoá chất có trong thực phẩm. Quy định nào có hiệu lực từ 26-9-2023 và áp dụng trên các sản phẩm nông sản như rau, củ quả tươi và đông lạnh, nhóm các loại hạt như hạt điều, cà phê… giá trị MRL chung là 0,01 mg/kg và Việt Nam cũng sử dụng mức giá trị này dùng để kiểm nghiệm lượng thuốc BVTV.

**5. Kiến nghị một số giải pháp nhằm giảm dư lượng thuốc bảo vệ thực vật trên nông sản sau thu hoạch**

***5.1 Đối với người sử dụng thuốc bảo vệ thực vật***

Trong quá trình sử dụng thuốc BVTV để phòng trừ dịch hại trên đồng rộng (sâu, bệnh, cỏ) cần phải áp dụng triệt để phương pháp 4 đúng

**- Thứ nhất là sử dụng đúng thuốc**

"Chính xác loại bệnh, tìm đúng thuốc" là yếu tố quan trọng trong việc phòng trừ sâu, bệnh, cỏ gây hại cho cây trồng. Đây là điều kiện tiên quyết để đạt hiệu quả cao khi sử dụng thuốc bảo vệ thực vật. Mỗi loại sâu, bệnh, cỏ có đặc điểm riêng, vì vậy để tối ưu hiệu quả phòng trừ, chúng ta cần sử dụng đúng thuốc cho từng loại sâu, bệnh, cỏ cụ thể.

Thông qua việc thăm quan đồng ruộng và quan sát thực tế, chúng ta có thể xác định sự hiện diện của ổ trứng hoặc biểu hiện bệnh. Khi phát hiện, chúng ta nên thu thập mẫu bệnh để xác định chính xác loại sâu, bệnh đang gây hại. Nếu không đủ kinh nghiệm để tự đánh giá, chúng ta có thể nhờ sự hỗ trợ của các chuyên gia BVTV hoặc tìm ý kiến từ các cơ quan khuyến nông địa phương - những người hiểu biết về sâu, bệnh, cỏ.

Sau khi đã xác định loại sâu, bệnh, cỏ chúng ta cần mua thuốc từ các đại lý uy tín và được cấp phép trong lĩnh vực bảo vệ thực vật. Những nhà sản xuất thuốc trừ sâu uy tín luôn công bố thông tin sản phẩm và ghi rõ trên nhãn sản phẩm. Trên bao bì thuốc sẽ cung cấp thông tin chi tiết về công dụng và cách sử dụng cho từng loại sâu bệnh.

Trước khi mua thuốc, chúng ta nên đọc kỹ thông tin trên bao bì để xác nhận rằng nó phù hợp với loại sâu, bệnh, cỏ đang tác động lên cây trồng của chúng ta. Ngoài ra, mua thuốc tại các đại lý uy tín giúp tránh hàng giả, hàng nhái và hàng kém chất lượng.

Chúng ta nên ưu tiên sử dụng thuốc BVTV có hiệu quả cao, thời gian cách ly ngắn và ít độc hại đối với sinh vật có ích (thiên địch) và động vật máu nóng. Hơn nữa, lựa chọn những loại thuốc an toàn cho cây trồng là điều cần thiết để đảm bảo sự phát triển và bảo vệ sức khỏe của chúng.

**- Thứ hai là sử dụng đúng liều lượng và tỉ lệ**

Sau khi đã xác định chính xác loại dịch hại và lựa chọn đúng thuốc, việc sử dụng thuốc với liều lượng và nồng độ đúng là rất quan trọng. Mỗi sản phẩm thuốc BVTV đều có hướng dẫn sử dụng chi tiết trên bao bì. Chúng ta cần tuân thủ hướng dẫn này và không nên sử dụng quá nhiều thuốc hoặc tự ý giảm liều lượng.

Lạm dụng thuốc quá nhiều không chỉ có thể gây hại cho cây trồng mà còn có thể tác động tiêu cực đến môi trường và hệ sinh thái nông nghiệp. Các chất hoá học trong thuốc có thể gây tổn hại cho cây trồng và cả các sinh vật có lợi khác. Đồng thời, sử dụng quá nhiều thuốc cũng có thể tạo điều kiện cho sâu bệnh phát triển kháng thuốc, làm giảm hiệu quả của phương pháp điều trị.

Tuy nhiên, việc giảm lượng thuốc quá ít cũng có thể gây khó khăn trong việc trị sâu, bệnh, cỏ, vì sâu, bệnh cỏ có thể phát triển mạnh và trở nên kháng thuốc. Điều này rất nguy hiểm vì dễ gây ra các đợt dịch bệnh lan rộng.

Để đảm bảo sử dụng đúng liều lượng và nồng độ, không nên đo lường bằng mắt hoặc tay mà nên sử dụng các dụng cụ cân đo đếm chính xác. Điều này giúp giảm thiểu thiệt hại cho cây trồng và người sử dụng sản phẩm.

Với việc tuân thủ đúng liều lượng và tỉ lệ, chúng ta có thể giảm thiểu tối đa các tác động tiêu cực đến cây trồng và con người sử dụng sản phẩm. Đồng thời, việc sử dụng thuốc đúng cách giúp tăng hiệu quả trong việc phòng trừ sâu bệnh và bảo vệ sự phát triển của cây trồng.

**- Thứ ba là đúng thời điểm**

Thời điểm phù hợp là yếu tố quan trọng để kiểm soát dịch hại hiệu quả. Thường thì giai đoạn đầu mùa mưa hoặc thời tiết biến đổi không thường xuyên là thời điểm sâu, bệnh tấn công mạnh nhất. Bên cạnh đó, tuỳ theo chu kỳ sinh trưởng của từng loại cây trồng mà có giai đoạn bùng phát bệnh khác nhau. Do đó, công tác thăm đồng rất quan trọng để phát hiện sớm các loại sâu, bệnh.

Các loại sâu, bệnh dễ bị tiêu diệt nhất là ở giai đoạn khởi phát. Khi mật độ sâu, bệnh đạt ngưỡng, cần có biện pháp diệt trừ kịp thời và nhanh chóng để tránh tình trạng bùng phát dịch hại.

Ngoài ra, chọn thời điểm phun thuốc phù hợp trong ngày cũng rất quan trọng. Buổi sáng là thời điểm sâu, bệnh hoạt động nhiều nhất, vì vậy nên tận dụng và phun thuốc BVTV vào lúc này, tăng cường hiệu quả diệt trừ sâu, bệnh.

Tuy nhiên, khi cây mới ra hoa, trổ bông hoặc trong giai đoạn sắp thu hoạch, không nên phun thuốc, để tránh ảnh hưởng đến chất lượng nông sản. Cũng không nên phun thuốc trong điều kiện có gió to hoặc trời mưa, vì điều này làm cho thuốc khó bám vào cây trồng và dễ bị rửa trôi.

Tuân thủ đúng thời điểm sẽ giúp kiểm soát sâu bệnh hiệu quả hơn và đảm bảo chất lượng và sản lượng của cây trồng.

**- Thứ tư là đúng cách, đúng phương pháp**

Cách sử dụng thuốc BVTV đúng phương pháp là rất quan trọng. Có nhiều dạng thuốc khác nhau như bột, hạt, nước, viên, nhu và huyền phù. Với mỗi dạng thuốc, có phương pháp sử dụng khác nhau. Ví dụ, chế phẩm dạng viên thì cần rải vào đất, dạng bột thì phải pha với nước, dạng sương để xông hơi. Do đó, hãy đọc kỹ và tuân thủ theo hướng dẫn của nhà sản xuất.

Đối với thuốc trừ cỏ, cần hạn chế tối đa tác hại đối với cây trồng, môi trường và con người. Khi phun thuốc, cần chú ý đến kỹ thuật phun cũng như xem xét hướng gió và tốc độ gió để tránh thuốc bị bay xa đến những nơi không cần phun và đảm bảo an toàn cho người thực hiện phun.

***5.2 Đối với Người tiêu thụ nông sản***

- Lựa chọn sản phẩm hữu cơ: Sản phẩm hữu cơ được trồng và chế biến mà không sử dụng các loại thuốc bảo vệ thực vật hóa học, phân bón hóa học. Chọn mua nông sản hữu cơ có thể giúp giảm tiếp xúc với các hóa chất độc hại. Nhưng hiện nay, nhóm sản phẩm này hạn chế về chủng loại mặt hàng cũng như số lượng nhà cung cấp uy tín và có giá mua cao hơn nhiều so với sản phẩm thông thường.

- Nhằm giảm thiểu tồn dư thuốc bảo vệ thực vật trong nông sản trong quá trình chế biến người tiêu dùng nên sử dụng một trong các cách như ngâm nước muối, tiếp xúc ánh sang mặt trời, sử dụng banking soda, sử dụng giấm để rửa thực phẩm…. để giảm bớt lượng thuốc BVTV trên nông sản trước khi đưa vào chế biến và sử dụng.

***5.3 Đối với các cơ quan Quản lý Nhà nước***

**- Quy định và kiểm soát chặt chẽ**

Đối với việc quy định và kiểm soát thuốc BVTV, các cơ quan Quản lý Nhà nước cần xây dựng các quy định rõ ràng và nghiêm ngặt về việc sử dụng thuốc BVTV trên cây trồng. Quy định này nên bao gồm việc xác định loại thuốc BVTV được phép sử dụng trên từng loại cây trồng cụ thể, mức độ sử dụng, áp dụng quy tắc liều lượng an toàn và hạn chế thời gian sử dụng. Ngoài ra, cần có hệ thống kiểm soát và giám sát chặt chẽ để đảm bảo tuân thủ quy định này.

**- Đào tạo và tư vấn**

Trong việc giảm dư lượng thuốc BVTV, việc đào tạo và tư vấn người Nông dân về cách sử dụng thuốc BVTV một cách hiệu quả và an toàn là rất quan trọng. Đào tạo này nên tập trung vào việc hướng dẫn người nông dân sử dụng đúng liều lượng thuốc BVTV, áp dụng phương pháp phun thuốc hiệu quả và nắm vững các quy định liên quan đến thuốc BVTV. Đồng thời, cần cung cấp cho người nông dân thông tin về các phương pháp thay thế thuốc BVTV, chẳng hạn như phương pháp quản lý sinh thái và kiểm soát côn trùng bằng cách sử dụng các loài côn trùng có lợi. Đào tạo và tư vấn liên tục sẽ giúp nâng cao nhận thức và kỹ năng của người nông dân, từ đó giảm dư lượng thuốc BVTV.

**- Khuyến khích phát triển nông nghiệp hữu cơ**

Nông nghiệp hữu cơ là một giải pháp hữu hiệu để giảm dư lượng thuốc BVTV trên nông sản. Nhà nước có thể khuyến khích phát triển nông nghiệp hữu cơ thông qua việc cung cấp hỗ trợ về kỹ thuật canh tác, cung cấp phân bón hữu cơ và hỗ trợ tiếp cận thị trường cho sản phẩm nông nghiệp hữu cơ. Bằng cách sử dụng các phương pháp tự nhiên và hợp lý để kiểm soát sâu, bệnh như sử dụng phân bón hữu cơ, các biện pháp sinh thái và kỹ thuật canh

tác phù hợp, nông nghiệp hữu cơ không chỉ giảm dư lượng thuốc BVTV và giảm sự phụ thuộc vào thuốc BVTV mà còn tăng tính bền vững và chất lượng của nông sản.

**- Nghiên cứu và phát triển các giải pháp thay thế**

Để giảm sự phụ thuộc vào BVTV, các cơ quan Quản lý Nhà nước cần đầu tư vào nghiên cứu và phát triển các giải pháp thay thế. Các giải pháp này có thể bao gồm sử dụng các loại thuốc BVTV thân thiện với môi trường, phát triển các phương pháp kiểm soát sinh học để giảm sự phụ thuộc vào thuốc BVTV hóa học, và tìm hiểu về các loại cây trồng có khả năng chống sâu bệnh tự nhiên. Bằng cách đầu tư vào nghiên cứu và phát triển, các cơ quan Quản lý Nhà nước có thể phát triển những giải pháp sáng tạo và hiệu quả để giảm dư lượng thuốc BVTV trên nông sản.

**- Thúc đẩy sự hợp tác công tư**

Để thành công trong việc giảm dư lượng thuốc BVTV trên nông sản, sự hợp tác giữa chính phủ, các tổ chức nông nghiệp, nhà sản xuất thuốc BVTV và người nông dân là rất quan trọng. Chính phủ có thể tạo ra môi trường thuận lợi cho sự hợp tác này bằng cách thiết lập cơ chế tài chính hỗ trợ, tạo ra các chương trình khuyến khích và định hướng chính sách phù hợp. Đồng thời, cần xây dựng mạng lưới thông tin và trao đổi kinh nghiệm để tăng cường sự hợp tác và chia sẻ kiến thức giữa các bên liên quan.

**- Kiểm tra và giám sát chất lượng nông sản**

Để đảm bảo rằng nông sản đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng và an toàn, các cơ quan Quản lý Nhà nước cần thực hiện kiểm tra và giám sát chặt chẽ. Điều này bao gồm việc lấy mẫu và kiểm tra các mẫu nông sản để đảm bảo rằng dư lượng thuốc BVTV không vượt quá ngưỡng cho phép. Nếu phát hiện vi phạm, cần có hệ thống xử lý và trừng phạt nghiêm khắc để đảm bảo tuân thủ quy định và đảm bảo chất lượng nông sản trên thị trường.

**- Đầu tư vào nghiên cứu và phát triển công nghệ xử lý thuốc BVTV**

Nhà nước có thể đầu tư vào nghiên cứu và phát triển các công nghệ xử lý thuốc BVTV trên nông sản. Điều này bao gồm việc phát triển phương pháp rửa, xử lý nhiệt, hoặc sử dụng công nghệ sinh học để loại bỏ hoặc giảm dư lượng thuốc BVTV trên nông sản. Các công nghệ này có thể giúp đảm bảo rằng nông sản xuất khẩu đáp ứng được yêu cầu chất lượng và an toàn của các thị trường xuất khẩu.

**- Xây dựng hệ thống tra cứu thông tin và chứng nhận sản phẩm**

Nhà nước có thể xây dựng một hệ thống tra cứu thông tin và chứng nhận sản phẩm nông nghiệp xuất khẩu. Hệ thống này sẽ cung cấp thông tin chi tiết về quy trình sản xuất, nguồn gốc, và kết quả kiểm tra chất lượng của nông sản xuất khẩu. Đồng thời, việc cung cấp chứng nhận sản phẩm sẽ giúp tăng tính minh bạch và đáng tin cậy cho các sản phẩm xuất khẩu.

**- Tăng cường hợp tác với các đối tác quốc tế**

Nhà nước có thể tăng cường hợp tác với các đối tác quốc tế, bao gồm các tổ chức quốc tế, các quốc gia xuất khẩu nông sản và các tổ chức khác có liên quan. Qua việc chia sẻ kinh nghiệm, hợp tác trong việc đặt tiêu chuẩn chất lượng và áp dụng các biện pháp kiểm soát thuốc BVTV, Nhà nước có thể nắm bắt được những tiêu chuẩn quốc tế mới nhất và áp dụng chúng vào việc giảm dư lượng thuốc BVTV trên nông sản.

Tổng hợp lại, để giảm dư lượng thuốc BVTV trên nông sản, các cơ quan Quản lý Nhà nước cần kết hợp nhiều biện pháp như quy định và kiểm soát chặt chẽ, đào tạo và tư vấn, khuyến khích phát triển nông nghiệp hữu cơ, nghiên cứu và phát triển các giải pháp thay thế, thúc đẩy sự hợp tác công tư, và kiểm tra và giám sát chất lượng nông sản. Sự kết hợp và thực hiện đồng thời của các biện pháp này sẽ đảm bảo hiệu quả trong việc giảm dư lượng thuốc BVTV và đảm bảo an toàn cho người tiêu dùng và môi trường và đáp ứng được yêu cầu cho việc xuất khẩu nông sản.

## 6. Kết luận

Vấn đề dư lượng thuốc BVTV vượt quá mức cho phép trên nông sản sau thu hoạch đang gây ảnh hưởng tiêu cực đến sức khỏe con người và xuất khẩu nông sản của Việt Nam. Để giải quyết tình trạng này, cần có sự hợp tác chặt chẽ giữa người sử dụng thuốc BVTV, người tiêu dùng, và các cơ quan Quản lý Nhà nước. Việc giải quyết vấn đề dư lượng thuốc

BVTV vượt quá mức cho phép trên nông sản sau thu hoạch không chỉ đảm bảo an toàn cho sức khỏe con người mà còn góp phần nâng cao chất lượng và uy tín của nông sản Việt Nam trên thị trường quốc tế. Qua đó, sẽ thúc đẩy sự phát triển bền vững của ngành nông nghiệp Việt Nam.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Đỗ Hương (2023). Xuất khẩu nông, lâm, thủy sản 8 tháng đầu năm 2023 đạt hơn 33 tỷ USD. https://baochinhphu.vn/xuat-khau-nong-lam-thuy-san-8-thang-dau-nam-2023-dat-hon-33-ty-usd-102230829170616845.htm. Truy cập ngày 08/01/2024.
2. Hoàng Hậu (2023). Quả Bòn bon Việt Nam bị cảnh báo ở Iceland do dư lượng Carbaryl cao, https://thuongtruong.com.vn/news/qua-bon-bon-viet-nam-bi-canh-bao-o-iceland-do-du-luong-carbaryl-cao-109734.html . Truy cập 26/12/2023.
3. Lê Trang (2020). ĐBQH Phan Thị Bình Thuận: Tránh lạm dụng thuốc bảo vệ thực vật nhằm đáp ứng tốt nhu cầu của thị trường, https://quochoi.vn/hoatdongdbqh/pages/tin-hoat-dong-dai-bieu.aspx/tin-hoat-dong-dai-bieu.aspx?ItemID=50492 . Truy cập 26/12/2023.
4. Ngọc Thủy (2023). Để nông sản an toàn phải loại bỏ các chất cấm dùng trong nông nghiệp. https://kinhtenongthon.vn/De-nong-san-an-toan-phai-loai-bo-cac-chat-cam-dung-trong-nong-nghiep-post57306.html. Truy cập ngày 10/01/2024.
5. Nguyễn Trần Oánh (2007). Giáo trình thuốc bảo vệ thực vật. Trường Đại học Nông Nghiệp Hà Nội. Trang 11-13.
6. Phạm Văn Toàn (2013). Thực trạng sử dụng thuốc bảo vệ thực vật và một số giải pháp giảm thiểu việc sử dụng thuốc không hợp lý trong sản xuất lúa ở đồng bằng sông Cửu
7. Long. Tạp Chí Khoa học trường Đại học Cần Thơ. Trang 47-53.
8. Thông tư số 50/2016/TT-BYT ngày 30/12/2016 của Bộ Y Tế về Quy định giới hạn tối đa dư lượng thuốc bảo vệ thực vật trong thực phẩm.
9. Trương Vui (2023). Xuất khẩu nông sản: Đừng để "con sâu làm rầu nồi canh". https://baodantoc.vn/xuat-khau-nong-san-dung-de-con-sau-lam-rau-noi-canh-1697212141231.htm#:~:text=V%E1%BB%9Bi%20EU%2C%20s%E1%BB%91%20li%E1%BB%87u%20th%E1%BB%91ng,thu%E1%BB%91c%20b%E1%BA%A3o%20v%E1%BB%87%20th%E1%BB%B1c%20v%E1%BA%ADt. Truy cập ngày 09/01/2024.
10. Trung Kiên (2027). Nông sản xuất khẩu "gặp khó" vì tồn dư thuốc bảo vệ thực vật. https://dantri.com.vn/kinh-doanh/nong-san-xuat-khau-gap-kho-vi-ton-du-thuoc-bao-ve-thuc-vat-20170429210845512.htm. Truy cập ngày 10/01/2024
11. Trung tâm y tế quận Tân Phú (2020). Phương pháp đơn giản sau giúp giảm nhẹ thuốc trừ sâu, http://trungtamyte.tanphu.hochiminhcity.gov.vn/tin-tuc/cach-khu-thuoc-tru-sau-trong-rau-cu-cmobile982-7883.aspx. Truy cập 26/12/2023.
12. V.Lê (2023). Sử dụng thuốc bảo vệ thực vật an toàn, trách nhiệm, https://dangcongsan.vn/kinh-te/su-dung-thuoc-bao-ve-thuc-vat-an-toan-trach-nhiem-654752.html. Truy cập 26/12/2023.

# THỰC TRẠNG VÀ MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẰM NÂNG CAO QUYẾT ĐỊNH MUA HÀNG TRÊN ỨNG DỤNG MUA SẮM LAZADA CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

**Phạm Thị Thanh Loan*, Vũ Đức Trọng, Nguyễn Phước Trường, Nguyễn Hoàng Tuấn, Lê Ngọc Út**
Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ - Email: ptt.loan@hutech.edu.vn.

## TÓM TẮT

Lazada là một trong sàn thương mại điện tử (TMĐT) dẫn đầu khu vực Đông Nam Á, được thành lập vào năm 2012. Hiện nay Lazada cung cấp một nền tảng mua sắm trực tuyến đa dạng với hàng ngàn sản phẩm từ nhiều lĩnh vực khác nhau như thời trang, điện tử, gia dụng, mỹ phẩm, đồ chơi và nhiều loại hàng hoá khác nhau. Lazada từng là một sàn thương mại điện tử lớn nhất Việt Nam. Nhưng do thị trường rất cạnh tranh với sự xuất hiện của nhiều đối thủ mạnh mẽ. Các đối thủ cạnh tranh như Shopee, TikTok Shop, Tiki,... khiến Lazada dần đánh mất vị trí đứng đầu của mình so với các sàn thường mại điện tử hiện nay. Chính vì lý do đó nhóm tác giả đã tìm hiểu từ các nguồn thông tin đáng tin cậy giúp Lazada có cái nhìn khái quát hơn các vấn đề khó khăn hiện tại, xác định các nguyên nhân cốt lõi của vấn đề và qua đó tìm ra các giải pháp hữu ích giúp Lazada từng bước chiếm lĩnh thị phần, tối đa hóa lợi nhuận. Dựa vào các nguyên nhân tác động đến quyết định mua hàng trên ứng dụng mua sắm Lazada, nhóm tác giả đã cung cấp các biện pháp nhằm nâng cao quyết định mua hàng của khách hàng trên ứng dụng mua sắm Lazada.
*Từ khóa:* Lazada; người tiêu dùng; quyết định mua; sàn thương mại điện tử.

## 1. Giới thiệu

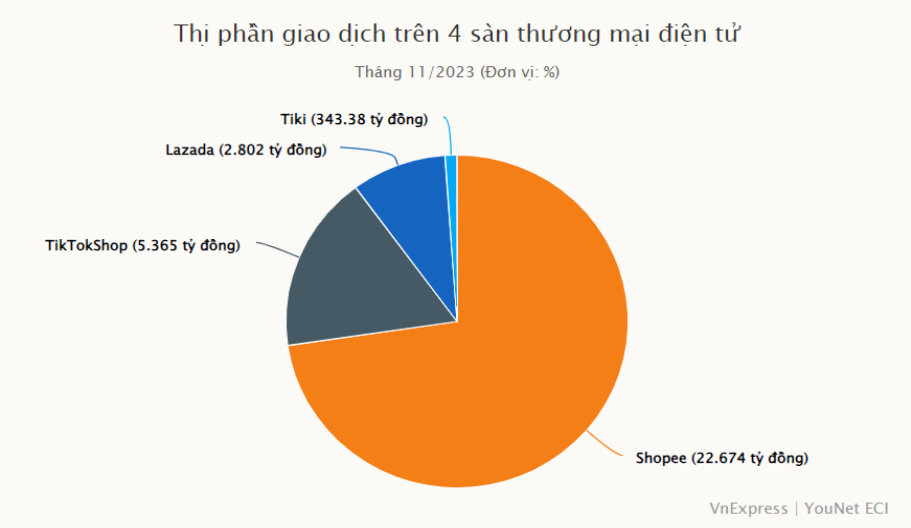
**Hình 1. Báo cáo sàn TMĐT 6 tháng đầu năm 2023**

*(Nguồn: Metric, 2023)*

Lazada hiện đang giữ vị trí thứ hai trong khu vực Đông Nam Á về tổng giá trị hàng hóa (GMV) với 20,1 tỷ USD, sau Shopee với 47,9 tỷ USD. Tại Việt Nam, Lazada cùng Shopee thống trị thị trường, tuy nhiên sự xuất hiện của TikTok Shop từ đầu năm 2022 đã tạo nên một cuộc đua mới đầy sôi động trên các sàn TMĐT. Theo báo cáo của Metric, doanh thu NMV (tổng giá trị của tất cả đơn hàng giao thành công) trên các sàn TMĐT Việt Nam trong nửa đầu năm 2023 đã đạt 92.745 tỷ đồng, với gần 400.000 shop phát sinh đơn hàng và hơn 900 triệu sản phẩm được bán ra.

Báo cáo của Metric cho thấy, sau quý II/2023, TikTok Shop đã vượt qua Lazada để vươn lên vị trí thứ hai tại Việt Nam. Trong khi đó, Shopee với tiềm lực tài chính mạnh mẽ dự kiến sẽ đạt điểm hòa vốn vào cuối năm 2023, hứa hẹn sẽ tiếp tục đầu tư mạnh mẽ để duy trì vị trí dẫn đầu.

Nhận thức được những thách thức, Lazada đã tập trung đầu tư vào hệ thống logistics trong năm 2022 - 2023. Đến tháng 3/2023, kho phân loại hàng hóa mới Lazada Logistics Park với tổng diện tích gần 20.000 m2 đã được đưa vào vận hành tại Khu công nghiệp Sóng Thần (Bình Dương), có khả năng xử lý tới 1 triệu bưu kiện mỗi ngày.




**Hình 2. Thị phần giao dịch của 4 sàn thương mại điện tử tháng 11/2023**

*(Nguồn: vnexpress, 2023)*

Qua hình (2) ta thấy tổng giá trị giao dịch trên sàn thương mại điện tử Shopee, Lazada, TikTok shop, Tiki của tháng 11 là 31.915 tỷ đồng. Trong đó hai phần ba thuộc về Shopee.

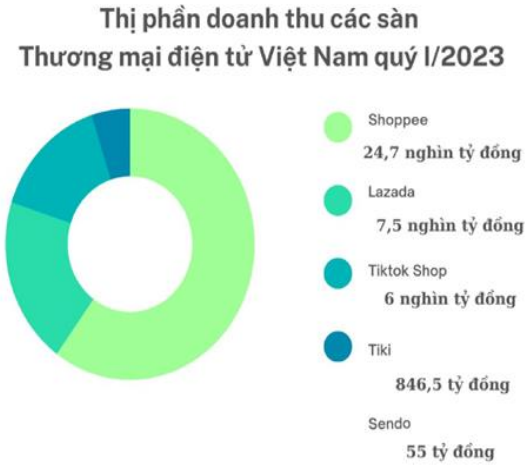
Do nhiều đợt siêu sale lớn làm cho nhu cầu mua sắm trực tuyến của người Việt tăng cao diễn ra vào những đợt cuối năm cụ thể là ngày 11/11. Và kết quả cho thấy rằng có 405.000 nhà bán hàng đã "nổ đơn" của 4 sàn thương mại điện tử trong tháng 11.

Tính theo thống kê của nền tảng dữ liệu thương mại điện tử EcomHeat thuộc YouNet ECI cung cấp Shopee chiếm thị phần 72,7% tương đương với 22.670 tỷ đồng. Theo sau đó là TikTok Shop chiếm 17,2% tiếp theo là đến Lazada chiếm 9% với 2.802 tỷ đồng và 1,1% còn lại là của Tiki.

Lazada chiếm ưu thế mạnh ở những mặt hàng có giá trị cao và người Việt thường mua sắm thường là những đồ công nghệ, thiết bị âm thanh và đồ gia dụng.

Có thể thấy với thực trạng hiện nay, để giữ vững vị thế trên thị trường Lazada cần tập trung phát triển mảng kinh doanh cốt lõi là TMĐT, đồng thời tiếp tục đầu tư vào hệ thống logistics để nâng cao hiệu quả giao hàng. Lazada cũng cần mở rộng thêm các mạng lưới đối

tác bán hàng, đa dạng hóa sản phẩm, tăng cường các chương trình khuyến mãi và tiếp thị thu hút khách hàng, cũng như nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng. Lazada cần xem xét vận dụng những lợi thế này, đưa ra những giải pháp mới nhằm chiếm lĩnh lại thị trường trên sàn TMĐT tại Việt Nam nói riêng và khu vực Đông Nam Á nói chung.




**Hình 3. Thị phần doanh thu các sàn Thương mại điện tử Việt Nam quý I/2023**

*(Nguồn: Giang Phạm, 2023)*

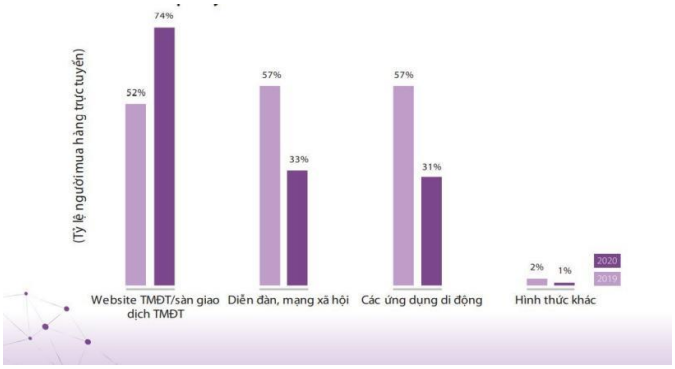
**2. Phương pháp nghiên cứu**

Phương pháp nghiên cứu định tính: nhóm tác giả sử dụng dữ liệu từ các nguồn sẵn có trên các bài báo, tạp chí, Internet… phục vụ cho bài báo.

**3. Thực trạng**

Lazada đã góp phần quan trọng vào việc thúc đẩy mô hình mua sắm trực tuyến tại thị trường Việt Nam và thay đổi cách mà người tiêu dùng tiếp cận sản phẩm. Tuy nhiên, thành công này cũng đi đôi với những thách thức và khó khăn mà họ cần vượt qua. để có cái nhìn tổng quát hơn ta có thể xem các số liệu thuộc hai hình (3), (4), (5) dưới đây:

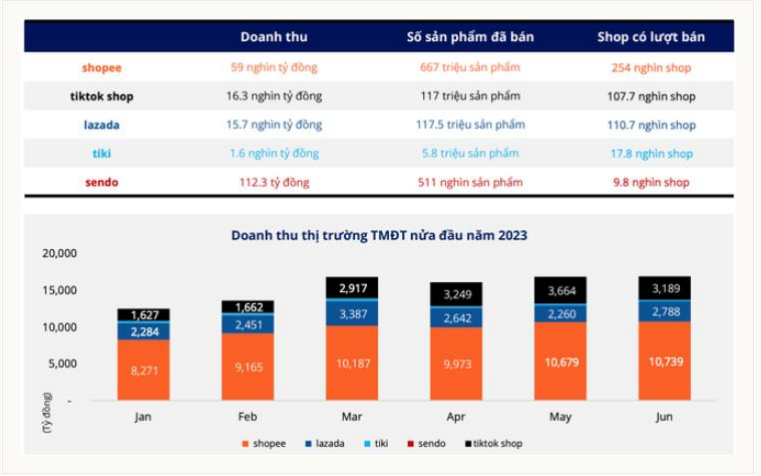
Qua hình (3) ta thấy tỷ trọng doanh thu của các sàn thương mại điện tử Lazada đứng thứ 2 với 7,5 nghìn tỷ đồng. Dù là sàn thương mại đầu tiên thâm nhập vào thì trường thương mại điện tử tại Việt Nam nhưng Lazada chỉ chiếm thị phần thứ 2 sau sàn thương mại điện tử Shopee. Hiện nay, ngoài giá cả, người tiêu dùng Việt Nam chú trọng tới dịch vụ chăm sóc khách hàng, giao hàng, sự thuận tiện, giao diện dễ sử dụng và các trải nghiệm mà họ có khi mua hàng trên các sàn thương mại điện tử.




**Hình 4. Thống kê doanh thu thị trường TMĐT nửa đầu năm 2023**

*(Nguồn: Phạm Vinh, 2023)*

Qua hình (4) sau Quý II năm 2023, doanh thu của các sàn thuong mại điện tử có sự thay đổi TikTok Shop vượt qua Lazada và đứng sau Shopee ở vị trí thứ 2. Vào nữa đầu 2023, Lazada bị TikTok Shop vươn lên đứng vị trí thứ 2 với tổng doanh thu 16.300 tỷ đồng với 117 triệu sản phẩm được bán ra.




**Hình 5. Đồ thị thống kê khách hàng  mua sắm trực tuyến**

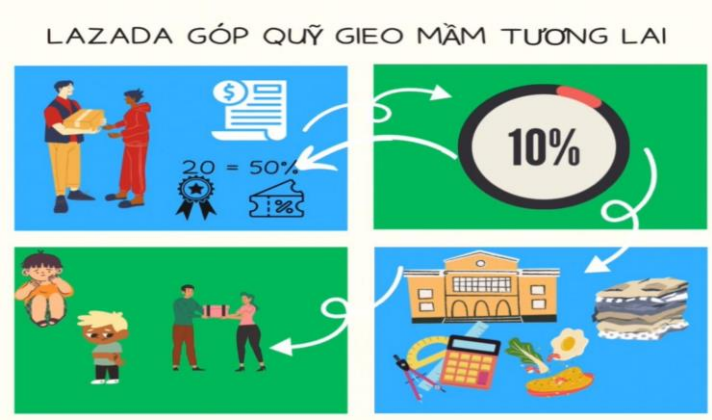
*(Nguồn: Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số từ Bộ Công Thương Sách trắng TMĐT, 2021)*

Hình (5) cho thấy năm 2020 tỷ lệ người tiêu dùng chọn mua sắm trên các sàn TMĐT chiếm 74% các diễn đàn, mạng xã hội, là 33%. Sự chênh lệch này so với con số năm trước là đáng kể, với 52% trên kênh TMĐT và 57% trên mạng xã hội. Sau đại dịch Covid-19 đã xảy ra sự thay đổi lớn trong thói quen tiêu dùng của nhiều người khi họ chuyển sang mua sắm trực tuyến. Đồng thời, các sàn TMĐT tại Việt Nam như Shopee, Lazada, Tiki, Sendo cũng đã tăng cường cung cấp hàng thực phẩm và hàng thiết yếu để đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng. Vì thế, Lazada cần nắm bắt các xu hướng này để đề ra các quyết định trong các chiến lược kinh doanh, đưa ra những giải pháp mới nhằm thu hút khách hàng và chiếm lĩnh lại thị trường.

**4. Đề xuất**

Nhằm gia tăng quyết định mua hàng trên ứng dụng mua sắm Lazada của người tiêu dùng tại Thành Phố Hồ Chí Minh, nhóm tác giả đã đề xuất ra 5 giải pháp sau:

**Giải pháp 1: Tổ chức chương trình góp quỹ hỗ trợ "Chung tay gieo mầm tương lai Việt".** Đánh giá sản phẩm và dịch vụ được coi là phương tiện hiệu quả để giải quyết những lo ngại của người tiêu dùng khi mua sắm sản phẩm. Phần lớn mọi người bị ảnh hưởng bởi đánh giá của người khác khi mua hàng. Các đánh giá của khách hàng là một công cụ hỗ trợ bán hàng. Những bình luận đánh giá tích cực về sản phẩm sẽ giúp tạo niềm tin ở những khách hàng mới. Khách hàng sẽ dựa vào các đánh giá tích cực của khách hàng cũ để mua sản phẩm, từ đó thúc đẩy doanh số bán hàng. Dựa vào tâm lý khách hàng, Lazada nên tổ chức chương trình tích luỹ đánh giá nhận quà liền tay. Trong mỗi tệp đánh giá của khách hàng sẽ đều có lộ trình giao hàng, đơn hàng, và phần đánh giá. 50 đánh khách hàng hoàn thành thủ tục đúng hạn sẽ nhận quà hoàn toàn miễn phí từ Lazada. Nhận thêm voucher giảm giá 50% toàn ngành hàng khi khách hàng share hình ảnh sản phẩm và đánh giá đến cho 3 người thân hoặc bạn bè.




**Hình 6. Trích 10% hóa đơn, góp quỹ "Gieo Mầm Tương Lai"**

*(Nguồn: Nhóm tác giả tự tổng hợp)*

Lazada, một trong những nền tảng thương mại điện tử hàng đầu, tự hào giới thiệu sáng kiến mới mang tên "Trích quỹ yêu thương". Chương trình này thể hiện cam kết mạnh mẽ của Lazada đối với sự phát triển của cộng đồng và xã hội, thông qua việc đóng góp 10% giá trị từ mỗi đơn hàng vào "Quỹ Gieo Mầm Tương Lai". "Quỹ Gieo Mầm Tương Lai" của Lazada không những là quỹ tài chính, hơn nữa là nền tảng nhằm nuôi dưỡng, hỗ trợ sự phát triển toàn diện cho thế hệ trẻ. Quỹ này đặt mục tiêu hỗ trợ các dự án giáo dục, đào tạo nghề và sáng tạo công nghệ, với ý định mở rộng cơ hội và tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển cá nhân và chuyên môn của giới trẻ. Lazada mong muốn chung tay góp sức vào việc hỗ trợ các bạn nhỏ có thể tiếp tục cắp sách đến trường.

Thông qua chương trình trên những người tiêu dùng sẽ lan truyền với nhau về những thông điệp tốt đẹp, những điều ý nghĩa thông qua việc mua hàng trên Lazada, nâng cao quyết định mua hàng của khách hàng.

**Giải pháp 2: Sử dụng mô hình dùng thử, tăng độ trải nghiệm cho khách hàng**

Nhắc đến việc mua sắm trên sàn thương mại điện tử chắc chắn chúng ta đã từng đối mặt với những nỗi lo lẫn hoài nghi về việc chọn lựa sản phẩm không được tận tay trải nghiệm trước. Vì thế nhóm tác giả đề xuất giải pháp Chương trình "Dùng thử trước khi quyết định" bao gồm một số sản phẩm như: mỹ phẩm, đồ gia dụng... Đề xuất này không chỉ mang lại trải nghiệm chân thực hơn cho người tiêu dùng, mà còn tạo cơ hội để chia sẻ những trải nghiệm tuyệt vời với cộng đồng. Để nâng cao quyết định mua sắm trên ứng dụng Lazada thông qua sự truyền miệng điện tử. Đây là một chương trình trải nghiệm do Lazada hỗ trợ và kết hợp với các cửa hàng trên sàn của mình tổ chức thực hiện, Lazada sẽ hỗ trợ dịch vụ lưu kho, phí vận hành...; các cửa hàng trên sàn Lazada tham gia chương trình sẽ cung cấp các mẫu thử, phần còn lại khách hàng sẽ chịu chi phí giao hàng.

**Hình 7. Đặt hàng dùng thử**

*(Nguồn: Nhóm tác giả tự tổng hợp)*

**Giải pháp 3: Tích luỹ đánh giá, nhận ngay ưu đãi**

Đánh giá sản phẩm, dịch vụ được ví như chìa khóa vàng mở ra cánh cửa niềm tin cho người mua hàng trong thế giới mua sắm trực tuyến đầy sôi động. Giữa vô vàn lựa chọn, những lời nhận xét chân thực từ người mua trước đóng vai trò như kim chỉ nam, dẫn dắt người mua đến với sản phẩm phù hợp và xua tan mọi nỗi lo**.** Trong sàn thương mại điện tử, tình trạng đưa ra các bình luận ảo rất nhiều, do đó người tiêu dùng rất khó để đưa ra các đánh giá chính xác về sản phẩm. Vì vậy, Lazada tổ chức chương trình: "Tích lũy đánh giá, nhận quà liền tay". Thông qua tệp tích luỹ đó sẽ có thông tin đơn khách đặt, hoá đơn, và thanh đánh giá, từ đó sẽ tăng độ uy tín cho sàn Lazada. Trong mỗi tệp đánh giá của khách hàng sẽ đều có lộ trình giao hàng, đơn hàng, và phần đánh giá. 50 đánh giá khách hàng hoàn thành thủ tục đúng hạn sẽ nhận các phần quà hoàn toàn hấp dẫn (vourcher, áo, nón, dù…).

Với chương trình này, người tiêu dùng sẽ càng thích thú hơn khi đưa ra những đánh giá cho sản phẩm. Thay vì trước kia sau khi mua hàng xong khách hàng sẽ không thực hiện việc đánh giá sản phẩm. Mặc khác những người tiêu dùng chưa mua sản phẩm đó cũng sẽ có thêm những thông tin, đánh giá chính xác nhất để hướng đến việc quyết định mua hàng trên Lazada.

**Hình 8. Tích lũy đánh giá, nhận quà liền tay**

*(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp)*

**Giải pháp 4: Củng cố thái độ doanh nghiệp hướng tới thông tin trực tuyến**

Thứ nhất, Lazada cần phải xây dựng mạng lưới đội ngũ nhân viên, bồi dưỡng trao dồi kiến thức vững chắc, đào tạo nhân viên chăm sóc khách hàng sử dụng thành thạo công cụ và kỹ năng giao tiếp qua tin nhắn Chuyên viên tư vấn khách hàng thường sẽ chăm sóc khách hàng thông qua các cuộc gọi điện hay tin nhắn vì vậy khách hàng khó có thể cảm nhận được biểu cảm của nhân viên chăm sóc và độ chân thành.

Thứ hai là phân công nhân sự, tư vấn rõ ràng khi có khách hàng trên hộp chatbox cần ưu tiên trả lời tin nhắn của khách hàng một cách nhanh chóng để tạo ấn tượng tốt và giữ chân khách hàng. Không nên sử dụng tính năng chat tự động, sẽ khiến cho khách hàng khó chịu và vấn đề của khách hàng không được giải quyết và hỗ trợ.

Thứ ba, đưa ra các quy trình, kế hoạch cụ thể cho các cửa hàng, doanh nghiệp trên sàn thương mại điện tử Lazada để cửa hàng có thể triển khai một cách tối ưu nhất, nâng cao quyết định mua hàng của khách hàng.

**Giải pháp 5: Cập nhật các tính năng mới trên ứng dụng mua sắm Lazada**

Đối với khách hàng việc trải nghiệm mua sắm trên ứng dụng mua sắm Lazada là một trong những yếu tố quan trọng để khách hàng quyết định mua hàng. Do đó, Lazada cần cải tiến, cập nhật thêm những tính năng mới, tăng độ trải nghiệm, tạo sự mới mẻ cho khách hàng. Qua đó giúp khách hàng thấy được những ưu điểm khi mua sắm trực tuyến trên sàn TMĐT Lazada so với các đối thủ cạnh tranh khác.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Báo cáo sàn thương mại điện tử 6 tháng đầu năm 2023 của Metric, 2023, https://metric.vn/thuong-mai-dien-tu
2. Cổng thông tin điện tử Bộ thông tin và truyền thông, 2023: Thị phần doanh thu các sàn Thương mại điện tử Việt Nam quý I/2023, https://mic.gov.vn/hnqt/Pages/TinTuc/159151/Thi-phan-doanh-thu-cac-san-thuong-mai-dien-tu-Viet-Nam-quy-I-2023.html (Ngày truy cập: 05/01/2024).
3. Đặng Hoàng Minh Quân và cộng sự , 2022, Truyền miệng trực tuyến và ý định lựa chọn nhà hàng. https://jfm.ufm.edu.vn/index.php/jfm/article/view/270 (Truy Cập Ngày: 2/12/2023).
4. Hoàng Quốc Cường, 2010, Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ mua hàng điện tử qua mạng,https://fr.scribd.com/doc/242401788/Lu%E1%BA%ADn-v%C4%83n-Nghien-c%E1%BB%A9u-cac-y%E1%BA%BFu-t%E1%BB%91-%E1%BA%A3nh-h%C6%B0%E1%BB%9Fng-%C4%91%E1%BA%BFn-%C3%BD-%C4%91%E1%BB%8Bnh-s%E1%BB%AD-d%E1%BB%A5ng-d%E1%BB%8Bch-v%E1%BB%A5-mua-hang-%C4%91i%E1%BB%87n-t%E1%BB%AD-qua-m%E1%BA%A1ng-N%C4%83m-2010-pdf(Truy Cập Ngày: 2/12/2023).
5. Nguyễn Thị Ánh Hồng, 2022, "Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định mua hàng của khách hàng trên sàn thương mại điện tử tại TP. Hồ Chí Minh" https://scholar.dlu.edu.vn/thuvienso/bitstream/DLU123456789/185701/1/CVv39S152022035.pdf (Truy cập ngày: 2/12/2023)
6. Phạm Vinh, 2023, Đạt 16.300 tỷ đồng doanh thu, TikTok Shop đang lấy thị phần của nhiều sàn thương mại điện tử tại Việt Nam, https://vneconomy.vn/dat-16-300-ty-dong-doanh-thu-tiktok-shop-dang-lay-thi-phan-cua-nhieu-san-thuong-mai-dien-tu-tai-viet-nam.htm (Truy Cập Ngày: 2/12/2023).
7. Sách trắng TMĐT, 2021, Tỷ lệ người dùng mua hàng trực tuyến - https://vietnamnet.vn/493-trieu-nguoi-viet-mua-sam-truc-tuyen-i290303.html (Ngày truy cập: 05/01/2024).

# HOÀN THIỆN QUY TRÌNH BÁN HÀNG TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN TRUYỀN THÔNG 198X

**Nguyễn Thị Kim Ngân, Nguyễn Dương Linh*,**
**Nguyễn Ngọc Bích Trâm, Tôn Thị Thanh Tuyền**
Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: nd.linh@hutech.edu.vn.

## TÓM TẮT

Bài viết nhằm nghiên cứu và phân tích quy trình bán hàng tại công ty cổ phần truyền thông 198X trong giai đoạn bình thường mới (thời đại công nghệ 4.0 và sau đại dịch Covid-19). Quy trình bán hàng tại công ty cổ phần truyền thông 198X được chia thành 2 quy trình dành cho khách hàng doanh nghiệp và cá nhân. Đối với quy trình bán hàng cho doanh nghiệp bao gồm 7 bước: Tìm kiếm khách hàng tiềm năng, chuẩn bị chương trình, tiếp cận khách hàng, giới thiệu chương trình, gửi đề xuất và báo giá, ký kết hợp đồng, chăm sóc. Và quy trình bán hàng cho cá nhân bao gồm 6 bước: Tìm kiếm khách hàng, tiếp nhận thông tin từ khách hàng, lên phương án đề xuất và báo giá, giới thiệu về phương án, hiệu chỉnh, ký kết hợp đồng. Qua nghiên cứu, có thể thấy quy trình bán hàng của công ty còn tồn đọng hạn chế đặc biệt là khâu tìm kiếm khách hàng và tiếp nhận thông tin khách hàng. Trên cơ sở đó, đề xuất một số khuyến nghị nhằm giúp công ty hoàn thiện quy trình bán hàng hiệu quả hơn.
*Từ khoá:* bán hàng; hoàn thiện; quy trình.

## 1. Giới thiệu

Từ lâu, bán hàng đã trở thành là một phần quan trọng trong dây chuyền hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Bởi bán hàng chính là bán sản phẩm hoặc dịch vụ của công ty đến nhiều đối tượng khác nhau trong xã hội, nhằm đáp ứng mọi nhu cầu của khách hàng, tăng doanh số bán hàng để đạt được lợi nhuận và là chỉ tiêu chất lượng phản ánh kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Đối với các doanh nghiệp, bán hàng là khâu cuối cùng trong sản xuất kinh doanh nên bán hàng và chỉ có bán hàng mới thực hiện được mục tiêu trước mắt là lợi nhuận vì vậy nó quyết định sự thành bại của doanh nghiệp.

Trong thời kỳ mà sức mạnh của công nghệ tiên tiến và sự kết nối thông qua hệ thống kỹ thuật số hóa đang làm thay đổi cả bức tranh toàn cầu. Những tiến bộ đỉnh cao của khoa học, công nghệ sinh học, sử dụng robot trong công việc,… không thể không nói đến sự thành công và phát triển của mạng internet toàn cầu. Ở Việt Nam, theo báo cáo "Digital" của We are Social (2020), năm 2020 Việt Nam với dân số hơn 96 triệu người, số lượng thuê bao di động lên đến 145,8 triệu (chiếm 150% so với tổng dân số cả nước); số người sử dụng internet đạt 68,17 triệu thuê bao (tương đương 70% dân số); số người dùng mạng xã hội lên đến 65 triệu người (chiếm tỷ lệ 67% dân số). Trung bình mỗi ngày tại Việt Nam, người dùng dành khoảng 6 giờ 52 phút để truy cập internet. Trong thời gian này, họ dành 2 giờ 37 phút cho việc sử dụng mạng xã hội, 2 giờ 43 phút để xem các stream hoặc video trực tuyến và 1 giờ 21 phút để nghe nhạc online (Tiến, 2020). Thông qua các số liệu về việc người dùng dành cho việc truy cập internet và các hoạt động trực tuyến như sử dụng mang xã hội, hay xem video trực tuyến,… cho thấy mức độ ưa chuộng của người tiêu dùng đối với nền tảng kỹ thuật số, sự chuyển đổi nhanh chóng từ các hoạt động truyền thông truyền thống sang các nền tảng trực tuyến. Từ đó, có thể thấy sự bùng nổ nhanh chóng của internet tại Việt Nam đã gây ảnh hưởng đáng kể đối với phương thức truyền thông truyền thống. Thói quen tiêu dùng đã thay đổi,

người dùng dành nhiều thời gian hơn cho các ứng dụng trực tuyến như Facebook, tiktok,… làm giảm số lượng người xem các phương tiện truyền thông truyền thống như truyền hình, radio và báo in. Do đó, giúp các doanh nghiệp truyền thông có cái nhìn rõ hơn về các phương thức truyền thông truyền thống đang dần mất đi tính hiệu quả. Nhờ vậy, các doanh nghiệp sẽ biết được cách thức và con đường người dùng truy cập internet, sử dụng mạng xã hội cũng như nhận thức được về sức mạnh và cơ hội của việc quảng bá truyền thông thông qua internet từ đó định hình chiến lược của mình để tận dụng tối đa tầm ảnh hưởng của môi trường kỹ thuật số bằng cách tập trung vào các mối liên kết với khách hàng qua mạng xã hội. Và để có thể giành được lòng tin của khách hàng, các doanh nghiệp cần phải thực hiện nhiều động tác, trong đó, khâu bán hàng là quan trọng nhất. Muốn vậy, cần phải có một đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp được đào tạo bài bản, huấn luyện để am hiểu về sản phẩm và khách hàng, có thái độ phục vụ tốt và có kỹ năng làm việc theo một quy trình cụ thể, khoa học. Từ đó tối ưu hóa chiến lược bán hàng và thúc đẩy tăng trưởng doanh số bán hàng.

## 2. Cơ sở lý thuyết

### ❖ Bán hàng

Trong thị trường ngày nay, nơi mà sự cạnh tranh ngày càng khốc liệt và nhu cầu của khách hàng ngày càng cao, bán hàng không chỉ là yếu tố cần thiết trong chiến lược kinh doanh mà còn là chìa khóa quyết định sự phồn vinh và thành công của mọi doanh nghiệp. Nhìn vào những thay đổi nhanh chóng trong môi trường kinh doanh, không thể phủ nhận rằng bán hàng đã trở thành một nghệ thuật, nơi mà mỗi cuộc gặp gỡ là một cơ hội để xây dựng mối quan hệ, truyền thông tin và tạo ra giá trị cho cả doanh nghiệp và khách hàng. Theo James M.Comer (2002), bán hàng là sự tư vấn, tìm hiểu để thỏa mãn nhu cầu, ước muốn và quyền lợi lâu dài của cả người bán và người mua. Theo Lưu Đan Thọ và Nguyễn Vũ Quân (2016) bán hàng nhấn mạnh tính tương tác trực tiếp giữa người bán và người mua, sử dụng kỹ năng thuyết trình để giới thiệu và thuyết phục về sản phẩm hoặc dịch vụ, hướng đến mục tiêu trao đổi giữa hai bên. Hay theo Nguyễn Lân (2006), bán hàng là quá trình trao đổi sản phẩm/dịch vụ giữa người bán và người mua, với mục đích nhận lại tiền hay vật phẩm có giá trị đã thỏa thuận từ người mua.

### ❖ Vai trò của bán hàng

Bán hàng không chỉ là quá trình chuyển giao sản phẩm mà còn là động lực thúc đẩy sự phát triển kinh tế và thành công của doanh nghiệp. Theo Lê Thị Lan Hương (2012), bán hàng không chỉ mở ra cơ hội đổi mới và tương tác chặt chẽ giữa người sản xuất và người tiêu dùng; bằng cách tạo ra và duy trì nhu cầu, bán hàng không chỉ giữ cân bằng giữa cung và cầu mà còn là nguồn động lực cho sự phát triển ổn định và bền vững của nền kinh tế và doanh nghiệp:

- Đối với kinh tế, vai trò của bán hàng được thể hiện qua các khía cạnh như cầu nối giữa sản xuất và tiêu dùng, tăng tổng cầu, tạo sự thỏa mãn đối với nhu cầu của khách hàng và tác động đến việc giảm lạm phát cũng như thúc đẩy sự thay đổi trong thị trường.
- Đối với doanh nghiệp, bán hàng không chỉ là công cụ truyền thông mà còn mang lại sự linh hoạt trong việc truyền thông điệp đến khách hàng, tạo cơ hội để kết nối và xây dựng mối quan hệ với khách hàng. Người bán hàng cũng là một trong những nguồn lực quan trọng và là vũ khí cạnh tranh mạnh mẽ, góp phần vào sự thành công của doanh nghiệp trên thị trường.

### ❖ Bản chất của hoạt động bán hàng

Về bản chất, nhìn từ góc độ của Lưu Đan Thọ và Nguyễn Vũ Quân (2016), là sự kết hợp toàn bộ các yếu tố như chất lượng sản phẩm, độ tin cậy thương hiệu, mối quan hệ với khách hàng và chăm sóc khách hàng. Đây là chìa khóa quyết định sự thành công và động lực quan trọng cho sự phát triển và duy trì sự ổn định trong kinh doanh. Từ đó có thể thấy bản chất của hoạt động bán hàng không chỉ đơn giản là quá trình trao đổi hàng hóa, mà còn là một hành trình đa chiều, phức tạp, đòi hỏi sự am hiểu sâu sắc về thị trường, khách hàng và kỹ năng giao tiếp.

Mỗi giao dịch bán hàng mang theo cơ hội để tạo ấn tượng tích cực và đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Thành công của bán hàng không chỉ đến từ việc hiểu rõ sản phẩm mà còn

xuất phát từ khả năng lắng nghe, thấu hiểu mong muốn, tâm lý, thị hiếu và nhu cầu của từng khách hàng. Bản chất của hoạt động bán hàng còn thể hiện qua việc xây dựng niềm tin và uy tín, giúp doanh nghiệp duy trì sự tin tưởng của khách hàng và mở ra cơ hội mở rộng kinh doanh trong tương lai.

❖ **Quy trình bán hàng**

Quy trình bán hàng là chuỗi các bước từ xác định đối tượng đến các hoạt động sau bán hàng, được chia thành 8 bước quy trình cá nhân và 6 bước quy trình tổ chức/doanh nghiệp.

- Đối với quy trình cá nhân theo Trương Quang Dũng và cộng sự (2020):

Thứ nhất, tìm kiếm cơ hội bán hàng: Xác định khách hàng tiềm năng và nhu cầu thông qua nghiên cứu thị trường

Thứ hai, công tác chuẩn bị: Thu thập thông tin chi tiết về khách hàng và sản phẩm để tăng hiệu quả giao tiếp.

Thứ ba, tiếp cận và phân tích cơ hội: Giao tiếp thân thiện và chuyên nghiệp, lắng nghe khách hàng để đánh giá khả năng tiếp cận.

Thứ tư, tìm kiếm và trình bày giải pháp: Lựa chọn và trưng bày sản phẩm, linh hoạt giới thiệu sản phẩm thay thế nếu cần.

Thứ năm, đánh giá khách hàng: Giai đoạn này cần lắng nghe và quan sát khách hàng để hiểu mong muốn và nhu cầu, giới thiệu sản phẩm phù hợp.

Thứ sáu, thương lượng: Ở giai đoạn này người bán sẽ để khách hàng trải nghiệm sản phẩm giúp dễ dàng thuyết phục hơn khi khách hàng được biết về giá trị thực của sản phẩm.

Thứ bảy, cam kết: Việc cam kết về chất lượng sản phẩm, dịch vụ bảo hành giúp xây dựng lòng tin và duy trì mối quan hệ với khách hàng.

Cuối cùng, duy trì và phát triển mối quan hệ: Kết thúc quá trình bán hàng không chỉ là việc hoàn tất giao dịch mà còn là bắt đầu quá trình duy trì và phát triển mối quan hệ với khách hàng. Chăm sóc chu đáo sau mỗi giao dịch, đáp ứng nhu cầu và giải quyết vấn đề cho khách hàng một cách nhanh chóng kèm theo dịch vụ bán hàng xuất sắc là chìa khóa để tạo mối quan hệ lâu dài và sự trung thành từ phía khách hàng.

- Đối với quy trình bán hàng cho tổ chức/doanh nghiệp theo Lê Đăng Lăng (2009):

Thứ nhất, khám phá nhu cầu: Là bước nhằm xác định nhu cầu, mong muốn, khả năng thanh toán thông qua nhiều nguồn thông tin đa dạng (danh bạ điện thoại, khách hàng hiên tại, đối thủ cạnh tranh, triển lãm,…).

Thứ hai, đánh giá tiềm năng: Là bước để xác định khách hàng có thật sự tiềm năng hay không, dựa trên độ lớn nhu cầu, động lực mua và khả năng thanh toán.

Thứ ba, chuẩn bị tiếp xúc: Hiểu rõ đối tượng liên quan đến việc mua hàng bao gồm những người "gác cổng", người mua hàng, nhóm người ảnh hưởng và người quyết định. Sau đó thu thập thông tin và chuẩn bị mẫu sản phẩm.

Thứ tư, tiếp xúc và chào hàng: Tạo ấn tượng tích cực (chú ý đến trang phục, bắt tay nhiệt tình và lời giới thiệu ngắn gọn, đầy đủ về tổ chức/doanh nghiệp), xây dựng mối quan hệ và đối mặt với các phản đối của khách hàng.

Thứ năm, kết thúc bán hàng: Đề xuất giải pháp cụ thể và hướng dẫn khách hàng đưa ra quyết định.

Cuối cùng, theo dõi và chăm sóc khách hàng: Là bước cuối cùng trong quy trình bán hàng bao gồm các hoạt động như bảo trì sản phẩm, giao hàng tận nơi, quà tặng và thu thập phản hồi.

## 3. Thực trạng về quy trình bán hàng tại Công ty Cổ phần Truyền thông 198X

### *3.1 Quy trình bán hàng cho tổ chức/doanh nghiệp sử dụng các gói dịch vụ sẵn có*

Quy trình bán hàng cho tổ chức/doanh nghiệp sử dụng các gói dịch vụ sẵn có tại công ty gồm 7 bước như sau: Tìm kiếm khách hàng tiềm năng, chuẩn bị chương trình, tiếp cận khách hàng, giới thiệu chương trình, gửi đề xuất và báo giá, ký kết hợp đồng, chăm sóc.

### *3.2 Tìm kiếm khách hàng tiềm năng*

Thông thường, đây là công việc của phòng kinh doanh, hiện tại công ty có ba phương thức chủ yếu để tìm kiếm khách hàng tiềm năng:

Thứ nhất, dựa trên danh sách dữ liệu khách hàng sẵn có. Danh sách dữ liệu khách hàng của công ty chứa đựng thông tin cơ bản của khách hàng (doanh nghiệp hoặc cá nhân) như họ tên khách hàng, số điện thoại liên lạc, địa chỉ cơ quan, email,…được phòng kinh doanh lưu trữ thông qua một số cách dưới đây:

- Các cuộc giao dịch với khách hàng đã từng kí kết hợp tác;
- Thông tin khách hàng mới được khách hàng quen giới thiệu;
- Thu thập thông tin khách hàng qua mạng xã hội như facebook, tiktok của công ty;
- Thu thập dữ liệu khách hàng qua các sự kiện, hội nghị;
- Mua thông tin dữ liệu khách hàng.
- Thêm vào đó, mỗi cá nhân làm việc tại phòng kinh doanh đều sẽ tích góp cho bản thân nguồn khách hàng thân thuộc thông qua các công việc tương tự đã làm tại nhiều công ty khác nhau.

Thứ hai, công ty sẽ cử đại diện phòng kinh doanh tham gia các buổi hội thảo, hội chợ, triển lãm diễn ra tại các trung tâm triển lãm và hội nghị - nơi các doanh ngiệp lớn, nhỏ tổ chức để tăng nhận diện thương hiệu của doanh nghiệp vừa học hỏi, trao đổi thêm nhiều kiến thức, kinh nghiệm; đồng thời, tìm kiếm khách hàng tiềm năng.

Cuối cùng, phòng kinh doanh còn tìm kiếm khách hàng tiềm năng thông qua các trang mạng xã hội như facebook, instagram bằng cách đăng tải thông tin gói dịch vụ truyền thông đang diễn ra tại công ty để thu hút sự quan tâm từ các cá nhân, doanh nghiệp đang tham gia nhóm, diễn đàn liên quan đến lĩnh vực truyền thông, marketing. Một số nhóm facebook mà nhân viên kinh doanh hay tìm kiếm khách hàng như:

- Cộng đồng Agency truyền thông – marketing Việt Nam (hơn 44.500 thành viên)
- DMA Network For Business (hơn 121.600 thành viên)
- Cộng đồng Marketing & Advertising (366.700 thành viên)

*3.2.1 Chuẩn bị chương trình*

Sau khi phòng kinh doanh đã có danh sách các khách hàng tiềm năng phù hợp với các mục tiêu đề ra của chiến dịch. Nhiệm vụ tiếp theo sẽ thuộc về phòng kế hoạch, sẽ sắp xếp và lên lịch để chuẩn bị chương trình. Ngoài ra, còn chuẩn bị danh sách các trang/nhóm mạng xã hội sẽ kí kết hợp tác đăng tải các bài viết của chương trình và lựa chọn những người có sức ảnh hưởng hay những người tiêu dùng có sức ảnh hưởng phù hợp để quảng bá cho các thương hiệu tham gia chiến dịch lần này.

Sau đó, phòng kinh doanh sẽ bắt đầu đem thời gian diễn ra chiến dịch gửi đến khách hàng tiềm năng. Đây là công đoạn mất nhiều thời gian vì phải đợi thông tin phản hồi đến từ phía khách hàng.

*3.2.2 Tiếp cận khách hàng*

Bước tiếp theo, khi doanh nghiệp đã phản hồi lại cho công ty, nhân viên kinh doanh sẽ chia nhỏ lượng khách hàng ra để nhân viên kinh doanh dễ dàng tiếp cận khách hàng tốt nhất. Việc phân chia khách hàng bằng cách 1 nhân viên kinh doanh sẽ phụ trách 2 khách hàng. Thông qua, cách gửi tin nhắn (trong đó gồm có thông tin của công ty, nội dung chiến dịch cần hợp tác,…) qua email của khách hàng tiềm năng.

Nội dung phản hồi có thể là họ cảm thấy hứng thú, mong chờ được trình bày và chia sẻ nhiều hơn về chiến dịch. Hoặc có khi, hiện tại họ không đủ kinh phí hay đã hợp tác với một bên khác và đã có nhóm nhỏ trong doanh nghiệp có thể làm được,…Sau khi đã nhận được phản hồi và chọn lọc lại một lần nữa khách hàng tiềm năng có nhu cầu với chiến dịch để tiếp cận nhằm xác định được các doanh nghiệp đang có sự quan tâm và nhu cầu biết thêm, tăng khả năng thành công cho chiến dịch.

*3.2.3 Giới thiệu chương trình*

Đây là công việc chính của nhân viên kinh doanh, khi đã tiếp cận thành công với khách hàng cần giới thiệu ngay chương trình với khách hàng. Để họ biết được những ý tưởng và công việc mà công ty sẽ triển khai làm trong chiến dịch. Khi trao đổi với khách hàng nên đưa

ra được ý tưởng chính của chiến dịch, đưa ra yếu tố hấp dẫn của chiến dịch để khách hàng hiểu được điểm sáng của chiến dịch.

*3.2.4 Gửi đề xuất và báo giá*

Đây là bước quan trọng và quyết định xem có thuyết phục thành công khách hàng này hay không. Đối với nhân viên kinh doanh, cần gửi bản đề xuất cho khách hàng để họ có thể đưa ra lựa chọn chốt đơn. Thông thường, thời gian gửi bản đề xuất cho bên nhận dịch vụ hai bên sẽ hẹn nhau thời gian để gặp nhau qua google meet để dễ dàng trao đổi hơn về những nội dung trong bản đề xuất. Việc cần làm khi trải qua buổi trao đổi này là giải quyết các nỗi lo của khách hàng để họ chấp nhận bảng đề xuất mà công ty đưa ra.

Khi gửi bảng báo giá các doanh nghiệp thường đắn đo 2 điều sau:

- Thứ nhất, các lo lắng về tài chính thì cách xử lý thông thường là chia nhỏ số tiền ra thành nhiều đợt thanh toán cho họ được chọn ngày thanh toán cố định trong tháng, tư vấn hình thức thanh toán tốt nhất thường là chuyển khoản. Có 2 cách để công ty hỗ trợ khách hàng thanh toán hợp đồng: Thứ nhất, nếu khách hàng có thể thanh toán 100% giá trị hợp đồng ngay thì công ty sẽ giảm phần trăm phí quản lí chiến dịch xuống còn 5% so với 8% như thông thường và các hạng mục sẽ ưu tiên triển khai nhanh hơn cho bên nhận dịch vụ. Bên cạnh đó, nếu khách hàng đang gặp khó khăn tài chính thì phòng kinh doanh đưa ra phương án trả trước 60% giá trị hợp đồng ngay sau khi kí hợp đồng và 40% còn lại sẽ khi chương trình bắt đầu diễn ra.
- Thứ hai, lo lắng về tiến trình diễn ra hoạt động có theo như sự tính toán thì phải cam kết thực hiện như trên bản đề xuất nếu bên công ty có xảy ra việc ngoài ý muốn không hoàn thành đúng tiến trình sẽ thông báo trước với bên thương hiệu. Điều này, công ty sẽ cam kết đảm bảo cho doanh nghiệp nếu không theo tiến trình diễn ra sẽ bồi thường dựa trên điều khoản hợp đồng có nêu cụ thể.

*3.2.5 Ký kết hợp đồng*

Sau khi khách hàng quyết định ký kết hợp đồng, phòng kinh doanh có nhiệm vụ hoàn thành các thủ tục pháp lí cung cấp các dịch vụ truyền thông giữa 198X và khách hàng. Nhân viên kinh doanh soạn thảo văn bản hợp đồng, dựa trên các điều khoản bắt buộc như sau:

- Thông tin cơ bản: Tên công ty, địa chỉ công ty, người đại diện, chức vụ, số điện thoại, email,…
- Điều 1: Nội dung hợp tác (bao gồm mô tả chi tiết công việc và thời gian chương trình bên công ty cam kết cung cấp).
- Điều 2: Giá trị hợp đồng và hình thức thanh toán (dựa trên bảng báo giá và ưu tiên hình thức thanh toán có lợi cho khách hàng).
- Điều 3: Quyền và nghĩa vụ của bên A.
- Điều 4: Quyền và nghĩa vụ của bên B.
- Điều 5: Bảo mật thông tin.
- Điều 6: Sự kiện bất khả kháng.
- Điều 7: Chấm dứt, sửa đổi và thanh lý hợp đồng.
- Điều 8: Xử lý vi phạm và bồi thường thiệt hại.
- Điều 9: Điều khoản chung.
- Điều 10: Đầu mối liên hệ.
- Điều 11: Hiệu lực hợp đồng

Khi đã soạn thảo hợp đồng với đầy đủ thông tin 11 điều khoản, nhân viên kinh doanh sẽ gửi đến trưởng nhóm phòng kinh doanh để được kiểm duyệt. Thông qua được kiểm duyệt sẽ phụ trách in ra và đưa cho nhân viên sale đi đàm phán kí kết theo thời gian 2 bên đã thương lượng.

*3.2.6 Chăm sóc*

Chăm sóc sau khi đã kí kết hợp đồng là bước vô cùng quan trọng, thường thì, sau khi kí hợp đồng nhân viên kinh doanh sẽ gửi ngay một tin nhắn chân thành cảm ơn đến khách hàng đã lựa chọn hợp tác cùng công ty tạo thiện cảm và giúp công ty tiến gần hơn với khách hàng.

Nhân viên kinh doanh lúc này đóng vai trò là cầu nối của các phòng ban trong công ty để tiếp thu và truyền đạt những mong muốn, yêu cầu từ phía khách hàng. Để các phòng ban nắm rõ và đưa ra các kế hoạch làm việc đúng như mong muốn cho đến khi diễn ra kết chiến dịch.

***3.3 Quy trình cho cá nhân đối với dịch vụ thiết kế theo yêu cầu khách hàng***

Tuy đa số khách hàng đến từ công ty là doanh nghiệp nhưng cũng không thiếu các khách hàng cá nhân hợp tác. Vì vậy, quy trình bán hàng cho khách hàng là cá nhân của công ty bao gồm 6 bước sau đây: Tìm kiếm khách hàng, tiếp nhận thông tin từ khách hàng, lên phương án đề xuất và báo giá, giới thiệu về phương án, hiệu chỉnh, ký kết hợp đồng.

*3.3.1 Tìm kiếm khách hàng*

Tương tự với quy trình ở trên, tìm kiếm khách hàng chính là một trong những công việc đặc thù của phòng kinh doanh. Thông thường, mỗi nhân viên của phòng kinh doanh sẽ áp dụng những phương pháp tìm kiếm khách hàng riêng và tổng hợp nguồn dữ liệu khách hàng của mình. Thông thường, khách hàng cá nhân thường được tìm trên các nhóm/cộng đồng liên quan đến lĩnh vực truyền thông, marketing thông qua các bài đăng tìm kiếm sự hỗ trợ từ công ty truyền thông.

Sau khi công ty đã có được dữ liệu về nhóm khách hàng phù hợp với dịch vụ thì phòng kinh doanh bắt đầu gửi mail có chứa thông tin về công ty để giới thiệu nhằm thu hút sự quan tâm đối với những khách hàng có nhu cầu được tăng nhận diện thương hiệu.

*3.3.2 Tiếp nhận thông tin từ khách hàng*

Thông thường, khách hàng cá nhân sẽ liên hệ với công ty để hợp tác thông qua số hotline, dịch vụ SNS, mail hay qua trang web của công ty. Đối với Công ty Cổ phần Truyền Thông 198X, khách hàng sẽ liên hệ thông qua hotline (097 898 79 38) hoặc mail (admin@198x.asia) và gửi kèm bản tóm tắt yêu cầu. Tuy nhiên thì việc tiếp nhận thông tin của khách hàng qua mail vẫn còn khá lâu do công ty vẫn còn thiếu đội ngũ nhân viên chuyên phụ trách ở mảng này.

Ở đây, sau khi nhận được mail liên hệ kèm bản tóm tắt các thông tin yêu cầu từ khách hàng. Nhân viên phòng kinh doanh tóm tắt và nắm rõ các nhu cầu và mong muốn thông qua bản tóm tắt để hiểu rõ hơn và đưa ra được các phương án phù hợp.

*3.3.3 Lên phương án đề xuất và báo giá*

Bước tiếp theo, khi đã hiểu được nhu cầu và mong muốn của khách hàng, nhân viên phòng kinh doanh đồng thời sẽ cùng với nhân viên của phòng kế hoạch và phòng marketing ngồi lại đưa ra phương án đề xuất và mức giá để làm sao có thể chọn lựa ra được những phương án phù hợp, khả thi với hiệu quả cao nhất nhưng vẫn tối ưu được chi phí và khiến cho khách hàng có thể cảm nhận được với mức giá đó vẫn sử dụng được nhiều dịch vụ của công ty.

Bên cạnh đó, báo giá sẽ được điều chỉnh và giải đáp một cách rõ ràng, chi tiết và minh bạch, đảm bảo mỗi hạng mục đều được tính toán cẩn thận. Thông thường, khách hàng cá nhân sẽ có mức chi trả cho các dịch vụ thấp hơn so với các doanh nghiệp vì vậy nên đưa ra mức giá dựa theo ngân sách để họ dễ dàng cho việc chi trả.

*3.3.4 Giới thiệu về phương án*

Đây là công việc chính của phòng kinh doanh, là bước giúp khách hàng cá nhân hiểu rõ và có cái nhìn trực quan hơn về các phương án, hạng mục được triển khai do công ty thiết kế. Khi đã hoàn tất bước lên phương án, nhân viên kinh doanh sẽ liên hệ lại với khách hàng để đặt lịch hẹn gặp và trình bày phương án một cách rõ ràng và chi tiết hơn. Để họ biết được những ý tưởng và công việc mà công ty sẽ triển khai làm trong gói truyền thông.

Đối với các dịch vụ thiết kế theo yêu cầu gồm những hạng mục sau:

- Bài viết trên nền tảng mạng xã hội (social post).
- Sản xuất video, chụp hình.
- Thiết kế website bán hàng

*3.3.5 Hiệu chỉnh*

Đây là bước vô cùng quan trọng và cũng là bước thực hiện lâu nhất vì nhân viên kinh doanh sẽ phải điều chỉnh rất nhiều và chờ đợi phản hồi từ khách hàng khá là lâu. Khoảng thời gian này, hai bên sẽ trao đổi với nhau thường xuyên để điều chỉnh sao cho đúng ý với khách hàng mà vẫn thuận tiện cho bên công ty.

Dựa trên quá trình lắng nghe, thu nhận ý kiến , đánh giá và phản hồi từ phía nhà hàng đối với các phương án đã được đề xuất ở buổi gặp mặt đầu tiên, nhân viên kinh doanh thực hiện điều chỉnh lại phương án. Sau khi điều chỉnh, nhân viên phòng kinh doanh sẽ gửi lại phương án kèm báo giá mới và chờ sự phản hồi từ khách hàng.

*3.3.6 Ký kết hợp đồng*

Khi đã đạt được thỏa thuận và thống nhất của cả hai bên với các điều khoản thì công ty tiến hành ký kết hợp đồng với khách hàng. Đây sẽ là cơ sở để các bên cùng thực hiện và trong trường hợp xảy ra tranh chấp thì hợp đồng là bằng chứng để đưa ra pháp lý. Hợp đồng được soạn thảo theo mẫu của công ty, được lập thành 2 bản, mỗi bên giữ 1 bản. Nội dung của hợp đồng vẫn đảm bảo đủ 11 điều khoản theo quy định giống như trên.

**Thảo luận về quy trình:** Quy trình bán hàng tại công ty Cổ phần truyền thông 198X có một số hạn chế như sau:

- Hạn chế trong hoạt động tìm kiếm khách hàng của phòng kinh doanh. Do công ty Cổ phần 198X làm về lĩnh vực truyền thông, quảng cáo có sự cạnh tranh vô cùng cao nên dẫn đến hoạt động tìm kiếm khách hàng chưa mang lại hiệu quả.

- Hạn chế về thời gian tiếp nhận thông tin khách hàng. Do nguồn nhân lực còn hạn chế vì công ty mới thành lập, chưa có đội ngũ chuyên về tư vấn và chăm sóc khách hàng, nên việc tư vấn và phản hồi cho khách hàng có thể sẽ mất thời gian và chậm trễ đặc biệt là khi có nhiều công việc khác đang đợi họ.

## 4. Kết luận và hàm ý quản trị

### ❖ Kết luận

Tóm lại, hiện nay công nghệ thông tin ngày càng phát triển, số hóa, truyền thông đa phương tiện, truyền thông tích hợp là xu hướng chung nên vì vậy các doanh nghiệp hay cá nhân hiểu rõ tầm quan trọng của nó nên có nhiều cơ hội cho các công ty truyền thông. Bên cạnh đó, đứng trước một số hạn chế trong quy trình bán hàng cần cải thiện và đưa ra các khuyến nghị phù hợp với tình hình công ty. Thông qua những giải pháp được đề xuất trong hàm ý quản trị, tác giả hy vọng công ty sẽ có được chiến lược đúng đắn nhằm nâng cao được thương hiệu, chất lượng sản phẩm dịch vụ tốt hơn vào thời gian tới.

### ❖ Hàm ý quản trị

Trên cơ sở phân tích quy trình bán hàng và thảo luận về quy trình tại công ty cổ phần truyền thông 198X, xin đề xuất một số hàm ý nhằm giúp công ty thực hiện hoạt động bán hàng hiệu quả hơn:

- Thứ nhất, công ty nên xác định lại các chiến lược, lựa chọn phương thức tiếp cận và truyền tải thông tin đến khách hàng sao cho hiệu quả nhất. Theo kết quả phân tích thực trạng, công ty nên tập trung truyền tải thông tin đến khách hàng qua nền tảng mạng xã hội như facebook, tiktok, instagram. Và tiến hành lựa chọn gương mặt đại diện có nền tảng, kiến thức về marketing để chia sẻ những mẹo hay đến những người có nhu cầu làm truyền thông, sau đó tập trung xây dựng đủ số lượng người theo dõi; khi đạt được cột mốc có thể mở phòng trò chuyện trực tiếp nên lựa chọn 1 góc nhỏ riêng ở công ty để trang trí làm sao cho thấy được cái logo và tên công ty rồi quay chụp nói chuyện, chia sẻ về những cái mẹo, thông tin sản phẩm. Từ đó, lâu dần người ta sẽ biết đến công ty nhiều hơn, có chuyên môn về lĩnh vực truyền thông, quảng cáo để tìm đến.

- Thứ hai, doanh nghiệp sẽ tận dụng một trang web được tạo ra trên ladipage, kết hợp với google sheet để tự động hóa quá trình thu thập và quản lý thông tin khách hàng. Khách hàng sẽ điền thông tin vào biểu mẫu trên trang web của công ty, dữ liệu sẽ được tự động gửi và lưu trữ trong một bảng tính trên google sheets. Điều này giúp giải quyết vấn đề về thời gian tiếp nhận thông tin và giảm thiểu tình trạng bỏ quên mail từ khách hàng. Công cụ như

Ladipage và google sheet giúp giảm chi phí và tối ưu hóa quy trình làm việc, mang lại trải nghiệm thuận tiện cho cả doanh nghiệp và khách hàng.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Comer, J.M. (2002). *Quản trị bán hàng.* NXB Tp. Hồ Chí Minh
2. Hương, L.T.L. (2012). *Chuyên đề Kỹ năng bán hàng*. Bộ Kế hoạch và Đầu tư cục phát triển doanh nghiệp
3. Lân, N. (2006). *Từ điển tiếng Việt-Từ và ngữ*. NXB Tổng hợp Tp.HCM
4. Thọ, L.D., & Quân, N.V. (2016). *Quản trị bán hàng hiện đại.* NXB Tài Chính
5. Tiến, N.H. (2020). *Cơ hội phát triển cho Digitak Marketing thời hậu COVID-19 tại Việt Nam.* https://www.researchgate.net/publication/342697941_CO_HOI_PHAT_TRIEN_CHO_DIGITAL_MARKETING_THOI_HAU_COVID-19_TAI_VIET_NAM, [Ngày truy cập: 15/01/2023]
6. We are Social (2020). *Digital 2020: Global Digital Yearbook.* https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-yearbook, [Ngày truy cập: 15/01/2023].

# HOÀN THIỆN QUY TRÌNH TỔ CHỨC SỰ KIỆN TẠI CÔNG TY TNHH YAH SOLUTION

**Nguyễn Thị Kim Ngân, Nguyễn Dương Linh*, Nguyễn Tấn Đạt, Vũ Thị Thúy Hoài**
Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: nd.linh@hutech.edu.vn.

## TÓM TẮT

Tổ chức sự kiện ngày nay không chỉ là cơ hội gặp gỡ mà còn là biện pháp quan trọng để xây dựng mối quan hệ kinh doanh và củng cố uy tín trên thị trường. Xây dựng một quy trình tổ chức sự kiện đóng vai trò quan trọng trong việc đạt được thành công trong mọi sự kiện. Quy trình tổ chức sự kiện đóng vai trò quyết định cho thành công và hiệu suất kinh doanh, từ tạo ấn tượng tích cực, tăng tương tác, xây dựng nhận thức thương hiệu, quản lý nguồn lực và chi phí. Công ty TNHH Yah Solution, nhận thức sâu sắc về tầm quan trọng của sự kiện trong quá trình phát triển kinh doanh, đang phải đối mặt với những thách thức trong quy trình tổ chức sự kiện của mình. Trong bài viết này tập trung trình bày chi tiết về các giai đoạn trước, trong và sau sự kiện, nhấn mạnh vào sự chuyên nghiệp và tận tâm của đội ngũ nhân viên công ty. Mặc dù đã đạt được những kết quả tích cực, bài viết cũng chỉ ra rõ những hạn chế về nguồn lực tài chính. Đồng thời, chúng tôi đề xuất một giải pháp cụ thể là kêu gọi đầu tư từ đối tác và những nhà tài trợ, nhằm nâng cao chất lượng và quy mô của các sự kiện trong tương lai. Sự hợp tác này không chỉ mang lại lợi ích ngay lập tức mà còn hứa hẹn đem lại những lợi ích lâu dài, giúp đảm bảo sự bền vững và phát triển cho công ty.
*Từ khóa*: Hoàn thiện; quy trình; tổ chức sự kiện.

## 1. Giới thiệu:

Trong thời đại ngày nay, việc tổ chức sự kiện không chỉ là một hoạt động để gặp gỡ, trao đổi thông tin mà còn là cơ hội tuyệt vời để xây dựng và củng cố mối quan hệ kinh doanh. Các sự kiện doanh nghiệp không chỉ tạo ra ấn tượng mạnh mẽ với đối tác và khách hàng, mà còn giúp nâng cao uy tín của công ty trên thị trường. Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng khốc liệt, quy trình tổ chức sự kiện trở thành một yếu tố quyết định đối với sự thành công và hiệu suất của một doanh nghiệp. Quy trình tổ chức sự kiện trở thành yếu tố quyết định vì nó mang lại nhiều lợi ích quan trọng. Đầu tiên, sự kiện tạo ấn tượng tích cực, đáp ứng kỳ vọng của khách hàng và xây dựng hình ảnh tích cực của thương hiệu. Thứ hai, nó tăng cường tương tác, xây dựng mối quan hệ với khách hàng và đối tác. Thứ ba, sự kiện giúp xây dựng nhận thức thương hiệu mạnh mẽ và mở rộng thị trường. Ngoài ra, quy trình này giúp quản lý chi phí và nguồn lực hiệu quả, giữ chân khách hàng mới và đo lường hiệu suất để điều chỉnh chiến lược trong tương lai.

Công ty TNHH Yah Solution, nhận thức rõ tầm quan trọng của sự kiện trong chiến lược phát triển kinh doanh của mình, đang đối mặt với một thách thức to lớn: làm thế nào để hoàn thiện quy trình tổ chức sự kiện sao cho đạt được hiệu suất tối đa và mang lại giá trị lâu dài. Điều này không chỉ đòi hỏi sự sáng tạo và chuyên nghiệp trong việc thực hiện mỗi sự kiện mà còn đặt ra nhu cầu về việc xây dựng một hệ thống quản lý sự kiện chặt chẽ, hiệu quả và linh hoạt.

Chính vì vậy, trong bài viết này, chúng ta sẽ cùng nhau khám phá lý do tại sao Công ty TNHH Yah Solution cần phải tìm kiếm và hoàn thiện quy trình tổ chức sự kiện, nhằm đảm bảo

rằng mỗi sự kiện của họ không chỉ là một cơ hội gặp gỡ mà còn là bước tiến quan trọng để định hình và củng cố vị thế của công ty trong thị trường đầy thách thức này.

## 2. Cơ sở lý thuyết

### *2.1 Khái niệm về tổ chức sự kiện*

Theo Lưu Văn Nghiêm (2012), Tổ chức sự kiện là một quá trình kết hợp nhiều yếu tố, bao gồm các hoạt động lao động, tư liệu lao động, máy móc thiết bị, và công cụ lao động cùng với sự sử dụng công nghệ hiện đại. Quá trình này nhằm điều phối và thực hiện các hoạt động diễn ra trong một không gian và thời gian cụ thể, nhằm đáp ứng nhu cầu và truyền đạt thông điệp đến cả người tổ chức và khách hàng.

Theo Đàm Duy Long (2015) định nghĩa tổ chức sự kiện như một quá trình phức tạp, bao gồm nhiều công đoạn từ nghiên cứu và phân tích các yếu tố ảnh hưởng, lập kế hoạch chương trình đến chuẩn bị các yếu tố cần thiết. Nó liên quan đến việc tổ chức và điều phối các hoạt động diễn ra trong một không gian và thời gian nhất định, nhằm truyền đạt thông điệp cụ thể đến các bên liên quan và đáp ứng mục đích của họ.

Vậy, sự kiện có thể là các chương trình có quy mô, tầm cỡ không cố định, diễn ra một lần hoặc theo chu kỳ để thu hút sự quan tâm của các đối tượng khác nhau. Tổ chức sự kiện hiện là một lĩnh vực đang phát triển mạnh mẽ tại Việt Nam. Nó là quá trình lên kế hoạch, tổ chức, và quản lý một hoạt động, buổi hội họp, cuộc họp, hay một dịp đặc biệt nào đó để đáp ứng mục tiêu cụ thể. Công việc này bao gồm việc chọn địa điểm, lên ý tưởng, chuẩn bị ngân sách, quản lý thời gian, tuyển dụng nhân lực, và các công việc tổ chức khác nhằm đảm bảo sự kiện diễn ra suôn sẻ và thành công.

### *2.2 Quy trình tổ chức sự kiện*

Theo Lưu Văn Nghiêm (2007), Quy trình tổ chức sự kiện bao gồm nhiều bước phức tạp, từ lên ý tưởng đến thực hiện, và đòi hỏi sự hợp tác chặt chẽ giữa đội ngũ quản lý sự kiện, nghệ sĩ, đội kỹ thuật, và MC để tạo ra một trải nghiệm đặc sắc và không quên cho khán giả.

#### *2.2.1 Lập kế hoạch tổ chức sự kiện*

Lập kế hoạch tổ chức sự kiện bắt đầu bằng việc xác định mục đích, hoạt động chính, ngân sách, và chiến lược. Chọn địa điểm phù hợp là bước quan trọng, đòi hỏi sự linh hoạt và cân nhắc kỹ lưỡng. Dự trù ngân sách cẩn thận và tập trung vào tính khả thi của mục tiêu sự kiện. Xây dựng lịch trình quản lý thời gian giúp tổ chức diễn ra hiệu quả và mạch lạc. Quyết định ngày tổ chức sự kiện cũng quan trọng, cần xem xét các yếu tố như sự trùng lặp với các sự kiện khác, mùa, và điều kiện thời tiết. Cuối cùng, lập kế hoạch truyền thông trước và sau sự kiện là chìa khóa để thu hút đối tượng mục tiêu và truyền đạt thông điệp.

Trước sự kiện, sử dụng banner, poster, và flyer tại các địa điểm phù hợp, cùng việc phát tờ rơi tại những địa điểm thường xuyên của đối tượng. Treo banner trên các tuyến đường chính để thu hút sự chú ý. Sử dụng phương tiện truyền thống như báo giấy, truyền hình, radio phù hợp với đối tượng và chi phí. Tận dụng tiện ích kỹ thuật số như báo điện tử, social media, SMS, và email marketing để tương tác với đối tượng trực tuyến.

Sau sự kiện, mục tiêu là xây dựng hình ảnh tích cực cho thông điệp và thương hiệu của tổ chức. Sử dụng phương tiện truyền thông phù hợp với mục tiêu, ví dụ như thông báo trên báo kinh doanh về ảnh hưởng tích cực của nhà tài trợ đối với cộng đồng. Tổng kết thông tin trên các phương tiện truyền thông, xác nhận ảnh hưởng tích cực và truyền đạt thông điệp cuối cùng về sự kiện qua các kênh thích hợp.

#### *2.2.2 Thực hiện tổ chức sự kiện*

Bước đầu tổ chức sự kiện bao gồm bố trí sân khấu, âm thanh, ánh sáng, và nội thất để tạo không gian ấn tượng. Quản lý không gian sự kiện cần xem xét kỹ về trang thiết bị sân khấu, trang trí, và các yếu tố khác để đáp ứng yêu cầu của tổ chức và khán giả.

Thứ hai, việc đưa đón và chăm sóc khách là phần quan trọng của sự kiện, yêu cầu chuẩn bị kỹ lưỡng, an toàn và sự thoải mái. Điều này bao gồm xác định điểm xuất phát, quản lý vận chuyển, và sử dụng dịch vụ hỗ trợ để tạo ấn tượng. Theo dõi thời tiết và chú ý đến không gian ngoại thất và nội thất của sự kiện.

Cuối cùng, chuẩn bị hậu cần và duy chuyển các hạng mục là quan trọng. Trang phục, đồ ăn, đồ uống cần được chuẩn bị kỹ lưỡng, phản ánh phong cách của sự kiện. Xác định phạm vi và mục đích của bữa ăn, chọn đồ uống, và bố trí nhân sự phục vụ là quan trọng. Thực đơn cần phù hợp với ngân sách, và việc chọn hoạt động giải trí phải làm sao để hấp dẫn đối tượng khách. Sẵn sàng cho việc chụp ảnh, quay phim, và chuẩn bị thiết bị cũng là các bước chi tiết để đảm bảo sự kiện diễn ra suôn sẻ.

*2.2.3 Sau sự kiện*

Sau khi sự kiện kết thúc, quá trình quản lý kết thúc sự kiện bao gồm việc gửi lời cảm ơn chân thành và thu nhận phản hồi từ khách tham dự thông qua bưu điện hoặc điện thoại. Quà tặng là một phương tiện đa dạng, từ sản phẩm đến voucher, mang đến sự bất ngờ và tạo ấn tượng cho khách. Công việc dọn dẹp nơi tổ chức sự kiện, thanh toán hợp đồng và lưu trữ tài liệu là những bước quan trọng để hoàn tất sự kiện. Cuộc họp rút kinh nghiệm và việc lưu trữ tài liệu giúp đội ngũ tổ chức học hỏi và tích luỹ kinh nghiệm cho những sự kiện tương lai.

## 3. Quy trình tổ chức sự kiện tại Công ty TNHH Yah Solution

### *3.1 Trước sự kiện*

Trước sự kiện, công ty thường tiến hành chuẩn bị một loạt các hoạt động để đảm bảo sự kiện diễn ra suôn sẻ. Công việc này thường bắt đầu khoảng một tháng trước ngày sự kiện và bao gồm các hạng mục sau:

- Lên kế hoạch: Xác định mục tiêu, phạm vi, và yêu cầu của sự kiện. Lên kế hoạch chi tiết về nội dung, lịch trình, và ngân sách để tổ chức sự kiện.
- Họp bàn sơ bộ: Tổ chức các cuộc họp để bàn bạc, thảo luận, và đưa ra quyết định cơ bản liên quan đến sự kiện. Các quyết định này có thể liên quan đến nội dung, đối tác, và chiến lược truyền thông.
- Phân công nhiệm vụ: Xác định và phân công nhiệm vụ cho từng thành viên trong đội ngũ tổ chức sự kiện. Điều này bao gồm việc xác định người chịu trách nhiệm cho các khâu khác nhau như truyền thông, sản xuất, và quản lý sự kiện.
- Chọn địa điểm: Lựa chọn địa điểm phù hợp với quy mô và yêu cầu của sự kiện. Xác nhận và chuẩn bị các thủ tục liên quan đến việc sử dụng địa điểm.
- Xin giấy phép: Thực hiện các thủ tục liên quan đến việc đăng ký và nhận giấy phép tổ chức sự kiện từ các cơ quan chức năng.
- Chuẩn bị hồ sơ gian hàng, thiết kế và sản xuất: Nếu có gian hàng hoặc không gian đặc biệt, chuẩn bị hồ sơ gian hàng và thực hiện quá trình thiết kế và sản xuất các yếu tố trang trí, backdrop, banner, vv.
- Tiến hành kêu gọi nhà đầu tư: Mục tiêu là thu hút vốn đầu tư để ổn định ngân sách và tạo điều kiện thuận lợi cho việc tổ chức sự kiện.
- Truyền thông: Bắt đầu chiến lược truyền thông trước sự kiện để tạo sự chú ý và tăng cường tham gia của đối tượng mục tiêu. Sử dụng các kênh truyền thông như trang web, mạng xã hội, và email để thông báo.
- Thuê thiết bị và nhân sự: Thuê và đảm bảo sẵn có các thiết bị cần thiết như âm thanh, ánh sáng, và nhân sự hỗ trợ. Hợp đồng với các đối tác và nhà cung cấp.
- Tổng duyệt sân khấu: Tổ chức các buổi tổng duyệt để đảm bảo rằng mọi yếu tố kỹ thuật và nghệ thuật hoạt động một cách mượt mà trước ngày diễn ra sự kiện.

Các bước này giúp đảm bảo rằng mọi khía cạnh của sự kiện đều được chuẩn bị kỹ lưỡng và sẵn sàng cho ngày diễn ra.

### *3.2 Trong sự kiện*

Trong quá trình tổ chức sự kiện do Công ty TNHH Yah Solution tổ chức thường được chia thành các hạng mục chính như sau:

- Tổ chức Ngày Khai Mạc: Lên kế hoạch và chuẩn bị cho buổi khai mạc để chào đón khách mời và tạo ấn tượng mạnh mẽ. Tổ chức các nghi thức mở đầu, giới thiệu về sự kiện và mục tiêu của nó. Chắc chắn rằng sự kiện bắt đầu một cách suôn sẻ và cuốn hút sự chú ý.
- Các Sự Kiện Chính: Xác định và lên kế hoạch cho các sự kiện chính diễn ra trong suốt ngày sự kiện. Điều phối lịch trình và đảm bảo tính chặt chẽ giữa các phần khác nhau của chương trình. Quản lý các hoạt động trực tuyến và offline nếu có.
- Kiểm Tra và Xử Lý Các Vấn Đề Phát Sinh: Duy trì tính linh hoạt để đối phó với bất kỳ vấn đề nào có thể phát sinh trong quá trình sự kiện. Lập kế hoạch và triển khai giải pháp nhanh chóng để giải quyết các vấn đề xuất hiện. Đảm bảo liên lạc liên tục giữa các bộ phận tổ chức để giải quyết vấn đề một cách hiệu quả.
- Tổ Chức Chương Trình Bế Mạc: Lên kế hoạch và thực hiện các sự kiện cuối cùng để kết thúc sự kiện một cách ấn tượng. Tổ chức lễ bế mạc, tuyên bố kết quả (nếu có), và tạm biệt khách mời. Chắc chắn rằng sự kiện kết thúc một cách suôn sẻ và để lại ấn tượng tích cực.
- Bằng cách này, Công ty TNHH Yah Solution đảm bảo rằng mọi khía cạnh của sự kiện được quản lý chặt chẽ từ khâu khai mạc cho đến bế mạc, với sự chuẩn bị kỹ lưỡng và khả năng xử lý các tình huống phức tạp.

### *3.3 Sau sự kiện*

Sau sự kiện, Công ty TNHH Yah Solution thường thực hiện các hạng mục sau:Tháo Dỡ và Tổng Kết: Đội ngũ thi công tháo dỡ các thiết bị, trang trí và cơ sở hạ tầng sau sự kiện. Tổng kết các hoạt động, đánh giá hiệu suất và thu thập ý kiến phản hồi từ đội ngũ tổ chức và khách mời.

- Báo Cáo: Lập báo cáo sau sự kiện, bao gồm thông tin về hiệu suất, thống kê tham gia, và đánh giá sự hài lòng của khách mời. Đánh giá các mục tiêu đã đặt ra trước sự kiện và so sánh chúng với kết quả thực tế.
- Quyết Toán và Xử Lý Tài Chính: Xem xét và quyết toán các hóa đơn từ các nhà cung cấp và đối tác liên quan đến sự kiện. Xử lý các vấn đề tài chính, đảm bảo rằng mọi khoản thanh toán được thực hiện đúng theo hợp đồng và ngân sách đã đề ra.
- Gửi Lời Cảm Ơn: Gửi lời cảm ơn chân thành đến tất cả các đối tác, nhà tài trợ, và nhân viên đã đóng góp vào sự kiện. Tạo ra những tín hiệu cảm ơn sáng tạo và độc đáo, như thư cảm ơn, video tạm biệt, hoặc quà tặng đặc biệt.
- Duy Trì Mối Quan Hệ: Liên lạc với đối tác, nhà tài trợ và khách mời để xác nhận rằng họ đã nhận được lời cảm ơn và để duy trì mối quan hệ tích cực. Xem xét và cải thiện quy trình tổ chức sự kiện dựa trên kinh nghiệm từ sự kiện vừa qua.

Bằng cách thực hiện những bước này, Công ty TNHH Yah Solution không chỉ kết thúc sự kiện một cách chuyên nghiệp mà còn duy trì và phát triển mối quan hệ với đối tác và khách hàng trong tương lai.

## 4. Sự khác biệt giữa quy trình tổ chức sự kiện trên cơ sở lý luận với Công ty TNHH Yah Solution

Sự khác biệt đáng chú ý giữa quy trình tổ chức sự kiện trên lý thuyết và thực tế tại Công ty TNHH Yah Solution nằm ở quy mô và mô hình đặc biệt của họ. Trong khi quy trình tổ chức sự kiện trên lý thuyết thường tập trung vào các sự kiện quy mô nhỏ và đa dạng, Công ty TNHH Yah Solution đã chọn hướng tiếp cận độc đáo bằng cách tổ chức các sự kiện tích hợp mô hình hội chợ và gian hàng.

Công ty TNHH Yah Solution không chỉ dừng lại ở việc thiết lập một không gian sự kiện đơn thuần mà còn tạo ra trải nghiệm độc đáo và đa chiều cho khách hàng. Không chỉ giới hạn trong việc tổ chức các sự kiện chính như Lễ Giáng Sinh và Đêm Countdown, mà họ còn thực

hiện các chương trình âm nhạc giải trí xuyên suốt thời gian diễn ra sự kiện. Họ tạo ra không khí sống động và phong cách hấp dẫn, thu hút đối tượng khách hàng mục tiêu không chỉ trong các sự kiện lớn mà còn hàng ngày qua các gian hàng ẩm thực.

Khác biệt nằm ở việc họ không xem xét sự kiện chỉ như một sự kiện độc lập mà là một chuỗi liên kết các trải nghiệm. Các gian hàng ẩm thực không chỉ là điểm đến để thưởng thức đồ ăn mà còn là không gian tương tác và giải trí cho du khách. Mô hình sự kiện của họ không chỉ xoay quanh những phút chính trên sân khấu, mà còn là việc tạo ra một bầu không khí tổng thể suốt thời gian diễn ra sự kiện, làm cho khách hàng không chỉ tham gia một lần mà trở lại và tham gia nhiều hoạt động khác nhau.

Điều này thể hiện sự sáng tạo và hiểu biết sâu sắc về nhu cầu và mong muốn của khách hàng, làm cho quy trình tổ chức sự kiện của họ trở nên độc đáo và thú vị hơn so với quy trình truyền thống. Với sự chú trọng vào việc tạo không gian hội chợ và gian hàng thu hút, họ không chỉ quản lý không gian một cách chuyên nghiệp mà còn tương tác hiệu quả với đối tác để đảm bảo hài lòng của cả hai bên.

## 5. Kết luận và hàm ý quản trị

### *5.1 Kết luận*

Quy trình tổ chức sự kiện tại Công ty TNHH Yah Solution được xây dựng trên cơ sở lý thuyết định nghĩa tổ chức sự kiện và dựa theo quy trình tổ chức sự kiện của Lưu Văn Nghiêm. Từ việc lập kế hoạch chi tiết, chọn địa điểm, đến tổ chức sự kiện và các bước sau sự kiện, mọi khía cạnh được xem xét để đảm bảo sự thành công và ấn tượng tích cực.

Trước sự kiện, việc lên kế hoạch chi tiết, phân công nhiệm vụ, chuẩn bị gian hàng, và bắt đầu chiến lược truyền thông là những bước quan trọng. Trong sự kiện, việc tổ chức ngày khai mạc, kiểm tra và xử lý vấn đề phát sinh, cùng việc tổ chức chương trình bế mạc đều được thực hiện một cách chặt chẽ. Sau sự kiện, quy trình tháo dỡ, tổng kết, lập báo cáo và quyết toán tài chính, cũng như việc duy trì mối quan hệ và xem xét quy trình tổ chức sự kiện được thực hiện để học hỏi và cải thiện liên tục.

Như vậy, quy trình tổ chức sự kiện tại Công ty TNHH Yah Solution không chỉ là việc theo đuổi sự hoàn hảo trong việc tổ chức các sự kiện, mà còn là sự hiện thực hóa của sự chuyên nghiệp và tận tâm đối với mọi khía cạnh, từ chuẩn bị đến xử lý sau sự kiện. Công ty không chỉ tập trung vào việc đáp ứng yêu cầu cơ bản, mà còn đặt mình vào tầm nhìn toàn diện, hướng tới việc tạo ra trải nghiệm sự kiện độc đáo và đáng nhớ cho khách hàng.

### *5.2 Hàm ý quản trị*

Dựa vào quy trình tổ chức sự kiện của Công ty TNHH Yah Solution, có thể nhận thấy nhiều điểm mạnh đã được áp dụng để tối ưu hóa quy trình. Tuy nhiên, khi xem xét chi tiết, có một vài điểm yếu cần chú ý. Đó là hạn chế về ngân sách để có thể tổ chức cho sự kiện cũng như là truyền thông cần được cải thiện. Đầu tiên là hạn chế về ngân sách, khiến cho việc tổ chức sự kiện trở nên khó khăn hơn, dẫn đến ảnh hưởng về chất lượng, hiểu quả của sự kiện cũng như trải nghiệm của khách hàng. Thứ hai, truyền thông yếu dẫn đến chiến lược quảng bá không thể đạt hiệu quả, dẫn đến không thể thu hút đúng đối tượng khách hàng hoặc không đạt được lượng khách hàng tham dự như mong đợi.

Để khắc phục hạn chế về ngân sách cho việc tổ chức, công ty có thể áp dụng biện pháp kêu gọi đầu tư từ các nhà tài trợ. Hợp tác với các đối tác và nhà tài trợ có thể mang lại nguồn kinh phí bổ sung, giúp nâng cao chất lượng và quy mô của các sự kiện. Quan hệ đối tác đúng cách có thể mang lại lợi ích lâu dài, không chỉ trong việc đảm bảo nguồn lực tài chính mà còn trong việc xây dựng uy tín và mối quan hệ chiến lược cho công ty. Về mặt truyền thông, công ty nên tập trung thiết lập các trang mạng xã hội và xây dựng website chính thức. Điều này giúp tăng cường sự hiện diện trực tuyến và tạo dựng hình ảnh chuyên nghiệp và đáng tin cậy cho công ty. Bằng cách này, công ty có thể chia sẻ thông tin về các sự kiện, sản phẩm và dịch vụ của mình một cách rộng

rãi và nhanh chóng đến các khách hàng và mục tiêu. Đồng thời, ngoài việc phát triển truyền thông online, công ty cũng nên tăng cường thêm truyền thông offline bằng việc treo banner, phướn, phát tờ rơi và sử dụng xe loa xung quanh khu tổ chức sự kiện trong vòng bán kính 5km. Kết hợp cả hai phương tiện truyền thông sẽ tạo ra một chiến lược toàn diện, giúp tăng cường sự nhận biết và thu hút sự quan tâm từ cộng đồng địa phương đối với sự kiện của công ty.

Tổ chức sự kiện không chỉ là cơ hội để quảng bá thương hiệu mà còn là cơ hội để thu hút sự quan tâm của các đối tác và nhà đầu tư. Bằng cách tận dụng mối quan hệ này, Công ty TNHH Yah Solution có thể đảm bảo sự bền vững và phát triển của quy trình tổ chức sự kiện trong tương lai.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Lưu Văn Nghiêm (2007). *Giáo trình Tổ chức sự kiện*. NXB Đại học Kinh tế quốc dân.
2. Đàm Duy Long (2015). *Tổ chức sự kiện*. Tài liệu lưu hành nội bộ HUTECH.
3. Mai Linh (2003). *Kinh nghiệm tổ chức lễ hội và các sự kiện du lịch*. Tạp chí Du lịch Việt Nam.
4. Nguyễn Vũ Hà (2009). *Bài giảng tổ chức sự kiện*. Tài liệu lưu hành Trường Cao đẳng Du lịch Hà Nội.

# GIẢI PHÁP THÔI THÚC MUA HÀNG NGẪU HỨNG CỦA SINH VIÊN TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH THÔNG QUA LIVESTREAM. TRƯỜNG HỢP NGHIÊN CỨU TRÊN NỀN TẢNG MẠNG XÃ HỘI TIKTOK SHOP

**Nguyễn Dương Linh*, Huỳnh Thị Yến Nhi, Trần Hữu Kiên**
Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: nd.linh@hutech.edu.vn.

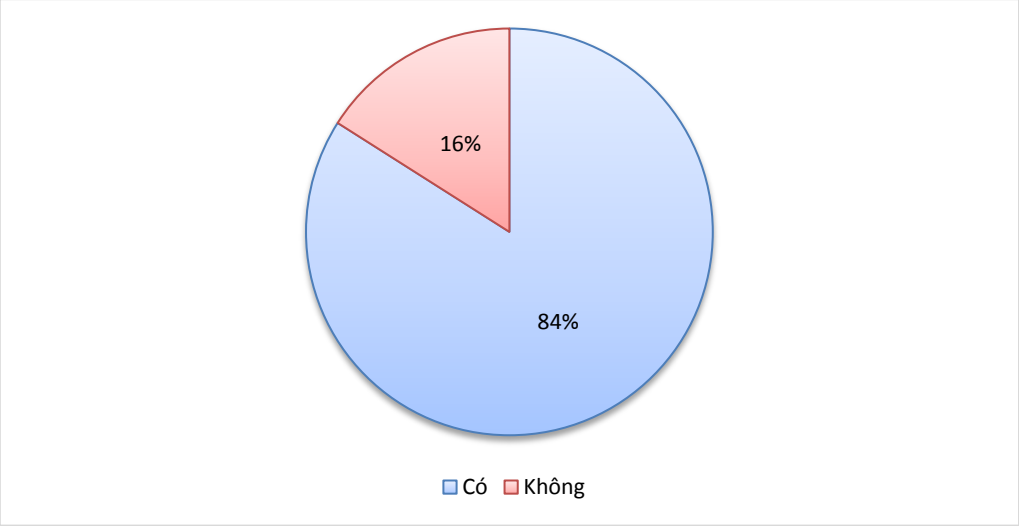
## TÓM TẮT

Mục tiêu của đề tài là nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến thôi thúc mua hàng ngẫu hứng qua livestream trên TikTok Shop của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh. Thông qua việc kế thừa kết quả nghiên cứu từ các nghiên cứu trước và thực trạng phát triển kỹ thuật công nghệ, bùng nổ số hóa trong mọi lĩnh vực và hoạt động đời sống hiện nay, trong đó hoạt động bán hàng trực tuyến qua livestream trên các nền tảng mạng xã hội là một ví dụ điển hình. Từ đó, nhóm tác giả đã đề xuất và tập trung vào 5 nhân tố chính, bao gồm: (1) Tâm trạng cảm xúc của khách hàng, (2) Tính ngẫu hứng, (3) Cảm nhận tức thì, (4) Sức hấp dẫn của Streamer và (5) Cảm giác thích thú. Thông qua đó, nhóm tác giả đã đưa ra các giải pháp và khuyến nghị nhằm cải thiện chất lượng, hình thức livestream tạo cảm giác thích thú và thôi thúc hành vi mua hàng ngẫu hứng qua livestream trên TikTok Shop của sinh viên, giúp các doanh nghiệp tăng tương tác trên các nền tảng mạng xã hội nói chung và TikTok Shop nói riêng.
*Từ khóa:* livestream; ngẫu hứng; mua hàng; TikTok Shop; thôi thúc; sinh viên.

## 1. Tổng quan

Trong cuộc sống hiện đại ngày nay, công việc trở nên bận rộn hơn khiến người tiêu dùng ít có thời gian mua hàng tại các chợ truyền thống, cửa hàng hay siêu thị, đặc biệt là người trẻ tuổi. Trong khi đó công nghệ đã có những tiến bộ vượt bậc, sự phát triển mạnh mẽ của internet, công nghệ thông tin đã đặt nền móng cho phương thức thương mại điện tử ra đời. Thống kê của We Are Social và Meltwater cho biết Việt Nam có 77,93 triệu người dùng Internet chiếm 79,1% tổng dân số (tính đến tháng 1 năm 2023). Họ nghĩ rằng việc mua sắm trực tuyến mang đến cho họ cảm giác thích thú và cũng rất thuận tiện. Khi xem livestream, khách hàng cảm thấy thích thú hơn khi mua sắm trực tuyến như thông thường vì khi đó người bán hàng có thể trực tiếp trả lời các câu hỏi, tương tác với người mua hàng, đưa ra nhiều chương trình khuyến mãi có thời hạn ngắn để tạo cảm giác cấp bách, khan hiếm nhằm thúc đẩy người xem livestream quyết định "chốt đơn" nhanh chóng.

Vì vậy, để doanh nghiệp xây dựng được lòng tin của khách hàng nói chung và tăng doanh số bán hàng qua livestream trên TikTok Shop nói riêng đòi hỏi doanh nghiệp cần phải có những giải pháp tạo cảm giác thích thú để thôi thúc khách hàng đặt hàng cạnh tranh với các đối thủ trong ngành. Bên cạnh đó, theo thống kê kết quả khảo sát 333 sinh viên tại TP. HCM thì có đến 280 người chiếm 84% sinh viên đồng ý cần có giải pháp tạo cảm giác thích thú, thôi thúc mua hàng ngẫu hứng qua livestream trên TikTok Shop. Kết quả trên cho thấy rằng đây là yếu tố quan trọng mà sinh viên quan tâm, vì vậy đòi hỏi doanh nghiệp cần đưa ra những giải pháp cụ thể và thiết thực để thôi thúc sinh viên mua hàng qua livestream trên TikTok Shop.




*(Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp).*

**Hình 1. Biểu đồ thể hiện mức độ đồng ý cần có những giải pháp giúp thúc đẩy ý định mua sắm ngẫu hứng qua livestream trênTikTok Shop của sinh viên tại TP.HCM.**

## 2. Thực trạng

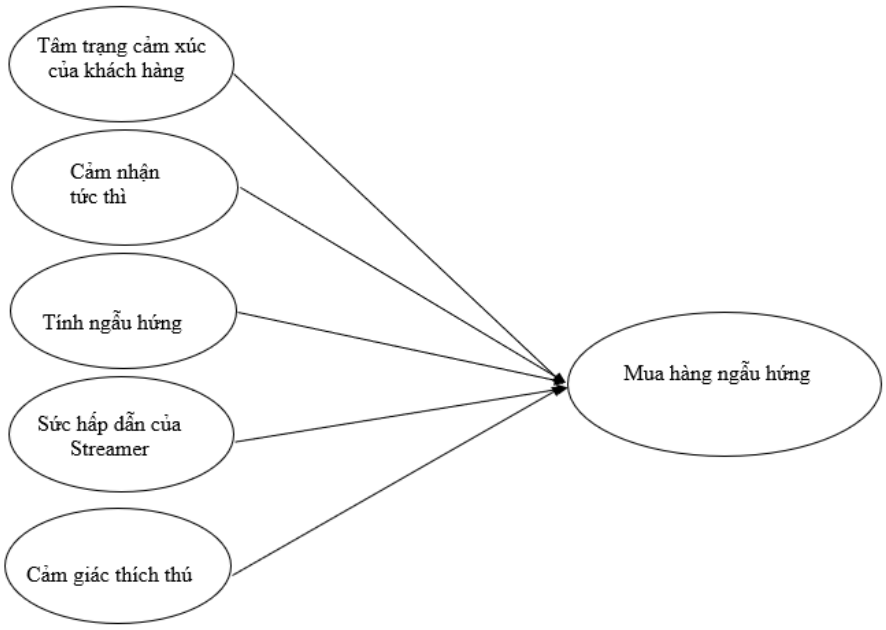
Ngày nay, hình thức mua hàng trực tuyến càng trở nên phổ biến với người Việt Nam và đặc biệt là giới trẻ. Đối với dân văn phòng, họ thường mua những món đồ như thời trang, phụ kiện,..điều đáng nói là chúng được mua một cách ngẫu hứng, cảm tính,họ không có ý định mua từ trước và cũng chưa từng có ý muốn mua hàng trước khi sử dụng mạng xã hội. Có những người mua hàng chỉ vì họ thấy đang được giảm giá cho đến khi nhận hàng thì lại không biết sử dụng những món hàng đó vào mục đích gì. Trên thực tế mua ngẫu hứng đã mang lại cho người tiêu dùng cảm giác thỏa mãn. Vì vậy, hành vi mua hàng ngẫu hứng không những được các doanh nghiệp ở Việt Nam mà còn được rất nhiều các doanh nghiệp trên thế giới quan tâm. Một trong những cách tận dụng tốt hành vi này của người tiêu dùng là bán hàng trực tuyến (livestream). Việc bán hàng qua livestream là một phần của chiến lược tiếp thị đa kênh hiện đại, nó tạo ra kết nối cá nhân và kích thích cảm xúc của khách hàng. Thông qua việc truyền tải cảm xúc và trải nghiệm thực tế sản phẩm, doanh nghiệp có thể tạo ra sự ảnh hưởng mạnh mẽ đến quyết định mua hàng của khách mà không phải do lý trí hay do họ có ý định mua hàng từ trước.Vì thế để đưa ra được những chiến lược phù hợp, bắt kịp xu hướng hiện nay thì điều cần làm là các doanh nghiệp phải linh hoạt, tìm hiểu sâu hơn về thương mại điện tử (TMĐT). Xét theo kết quả được trích trong nghiên cứu của Lương Thu Hà và cộng sự, có 74,61% người mua hàng ngẫu hứng khi có khuyến mãi về giá, 72,04% mua hàng ngẫu hứng khi có tâm trạng tốt và 59,35% khi tâm trạng không vui. Hay theo báo cáo tương tự của Gitnux 67% người thừa nhận mua sắm ngẫu hứng khi tâm trạng căng thẳng. Trong những " Ngày đại hội săn sale" thì tỉ lệ người tiêu dùng mua hàng ngẫu hứng tăng gấp nhiều lần ngày thường. Dựa vào kết quả khảo sát của Kaspersky, có đến 93% việc mua hàng ngẫu hứng trong Black Friday và Cyber Monday ở khu vực Châu Á – Thái Bình Dương (APAC). Điều ngạc nhiên là phương tiện truyền thông mạng xã hội ảnh hưởng khá nhiều đến kết quả bán hàng, theo đó có đến 77% người mua hàng tại APAC tìm cách lấy các gói khuyến mãi đặc biệt từ những người có sức ảnh hưởng và blogger trực tuyến mà họ đang theo dõi. Khảo sát này cũng chỉ ra rằng nữ giới (22%) đầu tư thời gian và tiền bạc vào những ngày hội siêu mua sắm nhiều hơn nam giới (17%) và hầu hết những người tham gia khảo sát (69%) đều đang chờ đợi những sự kiện lớn để có những khuyến mãi tốt nhất.

Theo thống kê của nhóm tác giả qua cuộc khảo sát 60 sinh viên tại địa bàn TP.HCM, các nhân tố ảnh hưởng đến mua hàng ngẫu hứng là Tâm trạng ( 95%) 57 bình chọn, Người nổi tiếng (40%) 24 bình chọn, Giá cả (16,7 %) 11 bình chọn. Bên cạnh đó cuộc khảo sát cũng cho biết các

nguyên nhân khiến sinh viên không hài trong quá trình mua hàng ngẫu hứng qua livestream trên TikTok Shop là Phí giao hàng quá cao (38,3%) 23 bình chọn, Quy trình đổi trả hàng phức tạp (23,3%) 14 bình chọn, Không được hỗ trợ kịp thời khi mua phải hàng có vấn đề (21,7%) 13 bình chọn, Bảo mật thông tin chưa an toàn (13,3%) 8 bình chọn, Không được kiểm tra hàng trước khi nhận hàng (1,7%) 1 bình chọn. Thông tin từ GWI nhấn mạnh rằng thế hệ trẻ đang thúc đẩy việc mua hàng thông qua mạng xã hội. Điều này cho thấy sức ảnh hưởng mạnh mẽ của mạng xã hội đối với quyết định mua hàng của người tiêu dùng hiện đại. Các thương hiệu có thể tận dụng xu hướng này bằng cách hợp tác với những người sáng tạo có ảnh hưởng trên mạng xã hội để tăng cường nhận thức về thương hiệu và truyền cảm hứng cho lần mua hàng tiếp theo của khách hàng.

## 3. Mô hình lý thuyết được đề xuất

Qua quá trình nghiên cứu và thảo luận, nhóm tác giả quyết định đề xuất đưa ra 5 nguyên nhân ảnh hưởng đến thôi thúc mua hàng ngẫu hứng qua livestream trên TikTok Shop của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh.




*(Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp).*

**Hình 2. Mô hình đề xuất nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến thôi thúc mua hàng ngẫu hứng qua livestream trên Tiktok Shop của sinh viên tại TP.HCM**

## 4. Các khái niệm

### *4.1 Tâm trạng cảm xúc của khách hàng*

Theo Oliver, (1993) Tâm trạng cảm xúc của khách hàng là trạng thái tâm lý hiện tại của người tiêu dùng đối với một sản phẩm, dịch vụ hoặc trạng thái mua hàng. Tâm trạng cảm xúc của khách có bản chất tương đối toàn cầu, trái ngược với cảm xúc thường có nguyên nhân cụ thể (Gardner, 1985; Luomala & Laaksonen, 2000; Rusting, 1998). Tâm trạng và cảm xúc là những yếu tố quan trọng trong tình huống mua sắm của người tiêu dùng (Belk, 1988).

### *4.2 Cảm nhận tức thì*

Theo Youn (2000), cảm nhận tức thì là "trạng thái mà người tiêu dùng có được ngay lúc họ tự thỏa mãn mình khi họ chuẩn bị thực hiện hành vi mua hàng ngẫu hứng". Theo Jo Nash và cộng sự (2018) cảm nhận tức thì là là một thuật ngữ đề cập đến sự cám dỗ và xu hướng dẫn đến việc từ bỏ một lợi ích trong tương lai để đạt được một lợi ích ít bổ ích hơn nhưng lợi ích ngay lập tức hơn.

Nghiên cứu của Liu (2013) cho rằng người có hành vi mua hàng ngẫu hứng sẽ có những phản ứng tức thì với việc mua hàng ngay khi họ có cảm nhận tích cực đối với sản phẩm mà họ ưa thích.

***4.3 Tính ngẫu hứng***

Là hành vi bốc đồng được khơi dậy và không được cưỡng lại với ít sự thảo luận và cân nhắc tương tự như khi mua sắm theo kế hoạch có sẵn từ trước (Kacen và Lee, 2002). Beatty và Ferrell (1998) cho biết việc mua hàng dù cho trước đó không có ý định, hành động diễn ra một cách đột ngột, bất chợt được xem là mua hàng có tính ngẫu hứng. Weun, Jones, và Beatty (1998) các nhà nghiên cứu đồng ý rằng một hành vi phản ứng, được điều khiển trực tiếp bởi sự kích thích đối với các yếu tố trong tình huống mua, phát sinh từ một sự thôi thúc không có kế hoạch, không được kiểm soát thì đó chính là tính ngẫu hứng.

***4.4 Sức hấp dẫn của Streamer***

Sức hấp dẫn của Streamer là cách người tiêu dùng và người dùng đánh giá, cảm nhận sự lôi cuốn về thể chất của những streamer, bao gồm kỹ năng, chuyên môn, tính cách, ngoại hình cũng như phong cách sống (Xu và cộng sự, 2019). Trong bối cảnh phát trực tiếp, sức hấp dẫn của người phát trực tiếp được định nghĩa là giá trị cảm nhận của ngoại hình, chuyên môn và tính cách của người truyền phát (Xu và cộng sự, 2020).

***4.5 Cảm giác thích thú***

Cảm giác thích thú là mức độ mà người dùng có thể cảm nhận được niềm vui (Sun và cộng sự, 2015).Theo Venkatesh và Davish (2000), định nghĩa cảm giác thích thú là mức độ của niềm vui và sự thoải mái ngoài những kết quả về hiệu suất. Cảm giác được sự thích thú, được định nghĩa là mức độ mà hoạt động sử dụng công nghệ được coi là thú vị theo đúng nghĩa của nó ngoài bất kỳ hậu quả nào về hiệu suất có thể lường trước được (Davish và cộng sự,1992).

**5. Một số nghiên cứu liên quan**

Nghiên cứu của Phan Mai Phương Duyên và Nguyễn Văn Ngọc (2014) về các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi mua sắm ngẫu hứng tại Thành Phố Nha Trang thông qua 339 người tham gia khảo sát là khách hàng mua sắm tại các chợ và siêu thị, kết quả nghiên cứu có 7 nhân tố tác động đến hành vi mua hàng ngẫu hứng tại Thành phố Nha Trang sắp xếp theo mức độ tăng dần như sau: Người đồng hành mua sắm, Mùa lễ hội, Tâm trạng, cảm xúc của người mua hàng, Quảng cáo, Khuyến mãi, Cách trưng bày sản phẩm, Giá cả và sự giảm giá.

Tương tự, nghiên cứu của Dương Thị Thanh Nhàn và cộng sự, (2019) về các nhân tố ảnh hưởng hành vi mua hàng ngẫu hứng trên TikTok Shop của sinh viên tại Đà Nẵng đã đề xuất mô hình nghiên cứu qua 204 mẫu khảo sát bao gồm 5 biến độc lập , 2 biến trung gian, 1 biến phụ thuộc cụ thể là: Sự lôi cuốn của Streamer, Sự hấp dẫn về thị giác, Sự tương tác xã hội, Sự phù hợp về giá, Nhận thức dễ sử dụng, Cảm giác thích thú, Cảm nhận hữu ích. Nghiên cứu cho thấy khi người tiêu dùng xem phát trực tiếp với niềm vui và sự hứng thú sẽ có ảnh hưởng đáng kể và tích cực đến cảm nhận hữu ích, làm tăng tính cân nhắc về cảm nhận hữu ích.

Ngoài ra nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến sự thôi thúc mua hàng ngẫu hứng trực tuyến của người tiêu dùng tại TP.HCM ( Nguyễn Ngọc Hải Hà & Phạm Quốc Trung, 2017) cũng đã cho thấy Tính ngẫu hứng, Đánh giá sự đúng đắn, Cảm nhận tức thì, Niềm tin ảnh hưởng trực tiếp đến sự thôi thúc mua hàng ngẫu hứng của người tiêu dùng.

**6. Kiến nghị và kết luận**

Để tạo cảm giác thích thú và mang lại nhiều sự phấn khích khi sử dụng internet để mua hàng ngẫu hứng một sản phẩm qua livestream trên TikTok Shop, nghiên cứu đã đưa ra 5 giải pháp gồm:

**Tổ chức livestream với chủ đề "Gói hàng bí mật"**

Theo đó mỗi phiên livestream sẽ có một gian hàng chuyên bán những "Gói hàng bí mật" với nhiều mức giá, chủ đề, thương hiệu. Các chủ đề, thương hiệu sẽ thay đổi theo từng phiên

livestream trong ngày để tránh sự nhàm chán cho khách hàng. Vào những phiên livestream đặc biệt như ngày hội sale sẽ có những gói hàng có giá trị gấp đôi với giá bán gói hàng đó để tri ân khách hàng. Đa phần người tiêu dùng đều không biết giá trị thực sự của hàng hóa trước khi mua hàng. Để có thể tự định giá về sản phẩm đó, họ sẽ dựa vào tâm lý, cảm xúc, kinh nghiệm từ những lần mua hàng trước . Vì vậy, quyết định mua sản phẩm của khách hàng bị phụ thuộc rất nhiều bởi tâm lý. Đây là một điều tất yếu trở thành một phần không thể thiếu để các doanh nghiệp vận dụng. Bên cạnh đó, chương trình này còn gây ra hiệu ứng kích thích sự hiếu kỳ của người xem, tâm lý tò mò sẽ khiến khách hàng hào hứng với sản phẩm, càng thôi thúc họ tìm hiểu, thậm chí muốn sở hữu sản phẩm hơn. Vậy để thỏa mãn được sự hiếu kỳ khách hàng sẽ tìm hiểu thông tin sản phẩm hoặc mua ngay sản phẩm ngay trong phiên livestream. Như vậy, kích thích sự hiếu kỳ hay nói cách khác chương trình livestream "Gói hàng bí mật" sẽ kích thích nhu cầu mua hàng ngẫu hứng của khách hàng.

*(Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp)*

**Hình 3. Mô tả phiên livestream với chủ đề "Gói hàng bí mật"**

**Mời nhãn hàng đến xác thực nguồn gốc sản phẩm và đưa ra mức giá sốc, giảm giá hơn giá gốc với 1.000 đơn đầu tiên trong khung giờ có lượt tương tác cao**

Chương trình livestream độc đáo này bắt đầu bằng việc mời nhãn hàng tham gia chia sẻ về sản phẩm, bao gồm ưu điểm, nhược điểm và chất lượng, tạo content (nội dung) dẫn dắt người xem, nhãn hàng sẽ trực tiếp kiểm tra độ bền và nêu công dụng của sản phẩm trên các phiên livestream, chỉ ra những điều nên mua và không nên mua sản phẩm đối với từng đối tượng khách hàng nhằm đánh vào tâm lý, tạo lòng tin cho khách hàng. Đồng thời cũng tạo sự thú vị cho phiên livestream. Để thôi thúc khách hàng, mỗi phiên livestream sẽ đặt mục tiêu đạt được 10.000 người xem sẽ giảm giá sản phẩm gần với giá gốc và mở bán 1.000 sản phẩm đầu tiên với giá ưu đãi này. Chương trình này mặc dù có thể giảm giá gần bằng giá vốn, nhưng chỉ giới hạn đối với 1.000 sản phẩm đầu tiên nhằm tạo ra cảm giác khan hiếm, thôi thúc người xem cảm thấy "đặc biệt" khi sở hữu sản phẩm, điều này cũng giúp giải quyết vấn đề tồn kho đồng thời tạo nên một "làn sóng" quảng bá với sự hỗ trợ từ cộng đồng 1.000 người đầu tiên, mang đến trải nghiệm sản phẩm cho khách hàng, từ đó có thể nhận được nhiều sự phản hồi tích cực từ sản phẩm với giá rẻ nhưng chất lượng lại cao hơn mức giá. Mặt khác, dù doanh nghiệp có thể không thu được lợi nhuận quá nhiều từ việc giảm giá, nhưng sản phẩm được quảng bá rộng rãi và tương tác tích cực từ cộng đồng có thể giúp tăng doanh số từ việc bán được số lượng lớn sản phẩm, từ đó tạo nên một chiến lược kết hợp giữa hoạt động thu hút khách hàng và quản lý hiệu suất kinh doanh.

*(Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp)*

**Hình 4. Nhãn hàng kết hợp với KOL trên phiên livestream**

**Cosplay (hóa trang) thành nhân vật theo yêu cầu của khách hàng trên livestream**

Ở thời đại công nghệ hiện đại, mua sắm trực tuyến đã trở thành một xu hướng và cũng là một phần không thể thiếu của cuộc sống hàng ngày. Tuy nhiên, để nổi bật giữa đám đông và tạo ra trải nghiệm mua sắm độc đáo, nhóm tác giả đề xuất chương trình "Cosplay Livestream". Đây là một cách sáng tạo, nơi nhân viên không chỉ đơn thuần bán hàng mà còn biến đổi thành những nhân vật độc đáo theo yêu cầu của khách hàng, tạo ra một không gian mua sắm trực tuyến độc đáo và thú vị. Trong mô hình này, nhân viên không chỉ đóng vai trò là người bán hàng mà còn là người "nghệ sĩ", biến hóa trang phục theo yêu cầu của khách hàng trong suốt quá trình livestream. Điều độc đáo là khách hàng không chỉ tham gia vào quá trình mua sắm mà còn trở thành đồng hành sáng tạo. Việc tương tác thông qua yêu cầu về trang phục cosplay nhận vật mà khách hàng mong muốn; không chỉ mang lại trải nghiệm độc đáo mà còn thúc đẩy sự sáng tạo và tính tương tác giữa người bán và người mua. Quy trình thực hiện chương trình này bao gồm việc tổ chức các buổi livestream chất lượng cao, thường xuyên và linh hoạt. Nhân viên sẽ linh hoạt thay đổi trang phục theo yêu cầu của khách hàng, không chỉ để giữ cho nội dung luôn mới mẻ mà còn để khám phá những ý tưởng mới. Đồng thời, kết hợp với mạng xã hội và chương trình khuyến mãi đặc biệt, giúp tạo ra một không gian mua sắm trực tuyến động và hấp dẫn.

Cuối cùng, "Cosplay Livestream" không đơn thuần là một hình thức bán hàng mà còn là một trải nghiệm độc đáo, giúp doanh nghiệp tạo nên hình ảnh khắc sâu trong tâm trí khách hàng. Sự tương tác trực tiếp và trải nghiệm mua sắm thú vị sẽ làm tăng giá trị thương hiệu, đặt doanh nghiệp ở vị trí độc đáo trong thị trường thương mại điện tử đầy cạnh tranh hiện nay.

*(Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp)*

**Hình 5. Các nhân vật được cosplay trong phiên livestream**

**Dùng nhân vật AI (Artifical Intelligence) để livestream**

Khi sử dụng công nghệ này, việc bán hàng trực tuyến sẽ trở nên đơn giản và hiệu quả hơn. Chẳng hạn, với khả năng hoạt động trong thời gian dài, học tập thông minh và tương tác cá nhân hóa với khách hàng, người ảo giúp cho hộ kinh doanh, tiểu thương và các doanh nghiệp tối ưu hóa doanh số. Đồng thời giúp nhà kinh doanh tạo sự khác biệt lớn với đối thủ cạnh tranh và kiểm soát rủi ro tốt hơn so với phương pháp bán hàng truyền thống. Việc bán hàng livestream bùng nổ đã kích thích sự phát triển công nghệ trí tuệ nhân tạo (AI) để phục vụ nhu cầu này. Với công nghệ AI, người bán hàng sẽ tiết kiệm được chi phí nhân sự khi công cụ AI có thể livestream với thời gian dài mà  không mệt mỏi.

Thực tế ở Việt Nam cũng như trên thế giới có rất nhiều KOL (Key opinion leader – Người có sức ảnh hưởng), KOC (Key Opinion Consumer – Người tiêu dùng có sức ảnh hưởng), người nổi tiếng gặp khủng hoảng truyền thông bên cạnh đó các nhãn hàng cũng chịu ảnh hưởng theo. Thậm chí, chỉ sau một đêm trên các trang bán hàng của nhãn hàng nhận ngay "bão" đánh giá 1 sao và những bình luận tiêu cực về chất lượng là chuyện hết sức bình thường. Việc đầu tư vào người số là một quyết định có thể mang lại nhiều lợi ích cho doanh nghiệp, đặc biệt là khi muốn giảm được chi phí nhân lực và đảm bảo quy trình, kịch bản phù hợp đối với nhu cầu của doanh nghiệp.Không giống người thật, nhân viên bán hàng AI có thể làm việc với thời gian không gián đoạn 24/7 mà không cần ăn uống, nghỉ ngơi, đồng thời cũng không có nguy cơ về các vấn đề liên quan đến tâm trạng hoặc sức khỏe cá nhân ảnh hưởng tiêu cực đến công việc.

Sử dụng nhân viên bán hàng AI là một giải pháp phù hợp để tiếp cận khách hàng linh hoạt và liên tục 24/7. Đặc biệt, đối với các doanh nghiệp nhỏ tại Việt Nam, việc này giúp họ tiếp cận được một lượng khách hàng mà chưa cần đầu tư mức chi phí bán hàng quá lớn. So với mô hình livestream truyền thống, sử dụng AI giúp giảm chi phí đầu tư trong mỗi phiên livestream đáng kể ( có thể giảm từ 50% - 70%), đồng thời tạo ra được nhiều nội dung, kịch bản thông qua ứng dụng trí tuệ nhân tạo. Tuy số lượng đơn hàng có thể không cao nhưng việc sử dụng AI vẫn giúp doanh nghiệp tiết kiệm chi phí sản xuất nội dung và tăng cường hiệu quả tiếp cận khách hàng.

*(Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp)*

**Hình 6. Nhân vật AI trong phiên livestream.**

**Tổ chức sự kiện livestream bán hàng trong đó sẽ có 2 KOL cùng tranh tài thách đấu PK (Player Killing) xem ai bán được nhiều sản phẩm nhất (cuộc thi cạnh tranh Top 1 KOL trở thành vua bán hàng qua livestream trên TikTok Shop)**

Nhóm tác giả đặt tên cho chiến lược này là: "THE KING OF TIKTOK SHOP". Chiến lược này sẽ dự kiến tổ chức mỗi năm một lần, nhằm khuyến khích các KOL thỏa sức sáng tạo để bán các sản phẩm của chương trình đưa ra. Trong TikTok có một tính năng PK, PK TikTok là tính năng livestream đôi với người dùng khác trên TikTok và xem ai được nhiều lượt thích, tương tác

hơn để giành chiến thắng, qua đó giành quyền yêu cầu người thua phải thực hiện các thử thách vui nhộn. Tuy nhiên ở chiến lược này, hai KOL bán hàng sẽ bốc thăm thi đấu để tìm ra đối thủ của mình và xếp vào bảng đấu, mỗi lần đấu sẽ cho hai KOL bảng đầu đến để tranh tài bán hàng với nhau. Trong một không gian livestream khác nhau, các thiết bị quay livestream chuyên nghiệp để hình ảnh của hai KOL ko bị nhòe hay có lỗi. Với cùng một loại sản phẩm sẽ giúp cuộc tranh tài này sẽ công bằng hơn.

Trong cuộc tranh tài này sẽ phụ thuộc vào sự quý mến của Fan (người hâm mộ) đối với người KOL đó và khả năng bán hàng, kèm theo các thông tin về sản phẩm của KOL có đánh vào tâm trí của khách hàng mình hay không để khiến họ thôi thúc bản năng mua hàng ngẫu hứng từ đó. Quá trình hợp tác chặt chẽ với hai KOL này rất quan trọng nhằm chia sẻ thông tin chi tiết về sản phẩm và mục tiêu chiến lược. Mục tiêu là thúc đẩy mua sản phẩm và giải trí, làm cho livestream trở nên độc đáo và thu hút. Khuyến khích tính tương tác và sử dụng khả năng sáng tạo của mỗi KOL để thu hút là một phần quan trọng của chiến lược, với việc hỗ trợ KOL tận dụng tính năng tương tác của TikTok như đặt câu hỏi, thăm dò ý kiến và sử dụng bộ lọc và hiệu ứng đặc biệt. Để thúc đẩy hành vi mua hàng ngẫu hứng, KOL sẽ cung cấp mã giảm giá hoặc ưu đãi đặc biệt và sẽ không thể biết được khi nào công bố, sẽ khiến người coi tập trung hơn vào từng lời nói của các KOL và tạo không khí gấp rút, hấp dẫn. Khuyến khích KOL tương tác chặt chẽ với người xem bằng cách đặt câu hỏi, thách thức và tổ chức trò chơi nhỏ. Cuối mỗi buổi livestream sẽ tổng kết lại doanh thu và số lượng sản phẩm đã bán được để tìm ra người chiến thắng. Và người chiến thắng sẽ tiếp tục vào vòng trong để đấu với những KOL khác đến khi nào tìm được người chiến thắng.

Việc kết hợp sức ảnh hưởng của KOL, với trải nghiệm mua sắm thú vị sẽ tạo nên một cơ hội tuyệt vời để nâng cao hiệu suất kinh doanh và mang lại sự hài lòng cho cả khách hàng và đối tác. Đây là một chiến lược mạnh mẽ và sáng tạo, hứa hẹn mang lại những kết quả tích cực cho dự án.

*(Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp)*

**Hình 7. Sự kiện Vua bán hàng được tổ chức trên TikTok Shop**

Tóm lại, để tạo cảm giác thú vị và khuyến khích hành vi mua hàng ngẫu hứng qua livestream trên TikTok Shop, việc kết hợp các giải pháp như gian hàng bí mật, xác thực nguồn gốc sản phẩm với giá sốc hấp dẫn, nhân viên hóa trang theo yêu cầu, sử dụng nhân vật AI và tổ chức sự kiện PK giữa 2 KOL đã chứng minh khả năng hiệu quả. Tổng hợp những yếu tố này sẽ không chỉ tạo nên trải nghiệm độc đáo cho người xem mà còn kích thích sự tò mò và tăng cường sự tương tác, góp phần thúc đẩy quyết định mua sắm ngẫu hứng trong cộng đồng TikTok Shop. Ngoài ra, việc lắng nghe ý kiến phản hồi từ khách hàng, đặc biệt là sinh viên, sẽ giúp thương hiệu hiểu rõ hơn về mong đợi và nhu cầu cụ thể của đối tượng này. Tổ chức các cuộc khảo sát và tương tác trực tiếp với cộng đồng sinh viên qua các kênh truyền thông xã hội cũng đóng vai trò quan trọng trong quá trình cải thiện và tối ưu hóa sản phẩm. Bằng cách thực hiện những điều trên, TikTok Shop có thể xây dựng lòng tin và uy tín từ phía khách hàng, đặc biệt là đối tượng sinh viên, từ đó tăng doanh số bán hàng và xây dựng thương hiệu hiệu quả, tạo ra một môi trường mua sắm trực tuyến tích cực và hấp dẫn.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. An An, 2023. 93% người "săn" giảm giá dịp Black Friday là mua hàng ngẫu hứng. Tạp chí Người Đưa Tin.
2. Belk,R.W.(1988),"Possessionsandtheextendedself",JournalofConsumerResearch,Vol.15 No.2,pp.15-17.
3. Davis, F.D., Bagozzi, R.P., & Warshaw, P.R, "Extrinsic and intrinsic motivation to use computer in the workplace", Journal of Applied Social Psychology, 22, 1992, 1111-1132.
4. Duy, N. N. Đ., & Long, H. C. (2023). Màu sắc bao bì sản phẩm nước giải khát ảnh hưởng đến hành vi mua hàng ngẫu hứng của khách hàng tại cửa hàng tiện lợi trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh.Tạp chí Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh – Kinh tế và quản trị kinh doanh, 18(3).
5. Duyên, P. M. P., & văn Ngọc, N. (2014). Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi mua hàng ngẫu hứng tại thành phố Nha Trang. Tạp chí khoa học công nghệ, Trường Đại học Nha Trang, 110-118.
6. Dương, T. T. N., Nguyễn, T. Ý. N., Đào, T. T. K., Phạm, T. H., & Trần, L. T. K. (2023). Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi mua ngẫu hứng của người tiêu dùng qua phát trực tiếp (Livestream) trên nền tảng Tiktok: Trường hợp tại Thành phố Đà Nẵng, trang 70-78.
7. Gardner, M. P. (1985). Mood states and consumer behavior: A critical review.Journal of Consumer Research, 12, 281 – 300.
8. Jo Nash và cộng sự, (2018). What Is Instant Gratification? (Definition & Examples). Retrieved Jan 06, 2024, from https://positivepsychology.com/instant-gratification/.
9. Kacen, J. J., & Lee, J. A. (2002). The influence of culture on consumer impulsive buying behavior. Journal of Consumer Psychology, 12(2), 163-176. doi:10.1207/S15327663JCP1202_08
10. Liu, Y., Li, H., & Hu, F. (2013). Website attributes in urging online impulse purchase: An empirical investigation on consumer perceptions. Decision Support Systems, 55(3), 829-837.
11. Lượng Thu Hà và cộng sự, 2021. Những yếu tố ảnh hưởng đến hành vi mua hàng trực tuyến ngẫu hứng và mua hàng trực tuyến liên tục ở Việt Nam. Tạp chí Công Thương.
12. Nguyễn Hải Ninh và cộng sự, 2020.Các hành vi mua hàng ngẫu hứng của giới trẻ trên các trang thương mại điện tử. Tạp chí KTĐN số 121.
13. Oliver, R. L. (1993). Cognitive, affective, and attribute bases of the satisfaction response. Journal of Consumer Research, 20(3), 418-430.
14. RA. (2023). Vì sao người tiêu dùng APAC lại thích mua hàng ngẫu hứng?. Retrieved Jan 10, 2024, from https://www.vnindustry.net/vi-sao-nguoi-tieu-dung-apac-lai-thich-mua-hang-ngau-hung.html.
15. Sun, H. M., Li, S. P., Zhu, Y. Q., & Hsiao, B. (2015). The effect of the user's perceived presence and promotion focus on usability for interacting in virtual environments. Applied Ergonomics, 50(2015), 126–132.
16. Trung, P. Q., & Hà, N. N. H. (2017). Các yếu tố ảnh hưởng đến sự thôi thúc mua hàng ngẫu hứng trực tuyến của người tiêu dùng Tp.HCM. Tạp chí khoa học Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh – Kinh tế và quản trị kinh doanh, 12(3), 3-15.
17. Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. Management Science, 46(2), 186-204.
18. We are social. (2023). The changing world of digital in 2023. Retrieved Jan 10, 2024, from https://wearesocial.com/us/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023/.
19. Weun, S., Jones, M. A., & Beatty, S. E. (1998). Development and validation of the impulse buying tendency scale. In Psychological reports (Vol. 82, pp. 1123-1133). doi:10.2466/pr0.1998.82.3c.1123
20. Xu, X. Y., Wu, J. H., & Li, Q. (2020). What drives consumer shopping behavior in live streaming commerce? Journal of Electronic Commerce Research, 21(3), 144–167.
21. Xu, X. Y., Wu, J. H., Chang, Y. T., & Li, Q. (2019). The investigation of hedonic consumption, impulsive consumption and social sharing in ecommerce live-streaming videos. Twenty-Third Pacific Asia Conference on Information Systems, China 2019, 43, 13
22. Youn, S. (2002). The Dimensional Structure of Consumer Buying Impulsivity: Measurement and Validation.Retrieved From Association For Consumer Research.

# GIẢI PHÁP THÚC ĐẨY Ý ĐỊNH MUA SẮM TRỰC TUYẾN TRÊN TIKTOK SHOP CỦA SINH VIÊN TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

**Nguyễn Dương Linh*, Lý Ân Ân, Lê Minh Thân**
Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: nd.linh@hutech.edu.vn.

## TÓM TẮT

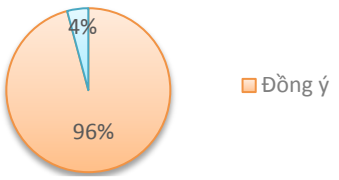
Mục tiêu của đề tài là nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua sắm trên Tiktok Shop của sinh viên tại Thành Phố Hồ Chí Minh. Từ việc nghiên cứu cho thấy có nhiều yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua sắm trên TikTok Shop của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh. Trong đó tập trung vào 5 yếu tố chính: Thái độ, Giá cả hợp lí, Niềm tin của người tiêu dùng, Sự tiện lợi, Hình ảnh thương hiệu. Từ quá trình nghiên cứu những yếu tố ảnh hưởng trên, nhóm đã đề xuất và đưa ra 5 giải pháp giúp cung cấp giá cả hợp lý thông qua các chương trình giúp sinh viên được hưởng các mức giá ưu đãi nhằm tăng cường ý định mua sắm trực tuyến trên TikTok Shop của sinh viên tại TP.HCM.
*Từ khóa:* Giá cả hợp lí; mua sắm; sinh viên; TikTok Shop; trực tuyến.

## 1. Tổng quan

TikTok Shop đang trở thành một nền tảng mua sắm phổ biến và hấp dẫn đối với giới trẻ tại Việt Nam. Việc mua sắm trên TikTok Shop mang lại nhiều lợi ích và trải nghiệm mới mẻ. Người dùng có thể tìm thấy nhiều sản phẩm độc đáo và sáng tạo từ các cửa hàng nhỏ và các nhà sáng tạo độc lập. Điều này giúp người mua có thể tìm thấy những sản phẩm độc đáo và phù hợp với cá nhân họ, nhưng người mua cần cẩn trọng và thông minh khi thực hiện giao dịch trực tuyến.

Vì vậy để TikTok Shop ngày càng phát triển, nhiều sinh viên tham gia mua sắm hơn thì cần có giải pháp cải thiện những nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua sắm trực tuyến trên TikTok Shop, nhằm thu hút thêm người tiêu dùng, sinh viên tham gia mua sắm trực tuyến, thúc đẩy ý định mua sắm trực tuyến trên TikTok Shop của sinh viên tại TP.HCM.

Theo thống kê chúng tôi đã thực hiện khảo sát 336 sinh viên tại TP.HCM thì có 61% sinh viên đồng ý cần có những giải pháp thúc đẩy ý định mua sắm trực tuyến trên TikTok Shop của sinh viên tại TP.HCM và có 39% sinh viên không đồng ý cần có những giải pháp thúc đẩy ý định mua sắm trực tuyến trên TikTok Shop của sinh viên tại TP.HCM. Từ kết quả khảo sát trên cho thấy đa số sinh viên đồng tình với việc cần có những giải pháp để thúc đẩy ý định mua sắm trực tuyến trên TikTok Shop của sinh viên tại TP.HCM. Vì vậy, TikTok Shop cần đưa ra những giải pháp để tăng ý định mua sắm trực tuyến của sinh viên tại TP.HCM.

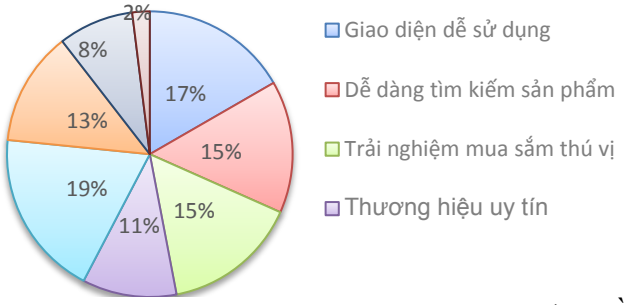



*(Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp).*

**Hình 1. Biểu đồ thể hiện mức độ đồng ý cần có những giải pháp giúp thúc đẩy ý định mua sắm trực tuyến trên TikTok Shop của sinh viên tại TP.HCM**

## 2. Thực trạng

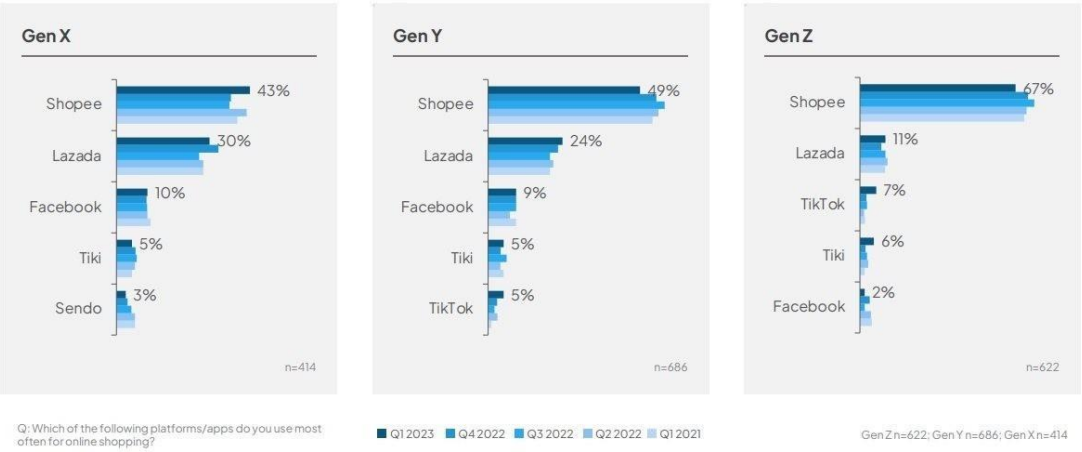
Ở thời điểm hiện nay, Việt Nam không có quá nhiều sự khác biệt so với nhiều quốc gia khác khi mạng xã hội đã trở thành một yếu tố then chốt đối với quyết định mua sắm của cá nhân, đặc biệt là đối với thế hệ Gen Z. Trong bối cảnh TP.HCM, là thành phố phát triển nhanh và đa dạng văn hóa, sự hiểu biết về cách mà chiến lược tiếp thị truyền thông xã hội tác động đến ý định mua sắm của thế hệ này trở nên ngày càng quan trọng và ảnh hưởng sâu sắc đến sự phát triển của doanh nghiệp TikTok Shop đã trở thành một xu hướng mua sắm trực tuyến mới mẻ và độc đáo, đặc biệt là đối với thế hệ Gen Z. Với sự phổ biến của ứng dụng TikTok, nền tảng này không chỉ là một công cụ giải trí mà còn trở thành một kênh quan trọng trong quảng cáo và bán hàng trực tuyến.TikTok Shop đang ngày càng thu hút sự chú ý của người tiêu dùng tại TP.HCM, nơi mà mạng xã hội có vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy quyết định mua sắm. Thương hiệu và doanh nghiệp có thể tận dụng tính tương tác cao của TikTok để tiếp cận và thu hút đối tượng khách hàng của mình một cách hiệu quả. Các video ngắn trên TikTok không chỉ là cách các thế hệ giới trẻ tại Thành phố Hồ Chí Minh giải trí, mà còn là nguồn cảm hứng cho quyết định mua sắm. TikTok Shop giúp kết nối trực tiếp giữa người bán và người mua, tạo ra một trải nghiệm mua sắm mới lạ và gần gũi hơn. Điều này có thể thúc đẩy sự tương tác và tạo ra một cộng đồng mua sắm trực tuyến độc đáo. Đối với TP.HCM, nơi có nền kinh tế phát triển và đa dạng văn hóa, TikTok Shop có thể trở thành một phần quan trọng trong chiến lược tiếp thị và bán hàng của các doanh nghiệp. Việc theo đuổi và hiểu rõ cách mà TikTok Shop tương tác với thị trường địa phương là quan trọng để tối ưu hóa hiệu suất kinh doanh và xây dựng mối quan hệ vững chắc với khách hàng.




*(Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp)*

**Hình 2. Biểu đồ thể hiện những yếu tố khiến sinh viên tại TP.HCM có ý định mua sắm trực tuyến trên TikTok Shop.**

Thông qua kết quả khảo sát 336 sinh viên thuộc các trường Đại học trên địa bàn TP.HCM cho thấy yếu tố mà sinh viên chịu tác động nhiều nhất dẫn đến ý định mua hàng trực tuyến trên TikTok Shop là các sản phẩm đa dạng, hấp dẫn, phù hợp với sở thích với 19%, bên cạnh đó là phí vận chuyển với 17%, trải nghiệm mua sắm thú vị và dễ dàng tìm kiếm được sản phẩm đều chiếm 15%, mua được hàng chính hãng với giá hợp lí chiếm 13%, thương hiệu uy tín chiếm 11%, giao diện dễ sử dụng chiếm 8% và các yếu tố khác chiếm 2%. Vì vậy muốn thúc đẩy ý định mua sắm trực tuyến của sinh viên tại TP.HCM đòi hỏi các doanh nghiệp cần chú trọng vào các yếu tố chiếm tỷ lệ cao như: các sản phẩm đa dạng, hấp dẫn, phù hợp với sở thích.



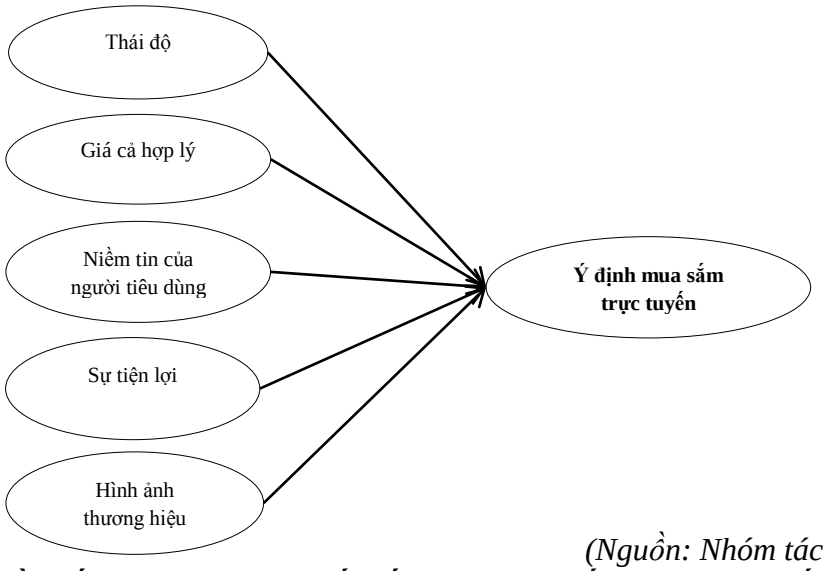

*(Nguồn: Minh Anh, 2023).*

**Hình 3. Mức độ yêu thích đối với các nền tảng thương mại điện tử theo thế hệ Gen X,Y,Z.**

Theo báo cáo của Decision Lab và MMA, trong quý 1 năm 2023 ta thấy được sự tăng trưởng liên tục về tỷ lệ sử dụng TikTok Shop, đặc biệt ở Gen Z. Trong quý 1 năm 2023, có 7% số người thuộc Gen Z chọn TikTok Shop là nền tảng họ sử dụng thường xuyên nhất để mua sắm, vượt qua cả Tiki và Facebook là 2 ứng dụng mua sắm phổ biến hơn của Gen X và Gen Y. Qua kết quả trên, Decision Lab và MMA đánh giá các thương hiệu nên tận dụng xu hướng Shoppertainment nhiều hơn, sử dụng những nền tảng như TikTok Shop, hợp tác với các người nổi tiếng, có sức ảnh hưởng để tạo ra những trải nghiệm mua sắm trực tuyến thú vị và chân thực, thu hút được nhiều khách hàng.

## 3. Mô hình lý thuyến được đề xuất

Qua quá trình nghiên cứu và thảo luận, nhóm tác giả quyết định đề xuất đưa ra 5 nguyên nhân ảnh hưởng đến ý định mua sắm trên Tiktok Shop của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh.




*(Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp).*

**Hình 4. Mô hình đề xuất nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua sắm trên Tiktok Shop của sinh viên tại TP.HCM**

## 5. Các khái niệm

### *5.1.Thái độ*

Theo Ajzen (1991) "Thái độ được định nghĩa là cảm xúc tích cực hoặc tiêu cực của cá nhân, nó được xác định thông qua việc đánh giá niềm tin của một người về hiệu quả phát sinh từ

một hành vi và đánh giá mức độ mong muốn của những hậu quả này". Theo Vijayasarathy (2004) thái độ được định nghĩa là mức độ mà khách hàng thích mua sắm trực tuyến và coi đó là một ý tưởng tốt. Thái độ là đánh giá của một cá nhân về kết quả thu được từ việc thực hiện một hành vi (Ajzen, 1991).

***5.2 Giá cả hợp lí***

Giá cả hợp lý là khách hàng không quan tâm tuyệt đối đến giá cả, có khả năng tham gia mua hàng hóa và dịch vụ ở nơi có một mức giá tốt (Babin và cộng sự, 2007). Giá cả hợp lý là khách hàng đánh giá số tiền tiết kiệm được khi mua sản phẩm ở mức giá thấp (Hasslinger & Opazo, 2007). Giá cả hợp lý là tâm lý chung người tiêu dùng có ý thức về giá, họ dành nhiều thời gian quan tâm đến giá thấp và lợi ích mà họ nhận được khi mua hàng (Kukar-Kinney & Grewal, 2006; Liao và cộng sự, 2012).

***5.3 Niềm tin của người tiêu dùng***

Theo Urbany, Dickson và Wilkie (1989), niềm tin của người tiêu dùng có thể được khái niệm hóa thành hai loại: niềm tin về sự hiểu biết và niềm tin về lựa chọn. Niềm tin về sự hiểu biết phản ánh sự chắc chắn của người tiêu dùng về những gì đã biết về thương hiệu đang được xem xét, chẳng hạn như các thuộc tính sẵn có, tầm quan trọng của các thuộc tính đó và hiệu suất của thương hiệu trên các thuộc tính đó. Mặt khác, niềm tin về sự lựa chọn phản ánh sự chắc chắn của người tiêu dùng về việc lựa chọn thương hiệu nào. Niềm tin của người tiêu dùng là một chỉ số kinh tế dựa trên khảo sát nhằm đo lường đánh giá chủ quan của khách hàng về nền kinh tế quốc gia và tình hình tài chính cá nhân của họ (Ou và cộng sự, 2014). Niềm tin của người tiêu dùng là khả năng khám phá và xử lý thông tin phù hợp để mua các đối tượng tiêu dùng có thể thỏa mãn nhu cầu cá nhân và xã hội, dựa trên đó đưa ra quyết định tối ưu và thực hiện các giao dịch hiệu quả trong các tình huống trao đổi thực tế. (Lee & Song, 2009).

***5.4 Sự tiện lợi***

Theo Meixian (2015) định nghĩa sự tiện lợi trong mua sắm là sự giảm giá phi tiền tệ, hay cụ thể là giảm thời gian, năng lượng thể chất và năng lượng tinh thần dành cho việc mua hàng hóa hoặc dịch vụ. Nhận thức về sự tiện lợi: là một tập hợp các lợi ích, tiện ích, sự thuận tiện và các giá trị mà nhà cung ứng mang đến cho người tiêu dùng nhằm khơi dậy sự yêu thích và sự quan tâm của người khác. (Porat, Liss, Tractinsky 2007). Sự tiện lợi được định nghĩa là niềm vui và hạnh phúc khi tiến hành mua sắm trực tuyến chứ không phải khi quá trình mua sắm hoàn tất (Monsuwe, Dellaert, & de Ruyter, 2004).

***5.5 Hình ảnh thương hiệu***

Theo Aaker (1991) và Camelis (2009) Hình ảnh thương hiệu sản phẩm/dịch vụ là tổ hợp những gì gắn với sản phẩm/dịch vụ "đọng lại" trong tâm trí khách hàng thông qua chính cảm nhận của họ về sản phẩm/dịch vụ. Các thuộc tính thương hiệu được cấu thành từ trải nghiệm trực tiếp của khách hàng với sản phẩm/dịch vụ. Theo Keller (1993) Hình ảnh thương hiệu được định nghĩa như một thương hiệu tồn tại trong tâm trí của khách hàng thông qua những liên tưởng thương hiệu. Theo Zhang (2015), hình ảnh thương hiệu là thành phần chủ yếu của giá trị thương hiệu, liên quan đến cảm nhận của khách hàng về thương hiệu và ảnh hưởng đến hành vi của họ. Trong marketing, cho dù chiến lược marketing của doanh nghiệp là gì đi chăng nữa, mục đích cuối cùng của các hoạt động marketing là ảnh hưởng đến thái độ cảm nhận của khách hàng về thương hiệu. Đem đến hình ảnh thương hiệu tích cực trong tâm trí của khách hàng và cuối cùng là phản ứng hành vi mua hàng.

***5.6 Ý định mua sắm trực tuyến***

Theo Pavlou và Fygenson (2006) một khách hàng dự định sẽ dùng các giao dịch trực tuyến để mua sắm được gọi là ý định mua sắm trực tuyến. Theo lập luận của Pavlou (2003), ý định mua sắm trực tuyến là tình trạng khách hàng sẵn sàng và có ý định tham gia vào giao dịch trực tuyến.

Ý định mua hàng trực tuyến là bối cảnh mà khách hàng thể hiện sự sẵn sàng thực hiện giao dịch trực tuyến (Ling, Chai, & Piew, 2010).

**6. Một số nghiên cứu liên quan**

Nghiên cứu của Trần Nho Quyết và cộng sự (2022) kết quả nghiên cứu cho thấy ý định mua sắm trực tuyến của khách hàng được thể hiện qua 6 yếu tố: niềm tin, thái độ, rủi ro, kiểm soát hành vi, chuẩn mực chủ quan, giới tính và thu nhập. Kết quả nghiên cứu cho thấy các yếu tố thái độ, chuẩn mực chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi đều có ảnh hưởng tích cực đến ý định mua sắm trực tuyến của thanh niên nông thôn Việt Nam. Yếu tố thái độ là yếu tố được đánh giá là quan trọng nhất ảnh hưởng mạnh mẽ nhất. Theo kết quả nghiên cứu tác giả kết luận tính hữu ích, sự phù hợp và dễ sử dụng có tác động tiêu cực đến thái độ đối với ý định mua sắm trực tuyến của khách hàng. Các tác giả đưa ra một số giải pháp cho các nhà bán lẻ trực tuyến như tăng cường thái độ lạc quan, khuyến khích chuẩn mực chủ quan tích cực và nâng cao nhận thức kiểm soát hành vi của khách hàng.Nhưng qua bài nghiên cứu của Yulihasri và cộng sự (2011) lại cho rằng tính tương thích, tính hữu ích, tính dễ sử dụng và an ninh là những yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến thái độ mua hàng trực tuyến của sinh viên. Nghiên cứu này có ý nghĩa thực tiễn cho các nhà kinh doanh trực tuyến trong việc thiết kế và cải thiện trang web của họ để thu hút, mang lại sự trải nghiệm mua sắm thú vị hơn, giữ được chân của khách hàng.

Đồng thời, bài nghiên cứu của Phạm Việt Hùng và cộng sự (2023) cho thấy, mua sắm trực tuyến chủ yếu là nữ ( chiếm 57,7%), có mức thu nhập từ 5-10 triệu chiếm tỷ trọng cao trong số các đối tượng tham gia khảo sát (39,6%), tiếp đến là mức thu nhập dưới 5 triệu (33,2%), chiếm phần lớn ở độ tuổi 18-25 tuổi (51,6%), hầu hết là học sinh sinh viên (31,7%). Nghiên cứu của Tạ Văn Thành và Đặng Xuân Ơn (2021) cũng cho rằng việc mua sắm trực tuyến đa số là sinh viên (44,3%). Đây là đối tượng dành khá nhiều thời gian mua sắm theo hình thức trực tuyến.

Qua nghiên cứu của Võ Thị Trà My và cộng sự (2021) kết quả phân tích hồi quy cho thấy ý định mua sắm trực tuyến của khách hàng trên Tiki được thể hiện qua ba yếu tố: Bảo mật (β = 0,443), Sự tiện lợi (β = 0,322), Niềm tin (β = 0,129) với yếu tố bảo mật chiếm mức độ ảnh hưởng mạnh nhất, theo sau đó là sự tiện lợi và niềm tin. Kết quả nghiên cứu cho thấy các yếu tố niềm tin, sự tiện lợi và bảo mật đều có mối quan hệ cùng chiều với ý định mua sắm trực tuyến trên trang thương mại điện tử Tiki của khách hàng tại TP.HCM. Điều này có nghĩa là khi các yếu tố này tăng lên thì ý định mua sắm trực tuyến cũng tăng lên và ngược lại. Về cơ bản, kết quả đã đóng góp giúp hiểu rõ hơn những yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng trang mua sắm trực tuyến Tiki của khách hàng tại TP.HCM. Tuy nhiên, để nâng cao ý định sử dụng Tiki của khách hàng hơn thì mỗi một yếu tố trên đều cần cải thiện và nâng cao. Các tác giả đã đưa ra một số hàm ý quản trị cho các nhà quản lý của Tiki như tăng cường niềm tin của khách hàng bằng cách cải thiện chất lượng sản phẩm, dịch vụ và chính sách bảo hành; nâng cao sự tiện lợi của khách hàng bằng cách tối ưu hóa giao diện trang web, tăng tốc độ tải trang và đơn giản hóa quy trình đặt hàng; và bảo đảm bảo mật cho khách hàng bằng cách bảo vệ thông tin cá nhân, thanh toán và giao hàng.

Kết quả nghiên cứu của Nasrul Fadhrullah Isa và cộng sự (2020) chỉ ra rằng định hướng chất lượng, niềm tin trực tuyến, trải nghiệm mua hàng trực tuyến và định hướng mua hàng ngẫu hứng có ảnh hưởng đáng kể và tích cực đến ý định mua hàng trực tuyến. Nhưng định hướng mua sắm ngẫu hứng là yếu tố ảnh hưởng mạnh nhất đến ý định mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng ở Malaysia, theo sau là niềm tin trực tuyến, kinh nghiệm mua sắm trực tuyến và định hướng chất lượng. Trong khi đó, định hướng thương hiệu không ảnh hưởng đến ý định mua sắm trực tuyến của khách hàng. Người tiêu dùng thế hệ Y và Z ở Malaysia có xu hướng mua sắm trực tuyến dựa trên cảm xúc và cảm giác hứng thú, thay vì dựa trên thương hiệu hay giá cả. Họ cũng tin tưởng vào các trang web mua sắm trực tuyến và có kinh nghiệm mua sắm trực tuyến tốt. Hơn nữa, họ quan tâm đến chất lượng sản phẩm và dịch vụ hơn là tên tuổi của thương hiệu. Họ cũng

nhấn mạnh rằng nghiên cứu của họ có ý nghĩa thực tiễn cho các nhà kinh doanh và quản trị trang web mua sắm trực tuyến, bởi vì họ có thể hiểu được hành vi và mong muốn của người tiêu dùng thế hệ Y và Z ở Malaysia. Các tác giả đề xuất các hướng nghiên cứu tương lai, bao gồm mở rộng mẫu nghiên cứu, phạm vi nghiên cứu vẫn còn hạn chế, đa số là các sinh viên của trường đại học. Ngoài ra, vẫn còn rất nhiều yếu tố khác ảnh hưởng đến ý định mua sắm trực tuyến. Vì thế, cần thêm các yếu tố khác như văn hóa, giới tính, thu nhập, tình trạng kinh tế, trình độ học vấn, thói quen mua sắm,… và so sánh giữa các thế hệ, văn hóa khác nhau. Họ cũng khuyến khích các nghiên cứu khác sử dụng các phương pháp nghiên cứu khác nhau như phỏng vấn, quan sát, thử nghiệm,…, để có cái nhìn sâu sắc hơn về chủ đề nghiên cứu.

Một nghiên cứu của Nichabha Phetnoi và cộng sự (2021) nhận thấy rằng nhận thức về tính hữu ích có ảnh hưởng lớn nhất đến ý định mua hàng, tiếp theo là đảm bảo chất lượng, nhận thức về tính dễ sử dụng và nhận thức về sự ảnh hưởng xã hội. Vì vậy, các doanh nghiệp, nhà tiếp thị nên tập trung bán sản phẩm, dịch vụ trên nền tảng để đáp ứng nhanh chóng nhu cầu của người tiêu dùng. Nhưng kết quả nghiên cứu của Sook Fern Yeo (2020) chỉ ra rằng tính tương tác, thông tin, sự tin cậy sự sống động và hình ảnh thương hiệu là những tác động của quảng cáo trên mạng xã hội đối với trải nghiệm trực tuyến của người tiêu dùng và ý định mua hàng. Theo bài nghiên cứu của Đinh Văn Hoàng (2023) tác động đến nhận thức về thương hiệu, hình ảnh và ý định mua hàng. Nhận thức về thương hiệu và hình ảnh thương hiệu là trung gian cho mối quan hệ giữa hoạt động tiếp thị trên mạng xã hội và ý định mua hàng trên nền tảng TikTok. Từ đây, nghiên cứu gợi ý rằng các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SME) có thể tận dụng nền tảng TikTok để giúp các doanh nghiệp vừa và nhỏ đạt được mục tiêu tiếp thị và tăng hiệu quả kinh doanh.

**7. Kiến nghị và kết luận.**

Do đối tượng hướng tới trong bài viết là sinh viên vì vậy các giải pháp đưa ra sẽ tập trung vào việc tạo ra giá cả hợp lí, tập trung vào tâm lý của sinh viên thông qua việc giúp sinh viên được hưởng các mức giá ưu đãi nhằm thu hút sinh viên tại TP.HCM mua sắm trực tuyến trên TikTok Shop. Vì thế, đây cũng có thể là những kênh tham khảo giúp TikTok Shop có thể cung cấp các mức giá hợp lí thông qua các chương trình tạo điều kiện để sinh viên được hưởng các mức giá ưu đãi nhằm tăng cường ý định mua sắm trực tuyến trên TikTok Shop tại TP.HCM.

**Thứ nhất, áp dụng chương trình ưu đãi tháng sinh nhật cho khách hàng thành viên**

Ưu đãi tháng sinh nhật cho thành viên là một hình thức ưu đãi tạo cảm giác đặc biệt và đánh dấu cột móc sinh nhật cho khách hàng, thay vì chỉ ưu đãi vào ngày sinh nhật thì ta có thể mở rộng thời gian ưu đãi trong suốt cả tháng sinh nhật của thành viên, điều này cho phép thành viên hưởng lợi từ ưu đãi trong suốt thời gian dài hơn, tạo điều kiện cho khách hàng có thể tận hưởng và tận dụng các ưu đãi. Đầu tiên vào tháng sinh nhật khách hàng sẻ được hưởng chiết khấu từ đầu tháng tới cuối tháng và vào đúng ngày sinh nhật của khách hàng, họ sẻ nhận được thêm các voucher ưu đãi đặc biệt và mức chiếc khấu sẽ cao hơn các ngày khác trong tháng sinh nhật. Cụ thể, các khách hàng của Tiktok shop nhận được tin nhắn Chúc mừng sinh nhật theo tháng đã đăng cung cấp khi đăng ký tài khoản sẽ được tặng 3 Voucher để mua sắm tại hệ thống cửa hàng trên sàn Tiktok shop.

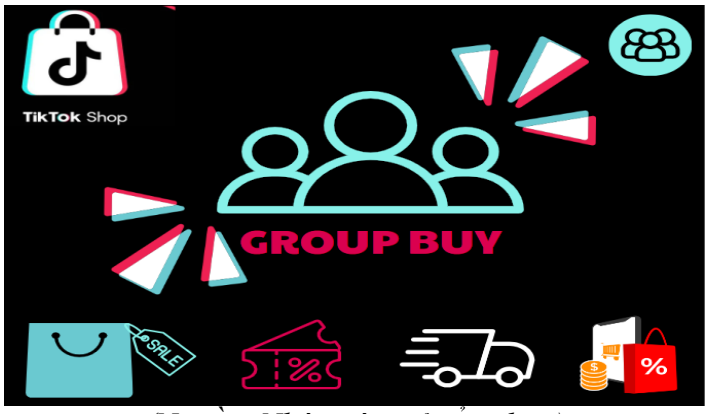
**Thứ hai, đưa ra thử thách làm Reviewer - Rinh quà liền tay**

Nhận thấy các trào lưu review về một sản phẩm hay dịch vụ hiện đang là xu hướng mà các bạn trẻ đều quan tâm và hứng thú. Khai thác từ tâm lý ấy, chúng tôi đề ra chương trình "Thử thách làm Reviewer - Rinh quà liền tay", nhằm nâng cao và xây dựng ấn tượng về chất lượng hàng hóa và dịch vụ trong lòng khách hàng, đặc biệt là nhóm khách hàng thuộc sinh viên các trường đại học tại Thành phố Hồ Chí Minh và các Reviewer, khi họ mua hàng và làm video Unbox sản phẩm,đồng thời giới thiệu về thử thách của chiến dịch này sẽ thu hút các Viewer tham gia vào thử thách, người này kéo theo người kia sẽ gia tăng thị phần cho TikTok Shop. Điều này mang lại niềm vui và sự hào hứng cho các khách hàng đặc biệt là lứa tuổi sinh viên vì thích sự

mới lạ và thách thức về việc review một sản phẩm mình đã mua và trải nghiệm dùng thử và còn được nhận thưởng. Điều này tạo ra làn sóng nhiều người khác trải nghiệm sản phẩm và tiếp tục review sản phẩm đó để nhiều người biết đến qua đó sẽ là một cách marketing hiệu quả và tăng doanh thu cho người bán và sàn thương mại điện tử (TMĐT) và người dùng cũng được nhận thưởng sau khi review sản phẩm. Bên cạnh đó còn nhưng bất cập những thành phần dùng việc review này đề quảng cáo sai sự thật thì sẽ ảnh hưởng đến người bán và sàn TMĐT thì chúng ta cần quản lý chặt chẽ phần nội dung mà khách hàng review.

**Thứ ba, tổ chức chương trình Group buy (mua hàng theo nhóm)**

Group buy là một giải pháp giúp thu hút người tiêu dùng sử dụng TikTok Shop nhiều hơn với mức giá mua hàng ưu đãi hơn bằng cách mua hàng theo nhóm. Người dùng có thể kết hợp với nhau thành mộtj nhóm mua hàng để được mua hàng với mức giá ưu đãi hơn, phí vận chuyển ít hơn, voucher giảm giá nhiều hơn, số lượng mua càng lớn, số tiền giảm càng nhiều. Một nhóm sẽ tối thiểu ba người và tối đa mười người. Group buy chỉ hoạt động khi cùng xem một phiên livestream hoặc cùng một gian hàng sản phẩm. Các voucher sẽ tự động xuất hiện và sử dụng khi mua hàng theo nhóm. Mỗi số lượng thành viên nhóm khác nhau (Nhóm dưới năm người, nhóm từ năm đến dưới mười người và nhóm mười người) sẽ có voucher giảm giá khác nhau. Giải pháp này giúp tăng sự hấp dẫn đối với sinh viên khi tham gia mua sắm trực tuyến, tạo sự tương tác giữa các người dùng với nhau, cùng nhau mua sắm, trải nghiệm, số lượng thành viên nhóm đông, số lượng đơn hàng nhiều, được hưởng mức giá ưu đãi càng cao. Từ đó, thúc đẩy ý định mua sắm trực tuyến của sinh viên trên TikTok Shop thông qua việc cung cấp các mức giá ưu đãi.




*(Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp)*

**Hình 4. TikTok Shop giới thiệu tính năng mua sắm mới Group buy.**

**Thứ tư, chương trình khách hàng trung thành (Loyalty program) cho tài khoản Tiktok để tạo mức giá mua hàng ưu đãi cho khách hàng**

Chương trình này tác động tích cực đến cả sinh viên tại TP.HCM lẫn Tiktok Shop. Sinh viên tại TP.HCM sẽ được mua hàng với giá cực kì ưu đãi hơn, được rất nhiều đặc quyền như: miễn phí giao hàng, được tặng nhiều điểm tiêu dùng, được quà tặng tri ân mỗi dịp. Tiktok Shop cũng sẽ đạt được 1 lượng khách hàng trung thành tăng lên đáng kể sau giải pháp này. Những người khách hàng trung thành này cũng chính là cầu nối, là người giới thiệu sự tiện lợi, đa dạng của Tiktok Shop đến người dùng mới.

**Thứ năm, áp dụng vòng quay may mắn**

"Vòng quay may mắn" trên TikTok là một hoạt động nhằm khuyến khích người dùng mua sắm và tạo sự hứng thú. Khi người dùng mua một đơn hàng trên 50.000đ, họ sẽ nhận được một lượt quay để tham gia vào vòng quay may mắn. Trên vòng quay, có các phần thưởng như voucher giảm giá, quà tặng và điểm thưởng, mỗi ngày giải thưởng vòng quay sẽ thay đổi để

mang lại cảm giác mới mẻ và thích thú cho người chơi. Hoạt động này không chỉ khuyến khích mua sắm, mà còn tạo sự tương tác và gắn kết trong cộng đồng người dùng TikTok.

*(Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp)*

**Hình 5. Vòng quay may mắn trên Tiktok Shop**

Thông qua 5 giải pháp trên, nhóm tác giả đã tiến hành khảo sát đánh giá mức độ khả thi của giải pháp trên thang điểm 10 từ 270 sinh viên bao gồm 204 nữ chiếm 75,6%, 66 nam chiếm 24,4%. Qua kết quả khảo sát cho thấy rằng hầu hết các giải pháp đều nằm trong khoảng 8 - 8,9 điểm, đều là những giải pháp hoàn toàn khả thi. Trong đó, giải pháp "Vòng quay may mắn" chiếm điểm trung bình cao nhất là 8,5, khi sinh viên hoàn thành một đơn hàng thì nhận được môt lượt quay may mắn với giải thưởng luôn thay đổi mỗi ngày từ các voucher giá trị thấp đến các voucher giá trị cao để hấp dẫn và thu hút được người tiêu dùng tham gia vào. Điều đó làm sinh viên cảm thấy hứng thú, họ mua giá trị đơn hàng không cao nhưng có thể nhận được voucher với giá trị cao hơn. Vì thế, việc hoàn thành một đơn hàng, nhận một lượt quay và có cơ hội nhận được giải thưởng giá trị cao sẽ tăng cường ý định mua sắm trực tuyến trên TikTok Shop của sinh viên tại TP.HCM.

Tuy nhiên trong bài nghiên cứu này phạm vi nghiên cứu và đối tượng khảo sát vẫn còn hạn chế, có xu hướng theo tính chủ quan hơn. Bài nghiên cứu vẫn còn chưa tìm hiểu sâu về các nhân tố ảnh hưởng cũng như các nhân tố khác tác động đến ý định mua sắm trực tuyến trên TikTok Shop của sinh viên tại TP.HCM vì vẫn còn các nhân tố khác tác động đến nhưng chưa được nói đến như nhận thức về rủi ro, độ tuổi, tính bảo mật,…Bên cạnh đó, nghiên cứu chỉ mới dừng lại ở mô hình nghiên cứu lý thuyết và khảo sát thống kê. Vì vậy, từ những điểm này ta có thể được xem là định hướng cho các nghiên cứu đang quan tâm thực hiện các nghiên cứu định lượng và phân tích chuyên sâu hơn nữa trong tương lai.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Aaker, D. A. (1991). 'Managing Brand Equity: Capitalizing on the value of a brand name'. *New York, The Free Press*, 1st ed.
2. Ajzen, I. (1991), 'The theory of planned behavior', *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
3. Annetta, G. & nnk (2018). 'Phân khúc thương hiệu, sự tiện lợi khi mua sắm và sự chấp

nhận của cửa hàng tạp hóa trực tuyến để tác động đến ý định mua hàng của người tiêu dùng'. *Tạp chí Khoa học Xã hội & Nhân văn*, 26(3), 21-32.
4. Babin, B. J., Gonzalez, C., & Watts, C. (2007). 'Does Santa have a great job? Gift shopping value and satisfaction'. *Psychology & Marketing*, 24(10), 895-917.
5. Camelis, C. (2009). 'L'influence de l'expérience sur l'image de la marque de service'. *Vie & sciences de l'entreprise*, 1(2), 57-74.
6. Đức, L.T.M. & nnk (2022). 'Những yếu tố ảnh hưởng tới ý định mua trực tuyến của người tiêu dùng điện tử: nghiên cứu tỉnh Quảng Bình'. *Tạp chí Tài chính – Marketing*, 71(5), 101-114.
7. Giang, N.T.T & nnk (2022). 'Tác động của chất lượng dịch vụ đến hình ảnh thương hiệu trường đại học và ý định hành vi của sinh viên: trường hợp nghiên cứu trường đại học tài chính – marketing'. *Tạp chí Tài chính – Marketing*, 67(1), 25-39.
8. Hasslinger, A., Hodzic, S., & Opazo. (2007). 'Consumer behaviour in online shopping'. *Kristianstad University*.
9. Hee, P.H. & Gue, Ch.T. (2012). 'Ảnh hưởng của niềm tin của người tiêu dùng và niềm tin vào việc phối hợp thời trang đối với thái độ đối với hàng thời trang cũ và ý định mua hàng thời trang cũ'. *Tạp chí học thuật OA*, 14(4), 544-553.
10. Hoàng, Đ.V. (2023). 'Nghiên cứu ảnh hưởng của các hoạt động quảng cáo trên TikTok đối với ý định mua hàng'. *Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á,* 34(3), 119-136.
11. Houda, Z. & Mohsen, D. (2012). 'Ý định mua hàng trực tuyến: Các yếu tố và tác động'. *Kinh doanh và Quản lý Quốc tế*, 4(1), 37-47.
12. Hùng, P.V. & nnk (2023). 'Nhân tố tác động đến ý định mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng quảng ngãi'. *Tạp chí Tài chính – Marketing*, 14(4), 100-112.
13. Keller, K. L. (1993). 'Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity'. *The Journal of Marketing*, 57(1), 1-22.
14. Kukar-Kinney, M., & Grewal, D. (2006). 'Consumer willingness to claim a price-matching refund: A look into the process'. *Journal of Business Research*, 59(1), 11-18.
15. Kwek, C.L. & nnk (2010). 'Ảnh hưởng của định hướng mua sắm, niềm tin trực tuyến và trải nghiệm mua hàng trực tuyến trước đây tới ý định mua hàng trực tuyến của khách hàng'. *Trung tâm Khoa học và Giáo dục Canada: Nghiên cứu Kinh doanh Quốc tế*, 3(3), 63-76.
16. Lee, S.S. & Song, E.G. (2009). 'Vai trò của sự tự tin của người tiêu dùng và nhu cầu nhận thức về kết quả trong mối quan hệ giữa rủi ro nhận thức và tìm kiếm thông tin trong mua hàng'. *Tạp chí Tâm lý Người tiêu dùng và Quảng cáo Hàn Quốc,* 10(4), 23-746.
17. Liao, S.-h., Chu, P.-h., Chen, Y.-j., & Chang, C.-C. (2012). 'Mining customer knowledge for exploring online group buying behavior'. *Expert Systems with Applications*, 39(3), 3708-3716.
18. Ling, K.C., Chai, L.T., & Piew, T.H. (2010). 'The Effects of Shopping Orientations, Online Trust and Prior Online Purchase Experience Toward Customers Online Purchase Intention'. *International Business Research*, 3(3), 63-76.
19. Meixian, L. (2015). 'Convenience and online consumer shopping behavior: A business anthropological case study based on the contingent valuation method'. *The anthtopologist: International Journal of Contemporary and Applied Studies of Man*, 21(1,2), 8-17.
20. Michel, L. & nnk (1996). 'Sự quen thuộc và niềm tin vào thương hiệu là yếu tố quyết định ý định mua hàng: Một thử nghiệm thực nghiệm trong bối cảnh nhiều thương hiệu'. *Tạp chí Nghiên cứu Kinh doanh*, 37(2), 115-120.
21. Monsuwe, T., Dellaert, B. G. C., & de Ruyter, J. C. (2004). 'What drives consumers to shop online? A literature review'. *Inter-national Journal of Service Industry Management*, 15(1), 102–121.

22. My, V.T.T. & nnk (2021). 'Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua sắm trực tuyến trên trang thương mại điện tử Tiki của khách hàng tại Thành phố Hồ Chí Minh'. *Hội nghị Khoa học trẻ lần 3 năm 2021*, 506-515. Đại học Công nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh, Hồ Chí Minh, ngày 06/08/2021.
23. Myat, S.H, & nnk (2022). 'Niềm tin của người tiêu dùng và ý định mua hàng xanh: Ứng dụng mô hình phản ứng kích thích sinh vật'. *Tạp chí Bán lẻ và Dịch vụ Tiêu dùng*, 68(3), 103061.
24. Nasrul, F.I. & nnk (2020). 'Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua hàng trực tuyến của người tiêu dùng Millennials và Gen Z'. *Tạp chí mô hình hóa phương trình kết cấu ứng dụng*, 4(2), 21-43.
25. Nguyên, N.P. & nnk (2017). 'Khám phá mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ, hình ảnh thương hiệu, sự hài lòng và ý định mua: Trường hợp hãng hàng không quốc gia Việt Nam – Vietnam airlines'. *Tạp chí khoa học kinh tế*, 3(5), 69-85.
26. Ni, L.P. & Gabriel, A. (2020). 'Chuyển đổi ý định mua hàng trực tuyến thành mua hàng thực tế: Vai trò điều tiết của tính bảo mật và sự tiện lợi trong giao dịch'. *Tạp chí Kinh doanh: Lý thuyết và Thực hành*, 21(1), 18-29.
27. Nichabha, P. & nnk (2021). 'Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua hàng qua các trang web và ứng dụng mua sắm trực tuyến trong thời kỳ dịch bệnh COVID-19 ở Thái Lan'. *Tạp chí Quản lý Kinh doanh, Y tế và Giáo dục (JMBHE)*, 1(6), 1-17.
28. Niệm, N.X. và Quang, B.V. (2018). 'Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi mua sắm trực tuyến trên Facebook của người tiêu dùng tại Thành phố Hồ Chí Minh'. *Tạp chí Khoa học và Công Nghệ*, 36(6), 33-42.
29. Ou, Y.-C., de Vries, L., Wiesel, T., & Verhoef, P. C. (2014). 'The Role of Consumer Confidence in Creating Customer Loyalty'. *Journal of Service Research*, 17(3), 339–354.
30. Pavlou, P.A. (2003). 'Consumer acceptance of electronic commerce: integrating trust and risk with the technology acceptance model', *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101-134.
31. Pavlou, P.A., & Fygenson, M. (2006). 'Understanding and predicting electronic commerce adoption: An extension of the theory of planned behavior'. *MIS Quarterly*, 30(1), 115-143.
32. Quyết, T.N. & nnk (2022). 'Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua sắm trực tuyến của thanh niên nông thôn Việt Nam'. *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 2(300), 96-106.
33. Sook, F.Y. (2020). 'Tác động của quảng cáo trên mạng xã hội đối với người tiêu dùng ý định mua hàng trực tuyến'. *Quản lý và Kinh doanh Toàn cầu: Tạp chí Quốc tế*, 12(1), 89-106.
34. Thắng, H.N & Độ, N.T. (2016). 'Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng Việt Nam: Nghiên cứu mở rộng thuyết hành vi có hoạch định'. *Tạp chí Khoa học ĐHQGHN: Kinh tế và Kinh doanh*, 32(4), 21-28.
35. Thúy, V.T.N. (2016). 'Hình ảnh thương hiệu trường đại học trong tâm trí của người học'. *Tạp chí khoa học Đại học Mở TP.HCM*, 3(11), 122-132.
36. Urbany,J. E., Dickson, P. R., and Wilkie, W. L. (1989) 'Buyer Uncertainty and Information Search'. *Journal of Consumer Research 16 (September 1989)*: 208-215.
37. Vijayasarathy, L.R. (2004), 'Predicting consumer intentions to use on-line shopping: the case for an augmented technology acceptance model', *Information & Management*, 41(6), 747-762.
38. Yulihasri & nnk (2011). 'Những yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua sắm trực tuyến của khách hàng'. *Tạp chí Quốc tế về nghiên cứu tiếp thị*, 3(1), 128-139.
39. Zhang, Y. (2015). 'The Impact of Brand Image on Consumer Behavior: A Literature Review'. *Open Journal of Business and Management*, 03(01), 58–62.

# NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN TÍNH MINH BẠCH THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG BẤT ĐỘNG SẢN NHÀ Ở ĐÔ THỊ HÀ NỘI

**Phạm Thị Ngọc Anh*, Nguyễn Thanh Lân**
Khoa Bất động sản và Kinh tế Tài nguyên, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân.
*Tác giả liên hệ, Email: 11210709@st.neu.edu.vn.

## TÓM TẮT

Bài viết này hướng đến mục tiêu xác định mức độ ảnh hưởng của những nhân tố có tác động đến tính minh bạch về thông tin tại thị trường nhà ở đô thị Hà Nội. Nghiên cứu được thực hiện trên cơ sở kế thừa các chỉ số đo lường minh bạch thị trường bất động sản của tổ chức JLL (2020) và phát triển thêm các yếu tố phù hợp với thị trường Hà Nội để dựng được mô hình lý thuyết và tiến hành khảo sát. Dữ liệu phân tích được thu về 243 phiếu trả lời từ các cá nhân tham gia vào thị trường BĐS tại địa bàn thành phố Hà Nội. Kết quả phân tích đã chỉ ra có 6 nhân tố ảnh hưởng đến minh bạch thông tin trên thị trường BĐS, bao gồm: quy định về phát triển TTBĐS; thể chế đăng ký; quản lý nhà nước; cơ sở dữ liệu TTBĐS; quá trình giao dịch và phát triển bền vững. Dựa trên kết quả nghiên cứu, bài viết đưa ra khuyến nghị nhằm cải thiện khả năng tiếp cận thông tin TTBĐS của người dân và các chính sách cần thiết để giảm thiểu tình trạng bất cân xứng thông tin trên thị trường.
*Từ khóa:* Chính sách; đất đai và BĐS; minh bạch; quản lý; quy hoạch.

## 1. Tổng quan

Theo Richard Bloxam – Giám đốc điều hành JLL, phát biểu trong báo cáo xếp hạng chỉ số minh bạch thị trường bất động sản toàn cầu năm 2020, minh bạch là điều rất quan trọng để hướng tới một thị trường hoạt động hiệu quả. Thị trường BĐS Việt Nam được JLL xếp vào nhóm bán minh bạch (2022), việc đẩy nhanh nâng cao tính minh bạch, giảm thiểu sự bất cân xứng thông tin là vấn đề cấp thiết để thị trường BĐS nước ta phát triển lành mạnh và vận hành hiệu quả.

### *1.1 Tổng quan nghiên cứu*

*1.1.1 Các nghiên cứu nước ngoài liên quan đến chủ đề minh bạch thị trường*

Nghiên cứu của Elena Ionascu và cộng sự năm 2019 về minh bạch thị trường bất động sản, thực nghiệm tại Châu Âu, đã đi đến kết luận rằng ở các nước đang phát triển, điều kiện tiên quyết để đảm bảo minh bạch trên thị trường bất động sản là chất lượng quản lý của nhà nước và loại bỏ tham nhũng trong lĩnh vực đất đai và bất động sản. Đối với các quốc gia phát triển, nơi thị trường bất động sản trưởng thành hơn, tính minh bạch đã cao đến mức họ đang phác thảo một xu hướng mới để đo lường sự minh bạch. Nhìn chung, công nghệ, sự đổi mới, cơ sở hạ tầng và sự liên kết quốc tế giữa các doanh nghiệp là những yếu tố quan trọng nhất để thị trường bất động sản đạt mức độ minh bạch hóa cao. Nghiên cứu sử dụng các chỉ tiêu mà JLL dùng để xếp hạng chỉ số minh bạch bất động sản của nhiều quốc gia - GRETI, gồm môi trường thể chế, môi trường vĩ mô, môi trường công nghệ, môi trường xã hội, chất lượng môi trường và đã chứng minh được mối liên hệ chặt chẽ giữa 5 yếu tố trên với tính minh bạch của thị trường bất động sản.

Một nghiên cứu khác cũng cho rằng, với đặc điểm cố định về vị trí của bất động sản, thị trường này dễ bị tổn thương nếu bị đặt dưới sự điều hành, định hướng của một nền thể chế yếu kém (Piet M.A. Eichholtz, Nil Gugler, & Nils Kok, 2010). Tính minh bạch bị ảnh hưởng tiêu cực thường liên quan đến vấn đề tham nhũng, đặc biệt trong quá trình quản lý công (Ball, 2009) làm ảnh hưởng đến cơ chế vận hành của thị trường bất động sản. Nếu bảo đảm rằng

những người tham gia thị trường được tạo điều kiện để tiếp cận thông tin đáng tin cậy, khi đó chính phủ có thể củng cố thị trường. Bên cạnh đó, các loại chi phí về pháp lý, chi phí hành chính đều tác động đến quá trình chuyển nhượng tài sản (Quigley, 2003) theo hướng chi phí càng cao, độ minh bạch càng thấp, điều này cũng đúng với tài sản là bất động sản.

Cũng trong năm 2019, nghiên cứu của Elena Ionaşcu, Paloma Taltavull de La Paz và Marilena Mironiuc về phản ứng của giá nhà đất với tính minh bạch của thị trường ở 21 khu đô thị lớn tại Châu Âu giai đoạn 2004 – 2016 (dữ liệu từ Urban Audit) đã đưa ra bằng chứng rằng giá nhà đất của khu vực này bị ảnh hưởng bởi tính minh bạch trong 5 khía cạnh gồm đầu tư, những nguyên tắc cơ bản của thị trường, quản trị doanh nghiệp, quy định công và quy trình giao dịch. Nhóm nghiên cứu đi đến kết luận cho rằng khi tính minh bạch thấp góp phần khiến cho giá nhà sẽ tăng, nguyên nhân chủ yếu là do các thông tin của 5 nhân tố trên mới chỉ dừng ở mức độ tổng hợp.

Nghiên cứu với tiêu đề "Market transparency and international real estate investment" - Thị trường minh bạch và đầu tư quốc tế vào bất động sản của nhóm tác giả người Nhật Taisuke Sadayuki, Kei Harano và Fukuju Yamazaki cũng đưa ra kết luận rằng tình trạng thông tin bất cân xứng sẽ ít hơn đối với các quốc gia có năng lực thực thi các quy định pháp luật cao hơn. Các nhân tố ảnh hưởng đến sự minh bạch của thị trường bất động sản nhà ở cũng được đề cập trong nghiên cứu do nhóm Emerald Group Publishing thực hiện năm 2012 với tiêu đề "The Concept of Transparency in the European Union's Residential Housing Market: A Theoretical Framework", được tạp chí quốc tế International Journal of Law in the Built Environment đăng tải, bao gồm 5 khía cạnh: tính minh bạch trong thủ tục giao dịch, thông tin pháp lý, tài chính, thuế và chi phí giao dịch.

Tác giả của bài báo về nhận định sự minh bạch - Gregory Michener và Katherine Bersch năm 2018 đã đưa ra một khuôn mẫu để xác định và đánh giá thế nào là minh bạch, 2 điều kiện cần và đủ là sự hiện hữu của thông tin và khả năng suy luận từ các thông tin sẵn có, nói cách khác là khả năng ra kết luận chính xác từ dữ liệu thu thập được. Nhìn chung, thông tin phải đầy đủ một cách hợp lý, đồng thời phải dễ dàng trong việc tiếp cận những thông tin chất lượng. Hai tác giả nhận định tính minh bạch về thông tin là điều kiện cần thiết để có được sự minh bạch.

*1.1.2 Khoảng trống nghiên cứu*

Về tính minh bạch của thị trường bất động sản, bên cạnh các nghiên cứu nước ngoài về thị trường Châu Âu, thị trường Ý hay sự minh bạch về thông tin nói chung, nhóm nghiên cứu nhận thấy chưa có nghiên cứu đánh giá cụ thể các nhân tố ảnh hưởng đến tính minh bạch tại riêng tại thị trường Việt Nam, cũng như mức độ ảnh hưởng của từng nhóm nhân tố này. Mỗi thị trường BĐS có những đặc điểm riêng biệt, cho nên cần thiết có nghiên cứu riêng với thị trường Việt Nam để đưa ra những nhận định chính xác nhất về tình hình hiện tại.

Nhìn chung, các nghiên cứu trước đã chỉ ra được các nhóm yếu tố ảnh hưởng đến sự minh bạch của thị trường bất động sản, và đưa ra một số kiến nghị hoặc điều kiện để có được một thị trường mà ở đó sự bất cân xứng về mặt thông tin thấp. Tuy nhiên, kết quả của các nghiên cứu được thực nghiệm ở các thị trường đã có sự khác biệt với Việt Nam về nhiều mặt như hệ thống luật pháp, quản lý quy hoạch, ... Bởi vậy, tác giả cho rằng đây là khoảng trống để tiến hành và phát triển nghiên cứu tại các nước có thị trường BĐS đang phát triển như Việt Nam.

Ngoài ra, hầu hết các nghiên cứu trong và ngoài nước chỉ đề cập đến tính minh bạch của thị trường bất động sản nói chung, chưa cụ thể ở một loại hình bất động sản nhất định. Nghiên cứu này tập trung thực nghiệm và phân tích đánh giá thị trường nhà ở đô thị. Trên cơ sở nhà ở đô thị là một trong những loại hình BĐS chiếm tỷ trọng lớn trên thị trường, tác giả vẫn có khả năng thu thập những số liệu có tính đại diện cao cho tổng thể thị trường và đề xuất giải pháp một cách khách quan.

***1.2 Lý thuyết nền tảng***

*1.2.1 Lý thuyết thể chế*

Lý thuyết thể chế đề cập đến khái niệm thể chế là tập hợp những quy tắc chính thức, các quy định không chính thức hay những sự tín ngưỡng, nhận thức chung có tác động kìm hãm, định hướng hoặc chi phối sự tương tác của các chủ thể chính trị với nhau trong những lĩnh vực nhất định (Berthod, 2016); (Châu Quốc An, 2017).

Theo quan điểm thể chế kinh tế hiện đại (North, 1990), lý thuyết thể chế được xây dựng từ sự kết hợp của thuyết hành vi con người với lý thuyết về chi phí giao dịch để phân tích vai trò của các quy định trong tạo lập hiệu suất kinh tế. Chi phí giao dịch là loại chi phí cần thiết để giảm tính không chắc chắn do thông tin bất cân xứng giữa những người tham gia thị trường (Buitelaar, 2004). Vì vậy, sự gia tăng của chi phí giao dịch là kết quả của những đổi mới trong thể chế (Pohoaţă, 2006). Chi phí không chắc chắn trong quá trình chuyển nhượng tài sản có tương quan với tính minh bạch của thị trường, theo hướng chi phí càng cao, độ minh bạch càng thấp (Quigley, 2003).

Trong đề tài của nhóm nghiên cứu tập trung ở góc độ nghiên cứu các quy định chính thức mang tính hành pháp do Nhà nước ban hành, bao gồm các bộ luật, điều luật, tổ chức các cơ quan hành chính và quá trình thực thi quản lý về đất đai và BĐS để đánh giá mối liên hệ giữa thể chế với tính minh bạch của thị trường bất động sản.

*1.2.2 Lý thuyết thông tin bất cân xứng (Asymmetric information theory)*

Lý thuyết kinh tế về thông tin bất cân xứng cho rằng việc người bán sở hữu nhiều thông tin hơn người mua làm sai lệch giá hàng bán. George A. Akerlof năm 1970, thông qua ví dụ về thị trường xe ô tô đã qua sử dụng, chỉ ra khi bên bán có nhiều thông tin về sản phẩm hơn sẽ khiến phần lớn hàng hóa được giao dịch có chất lượng kém, chất lượng trung bình của hàng hóa và quy mô thị trường ngày càng giảm. Trong bài viết của mình, Akerlof cho rằng sự lựa chọn bất lợi và việc sản phẩm chất lượng thấp và chất lượng cao có thể được bán ở cùng mức giá là kết quả vận hành của một thị trường bất cân xứng về thông tin giữa các chủ thể tham gia thị trường.

Sự tồn tại của thông tin bất cân xứng còn thể hiện rõ ở các thị trường khác trong đó có thị trường nhà đất. TTBĐS phân biệt rõ người bán là bên có thông tin vượt trội về thị trường địa phương và các đặc điểm của tài sản (Garmaise & Moskowitz, 2004). Dưới các điều kiện trên, lý thuyết thông tin bất cân xứng được đưa vào làm lý thuyết nền tảng cho nghiên cứu.

***1.3 Đối tượng và phạm vi nghiên cứu***

Đối tượng nghiên cứu: các nhân tố có ảnh hưởng đến tính minh bạch về thông tin trên thị trường nhà ở tại khu vực đô thị Hà Nội, bao gồm quy định về phát triển BĐS; thể chế đăng ký BĐS; thực thi quản lý nhà nước về đất đai và BĐS; định giá BĐS; cơ sở dữ liệu của TTBĐS; quá trình thực hiện giao dịch BĐS; phát triển bền vững. Nghiên cứu trên cơ sở kế thừa và phát triển từ mô hình của các công trình liên quan trước đó.

Phạm vi nghiên cứu: **Nghiên cứu được thực hiện trên địa bàn Thành phố Hà Nội. Theo đó,** đối tượng khảo sát là những người đã tham gia vào các hoạt động trên thị trường BĐS tại khu vực đô thị Hà Nội. Dữ liệu được thu thập trong tháng 1 năm 2024.

**2. Phương pháp nghiên cứu và đề xuất mô hình nghiên cứu**

***2.1 Phương pháp nghiên cứu***

**Phương pháp nghiên cứu định tính:** mục tiêu thu thập thông tin sơ cấp từ kết quả phỏng vấn sâu một nhóm các chuyên gia có kinh nghiệm, thâm niên trong lĩnh vực bất động sản để hoàn thiện thang đo chính thức. Tác giả đã thực hiện phỏng vấn trực tuyến 5 chuyên gia, lấy ý kiến, đánh giá và gợi ý về các chỉ tiêu trong thang đo để chỉnh sửa sao cho phù hợp với thực tiễn thị trường nhà ở đô thị Hà Nội.

**Phương pháp định lượng – điều tra bảng hỏi:** mục tiêu thu về các dữ liệu mới nhất phản ánh đúng tình hình thực tế, các sự việc, hoạt động đang diễn ra trên thị trường bất động sản hiện nay, cụ thể là cảm nhận từ những người đang sinh sống, lưu trú tại Hà Nội về sự minh bạch thông tin của thị trường thông qua thông qua đánh giá các tiêu chí là biến quan sát cho mỗi nhân tố có ảnh hưởng đến minh bạch thông tin của thị trường bất động sản mà tác giả đã nêu ra ở trên. Cách thu thập thông tin: với 44 biến quan sát con mà tác giả sử dụng để

nghiên cứu, cỡ mẫu tối thiểu là 220, chiếu theo tỷ lệ 5:1 (Hair và cộng sự, 2014). Dữ liệu được phân tích và xử lý bằng phần mềm SPSS 29.0.

***2.2 Mô hình nghiên cứu***

Tác giả kế thừa một số chỉ tiêu mà JLL đã sử dụng để đánh giá, xếp hạng chỉ số minh bạch thị trường bất động sản của nhiều quốc gia theo báo cáo năm 2020 và năm 2022. Đề xuất mô hình như sau:

*2.2.1 Giả thuyết nghiên cứu*

- Giả thuyết H1: Quy định về phát triển thị trường BĐS tương quan thuận chiều với tính minh bạch thông tin trên thị trường BĐS.
- Giả thuyết H2: Thể chế đăng ký BĐS tương quan thuận chiều với tính minh bạch thông tin trên thị trường BĐS.
- Giả thuyết H3: Thực thi quản lý Nhà nước về đất đai và BĐS tương quan thuận chiều với tính minh bạch thông tin trên thị trường BĐS
- Giả thuyết H4: Định giá BĐS tương quan thuận chiều với tính minh bạch thông tin trên thị trường BĐS.
- Giả thuyết H5: Cơ sở dữ liệu của TTBĐS tương quan thuận chiều với tính minh bạch thông tin trên thị trường BĐS.
- Giả thuyết H6: Quá trình thực hiện giao dịch BĐS có tương quan thuận chiều với tính minh bạch thông tin trên thị trường BĐS.
- Giả thuyết H7: Phát triển bền vững tương quan thuận chiều với tính minh bạch thông tin trên thị trường BĐS.

*2.2.2 Tổng hợp thang đo*

| Ký hiệu | Biến quan sát | Nguồn |
|---|---|---|
| **Thang đo quy định phát triển TTBĐS** | | |
| QĐ1 | Thuế BĐS và các lệ phí liên quan đơn giản, không rườm rà | Báo cáo chỉ số minh bạch BĐS toàn cầu - GRETI của JLL (2020) |
| QĐ2 | Quy hoạch sử dụng đất công khai | |
| QĐ3 | Quy chuẩn xây dựng và tiêu chuẩn an toàn công trình rõ ràng | |
| QĐ4 | Thực hiện nghiêm các quy chuẩn và tiêu chuẩn về xây dựng | |
| QĐ5 | Thủ tục pháp lý liên quan đến BĐS hiệu quả | |
| **Thang đo thể chế đăng ký BĐS** | | |
| ĐK1 | Quy định đăng ký BĐS rõ ràng, đồng bộ | Báo cáo chỉ số minh bạch BĐS toàn cầu - GRETI của JLL (2020) |
| ĐK2 | Tiếp cận với hồ sơ đăng ký BĐS dễ dàng | |
| ĐK3 | Hoàn thiện việc đăng ký BĐS nhanh chóng | |
| ĐK4 | Giá giao dịch BĐS công khai | Nhóm tác giả đề xuất |
| ĐK5 | Quyền sở hữu tài sản được quy định cụ thể | Báo cáo chỉ số minh bạch BĐS toàn cầu - GRETI của JLL (2020) |
| **Thang đo thực thi quản lý nhà nước về đất đai và BĐS** | | |

| Ký hiệu | Biến quan sát | Nguồn |
|---|---|---|
| QL1 | Kiểm soát tham nhũng trong thực hiện các quy định về đất đai hiệu quả | Elena Ionascu, Marilena Mironiuc and Ion Anghel (2019) |
| QL2 | Giải quyết khiếu nại, thắc mắc kịp thời, rõ ràng | Nhóm tác giả đề xuất |
| QL3 | Đội ngũ cán bộ công tâm, đảm bảo quyền lợi cho mọi công dân | |
| QL4 | Chế tài xử phạt người làm trái luật thích đáng | |
| **Thang đo định giá BĐS** | | |
| ĐG1 | Kết quả thẩm định giá của bên thứ ba chính xác | Báo cáo chỉ số minh bạch BĐS toàn cầu - GRETI của JLL (2020) |
| ĐG2 | Định giá bằng phương pháp tiếp cận thị trường là phù hợp | |
| ĐG3 | Thị trường dịch vụ định giá cạnh tranh lành mạnh | |
| ĐG4 | Tần suất định giá của bên thứ ba là hợp lý | |
| **Thang đo cơ sở dữ liệu TTBĐS** | | |
| DL1 | Có cơ sở dữ liệu về cho thuê BĐS trên diện rộng | Báo cáo chỉ số minh bạch BĐS toàn cầu – GRETI của JLL (2020) |
| DL2 | Có cơ sở dữ liệu giao dịch BĐS trên diện rộng | |
| DL3 | Có cơ sở dữ liệu về các BĐS thay thế | |
| DL4 | Có cơ sở dữ liệu về các điều khoản trong hợp đồng cho thuê trên diện rộng | |
| DL5 | Thông tin về TTBĐS đồng bộ, được liên tục cập nhật bằng công nghệ vi tính | Nhóm tác giả đề xuất |
| DL6 | Thủ tục truy cứu thông tin đơn giản | |
| DL7 | Được cung cấp thông tin chất lượng và kịp thời qua cổng thông tin đất đai địa phương | |
| DL8 | Đội ngũ cán bộ thân thiện, có trách nhiệm khi cung cấp thông tin | |
| **Thang đo quá trình thực hiện giao dịch BĐS** | | |
| GD1 | Thông tin trước giao dịch đầy đủ, dễ tiếp cận | Báo cáo chỉ số minh bạch BĐS toàn cầu - GRETI của JLL (2020) |
| GD2 | Doanh nghiệp BĐS có tiêu chuẩn đạo đức nghề nghiệp | |
| GD3 | Doanh nghiệp BĐS tuân thủ nghiêm các tiêu chuẩn đạo đức nghề nghiệp | |
| GD4 | Dịch vụ quản lý tài sản minh bạch | |
| GD5 | Báo cáo phí dịch vụ quản lý tài sản chính xác | |
| GD6 | Giao dịch thực hiện qua các sàn giao dịch BĐS hoặc trung tâm giao dịch tập trung | Phỏng vấn chuyên gia |
| **Thang đo phát triển bền vững** | | |
| BV1 | Có quy định rõ về công trình xanh | Báo cáo chỉ số minh bạch BĐS toàn cầu - GRETI của JLL (2022) |
| BV2 | Có tiêu chuẩn về sử dụng năng lượng hiệu quả | |
| BV3 | Có khung quy định về công trình không phát thải carbon | |
| BV4 | Có tiêu chuẩn sử dụng nước hiệu quả trong các tòa nhà | |
| BV5 | Có khung pháp lý về cho thuê xanh | |
| BV6 | Có quy phạm rõ về khả năng chống chịu của công trình | |
| **Biến phụ thuộc Tính minh bạch thông tin của TTBĐS** | | |
| MB1 | Nhìn chung, cơ sở dữ liệu về BĐS là đầy đủ, rõ ràng, công khai | Đề xuất dựa trên các chỉ tiêu của JLL (Báo cáo chỉ số minh bạch |
| MB2 | Nhìn chung, khả năng tiếp cận thông tin TTBĐS là | |

| Ký hiệu | Biến quan sát | Nguồn |
|---|---|---|
| | kịp thời và chính xác | BĐS toàn cầu của JLL, 2022) |
| MB3 | Nhìn chung, các quy định liên quan đến BĐS là đơn giản, công khai, dễ thực hiện | |
| MB4 | Nhìn chung, quy định về đăng ký BĐS là hiệu quả và công khai | |
| MB5 | Nhìn chung, quản lý nhà nước về đất đai và BĐS hiệu quả | |
| MB6 | Nhìn chung, dịch vụ định giá BĐS là cạnh tranh, phản ảnh đúng giá trị và phù hợp với thị trường | |

*(Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp).*

**3. Kết quả**

Thu được 243 đơn khảo sát từ ngày 5 tháng 1 đến ngày 12 tháng 1 năm 2024. Sau khi loại đi các outliers, còn 220 khảo sát đáp ứng đủ điều kiện đi đến bước phân tích dữ liệu.

***3.1 Phân tích thống kê mô tả***

| Chỉ tiêu | | Số lượng | Tỷ lệ (%) | Chỉ tiêu | | Số lượng | Tỷ lệ (%) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Giới tính** | Nam | 104 | 47.27% | **Kinh nghiệm tham gia TTBĐS** | Dưới 1 năm | 31 | 14.09% |
| | Nữ | 115 | 52.27% | | 1 đến 3 năm | 27 | 12.27% |
| | Khác | 1 | 0.45% | | 3 đến 5 năm | 59 | 26.81% |
| **Độ tuổi** | 18 đến 25 | 49 | 22.27% | | 5 đến 10 năm | 61 | 27.72% |
| | | | | | Trên 10 năm | 42 | 19.09% |
| | 26 đến 35 | 44 | 20% | **Thu nhập** | Dưới 10 triệu | 44 | 20% |
| | 36 đến 45 | 64 | 29.09% | | 10 đến 20 triệu | 57 | 25.9% |
| | 46 đến 55 | 50 | 22.72% | | Trên 20 – 40 | 54 | 24.54% |
| | Trên 55 | 13 | 5.9% | | Trên 40 – 60 | 39 | 17.72% |
| **Ngành nghề** | Quản lý BĐS | 14 | 6.36% | | Trên 60 – 100 | 11 | 5% |
| | | | | | Trên 100 triệu | 15 | 6.81% |
| | Định giá BĐS | 8 | 3.63% | **Tổng cỡ mẫu** | 220 | | |
| | Môi giới BĐS | 26 | 11.81% | | | | |
| | Công việc cần thường xuyên tiếp xúc TTBĐS | 40 | 18.18% | | | | |
| | Khác | 132 | 60% | | | | |

*(Nguồn: Kết quả khảo sát)*

***3.2 Kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha***

Nghiên cứu thực hiện kiểm định độ tin cậy nhằm loại đi các biến quan sát không phù hợp với thang đo. Theo Hair và cộng sự (2009), thang đo đạt độ tin cậy khi giá trị của hệ số α đạt từ 0,7 trở lên, tuy nhiên, với một nghiên cứu khám phá sơ bộ, ngưỡng Cronbach's Alpha đạt 0.6 vẫn được chấp nhận, biến quan sát có thể được giữ lại.

**Bảng 3.2.1. Kiểm định Cronbach' Alpha cho thang đo quy định về phát triển BĐS**

| Loại biến | Ký hiệu biến | Số lượng biến quan sát | Hệ số Cronbach's Alpha | Hệ số tương quan biến tổng nhỏ nhất |
|---|---|---|---|---|
| **Biến độc lập** | QĐ | 5 | .711 | .357 |
| | ĐK | 5 | .765 | .455 |
| | QL | 4 | .777 | .550 |
| | ĐG | 4 | .643 | .331 |
| | DL | 8 | .881 | .519 |
| | GD | 6 | .629 | .060 |
| | GD | 5 | .705 | .406 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | BV | 6 | .768 | .405 |
| **Biến phụ thuộc** | MB | 6 | .802 | .483 |

*(Nguồn: Kết quả chạy SPSS)*

Từ kết quả kiểm định cho thấy các nhân tố đều có hệ số Cronbach's Alpha lớn hơn 0.6 nên thang đo có thể sử dụng được để đo lường biến phụ thuộc. Biến quan sát GD2 có hệ số tương quan biến tổng là 0.060 < 0.3 nên bị loại khỏi thang đo giao dịch BĐS, tiến hành kiểm định sau khi đã loại bỏ cho ra hệ số tương quan biến tổng nhỏ nhất là 0.406 > 0.3 nên hợp lệ. Các biến quan sát còn lại đều đảm bảo hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0.3 nên được giữ lại. Kết luận là thang đo đạt tiêu chuẩn về độ tin cậy và có 43/44 biến quan sát phù hợp với nghiên cứu.

***3.3 Phân tích nhân tố khám phá EFA***

*3.3.1 Phân tích nhân tố khám phá cho biến độc lập*

**Bảng 3.3.1.1.**

| | **Hệ số KMO** | **Sig Bartlett's Test** | **Tổng phương sai trích** | **Nhóm nhân tố** | **Đánh giá** |
|---|---|---|---|---|---|
| EFA lần 1 | 0.849 | <.001 | 64.001% | 10 | Các biến BV6, ĐK1, ĐK3, QĐ2, ĐG1 và ĐG3 đều có hệ số tải nhỏ hơn 0.5 nên bị loại khỏi quan sát |
| EFA lần 2 | 0.849 | <.001 | 61.836% | 8 | Các biến BV5, QĐ3 và ĐK4 có hệ số tải nhỏ hơn 0.5 nên loại khỏi quan sát |
| EFA lần 3 | 0.845 | <.001 | 64.765% | 8 | Biến GD4 có hệ số tải âm nên bị loại khỏi quan sát |
| EFA lần 4 | 0.847 | <.001 | 62.111% | 7 | Các biến đáp ứng các tiêu chuẩn để được giữ lại |

*(Nguồn: Kết quả chạy SPSS)*

**Bảng 3.3.1.2. Ma trận xoay**

| **Rotated Component Matrix** | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| DL6 | .783 | | | | | | |
| DL1 | .738 | | | | | | |
| DL4 | .724 | | | | | | |
| DL5 | .705 | | | | | | |
| DL7 | .699 | | | | | | |
| DL3 | .699 | | | | | | |
| DL8 | .630 | | | | | | |
| DL2 | .604 | | | | | | |
| QL1 | | .799 | | | | | |
| QL4 | | .728 | | | | | |
| QL3 | | .695 | | | | | |
| QL2 | | .670 | | | | | |
| BV1 | | | .720 | | | | |
| BV3 | | | .704 | | | | |
| BV4 | | | .639 | | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| BV2 | | | .588 | | | | |
| GD1 | | | | .750 | | | |
| GD5 | | | | .693 | | | |
| GD6 | | | | .626 | | | |
| GD3 | | | | .623 | | | |
| QĐ5 | | | | | .775 | | |
| QĐ4 | | | | | .714 | | |
| QĐ1 | | | | | .668 | | |
| ĐG4 | | | | | | .694 | |
| ĐG2 | | | | | | .677 | |
| ĐK2 | | | | | | | .803 |
| ĐK5 | | | | | | | .504 |

*(Nguồn: Kết quả chạy SPSS)*

Kết quả cho thấy có còn lại 27 biến quan sát được phân thành 7 nhân tố, tất cả các biến quan sát đều có hệ số tải nhân tố Factor Loading lớn hơn 0.5 và không còn các biến xấu.

*3.3.2 Phân tích nhân tố khám phá biến phụ thuộc*

Hệ số KMO là 0.810, sig nhỏ hơn 0.001 nên phân tích nhân tố khám phá EFA là phù hợp. Dựa vào bảng ma trận xoay dưới đây, kết luận được thang đo đảm bảo tính đơn hướng, các biến quan sát của biến phụ thuộc hội tụ tốt (vì chỉ có 1 biến phụ thuộc được đưa vào chạy EFA nên kết quả chỉ trích được một nhân tố được hình thành từ 6 biến quan sát là đáng mong đợi). Thêm vào đó, hệ số tải của các biến quan sát đều lớn hơn 0.5 với phương sai trích lớn hơn 50% chứng tỏ thang đo đã đạt yêu cầu và có thể tiếp tục áp dụng cho các bước nghiên cứu tiếp theo.

**Bảng 3.3.2.1.**

| | Component 1 |
|---|---|
| MB3 | .746 |
| MB1 | .741 |
| MB2 | .728 |
| MB5 | .718 |
| MB6 | .684 |
| MB4 | .638 |
| Total Variance Explained | 50.407% |

*(Nguồn: Kết quả chạy SPSS)*

***3.4 Phân tích hồi quy tuyến tính***

*3.4.1 Phân tích tương quan*

**Bảng 3.4.1.1. Correlations**

| **Correlations** | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | MB | QĐ | ĐK | QL | DL | GD | BV |
| **Pearson Correlation** | MB | 1 | .472 | .439 | .591 | .541 | .456 | .532 |
| | QĐ | .472 | 1 | .277 | .373 | .314 | .277 | .275 |
| | ĐK | .439 | .277 | 1 | .287 | .414 | .249 | .397 |
| | QL | .591 | .373 | .287 | 1 | .406 | .226 | .371 |
| | DL | .541 | .314 | .414 | .406 | 1 | .237 | .472 |
| | GD | .456 | .277 | .249 | .226 | .237 | 1 | .355 |
| | BV | .532 | .275 | .397 | .371 | .472 | .355 | 1 |
| **Sig. (2-tailed)** | MB | . | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| QĐ | <.001 | . | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 |
| ĐK | <.001 | <.001 | . | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 |
| QL | <.001 | <.001 | .000 | . | <.001 | <.001 | <.001 |
| DL | <.001 | <.001 | .000 | .000 | . | <.001 | <.001 |
| DG | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | . | <.001 |
| BV | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | . |

*(Nguồn: Kết quả chạy SPSS)*

Hệ số tương quan lớn nhất giữa các biến độc lập là 0.472 (tương quan giữa yếu tố Phát triển bền vững và Cơ sở dữ liệu thị trường BĐS là thuận chiều), hệ số tương quan nhỏ nhất giữa các biến độc lập là 0.226 (tương quan giữa yếu tố Giao dịch BĐS và Thực thi quản lý nhà nước về đất đai và BĐS là thuận chiều).

Hệ số tương quan lớn nhất giữa các biến độc lập với biến phụ thuộc là 0.591 (tương quan giữa biến độc lập Thực thi quản lý nhà nước về đất đai và BĐS với biến phụ thuộc là Tính minh bạch thông tin trên TTBĐS). Hệ số tương quan nhỏ nhất là 0.439 (tương quan giữa biến độc lập Thể chế đăng ký BĐS với biến phụ thuộc Tính minh bạch thông tin trên TTBĐS).

Giá trị sig giữa các nhân tố đều nhỏ hơn 0.05 nên có tồn tại mối tương quan tuyến tính giữa các biến độc lập với biến phụ thuộc. Các hệ số tương quan Pearson đều nhỏ hơn 0.7 nên khả năng xảy ra đa cộng tuyến giữa chúng thấp do hai biến độc lập có tương quan (sig nhỏ hơn 0.05) và trị tuyệt đối hệ số tương quan lớn hơn 0.7 thì khả năng xảy ra cộng tuyến giữa chúng tương đối cao (Carsten F. Dormann và cộng sự, 2013).

*3.4.2 Phân tích hồi quy*

**Theo bảng Model Summary**: giá trị R bình phương hiệu chỉnh bằng 0.582 cho thấy các biến độc lập đưa vào phân tích hồi quy ảnh hưởng đến 58,2% sự biến thiên của biến phụ thuộc.

**Bảng 3.4.2.2.**

| ANOVA[a] | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig |
| 1 | Regression | 66.928 | 7 | 9.561 | 44.542 | <.001[b] |
| | Residual | 45.506 | 212 | .215 | | |
| | Total | 112.434 | 219 | | | |

*(Nguồn: Kết quả chạy SPSS)*

Giá trị sig kiểm định F nhỏ hơn 0.05 nên mô hình hồi quy phù hợp

**Bảng 3.4.2.3. Coefficients**

| Mô hình | Hệ số chưa chuẩn hóa | | Hệ số chuẩn hóa | Giá trị T | Mức ý nghĩa (Sig.) | Thống kê cộng tuyến | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | B | Sai số chuẩn | Beta | | | Dung sai (Tolerance) | VIF |
| 1 (Hằng số) | -.346 | .197 | | -1.756 | .081 | | |
| QĐ | .141 | .043 | .161 | 3.277 | .001 | .789 | 1.267 |
| ĐK | .085 | .041 | .106 | 2.061 | .041 | .728 | 1.374 |
| QL | .265 | .043 | .314 | 6.147 | <.001 | .733 | 1.365 |
| ĐG | .011 | .045 | .012 | .245 | .807 | .791 | 1.264 |
| DL | .185 | .053 | .190 | 3.515 | <.001 | .656 | 1.524 |
| GD | .244 | .056 | .209 | 4.323 | <.001 | .821 | 1.219 |
| BV | .145 | .049 | .161 | 2.970 | .003 | .648 | 1.542 |

*(Nguồn: Kết quả chạy SPSS)*

Theo bảng Coefficients dưới đây, biến Định giá (F_ĐG) có giá trị sig kiểm định t là 0.807 lớn hơn 0.05, vậy nên biến này không có ý nghĩa trong mô hình hồi quy, không có tác động lên biến phụ thuộc F_MB. Các biến còn lại đều có sig nhỏ hơn 0.05 nên các biến này đều có ý nghĩa thống kê. Hệ số hồi quy của các biến độc lập này đều mang dấu dương, do đó các biến độc lập có tác động thuận chiều lên biến phụ thuộc.

**Như vậy, nghiên cứu đã khẳng định được 6/7 giả thuyết được kiểm định, cụ thể đó là các giả thuyết:**

H1: Quy định phát triển TTBĐS tác động thuận chiều đến tính minh bạch thông tin của TTBĐS.

H2: Thể chế đăng ký BĐS tác động thuận chiều đến tính minh bạch thông tin của TTBĐS.

H3: Thực thi quản lý Nhà nước về đất đai và BĐS tác động thuận chiều đến tính minh bạch thông tin của TTBĐS.

H5: Cơ sở dữ liệu của TTBĐS tác động thuận chiều với tính minh bạch thông tin trên TTBĐS.

H6: Quá trình thực hiện giao dịch BĐS tác động thuận chiều với tính minh bạch thông tin của TTBĐS.

H7: Phát triển bền vững tác động thuận chiều với tính minh bạch thông tin trên thị trường BĐS.

**Phương trình hồi quy đã chuẩn hóa:**

**MB = 0.161.QĐ + 0.106.ĐK + 0.314QL + 0.190DL + 0.209.GD + 0.161.BV**

## 4. Kết luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy có 6 nhóm nhân tố tác động đến minh bạch thông tin TT nhà ở đô thị Hà Nội. Từ tương quan giữa các biến, nghiên cứu đề xuất một số giải pháp như sau:

Thứ nhất, có thể thấy minh bạch thông tin trên TTBĐS có mối quan hệ chặt chẽ với năng lực quản lý của nhà nước, vì vậy, đề xuất kiểm soát nghiêm các hành vi tiêu cực, tham nhũng trong quá trình thực hiện các thủ tục về đất đai và BĐS, xây dựng được hệ thống hành chính hoạt động hiệu quả nhằm nhanh chóng giải quyết, xử lý các thắc mắc, khiếu nại của người dân, đồng thời cần có các chế tài xử phạt người làm trái luật thích đáng.

Thứ hai, để thông tin trên TTBĐS trở nên minh bạch hơn, cần đảm bảo xây dựng và cập nhật được cơ sở dữ liệu về thị trường đầy đủ, bằng cách chú trọng phát triển hệ thống công nghệ cập nhật thông tin về TTBĐS liên tục, đưa ra một quy trình truy cứu thông tin nhanh gọn cho người dân để nâng cao hiệu quả cung cấp thông tin về TTBĐS qua cổng thông tin đất đai tại địa phương.

Nhìn chung, các thủ tục pháp lý về BĐS cần phải hiệu quả, trong đó thuế và các lệ phí xuất hiện khi thực hiện các quy định về đất đai nên đơn giản, không rườm rà, thời gian tra cứu thông tin nhanh chóng, người dân có thể tiếp cận và hoàn thiện hồ sơ đăng ký BĐS dễ dàng. Ngoài ra, Nhà nước cũng cần quản lý chất lượng và tiêu chuẩn an toàn trong xây dựng.

Thứ ba, cần quan tâm hơn đến vấn đề phát triển bền vững TTBĐS, xây dựng khung quy định rõ ràng về công trình xanh, quy định về vấn đề sử dụng năng lượng hiệu quả trong các tòa nhà.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Akerlof, G.A. (1970). The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism, *The Quarterly Journal of Economics, 84*(3), 488-500.
2. Ball, C. (2009). What is transparency?. *Public Integrity, 11*(4), 293-307.
3. Buitelaar, E. (2004). A Transaction-cost Analysis of the Land Development Process. *Urban Studies, 41*(13), 2539-2553.
4. Emerald Group Publishing Limited. (2012). The Concept of Transparency in the European Union's Residential Housing Market: A Theoretical Framework. *International Journal of Law in the Built Environment, 4*(2), 99-115.

5. Garmaise, M.J. and Moskowitz, T.J. (2004). Confronting Information Asymmetries: Evidence from Real Estate Markets. *The Review of Financial Studies, 17*(2), 405-437.
6. Gholipour, H. F., Tajaddini, R., & Pham, T. N. T. (2020). Real estate market transparency and default on mortgages. *Research in International Business and Finance, 53*, 101202.
7. Ionascu, E., Mironiuc, M., & Anghel, I. (2019). Transparency of real estate markets: Conceptual and Empirical Evidence. *Audit financiar, XVII*(2), 306-326.
8. JLL (2020), Global Real Estate Transparency Index 2020: Jones Lang LaSalle.
9. JLL (2022), Global Real Estate Transparency Index 2022: Jones Lang LaSalle.
10. Lieser, K., & Peter Groh, A. (2011). The attractiveness of 66 countries for institutional real estate investments. *Journal of Real Estate Portfolio Management, 17*(3), 191-211.
11. Newell, G. (2016). The Changing Real Estate Market Transparency in the European Real Estate Markets. *Journal of Property Investment & Finance, 34*(4), 407-420.
12. Nguyễn Quỳnh Hoa. (2014). Sự hình thành và phát triển thị trường bất động sản tại Việt Nam trong tiến trình đổi mới kinh tế. *Phát triển & Hội nhập, 17* (27), 36-38.
13. North, D.C. (1990). *Institutions, Institutional Change and Economic Performance.* Cambridge: Cambridge University Press.
14. Pohoață, I. (2006). Arguments for the Study of Institutionalism and Institutional Reform in Romania. *Theoretical and Applied Economics, 7*(502), 3-8.
15. Taisuke, S., Kei, H., & Fukuju, Y. (2019). Market transparency and international real estate investment. *Journal of Property Investment & Finance, 37*(5), 503-518.
16. Triantafyllopoulos, N. (2006). Public Sector Transparency and Tourism Real Estate Investments in Greece. *Regional and Sectoral Economic Studies, 6*(2), 57-72.

# GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN QUY TRÌNH CUNG CẤP DỊCH VỤ DIGITAL MARKETING TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN BEYOND COMMUNICATION

**Hồ Thị Bích Tuyền, Phan Thị Ngọc Ánh, Ngô Thị Diễm Quỳnh***
Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: quynhngo221102@gmail.com.

## TÓM TẮT

Mục tiêu nghiên cứu của đề tài là phân tích thực trạng về quy trình cung cấp dịch vụ Digital Marketing cho khách hàng tại Công ty cổ phần Beyond Communication (Beyond) bao gồm: Nhận yêu cầu từ khách hàng, tóm tắt yêu cầu, lên ý tưởng và phát triển, xem xét và chốt ý tưởng, đề xuất giải pháp với khách hàng, thuyết trình kế hoạch và ý tưởng, nhận phản hồi và điều chỉnh, đề xuất và bảo vệ ngân sách, họp tiền sản xuất, tiến hành sản xuất, ra mắt, theo dõi và báo cáo. Trên cơ sở đó, rút ra những ưu điểm, hạn chế còn tồn tại của quy trình và đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện quy trình cung cấp dịch vụ Digital Marketing cho khách hàng tại Beyond.
*Từ khóa:* Beyond Communication; Digital Marketing; Quy trình cung cấp dịch vụ; Thực trạng quy trình; Giải pháp hoàn thiện.

## 1. Lí do chọn đề tài

Digital Marketing là xu hướng mạnh mẽ trong lĩnh vực tiếp thị, đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng thương hiệu và mở rộng thị trường. Các chiến lược Digital Marketing giúp doanh nghiệp tiếp cận khách hàng toàn cầu hiệu quả và định rõ đối tượng mục tiêu. Digital Marketing bao gồm nhiều hình thức như SEO, SEM, Email Marketing, Social Media Marketing, v.v., thu hút khách hàng hơn so với tiếp thị truyền thống. Tuy nhiên, quy trình cung cấp dịch vụ Digital Marketing của các doanh nghiệp hiện nay vẫn còn tồn tại một vài hạn chế. Một số nguyên nhân chính gây ra sự không hài lòng này là do sự thiếu chuyên môn, thiếu hiểu biết, thiếu sự đo lường và đánh giá, thiếu sự thích ứng và cập nhật với thị trường. Nắm rõ được khó khăn của các Doanh nghiệp trong việc áp dụng Digital Marketing, không phải tất cả các doanh nghiệp đều có nhân viên có kỹ năng và kiến thức cần thiết để thực hiện các chiến dịch Digital Marketing hiệu quả, việc thực hiện các chiến dịch Digital Marketing hiệu quả đòi hỏi rất nhiều thời gian và nỗ lực. Không chỉ vậy, việc thực hiện các chiến dịch Digital Marketing hiệu quả còn đòi hỏi doanh nghiệp đầu tư một số tiền lớn vào các công cụ, nguồn lực và còn đối diện với sự cạnh tranh khốc liệt. Sự xuất hiện và ra đời của các công ty Agency với kỹ năng và quy trình hoàn thiện có thể giúp các doanh nghiệp đạt được hiệu quả cao, tiết kiệm và nhanh chóng hơn. Điều này không chỉ giúp các công ty Agency đáp ứng nhu cầu khách hàng trong ngắn hạn mà còn là chiến lược chiến thắng trong việc xây dựng mối quan hệ lâu dài và bền vững với khách hàng, từ đó mang lại hiệu quả kinh doanh cao. Công ty cổ phần Beyond Communication là một trong những công ty Agency uy tín hàng đầu tại Việt Nam, có nhiều năm kinh nghiệm trong lĩnh vực Digital Marketing, đã cung cấp dịch vụ cho nhiều khách hàng lớn như Vinamilk, Viettel, Honda, v.v. Mặc dù mới được thành lập từ năm 2016 tuy nhiên Beyond đã đạt được nhiều giải thưởng uy tín, chứng minh hiệu suất và chất lượng dịch vụ. Với những lý do trên, việc thực hiện nghiên cứu đề tài **"Giải pháp hoàn thiện quy trình cung cấp dịch vụ Digital Marketing tại Công ty cổ phần Beyond Communication"** là hoàn toàn cấp thiết.

## 2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

### *2.1 Các khái niệm*

**Digital Marketing** là quá trình lập kế hoạch về sản phẩm, giá, phân phối và xúc tiến đối với sản phẩm, dịch vụ và ý tưởng để thoả mãn nhu cầu và mong muốn của khách hàng thông qua internet và các phương tiện điện tử (Joel Reedy, 2000).

**Dịch vụ Digital Marketing** là quá trình mà các đơn vị chuyên Digital Marketing (thường là Agency) hỗ trợ clients - các doanh nghiệp lên chiến lược quảng bá và tiếp thị sản phẩm dựa trên các nền tảng số. Các công ty đại lý thường phải nghiên cứu và tìm hiểu các thuật toán phức tạp nền tảng phức tạp, đa kênh để cung cấp dịch vụ Digital Marketing hiệu quả và tối ưu nhất.

**Quy trình cung cấp dịch vụ Digital Marketing** là trình tự thực hiện hoạt động theo kế hoạch đã được quy định sẵn. Quy trình mang tính bắt buộc và toàn diện đáp ứng mục tiêu mà doanh nghiệp đề ra thông qua quảng bá và tiếp thị sản phẩm dựa trên các nền tảng số. Hay quy trình cung cấp dịch vụ Digital marketing được hiểu là việc các công ty Agency lập kế hoạch từng bước chi tiết về việc trả các quyền lợi liên quan đến tăng độ nhận diện thương hiệu, quảng bá và tiếp thị sản phẩm dựa trên các nền tảng số.

### *2.2 Phương pháp nghiên cứu*

Đề tài sử dụng phương pháp thống kê mô tả, phân tích, so sánh và tổng hợp. Về thu thập thông tin, đề tài đã sử dụng dữ liệu thứ cấp từ công ty và dữ liệu sơ cấp từ điều tra hiện trường làm cơ sở đưa ra các giải pháp.

## 3. Thực trạng quy trình cung cấp dịch vụ Digital Marketing tại Beyond

### *3.1 Nhận yêu cầu từ khách hàng*

Trong bước này, Công ty tiếp nhận bản yêu cầu thông qua email chính thức được công bố. Bộ phận Kinh doanh sau đó kiểm tra và thu thập thông tin từ bản yêu cầu, đảm bảo rằng thông tin đầy đủ và chi tiết. Bộ phận Kinh doanh xác minh thông tin về thương hiệu đối tác để đảm bảo sự an toàn trong hợp tác. Thông tin về nhu cầu của khách hàng sau đó được chuyển đến bộ phận Dự án để lập kế hoạch thực hiện công việc. Đối với khách hàng có kinh nghiệm, họ thường gửi yêu cầu qua email chính thức, trong khi khách hàng mới có thể cần tư vấn trực tiếp từ Công ty. Trong trường hợp này, Công ty sẽ cung cấp bản yêu cầu mẫu để khách hàng điền thông tin. Tuy nhiên, trong quá trình tiếp nhận yêu cầu, bộ phận Kinh doanh thường không hiểu rõ mục tiêu và mong đợi của khách hàng điều này dễ dẫn đến khó khăn trong thực hiện dự án, ảnh hưởng đến uy tín và niềm tin của Công ty trên thị trường.

### *3.2 Tóm tắt yêu cầu sáng tạo*

Bộ phận Dự án nhận bản yêu cầu từ Bộ phận Kinh doanh và tạo bản tóm tắt ý tưởng sáng tạo. Trong bản tóm tắt, bộ phận Dự Án phân tích và rút ra yêu cầu chính của khách hàng, bao gồm lĩnh vực/ngành hàng, định hướng phát triển, phân bổ và kế hoạch thực hiện, ước lượng ngân sách và nhân sự thực hiện. Nội dung sau đó được gửi đến các bộ phận và nhà lãnh đạo để đánh giá và chốt sau khi có sự đồng thuận từ tất cả các bên.

### *3.3 Lên ý tưởng và phát triển*

Bộ phận Dự án chuyển giao nhiệm vụ cho team Marcom để phát triển ý tưởng sáng tạo cho dự án dựa trên yêu cầu và thông tin từ khách hàng. Team Marcom – team chuyên về truyền thông và tiếp thị sẽ sử dụng tinh thần sáng tạo để đưa ra ý tưởng bao gồm slogan, màu sắc và nội dung social media. Đồng thời bộ phận này chịu trách nhiệm đảm bảo việc đáp ứng yêu cầu của khách hàng, phù hợp với xu hướng thời đại, tạo sự khác biệt, nổi bật và tuân thủ ngân sách đã ước lượng.

### *3.4 Xem xét và chốt ý tưởng*

Sau khi có được danh sách các ý tưởng sáng tạo dựa trên những yêu cầu của khách hàng, bộ phận Dự án sẽ tổ chức một cuộc họp nội bộ để lựa chọn ra ý tưởng tốt nhất cho dự án. Trong cuộc họp này, mọi nhân sự đều có cơ hội bày tỏ ý kiến và quan điểm của mình về các ý tưởng, cũng như đặt ra những câu hỏi để làm rõ và kiểm tra tính khả thi của các ý tưởng. Bộ phận Dự án

có nhiều nhân sự từ các lĩnh vực khác nhau nên sẽ có một cái nhìn toàn diện và đa chiều về các ý tưởng. Từ đó có thể chọn ra ý tưởng phù hợp nhất với nhu cầu và mong muốn của khách hàng. Sau khi đã quyết định được ý tưởng, team Marcom sẽ tổng hợp lại những ý kiến đề xuất và tiến hành chỉnh sửa lại lần cuối để hoàn thiện ý tưởng.

***3.5 Đề xuất giải pháp với khách hàng***

Sau khi quyết định ý tưởng sáng tạo, team Marcom giao nhiệm vụ cho team Kế hoạch lập văn bản chi tiết về các hoạt động chiến dịch. Đề xuất này được chuyển cho Bộ phận Kinh doanh và gửi đến khách hàng qua email. Khách hàng đưa ra những vấn đề quan tâm và nhân viên Kinh doanh tìm hiểu thông tin từ Bộ phận Dự án để giải đáp và theo dõi sự hài lòng của khách hàng đối với đề xuất. Những điều chỉnh cần thiết sẽ được thực hiện cho đến khi khách hàng đồng ý với đề xuất.

**3.6 Thuyết trình kế hoạch và ý tưởng**

Tính đến giai đoạn này, tất cả ý tưởng và đề xuất chỉ mới dừng lại dưới dạng văn bản, khách hàng những thông tin mang tính minh họa một các gần nhất với những gì sẽ diễn ra trong dự án sắp tới, vì vậy phía Công ty sẽ thực hiện một số những công việc để chuẩn bị cho bài thuyết trình với khách hàng. Khách hàng cần có những thiết kế mẫu để đánh giá chiến lược cho doanh nghiệp của mình. Đó là lý do tại sao bộ phận thiết kế sẽ chuyển các ý tưởng thành bản mẫu có hình dạng cụ thể.

***3.7 Nhận phản hồi và điều chỉnh***

Trong quá trình triển khai bài thuyết trình, khách hàng nhận được cái nhìn tổng quan và chi tiết về các sản phẩm truyền thông mà Công ty sử dụng để quảng bá doanh nghiệp của họ. Bài thuyết trình không chỉ là cơ hội quan trọng trong quá trình hợp tác mà còn là dịp để khách hàng đưa ra những nhận xét và góp ý chi tiết. Phản hồi từ khách hàng có thể liên quan đến vị trí và màu sắc của Logo trong video quảng cáo, giúp chính xác hóa kế hoạch truyền thông theo mong đợi cụ thể. Đội nhóm Marcom sau đó điều chỉnh kế hoạch, sửa đổi mô hình 3D và các chi tiết nhỏ dựa trên phản hồi nhằm đảm bảo rằng kế hoạch đáp ứng hoàn toàn yêu cầu của khách hàng, và quá trình này không kéo dài quá lâu nhờ vào các bước đã được thực hiện trước đó.

***3.8 Đề xuất và bảo vệ ngân sách***

Sau khi dự án được chấp thuận, bộ phận kế toán cập nhật bảng chi phí thực hiện dựa trên chi phí thực tế của từng hạng mục sản xuất. Chi phí nội bộ này đóng vai trò quan trọng trong việc xác định chi phí mà Beyond bỏ ra để thực hiện dự án. Báo giá chi phí cho khách hàng được xây dựng dựa trên chi phí thực tế và một khoản lợi nhuận hợp lý. Sau khi thống nhất với khách hàng và đồng ý với các điều khoản, Công ty ký kết hợp đồng, là cơ sở pháp lý cho quá trình thực hiện dự án. Hợp đồng bao gồm thông tin về Công ty và Khách hàng, nội dung công việc, giá trị hợp đồng, điều khoản thanh toán, quyền và nghĩa vụ của các bên, quyền sở hữu trí tuệ, và điều khoản chung. Sau khi ký kết, Beyond quản lý kênh social của khách hàng để đăng sản phẩm theo hợp đồng hoặc hướng dẫn khách hàng cung cấp thông tin cần thiết cho việc tạo mới kênh social. Tuy nhiên, quy trình chất lượng cao và chi phí tăng do tài nguyên và nhân lực, khiến giá trị hợp đồng cao hơn so với đối thủ, gây khó khăn trong cạnh tranh giá. Thanh toán phức tạp và kéo dài do nhiều yếu tố pháp lý và chỉ được thực hiện sau khi dự án hoàn thành, ảnh hưởng đến quá trình xoay vốn của Công ty, đặc biệt khi nhận nhiều đơn hàng đồng loại.

***3.9 Tiến hành họp với các đơn vị sản xuất để lên kế hoạch chuẩn bị thực hiện***

Để chuẩn bị cho giai đoạn sản xuất, Beyond tiến hành họp với các đơn vị sản xuất để lên kế hoạch chi tiết. Đối với sản phẩm hình ảnh, bộ phận dự án giao công việc cho nhân viên thiết kế trong công ty, đồng thời cung cấp hướng dẫn rõ ràng và thông tin về nhận diện thương hiệu cho mỗi nhiệm vụ. Đối với sản phẩm video, Beyond liên lạc với các nhà sản xuất chuyên nghiệp để thực hiện quay phim và dựng phim, tận dụng kinh nghiệm và chuyên môn của đối tác ngoại. Quá trình chuẩn bị nhanh chóng (1-3 ngày) nhờ vào sự chuyên nghiệp và kinh nghiệm, giúp sản xuất

nội dung ngay sau đó, đảm bảo đáp ứng kịp thời và chất lượng theo yêu cầu của khách hàng. Việc chuẩn bị kỹ lưỡng giúp giảm thiểu sai sót và rủi ro trong quá trình sản xuất, đồng thời tiết kiệm chi phí và thời gian.

***3.10 Tiến hành thực hiện kế hoạch sản xuất***

Sau chuẩn bị các tư liệu, các team thực hiện sản phẩm dưới sự giám sát của người quản lý dự án và sự phối hợp của khách hàng. Đối với sản phẩm hình ảnh, sử dụng tư liệu mô tả công việc để thiết kế hình ảnh, qua quá trình kiểm tra và chỉnh sửa để đạt tiêu chuẩn. Sản phẩm cuối cùng được lưu trữ trên drive chung của công ty. Đối với sản phẩm video, nhân sự theo dõi quá trình quay phim và dựng phim, và sau khi hoàn thành, video cần được duyệt bởi khách hàng trước khi xuất bản. Quá trình sản xuất kéo dài từ họp tiền sản xuất đến hết hạn hợp đồng, đòi hỏi sự phối hợp giữa các bộ phận kinh doanh, dự án và thiết kế để đảm bảo chất lượng và thời hạn đều được đáp ứng.

***3.11 Công bố những thành phẩm sản xuất***

Công bố sản phẩm trên các kênh social media là mục đích chính của dự án, được thực hiện đồng thời với quá trình sản xuất để cung cấp thông tin nhanh chóng và kịp thời cho người tiêu dùng. Team Marcom chịu trách nhiệm lên kế hoạch và quản lý bài đăng trên các nền tảng xã hội, đồng thời theo dõi các chỉ số hiệu suất để điều chỉnh kế hoạch theo xu hướng tiêu dùng. Tuy nhiên, thách thức đối diện là sự thay đổi không ngừng trong thói quen và xu hướng sử dụng mạng xã hội, đòi hỏi sự linh hoạt và điều chỉnh liên tục. Điều này tăng độ phức tạp và khó khăn cho quá trình sản xuất, đặc biệt khi phải làm lại sản phẩm do thay đổi kế hoạch, gây tốn thời gian và chi phí.

***3.12 Theo dõi, báo cáo***

Giai đoạn cuối cùng của quá trình làm việc tập trung vào theo dõi, báo cáo, và đánh giá tổng quan về dự án. Team Marcom chụp màn hình và tổng hợp tất cả bài đăng trên các kênh truyền thông, đồng thời theo dõi các chỉ số hiệu suất như lượt thích, chia sẻ, bình luận, và lượt tiếp cận để đánh giá hiệu quả của chiến dịch.

**4. Giải pháp hoàn thiện quy trình cung cấp dịch vụ Digital Marketing tại Beyond**

***4.1 Giải pháp cho việc tiếp nhận yêu cầu từ khách hàng***

Nhận thấy trong khâu tiếp nhận yêu cầu từ khách hàng, công ty vẫn còn tồn đọng. Minh chứng cho vấn đề này có thể được thấy thông qua như thời gian xử lý yêu cầu đã tăng lên trong tháng qua, đặc biệt là trong việc đăng tải sản phẩm trên các kênh mạng xã hội (Phòng Kinh doanh) hay như bộ phận tiếp nhận yêu cầu của khách hàng không hiểu rõ được nguồn nhân lực của công ty để sắp xếp công việc phù hợp, nhận nhiều sự kiện song không đủ nhân lực, dẫn đến quá tải. Thông tin này là minh chứng cho việc quá trình làm việc không diễn ra một cách hiệu quả và cần được cải thiện. Để giải quyết vấn đề trên, trong quá trình tiếp nhận yêu cầu từ khách hàng, công ty cần xem xét và cải thiện quá trình tiếp nhận hồ sơ bên cạnh đó cần xem xét nội bộ và tương tác giữa các bộ phận. Nhóm tác giả nhận thấy công ty nên đề xuất xây dựng một kế hoạch hoàn thiện, chi tiết cho quá trình tiếp nhận yêu cầu và phân bổ nguồn lực. Điều này bao gồm việc sử dụng hệ thống quản lý dự án và quản lý nhân sự để theo dõi mọi thông tin liên quan đến dự án, từ yêu cầu ban đầu đến các bước thực hiện. Kế hoạch này phải đảm bảo mỗi bộ phận có trách nhiệm cụ thể phù hợp với năng lực và thông tin được chia sẻ một cách minh bạch.

Công ty Beyond cũng có thể xem xét việc sử dụng công nghệ thông tin tiên tiến hơn để tự động hóa quá trình tiếp nhận yêu cầu và phân bổ nguồn lực. Các hệ thống trí tuệ nhân tạo có thể hỗ trợ trong việc phân tích thông tin từ khách hàng, đánh giá độ ưu tiên của các dự án, xác định dự án phù hợp với năng lực của công ty và đề xuất phân bổ nguồn lực một cách hiệu quả.

***4.2 Giải pháp cho việc thực hiện theo dõi, báo cáo***

Hạn chế trong việc thực hiện theo dõi và báo cáo tại Công ty Beyond xuất phát từ việc thực hiện thủ công. Thực tế, việc thực hiện quá trình theo dõi và báo cáo một cách thủ công làm tăng

thời gian và nguy cơ xảy ra sai sót. Công ty đầu tư mạnh mẽ vào tích hợp công nghệ trong các bước làm việc. Chẳng hạn như việc mua sắm và triển khai các hệ thống tự động hóa, như công nghệ Business Intelligence, giúp tối ưu hóa quy trình theo dõi và báo cáo. Sử dụng Business Intelligence sẽ hỗ trợ công ty trong việc tự động hóa việc xử lý dữ liệu, giảm thiểu sai sót, tăng độ chính xác của thông tin và làm giảm áp lực nguồn nhân lực duy trì và quản lý một cách hiệu quả theo sự phức tạp của báo cáo.

Tuy nhiên, giải quyết vấn đề này, công ty cũng cần phải tập trung vào việc cân bằng sự phát triển giữa công nghệ và nguồn nhân lực, đồng thời đảm bảo nhân sự được đào tạo đầy đủ về công nghệ mới để có thể thực hiện theo dõi và báo cáo một cách hiệu quả và chính xác hơn. Chính vì thế, để đảm bảo tính khả thi của giải pháp, nhóm tác giả đề xuất công ty nên dần dần triển khai phương án. Áp dụng phương pháp triển khai bước đầu giúp giảm thiểu sự gián đoạn trong quy trình làm việc và đồng thời đánh giá kết quả từng giai đoạn để điều chỉnh chiến lược triển khai.

***4.3 Giải pháp cho việc tối ưu hóa quy trình***

Để tối ưu hóa quy trình cung cấp dịch vụ tại Công ty Beyond và giải quyết vấn đề đa dạng công đoạn (12 bước) gây tăng thời gian, chi phí, và ảnh hưởng đến khả năng lưu chuyển vốn. Vì thế, công ty nên xem xét từng bước trong quy trình hiện tại và loại bỏ hoặc tối giản hóa các công đoạn không cần thiết. Quy trình mới này không chỉ tối ưu hóa quy trình cung cấp dịch vụ mà còn tăng cường tương tác và linh hoạt thông qua sự tích hợp công nghệ và sự hỗ trợ của đội ngũ nhân sự. Nhóm tác giả đề xuất quy trình tối giản nhằm nâng cao hiệu suất từ quy trình cung cấp dịch vụ và năng lực của công ty như sau:

**Bước 1: Nhận yêu cầu từ khách hàng**

Trước tiên, công ty sẽ áp dụng hệ thống tự động hóa để nhận yêu cầu từ khách hàng thông qua biểu mẫu trực tuyến, giúp giảm thời gian và tăng tính hiệu quả trong việc thu thập và xử lý thông tin từ khách hàng. Ở bước này, hệ thống sẽ đánh giá hiệu quả/ tính phù hợp của yêu cầu khách hàng để đề xuất hồ sơ phù hợp đối với công ty. Đồng thời, hệ thống tự động tóm tắt yêu cầu sáng tạo từ thông tin nhập vào, giúp công ty giảm bớt công việc thủ công, thời gian đồng thời đảm bảo tính chính xác. Công ty cần xây dựng một hệ thống trực tuyến cho việc gợi ý đề xuất ý tưởng và thu thập phản hồi từ khách hàng, tạo điều kiện thuận lợi cho giao tiếp và tương tác với đối tác, khách hành.

**Bước 2: Xem xét và chốt ý tưởng**

Sau khi tiếp nhận bảng tóm tắt yêu cầu từ khách hàng bằng thông tin đã được thu thập từ hệ thống trực tuyến ở bước 1, tiến hành họp để đề xuất ý tưởng từ việc thu thập phản hồi khách hàng một cách dễ dàng. Với tinh thần sáng tạo và linh hoạt, team Marcom sẽ đưa ra những ý tưởng sáng tạo cho dự án, dựa trên những yếu tố như tầm nhìn, ý nghĩa, thông điệp mà team muốn gửi gắm cho người tiêu dùng. Trong cuộc họp này, mọi nhân viên đều có cơ hội bày tỏ ý kiến và quan điểm của mình về các ý tưởng, cũng như đặt ra những câu hỏi để làm rõ và kiểm tra tính khả thi của các ý tưởng từ đó để lựa chọn ra ý tưởng tốt nhất cho dự án. Sau đó tiến hành phân chia công việc.

**Bước 3: Thuyết trình ý tưởng**

Sau khi đã chuẩn bị xong bài Thuyết trình cho khách hàng dựa trên yêu cầu và ý tưởng, ngân sách đề xuất. Công ty sẽ hẹn gặp mặt với phía khách hàng, thuyết trình về kế hoạch thực hiện và cho khách hàng xem những sản phẩm minh họa trong kế hoạch.

**Bước 4: Điều chỉnh**

Quá trình điều này không tốn nhiều thời gian, nhất là khi đã có sẵn các mô hình và tài liệu từ các bước trước đó.

**Bước 5: Tiến hành họp với các đơn vị sản xuất để lên kế hoạch chuẩn bị thực hiện**

Cần phải chuẩn bị kỹ lưỡng để đảm bảo rằng mọi yếu tố liên quan đến sản xuất đều đã

được xem xét và sắp xếp. Công việc cụ thể sẽ khác nhau tùy thuộc vào loại sản phẩm trong hợp đồng giữa hai bên. Giai đoạn này thường diễn ra nhanh chóng khoảng 1-3 ngày.

**Bước 6: Tiến hành thực hiện kế hoạch sản xuất**

Khai triển quá trình sản xuất dựa trên kế hoạch đã được chuẩn bị. Đây là quá trình đòi hỏi sự phối hợp chặt chẽ giữa nhiều bộ phận khác nhau.

**Bước 7: Công bố những thành phẩm sản xuất**

Điều này được tiến hành song song với quá trình sản xuất, nhằm đảm bảo rằng thông tin về sản phẩm mới nhất luôn được cập nhật đến người tiêu dùng một cách nhanh chóng và kịp thời. Bằng cách áp dụng công nghệ đăng tự động để công bố sản phẩm giúp giảm thời gian và công sức cần thiết.

**Bước 8: Theo dõi, báo cáo**

Xây dựng hệ thống tự động hóa báo cáo để giảm thời gian và đảm bảo độ chính xác của số liệu.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. NCS. Trần Thị Hương (2022). Tạp chí Công Thương. Tại website: https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/digital-marketing-trong-thoi-dai-cong-nghiep-40-88092.htm.Truy cập ngày 01/12/2023.
2. Hoàng La Phương Hiền, Trương Tấn Quân (2018). Tạp chí Công Thương. Tại website: https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/phan-tich-vai-tro-cua-nang-luc-kinh-doanh-doi-voi-ket-qua-hoat-dong-kinh-doanh-cua-cac-doanh-nghiep-nho-va-vua-tren-dia-ban-tinh-thua-thien-hue-58297.htm. Truy cập ngày 01/12/2023.
3. Kimani, B. (2014). When social media does the marketing. Management Magazine. (36/37).
4. Kotler Philip (2007). Marketing management, 11th edition. New York, USA: Prentice Hall.
5. Joel Reedy. Shauna Schullo, Kenneth Zimmerman (2000). Electronic Marketing: Integrating Electronic Resources into the Marketing Process. Orlando, Florida, U.S.A: Harcourt College Pub.
6. Đức Anh (2022). Sapo. Tại website: https://www.sapo.vn/blog/paid-media-la-gi. Truy cập ngày 04/12/2023.
7. Ehrlich, E. (1986), 'America Expects Too Much from It Entrepreneurial Heroes', *Business Week*, 33(July), 28.
8. FPT Skillking (2021). Skillking. Tại website: https://skillking.fpt.edu.vn/tin-tuc/digitalmarketing/. Truy cập ngày 04/12/2023.
9. Tin Emera (2023). Tại website: https://emera.vn/client-brief-la-gi-nguyen-tac-lambrief-ra-sao/. Truy cập ngày 04/12/2023.
10. Như Loan (2023). Báo Đầu tư. Tại website: https://baodautu.vn/beyond-communication-duoc-vinh-danh-doanh-nghiep-tang-truong-nhanh-tai-apea. Truy cập ngày 09/12/2023.

# THỰC TRẠNG CÁC CÔNG CỤ DIGITAL MARKETING TẠI CÔNG TY TNHH CÔNG NGHỆ ENMASYS

**Hà Thị Thùy Trang*, Phạm Hồng Hạnh, Lê Trung Tiến**
Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: htt.trang@hutech.edu.vn.

## TÓM TẮT

Bài viết phân tích thực trạng các công cụ Digital Marketing tại Công ty TNHH Công Nghệ ENMASYS. Theo đó, công ty đã sử dụng công cụ tiếp thị nội dung (Content marketing), tiếp thị truyền thông mạng xã hội (Social media) và tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO). Tuy nhiên, Công ty vẫn còn một tồn tại các hạn chế trong ba công cụ trên. Cụ thể, công ty chưa sử dụng hiệu quả các công cụ SEO, dẫn đến hiệu quả SEO chưa cao, website của công ty chưa được phát triển đầy đủ và cập nhật thường xuyên dẫn đến thiếu nội dung chất lượng và khó tiếp cận khách hàng. Content marketing thiếu kế hoạch nội dung chi tiết, nội dung kém thu hút, chưa đa dạng, chưa đo lường hiệu quả Content marketing. Về Social media thì chưa có lượng tương tác tốt, chưa tối ưu hóa nội dung cho từng nền tảng. Dựa trên những cơ sở đó, trong bài viết đã đề xuất một số hàm ý quản trị nhằm cải thiện những vấn đề tồn đọng trên nhằm giúp công ty ENMASYS cải thiện việc sử dụng các công cụ Digital Marketing hiệu quả hơn.
*Từ khóa:* Content marketing; Digital marketing; Marketing; SEO; Social media.

## 1. Giới thiệu

Trong bối cảnh nền kinh tế hiện nay, để tồn tại và phát triển, các doanh nghiệp luôn phải tìm cách đổi mới, chú trọng vào hoạt động kinh doanh của mình, tìm mọi biện pháp để tối đa hóa lợi nhuận. Với xu hướng hiện đại hóa các lĩnh vực công nghệ, cùng với sự bùng nổ, phổ biến của mạng xã hội và internet đã làm cho cuộc chiến cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trên thị trường ngày càng trở nên gay gắt. Các công cụ Digital Marketing như tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO- Search Engine Optimization), tiếp thị truyền thông qua mạng xã hội (SMM-Social Media Marketing), tiếp thị nội dung (Content Marketing) đã có ảnh hưởng không hề nhỏ đến sự phát triển, thành công của doanh nghiệp. Với sự phát triển của thời đại công nghệ 4.0, sự tân tiến của công nghệ và mạng internet, việc ứng dụng các công cụ Digital Marketing để nâng cao hiệu quả cạnh tranh, tiếp cận khách hàng, quảng bá doanh nghiệp là vô cùng cần thiết. Nó mang lại những lợi ích thiết thực, loại bỏ những rào cản về địa lý giúp doanh nghiệp có thể giới thiệu, quảng bá sản phẩm, dịch vụ của mình dễ dàng đến khách hàng. Sử dụng các công cụ Digital marketing giúp doanh nghiệp tiết kiệm thời gian, chi phí, nhân sự và còn nhiều những lợi ích khác nữa là một chiến lược Marketing đang được sử dụng rộng rãi tại các doanh nghiệp ở Việt Nam.

Công ty TNHH Công Nghệ ENMASYS là đơn vị chuyên cung cấp dịch vụ, triển khai giải pháp chuyển đổi số cho các doanh nghiệp. Với lực lượng khách hàng tiềm năng rất lớn, nhưng nhiều doanh nghiệp vẫn chưa có một hệ thống quản lý tối ưu hoặc chăm sóc khách hàng một cách hiệu quả. Nhận thấy các công cụ Digital Marketing thực sự là kênh tiếp cận khách hàng cũng như quảng bá thương hiệu rất hiệu quả trong bối cảnh thời đại công nghệ số hiện nay. Bài báo này sẽ tập trung vào việc nghiên cứu và phân tích thực trạng của các công cụ Digital Marketing hiện tại ở công ty TNHH Công Nghệ ENMASYS. Mục tiêu chính của nhóm tác giả là đưa ra các khuyến nghị nhằm cải thiện các công cụ Digital Marketing. Qua

việc tìm hiểu về Digital Marketing, nhóm tác giả mong muốn sẽ đưa ra những khuyến nghị cụ thể và thiết thực để có thể nâng cao khả năng quảng cáo trực tuyến của công ty, đồng thời tối ưu hóa các chiến lược quảng cáo và tiếp thị của công ty ENMASYS.

## 2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

### *2.1 Cơ sở lý thuyết*

Marketing: Là quá trình thực hiện những hoạt động mang đến các giá trị phù hợp với nhu cầu và mong muốn của khách hàng chưa được nói ra, tạo ra mối quan hệ bền chặt với khách hàng cho việc trao đi giá trị vật chất và tinh thần để mang lại lợi ích cho doanh nghiệp (Kotler và cộng sự, 1999).

Digital Marketing: Là đề cập đến bất kỳ các phương pháp tiếp thị nào được thực hiện qua các thiết bị điện tử, nó bao gồm các nỗ lực tiếp thị trực tuyến thực hiện trên Internet, trong quá trình tiến hành hoạt động Digital Marketing, doanh nghiệp có thể tận dụng các trang web, công cụ tìm kiếm, trang blog, các nền tảng mạng xã hội, video, hình ảnh, email và những kênh tương tự khác để tiếp cận khách hàng. Digital Marketing cung cấp các phương tiện giao tiếp hai chiều giữa doanh nghiệp và khách hàng thực tế và khách hàng tiềm năng, tạo nên sự tương tác giữa hai bên (American Marketing Association, 2023).

Các công cụ Digital Marketing: Theo Liên (2021) thì các công cụ Digital Marketing khác nhau có thể kể đến phổ biến như: Tiếp thị nội dung (Content Marketing), tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO-Search Engine Optimization), tiếp thị truyền thông qua mạng xã hội (SMM-Social Media Marketing), tiếp thị qua công cụ tìm kiếm (SEM-Search Engine Marketing), tiếp thị liên kết (Affiliate Marketing), tiếp thị qua thư điện tử (Email Marketing), trả tiền cho mỗi lần nhấp chuột (PPC-Pay Per Click),...

### *2.2 Phương pháp nghiên cứu*

Bài báo này đã sử dụng phương pháp phân tích thống kê: Thu thập thông tin, thống kê, so sánh, nghiên cứu các kết quả từ những nghiên cứu có liên quan về hoạt động Digital Marketing. Từ đó học tập, đúc kết và hoàn thiện vấn đề cần nghiên cứu.

## 3. Thực trạng các công cụ Digital Marketing tại Công ty TNHH Công nghệ ENMASYS

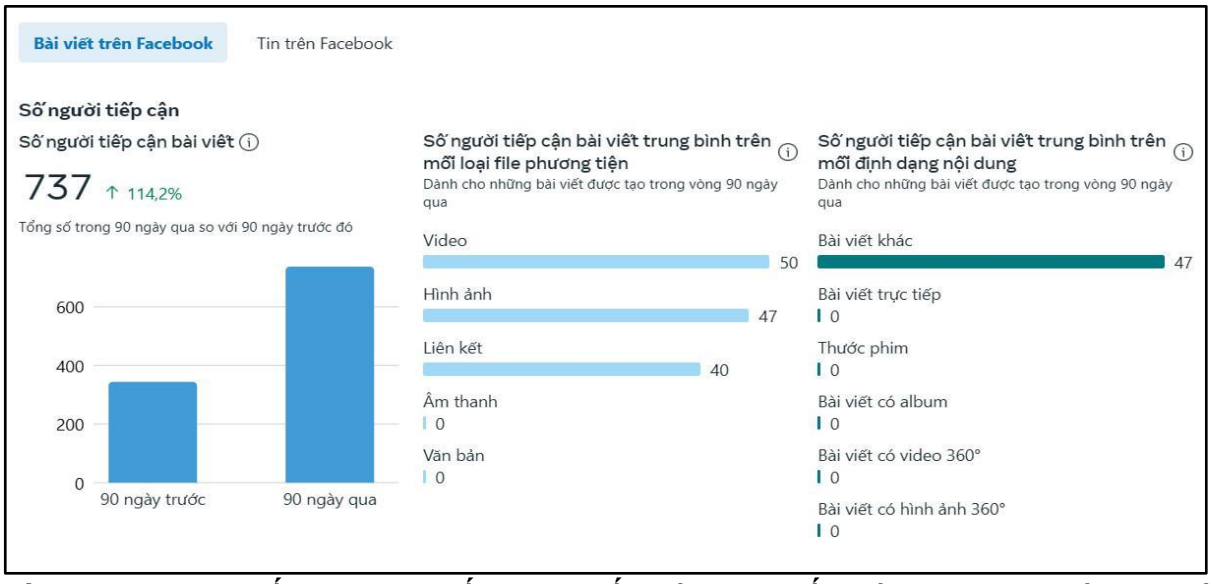
### *3.1 Thực trạng về công cụ tiếp thị nội dung (Content marketing)*

Về Content Marketing, ENMASYS không chỉ mang nội dung quảng cáo trực tiếp sản phẩm hay dịch vụ, mà ENMASYS chú trọng vào việc cung cấp những giá trị thông tin về lợi ích, chức năng, thông tin cần thiết cho khách hàng, phần mềm quản lý toàn diện sẽ giúp doanh nghiệp của họ giải quyết những vấn đề gì và mang lại những kiến thức về cách sử dụng cũng như áp dụng phần mềm vào doanh nghiệp của mình như thế là để mang lại hiệu quả nhất (Content Marketing Institute, 2012). Để có thể tiếp thị nội dung thông tin đến khách hàng, ENMASYS tạo ra nội dung đa dạng như bài viết blog, video, hình ảnh, và nhiều nội dung khác. Các nội dung này được ENMASYS phân phối qua nhiều kênh truyền thông khác nhau như: Hai trang website của công ty là enmasys.com và bnidx.net, các trang mạng xã hội như Facebook, Tiktok, Zalo, Linkedin, Email của công ty. Mục tiêu tiếp thị nội dung của ENMASYS là tạo và phân phối nội dung có giá trị để thu hút, giữ chân và chăm sóc những đối tượng các ngành mục tiêu, nhằm tạo ra mối quan hệ tích cực và tăng sự uy tín của thương hiệu.

Để có cái nhìn rõ ràng thì nhóm tác giả có lấy những số liệu về số người tiếp cận (hình 1) và lượt tương tác (hình 2) để phân tích về hiệu quả của tiếp thị nội dung trên Fanpage Facebook của ENMASYS:

- Fanpage Facebook của ENMASYS đã ghi nhận sự thành công đáng kể trong chiến lược tiếp thị nội dung trên nền tảng này. Trong khoảng 90 ngày từ 01/10/2023 đến 31/12/2023, tổng số người tiếp cận bài viết đã tăng đáng kể lên 737, tăng 114,2% so với giai đoạn trước đó. Dữ liệu cũng cho thấy rằng video là loại phương tiện phổ biến nhất, với trung bình mỗi bài viết đạt 50 người tiếp cận. Hình ảnh xếp thứ hai với 47 người tiếp cận mỗi bài viết, trong khi liên kết là loại phương tiện có số người tiếp cận thấp nhất, nhưng vẫn đạt 40 người trung bình mỗi bài viết. Điều này chỉ ra rằng video là một công cụ mạnh mẽ để thu hút sự chú ý và truyền đạt thông điệp của doanh nghiệp hiệu quả nhất. Hình ảnh cũng được đánh

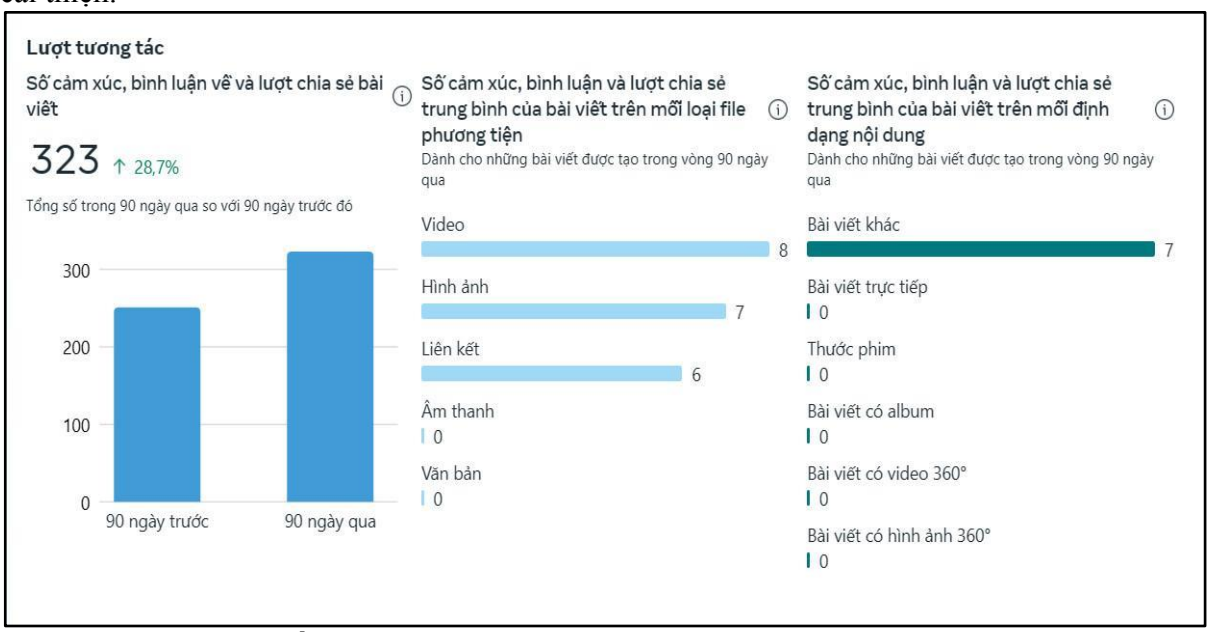
giá cao, đặc biệt là khi chúng truyền đạt thông điệp có tính trực quan cao. Loại liên kết cũng đã đạt được tiếp cận khá tốt, hỗ trợ việc đưa người dùng đến trang web của doanh nghiệp.




**Hình 1. Các chỉ số đo lường số người tiếp cận bài viết trên Fanpage Công nghệ ENMASYS**

*(Nguồn: Phòng Marketing, 2023)*

- Trong khoảng 90 ngày từ 01/10/2023 đến 31/12/2023, tổng số lượt tương tác của bài viết trên fanpage Facebook của ENMASYS là 323, tăng 28,7% so với giai đoạn trước đó. Mỗi bài viết trung bình đạt được 7 người tương tác qua cảm xúc, bình luận và lượt chia sẻ. Loại file phương tiện video là người chiếm đỉnh với trung bình 8 người tương tác mỗi bài viết, hình ảnh đứng thứ hai với 7 người, và liên kết đạt trung bình 6 người tương tác mỗi bài viết. Thông tin này chỉ ra rằng việc tạo ra nội dung đa dạng và thu hút có ảnh hưởng tích cực đến lượt tương tác. Mặc dù có sự chênh lệch giữa các loại file phương tiện, nhưng tổng thể, việc tăng trưởng đáng kể trong lượt tương tác cho thấy sự quan tâm của độc giả đối với bài viết đã được cải thiện.

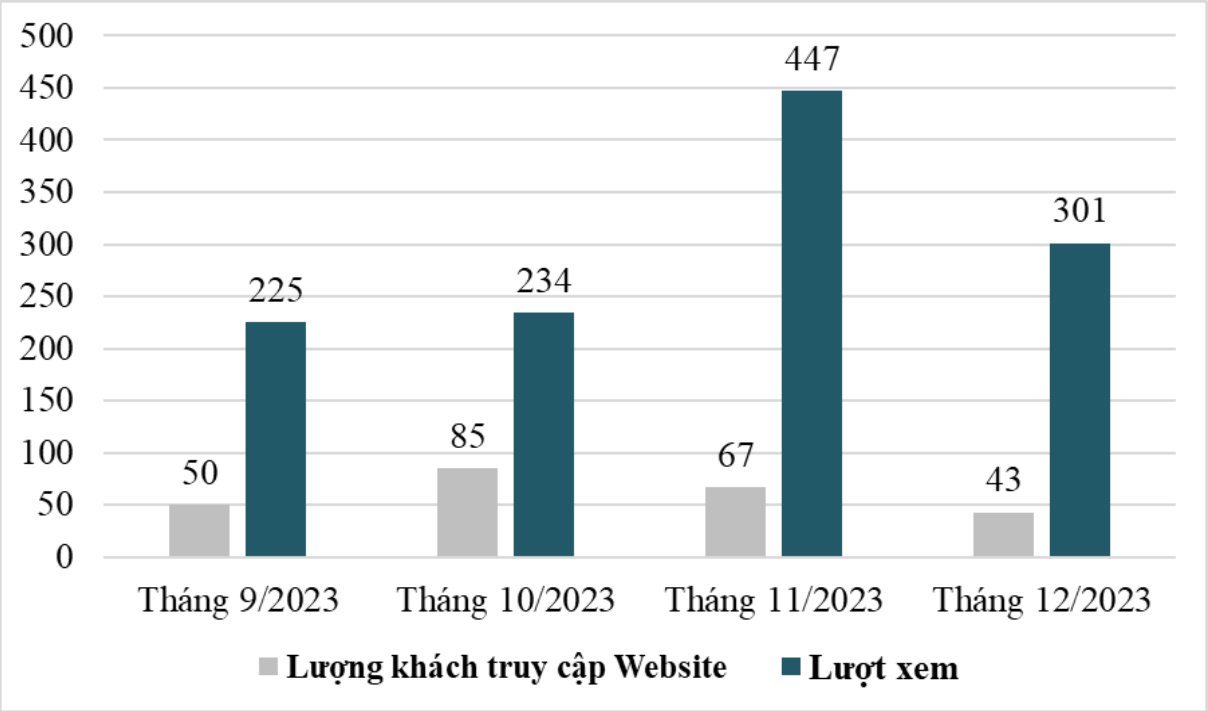



**Hình 2. Các chỉ số đo lường lượt tương tác trên Fanpage Công nghệ ENMASYS**

*(Nguồn: Phòng Marketing, 2023)*

### *3.2 Thực trạng về công cụ tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO-Search Engine Optimization)*

Công ty ENMASYS đang sử dụng SEO để cải thiện thứ hạng website trên Google và Cốc Cốc. Chiến lược bao gồm thiết kế trang web, tối ưu hóa nội dung, và tối ưu hóa giao diện. Tuy nhiên, công ty còn đối mặt với thách thức về kết quả tìm kiếm cho các dịch vụ, sản phẩm của mình do chưa đẩy mạnh SEO cho phần này. Giao diện website đã được cải thiện với các thông tin cơ bản và thân thiện với người dùng. Nội dung được tối ưu hóa với bài blog chất lượng và các yếu tố SEO như tiêu đề, thẻ meta, và từ khóa. Tuy nhiên, vẫn còn cần nâng cao chất lượng nội dung để thu hút sự quan tâm.




**Hình 3. Lượng khách truy cập và lượt xem website Công ty Công nghệ ENMASYS**

*(Nguồn: Phòng Marketing, 2023)*

Lượng khách truy cập và lượt xem trang web có xu hướng tăng trưởng, nhưng không đều. Số liệu trong 4 tháng đo từ tháng 9 đến tháng 12 năm 2023 đo được cho thấy lượng khách truy cập website của công ty khá ổn định trong 4 tháng, trong đó tháng 10 là tháng có lượng khách truy cập website nhiều nhất, tăng 70% so với tháng trước (từ 50 tăng lên 85 khách truy cập). Từ tháng 10 đến tháng 11, lượng khách truy cập Website có xu hướng giảm nhẹ với tỷ lệ -21,17% (từ 85 giảm còn 67 khách truy cập). Từ tháng 11 đến tháng 12, lượng khách truy cập website tiếp tục có xu hướng giảm nhẹ với tỷ lệ -35,8% (từ 67 giảm còn 43 khách truy cập). Có thể thấy, lượng khách truy cập website từ tháng 9 đến tháng 12 của công ty ở mức khá thấp, không có sự tăng trưởng đột biến. Nguyên nhân có thể xuất phát từ nhiều lý do như nội dung quá khô khan, không hấp dẫn người đọc, chất lượng bài viết thiếu sâu sắc khiến bài đọc của website không được đánh giá cao. Những từ khóa tiêu đề, mục tiêu quá cạnh tranh và trải nghiệm người dùng chưa được tốt trên website.

Lượt xem website của công ty đều tăng trưởng nhưng không đều trong 4 tháng. Cụ thể, từ tháng 9 đến tháng 10, lượt xem website của công ty tăng nhẹ 4% (từ 225 lên 234 lượt xem). Từ tháng 10 đến tháng 11, lượt xem có sự tăng trưởng đáng kể lên đến 91% (từ 234 lên đến 447 lượt xem). Từ tháng 11 đến tháng 12, lượt xem giảm đột ngột với tỷ lệ -32,7% (từ 447 giảm còn 301 lượt xem), tuy nhiên vẫn khá cao so với tháng 9 và tháng 10, mặc dù ta thấy lượng khách truy cập trang web không nhiều nhưng lượt xem, mức độ quan tâm vẫn ở mức khá cao.

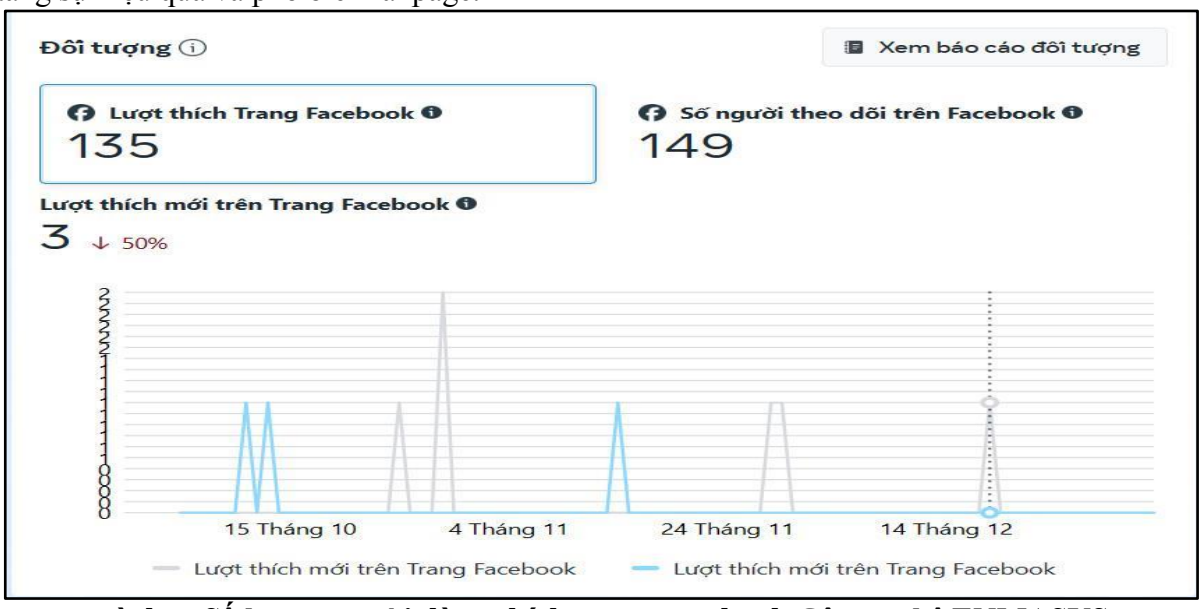
Nhìn chung, website đang hoạt động tốt và hiện đang có xu hướng tăng trưởng. Số người tiếp cận và lượt tương tác của Website đều đang tăng lên. Điều này cho thấy rằng website đang thu hút được nhiều người truy cập và họ quan tâm nội dung của website. Tuy nhiên, số người tiếp cận và lượt tương tác của website vẫn còn rất thấp. Vì thế, website cần

tiếp tục cải thiện nội dung và cách thức tiếp cận người dùng để có thể thu hút thêm nhiều người truy cập và tương tác.

***3.3 Thực trạng về tiếp thị truyền thông qua mạng xã hội (SMM-Social Media Marketing)***

Đối với tiếp thị truyền thông qua mạng xã hội, ENMASYS đã sử dụng các nền tảng truyền thông xã hội (fanpage Facebook, tiktok) để tạo ra và phân phối nội dung quảng cáo với mục tiêu tương tác và thúc đẩy sự chia sẻ thông tin sản phẩm dịch vụ hoặc thương hiệu của ENMASYS đến khách hàng của nhiều lĩnh vực khác nhau như dệt may, xây dựng, giáo dục, máy móc thiết bị và nhiều ngành nghề khác. Mục tiêu của ENMASYS khi tiếp thị truyền thông mạng xã hội là gia tăng sự tương tác và sự tham gia của những khách hàng quan tâm đến chuyển đổi số. Tăng sự nhận diện thương hiệu với việc tạo nội dung chất lượng và phù hợp với các ngành mục tiêu, xây dựng và duy trì hình ảnh thương hiệu trong lòng khách hàng.

Trang fanpage Facebook của ENMASYS hiện đăng từ 1 đến 3 bài mỗi tuần, tập trung vào thông tin về lợi ích, giải pháp, và tin tức về chuyển đổi số. Tuy nhiên, số lượng người dùng mới thích trang tăng rất ít trong khoảng từ 15/10/2023 đến 14/12/2023, chỉ 3 người. Điều này chỉ ra rằng chiến lược quảng bá chưa hiệu quả, đặc biệt là thiếu hoạt động tương tác và quảng cáo. Nội dung trên fanpage tập trung vào chuyên môn, thiếu tính giải trí và lan truyền. Việc này làm giảm sự quan tâm và lượng thích mới. Số lượt truy cập trung bình thấp, dao động từ 10 đến 30 lượt truy cập, và số người tiếp cận trang tăng đều nhưng vẫn ở mức thấp. Công ty chưa chi tiêu cho quảng cáo trên Facebook trong 3 tháng gần đây, giải thích sự giảm chất lượng các chỉ số đã phân tích. Cần thiết lập chiến lược quảng cáo và tương tác để tăng sự hiệu quả và phổ biến fanpage.




**Hình 4. Số lượng người dùng thích trang Facebook Công nghệ ENMASYS**

*(Nguồn: Phòng Marketing Công ty ENMASYS, 2023)*

Kênh Tik Tok của ENMASYS đã bắt đầu hoạt động từ 19/05/2022 và hiện đang phát triển tích cực. Trong tháng 11/2023 và tháng 12/2023, lượt xem video trên kênh này có sự tăng đáng kể, từ khoảng 400 lượt xem trung bình mỗi video lên đến 800 lượt xem. Tổng số lượt xem trong khoảng thời gian từ 4/11/2023 đến 2/1/2024 tăng 273,56%, đạt 11,573 lượt. Chỉ số đối tượng tiếp cận và lượt tương tác cũng tăng mạnh, với tổng số đối tượng tiếp cận là 9,344 và tổng số lượt tương tác đạt 499 trong khoảng thời gian tương tự. Tuy nhiên, lượt tương tác từ lượt chia sẻ và bình luận vẫn ở mức thấp, chỉ có sự cải thiện nhỏ. Số lượng người theo dõi mới trên kênh trong khoảng thời gian này tăng 56 người, nhưng vẫn ở mức thấp và chưa tương xứng với lượt xem và đối tượng tiếp cận. Điều này đặt ra thách thức về cách kênh có thể giữ chân và thu hút sự quan tâm của người theo dõi. Cần xem xét và điều chỉnh chiến lược để tối ưu hóa sự tương tác và tăng cường sự hấp dẫn của nội dung.

**Hình 5. Chỉ số lượt tiếp cận trên trang Tiktok của Công ty ENMASYS**

*(Nguồn: Phòng Marketing ENMASYS, 2023)*

**Nhận xét:** Công ty TNHH Công nghệ ENMASYS đã đưa vào sử dụng các công cụ Digital Marketing với những ưu điểm và nhược điểm đáng chú ý. Trong phần ưu điểm, chiến lược tiếp thị nội dung của công ty đã đạt được kết quả tích cực, thể hiện qua việc tăng trưởng số lượng người tiếp cận, lượt xem, và tương tác trên fanpage Facebook. Ngoài ra, nội dung tiếp thị được phân phối một cách rộng rãi qua nhiều kênh truyền thông khác nhau như website, blog, và Tiktok, tạo cơ hội tiếp cận đa dạng đối tượng và tăng tỷ lệ chuyển đổi thành khách hàng tiềm năng. Việc này còn giúp xây dựng mối quan hệ vững chắc với khách hàng và củng cố uy tín trong việc cung cấp giải pháp chuyển đổi số cho doanh nghiệp. Trong lĩnh vực SEO, website của ENMASYS đã được thiết kế chuyên nghiệp, thân thiện với người dùng và tuân thủ chuẩn SEO. Đội ngũ tập trung vào việc tạo ra nội dung chất lượng cao và tối ưu hóa các yếu tố SEO như tiêu đề bài viết, thẻ meta, và từ khóa tìm kiếm. Điều này giúp nâng cao vị trí của website trên các công cụ tìm kiếm, tạo điều kiện thuận lợi cho người dùng tìm kiếm thông tin về giải pháp và dịch vụ của công ty.

## 4. Kết luận và hàm ý quản trị

### *4.1 Kết luận*

Trong thị trường kinh doanh hiện nay, Digital Marketing đóng vai trò vô cùng quan trọng và trong chiến lược phát triển của mọi công ty thì Digital Marketing là yếu tố không thể thiếu, công ty Công Nghệ ENMASYS cũng xem các công cụ Digital Marketing là một trong những yếu tố vô cùng quan trọng. Sự phát triển của thời đại công nghệ kéo theo sự hiện đại hóa và chuyển đổi số trong lĩnh vực tiếp thị không chỉ giúp tăng cường hiệu suất quảng cáo mà còn mở ra những cơ hội phát triển mới cho doanh nghiệp. Với khả năng tiếp cận rộng lớn không giới hạn về khoảng cách đối với khách hàng tiềm năng, Digital Marketing đã giúp cho công ty ENMASYS xây dựng và duy trì những mối quan hệ vững vàng với khách hàng hiện có và khách hàng tiềm năng trong tương lai. Quảng cáo trực tuyến, tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO) và sử dụng mạng xã hội là những chiến lược quảng cáo cực kỳ quan trọng giúp ENMASYS tăng cường nhận thức thương hiệu và thu hút lượng lớn khách hàng quan tâm. Đồng thời, khả năng theo dõi và đánh giá hiệu suất thông qua các số liệu và phản hồi từ khách hàng đã giúp công ty nhanh chóng điều chỉnh chiến lược tiếp thị phù hợp với xu hướng, làm tăng khả năng chuyển đổi khách hàng và tối ưu hóa chi phí quảng cáo. Việc áp dụng Digital Marketing đã giúp cho ENMASYS tận dụng được tối đa các kênh quảng cáo trực tiếp để tiếp cận với khách hàng tiềm năng, từ đó tạo ra những cơ hội kinh doanh mới và tăng doanh số bán hàng của công ty. Bằng cách này, công ty ENMASYS không những thể hiện sự linh hoạt

và thích ứng với xu hướng của thị trường mà còn tăng khả năng cạnh tranh trong thời đại công nghệ hiện nay.

***4.2 Hàm ý quản trị***

*4.2.1 Cải thiện công cụ tiếp thị nội dung (Content Marketing)*

Để có thể mang lại hiệu quả tốt nhất cho công cụ tiếp thị nội dung, công ty ENMASYS có thể triển khai tiếp thị nội dung theo các giai đoạn như sau:

- **Giai đoạn 1** (2 tháng): Xây dựng một chiến lược Content Marketing bài bản, bao gồm các yếu tố như mục tiêu, đối tượng mục tiêu, kênh phân phối, nội dung và cách đo lường hiệu quả.

- **Giai đoạn 2** (1 tháng): Thống nhất nội dung với mục tiêu và định hướng công ty ENMASYS cần đảm bảo nội dung của chiến lược Content Marketing phải thống nhất với mục tiêu và định hướng của doanh nghiệp. Nội dung cần mang tính hữu ích, hấp dẫn, lối cuốn được đọc giả và phù hợp với mục tiêu của doanh nghiệp.

- **Giai đoạn 3** (1 tháng): Triển khai đa dạng hóa các kênh truyền thông nhằm tiếp cận được nhiều khách hàng tiềm năng của đa dạng các ngành nghề khác nhau. Các kênh truyền thông phổ biến hiện nay như website, mạng xã hội, email,...

- **Giai đoạn 4** (4 tháng): Cần đầu tư về thời gian, công sức, kỹ năng và chi phí để sử dụng Content Marketing một cách hiệu quả nhất.

- **Giai đoạn 5** (2 tháng): Đo lường các chỉ số và đánh giá hiệu quả của chiến lược Content Marketing để xác định những gì đang hoạt động nào đang diễn ra tốt và những gì cần cải thiện.

*4.2.2 Đẩy mạnh hoạt động tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO-Search Engine Optimization), xây dựng và phát triển website*

Để có thể tối ưu hóa công cụ tìm kiếm cũng như hoàn thiện và phát triển website, công ty ENMASYS có thể thực hiện các bước như sau:

**Bước 1**: Nghiên cứu thị trường và khách hàng mục tiêu. Việc nghiên cứu này sẽ giúp công ty hiểu rõ nhu cầu, khó khăn của khách hàng, từ đó sẽ giúp công ty xây dựng nội dung website cho phù hợp.

**Bước 2**: Xây dựng chiến lược sử dụng các công cụ SEO hiệu quả bao gồm mục tiêu, kế hoạch hành động, thời gian thực hiện rõ ràng.

**Bước 3**: Triển khai kế hoạch phát triển website: Trong danh mục giới thiệu về công ty bổ sung thêm về thành tựu nổi bật mà công ty đạt được, những dự án đã hợp tác, các khách hàng đánh giá về Công ty ENMASYS để thể hiện khả năng cạnh tranh cũng như độ tin cậy của doanh nghiệp. Ngoài ra cũng nên phát triển về mặt hình ảnh công ty, nơi mà công ty hoạt động làm việc để cho khách hàng có thể hiểu rõ về công ty; Cập nhật website: Nội dung, hình ảnh là những yếu tố quan trọng trên website để giới thiệu sản phẩm, dịch vụ công ty. Tuy nhiên, nội dung hình ảnh chỉ có thể truyền tải thông tin một cách giới hạn. Để giúp cho khách hàng có trải nghiệm tốt hơn, dễ hiểu hơn về dịch vụ, giải pháp của quý công ty thì nội dung, hình ảnh là chưa đủ. Nếu muốn thu hút khách hàng, muốn được khách hàng chú ý nhiều hơn từ khách hàng thì tạo ra các video về giới thiệu giải pháp, dịch vụ của công ty là một lựa chọn sáng suốt. Những video có thể về giới thiệu hình ảnh công ty, giới thiệu dịch vụ, giới thiệu giải pháp, giới thiệu lợi ích mang lại, demo cách dùng, trải nghiệm khách hàng,...Nó hấp dẫn người xem bởi hình ảnh, âm thanh, chuyển động được thể hiện thông tin một cách trực quan, chân thực, đáng tin cậy. Vì vậy, công ty nên cân nhắc việc tạo ra các video này trên website. Những video này có thể giúp doanh nghiệp tăng khả năng tiếp cận khách hàng, nâng cao nhận thức về giải pháp và tăng tỷ lệ chuyển đổi.

**Bước 4**: Cập nhật thường xuyên: Nội dung website cần thường xuyên cập nhật, chỉnh sửa lỗi, cải thiện bài đăng, đáp ứng nhu cầu khách hàng mục tiêu. Đặc biệt phải tối ưu hóa cho SEO. Các nội dung cần cập nhật bao gồm: Tin tức, bài viết blog về những hoạt động của doanh nghiệp. Sử dụng hình ảnh, video chất lượng kết hợp để thu hút người đọc; Dịch vụ, giải pháp: Cập nhật nội dung thông tin về dịch vụ giải pháp của doanh nghiệp; Thông tin hữu ích: Các bài blog chia sẻ kiến thức, kinh nghiệm hữu ích có giá trị cho khách hàng; Cập nhật các

thông tin cũ: Xem lại các bài viết cũ trên website và cập nhật, đảm bảo thông tin luôn mới nhất.

**Bước 5**: Liên tục theo dõi, đánh giá kết quả: Công ty cần theo dõi tình hình, đánh giá kết quả sử dụng SEO theo định kỳ để kịp thời điều chỉnh cho phù hợp. Các chỉ số cần phải theo dõi chính bao gồm: Tần suất xuất hiện website trên các công cụ tìm kiếm khi tìm kiếm thông tin, số lượt truy cập website công ty, lưu lượng truy cập website, tỷ lệ nhấp chuột của người dùng vào trang web, thời gian trung bình của người dùng trên trang web, tỷ lệ chuyển đổi, số lượng khách hàng tiềm năng.

*4.2.3 Cải thiện công cụ mạng xã hội (Social media)*

Công ty ENMASYS đã có những bước tiến tích cực trong việc sử dụng công cụ mạng xã hội để thúc đẩy chiến lược tiếp thị nội dung. Mặc dù đã đạt được những kết quả khả quan, nhưng để cải thiện hiệu suất và tăng cường tương tác, ENMASYS có thể áp dụng một số biện pháp cụ thể.

Đầu tiên, việc tập trung vào nội dung video là một chiến lược mạnh mẽ. Video không chỉ thu hút sự chú ý mạnh mẽ mà còn truyền đạt thông điệp của công ty một cách trực quan và hiệu quả nhất. Đối với nội dung hình ảnh và liên kết, cần đảm bảo tính đa dạng để tạo ra một trải nghiệm tương tác toàn diện cho người xem. Khuyến khích sự tương tác từ đối tượng bằng cách tổ chức cuộc thi nhỏ, đặt câu hỏi hoặc thách thức giúp tạo ra một cộng đồng tích cực. Hơn nữa, việc sử dụng chiến lược quảng cáo có thể tăng cường nhận thức và thu hút đối tượng mục tiêu.

Để duy trì sự hấp dẫn, việc đăng bài đều đặn và theo một lịch trình cố định là quan trọng. Điều này giúp người xem đợi chờ và tăng khả năng tương tác. Cùng đó, đảm bảo rằng nội dung được chia sẻ là chất lượng và mang giá trị giúp tăng cường niềm tin và uy tín của thương hiệu.

Cuối cùng, ENMASYS cần thực hiện một chiến lược phản hồi và đối ứng chặt chẽ với người xem. Phản hồi tích cực giúp xây dựng cộng đồng hỗ trợ và tăng cường sự gắn kết của đối tượng. Bằng cách này, ENMASYS có thể nâng cao hiệu suất của chiến lược mạng xã hội và tạo ra một môi trường tương tác tích cực và hiệu quả.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Content Marketing Institute. (2012). *What is Content Marketing?*. Truy xuất từ http://contentmarketinginstitute.com/what-is-content-marketing/.
2. Kotler, P. et al. (1999). *Principles of Marketing*. Prentice Hall Europe.
3. Liên, N.T. (2021). *Tiếp thị số trong thư viện thông minh 4.0.* Tài liệu lưu hành nội bộ trường đại học Y Hà Nội.
4. Phòng Marketing. (2023). *Báo cáo về các công cụ Digital Marketing*. Công ty TNHH Công Nghệ ENMASYS.American Marketing Association. (2023). *What is Digital Marketing?*. Truy xuất từ https://www.ama.org/what-is-digital-marketing/.

# ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ CONTENT MARKETING TRÊN FANPAGE TẠI CÔNG TY TNHH CÔNG NGHỆ ENMASYS

**Hà Thị Thùy Trang*, Nguyễn Thị Tuyết Nhung, Nguyễn Thị Diễm Huỳnh**
Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: htt.trang@hutech.edu.vn.

## TÓM TẮT

Bài nghiên cứu đã đề cập đến hiệu quả của Content Marketing tại công ty TNHH Công nghệ ENMASYS và các chỉ số để đánh giá hiệu quả cho việc thực hiện Content Marketing được đề cập đến là: Thời gian hao phí cho sản phẩm, số lượng bài viết và video đăng tải, lượt tiếp cận, lượt truy cập, số lượng bình luận và nhắn tin, các nội dung được chú ý và tìm kiếm nhiều nhất, các chỉ số đo lường cụ thể. Thông qua các chỉ số này, Content Marketing tại Công ty ENMASYS đang gặp những khó khăn như: Nội dung đang bị nhàm chán, sự suy giảm của lượt truy cập, tiếp cận, cũng như lượt thích trang và theo dõi không mang đến hiệu quả. Từ đó, bài viết đưa ra các đề xuất giúp cải thiện những vấn đề đang gặp phải như: Đổi mới nội dung và lập kế hoạch thống nhất cho việc đăng tải, với mong muốn giải quyết các vấn đề trên.
*Từ khóa:* Chỉ số; content Marketing; đánh giá; fanpage; hiệu quả.

## 1. Giới thiệu

Theo như đánh giá của các chuyên gia trong và ngoài nước, chuyển đổi số sẽ còn phát triển mạnh mẽ trong thời gian tới. Theo số liệu của Bộ tài chính (2020), có 25% số doanh nghiệp hiện gặp khó khăn về tài chính, số doanh nghiệp tạm ngừng kinh doanh có thời hạn là 18,6 nghìn doanh nghiệp, tăng 26% so với quý I/2019. Bên cạnh đó, khảo sát của Ban Nghiên cứu Phát triển kinh tế tư nhân - Hội đồng Tư vấn cải cách thủ tục hành chính của Thủ tướng Chính phủ cho thấy, nếu Covid-19 kéo dài 6 tháng, 74% doanh nghiệp cho biết sẽ phá sản. Ngoài ra, gần 30% doanh nghiệp bị mất 20 - 50% doanh thu, 60% doanh nghiệp thậm chí giảm hơn một nửa doanh thu (trích bởi Minh, 2020). Dưới sự ảnh hưởng của đại dịch, nhiều doanh nghiệp đã buộc phải cho lao động nghỉ việc hoặc cho nhân viên nghỉ không lương, thậm chí tạm dừng các hoạt động kinh doanh. Do những vấn đề đã đề cập trên, việc áp dụng chuyển đổi số ngày càng được chú trọng hơn với mong muốn áp dụng các phần mềm chuyển đổi số có thể tối ưu hóa hoạt động kinh doanh, giảm chi phí, tạo ra nhiều cơ hội cạnh tranh cho các doanh nghiệp. Từ đó, tạo điều kiện cho các công ty cung cấp phần mềm chuyển đổi số phát triển. Đối với các doanh nghiệp ở Việt Nam nói chung và công ty phần mềm nói riêng, fanpage là nơi phát triển mối quan hệ doanh nghiệp với khách hàng, là công cụ mà các doanh nghiệp lựa chọn để quảng bá thương hiệu, giới thiệu sản phẩm. Để nhiệm vụ thu hút khách hàng, tăng độ nhận diện cho thương hiệu và quảng bá sản phẩm của fanpage được phát huy tối đa hiệu quả người làm Marketing thường lựa chọn hình thức là Content Marketing nhằm thực hiện các mục tiêu trên.Vì vậy để có được một Content Marketing hiệu quả là điều tất yếu mà các công ty cần chú trọng. Vậy thế nào là Content Marketing hiệu quả? Điều này sẽ phụ thuộc vào từng công ty với phạm vi và quy mô hoạt động khác nhau mà áp dụng các chỉ số đánh giá phù hợp cho hiệu quả Content Marketing. Dựa vào các số liệu có sẵn trên fanpage, các chuyên gia đã cho ra các chỉ số đánh giá mức độ hiệu quả của Content Marketing hỗ trợ doanh nghiệp trong việc điều chỉnh nội dung để có một Content Marketing hiệu quả nhất. Thông qua quá trình thực hành thực tế trong việc tạo Content Marketing tại doanh nghiệp Enmasys và thực hiện phân tích tổng hợp các số liệu trên fanpage "Công nghệ

Enmasys" bằng các chỉ số đánh giá hiệu quả. Nhận thấy trong quá trình thực hiện Content Marketing của doanh nghiệp vẫn đang gặp nhiều vấn đề cần được khắc phục. Từ đó, đề xuất một số hàm ý quản trị để cải thiện hiệu quả Content Marketing cho công ty.

## 2. Cơ sở lý thuyết

### *2.1 Các khái niệm cơ bản*

Content Marketing**:** Theo Pulizzi (2015) thì Content Marketing là việc tạo ra các sản phẩm về nội dung có giá trị để cung cấp thông tin hữu ích đến với đối tượng khách hàng mục tiêu nhằm thu hút và giữ chân khách hàng. Bên cạnh đó, Anh (2021) nêu lên ý kiến cho rằng Content Marketing là một phương thức Marketing tập trung vào việc tạo ra và phân phối nội dung có giá trị với định vị thương hiệu của doanh nghiệp để thu hút một lượng khách hàng nhất định, thúc đẩy hành động, chuyển đổi mua hàng, xây dựng và tăng độ nhận diện cho thương hiệu. Tóm lại, Content Marketing là việc sử dụng các nội dung chính là văn bản, hình ảnh, âm thanh, video,... để cung cấp các thông tin hữu ích tạo ra giá trị cho khách hàng. Content Marketing tập trung truyền tải các thông tin qua các phương tiện truyền thông. Nhằm hướng đến đối tượng khách hàng mục mục tiêu đã được xác định từ trước. Với mục đích là xây dựng mối quan hệ khách hàng, tăng độ nhận diện thương hiệu và thúc đẩy chuyển đổi bán hàng.

Fanpage: Là một công cụ hữu hiệu giúp doanh nghiệp dễ dàng quảng bá thương hiệu và giới thiệu sản phẩm của mình đến khách hàng, thông qua các bài viết được đăng tải trên mạng xã hội một cách nhanh chóng và hiệu quả nhất. Với độ lan tỏa vô cùng rộng bằng cách chạy quảng cáo, doanh nghiệp có thể tiếp cận được với một lượng lớn khách hàng tiềm năng (MediaZ, 2022). Tóm lại, Fanpage là một trang mạng xã hội đại diện cho doanh nghiệp trên nền tảng facebook, là một công cụ giúp doanh nghiệp quảng bá thương hiệu một cách hiệu quả thông qua các bài đăng trên mạng xã hội. Thông qua Fanpage doanh nghiệp có thể tiếp cận khách hàng một cách dễ dàng và nhanh chóng hơn. Dựa vào các lượt like, share, bình luận có thể đánh giá được mức độ quan tâm của khách hàng, qua đó có thể thấy được hiệu quả của Content Marketing và điều chỉnh các kế hoạch hoạt động Marketing cụ thể là Content Marketing cho phù hợp với quy mô của doanh nghiệp.

### *2.2 Hiệu quả Content Marketing*

Theo Tuấn và các cộng sự (2023), hoạt động Content Markeing hiệu quả là có khả năng kích thích được sự tương tác của khách hàng về mặt nhận thức và cảm xúc trong thời điểm phù hợp, đem lại niềm tin, tăng độ nhận diện thương hiệu cũng như phản hồi tích cực từ phía khách hàng đối với thương hiệu và sản phẩm dịch vụ của doanh nghiệp, giúp những mục tiêu về chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp đạt được hiệu quả. Qua đó cho thấy, Content Marketing có hiệu quả là thực hiện được việc thúc đẩy phát triển thương hiệu của doanh nghiệp, giúp tăng sự quan tâm và tương tác đối với sản phẩm/ dịch vụ. Bên cạnh đó, việc tạo ra một Content Marketing hiệu quả còn góp phần tăng nhận diện và giá trị cho thương hiệu, hỗ trợ cho những hoạt động khác của doanh nghiệp.

### *2.3 Các chỉ số đánh giá hiệu quả Content Marketing*

Theo Tuấn và các cộng sự (2023), để đánh giá hiệu quả của hoạt động của content marketing sẽ cần dựa trên những chỉ số đánh giá sau đây:

- Định lượng về thời gian hao phí/ sản phẩm Content Marketing: Chỉ số đo lường này đôi khi không được chính xác nhưng trong đa số trường hợp thì việc này vẫn mang lại hiệu quả, do đó yêu cầu bắt buộc là phải tạo ra định lượng khoản, có thể là thời gian để thiết kế ra một bài viết, banner, posters, thời gian hao phí để biên tập một video đầy đủ các yêu cầu đưa ra.

- Số lượng video đăng tải lên kênh: Lên kế hoạch cụ thể và thực hiện việc đăng tải video lên các trang mạng xã hội như: Youtube, Facebook, Tiktok,...Thực hiện việc đo lường số lượng video theo ngày/tháng/năm để đánh giá hiệu quả từ đó định hướng cho việc thực hiện video trong thời gian tới.

- Số lượng bài post đăng tải trên fanpage: Bài post là hình thức đơn giản và chủ yếu để các doanh nghiệp sử dụng cho chiến lược Content Marketing. Doanh nghiệp cần có một kế

hoạch rõ ràng về thời gian và nội dung cho việc đăng tải bài post dựa trên những đánh giá từ những bài viết đã được đăng tải trước đó theo ngày/tháng/năm.

- Lượt tiếp cận/lượt truy cập: Đây là chỉ số quan trọng để đánh giá mức độ hiệu quả cho một Content Marketing. Dựa vào số lượng tiếp cận/truy cập lập ra các báo cáo cụ thể bằng các công cụ thống kê nội bộ của fanpage. Kết quả thống kê để đánh giá sẽ dựa trên các chỉ số cụ thể mà khách hàng đã tương tác, để lại trên các kênh mạng xã hội. Thông qua đó thấy được hiệu quả của Content Marketing.

- Số lượt bình luận và nhắn tin: Số lượt bình luận và nhắn tin thể hiện sự quan tâm của khách hàng đối với sản phẩm/dịch vụ của doanh nghiệp. Ngoài ra, số liệu đo lường cần có sự cụ thể trên fanpage về tổng số lượt bình luận và nhắn tin. Theo dõi để xác định chính xác vào thời gian nào sẽ có nhiều lượt online, nhận được nhiều tương tác nhất để tiến hành triển khai đăng tải vào thời gian đó để mang lại hiệu quả tốt nhất cho hoạt động Content Marketing.

- Các nội dung được chú ý: Đo lường các nội dung được chú ý và xem nhiều nhất, tìm hiểu nguyên nhân và hướng đi tiếp theo cho những bài viết và chủ đề. Từ đó đưa ra hướng điều chỉnh cho Content Marketing trở nên phù hợp hơn.

- Chỉ số đo lường cụ thể: Do mỗi kênh sẽ có các chỉ số và cách thức đo lường hiệu quả khác nhau nên cần thiết lập nhiều chỉ số đo lường cụ thể. Ví dụ, để có thể đo lường hiệu quả trên fanpage thì cần có các báo cáo cụ thể và phải thực hiện báo cáo hàng tuần, hàng tháng, hàng năm về lượt theo dõi, thích trang,.....

- Ngoài ra, còn có các chỉ số đánh giá hiệu quả khác như: Số lượng bài viết SEO, đo lường các chi phí trên mỗi lượt truy cập, kết quả hoạt động kinh doanh, báo cáo chiến lược Content Marketing của đối thủ.

**3. Đánh giá hiệu quả content marketing trên fanpage "công nghệ enmasys"**

Công ty TNHH Công nghệ ENMASYS là một trong những công ty chuyên về tư vấn và triển khai chuyển đổi số cho các doanh nghiệp đang hoạt động trên thị trường hiện nay. Mục đích đem đến các giải pháp hiệu quả về công nghệ, xử lý các công việc nhanh chóng, thuận lợi, hiệu quả cao và tiết kiệm chi phí. Với đội ngũ chuyên gia hơn 18 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực cung cấp các dịch vụ tư vấn doanh nghiệp thiết kế, phát triển và triển khai giải pháp chuyển đổi số phù hợp ở các ngành nghề khác nhau. Các dịch vụ chính của công ty như sau: Xây dựng và vận hành hệ thống ERP, tư vấn và triển khai Odoo, nâng cấp hệ thống Odoo, phát triển nền tảng (Flatform) dựa trên công nghệ Odoo.

Fanpage "Công nghệ Enmasys" được thành lập vào tháng 8/ 2020, là fanpage chính thức và được tạo ra bởi Công ty TNHH công nghệ Enmasys. Fanpage được tạo ra với mục đích cung cấp những thông tin và kiến thức hữu ích cho khách hàng về tình hình chuyển đổi số, cũng như phần mềm ERP cho doanh nghiệp. Bên cạnh việc chia sẻ cung cấp thông tin, fanpage "Công ty Enmasys" còn là kênh tìm kiếm khách hàng chủ yếu của công ty. Các khách hàng mà công ty hướng đến là các doanh nghiệp vừa và nhỏ đang hoạt động trên thị trường trong và ngoài nước đã sử dụng hoặc đang tìm hiểu về chuyển đổi số. Đặc biệt là các doanh nghiệp đang tìm kiếm một hệ thống quản lý doanh nghiệp hiệu quả, có xu hướng quan tâm đến hệ thống quản lý doanh nghiệp (ERP). Đây là nhóm khách hàng mục tiêu mà công ty đang hướng đến trong những năm qua. Bên cạnh đó, do sản phẩm của công ty là các sản phẩm về phần mềm và dịch vụ không có quá nhiều hình thức Marketing nên chỉ tập trung các hoạt động Marketing trên fanpage để tìm kiếm khách hàng mục tiêu. Vì vậy việc tạo ra một Content Marketing mang lại hiệu quả thu hút khách hàng là hết sức quan trọng. Đối tượng khách hàng mà công ty chủ yếu là các doanh nghiệp nên hoạt động Content Marketing của công ty có xu hướng cung cấp thông tin hữu ích liên quan hệ thống quản lý doanh nghiệp và định hướng việc thực hiện liên quan đến phần mềm quản lý (ERP). Để có thể đánh giá hiệu quả Content Marketing trên fanpage "Công nghệ Enmasys" thường các chỉ số này sẽ được sử dụng như: Định lượng về thời gian hao phí/ sản phẩm Content Marketing, số lượng video đăng tải lên fanpage, số lượng bài post đăng tải trên fanpage, các nội dung định dạng được chú ý, lượt tiếp cận và truy cập tự nhiên, số lượng bình luận và nhắn tin, chỉ số đo lường cụ thể.

*3.1 Định lượng về thời gian hao phí/ sản phẩm Content Marketing*

Việc tính toán thời gian hao phí cho một sản phẩm Content là một điều không thể thiếu để có được kế hoạch đăng tải bài viết hiệu quả nhất. Những công việc này sẽ do các nhân viên Marketing đảm nhận, cụ thể là nhân viên làm về Content Marketing.

Do các công ty, doanh nghiệp sẽ kế hoạch khác nhau cho việc thực hiện chiến lược Marketing, tùy vào quy mô kinh doanh và ngành nghề mà mỗi doanh nghiệp sẽ có định hướng riêng cho việc thực hiện các hoạt động Marketing, trong đó có cả việc định lượng hao phí cho một sản phẩm Content Marketing.

**- Cách để tạo ra một bài viết:**

Công ty Enmasys sử dụng sự hỗ trợ từ công cụ ChatGPT trong việc sáng tạo nội dung và công cụ Canva để thiết kế banner.

**Bảng 1. Thời gian để tạo ra bài viết tại Công ty Enmasys**

*(Đơn vị: phút)*

| Năm | 2021 | 2022 | 2023 | 2022/2021 | | 2023/2022 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | Tương đối | Tuyệt đối | Tương đối | Tuyệt đối |
| Thời gian | 45 | 35 | 35 | -10 | -22,22% | 0 | 0% |

*(Nguồn: Bộ phận Marketing, 2023)*

Như đã đề cập do, không có một tiêu chuẩn chung nên công ty Enmasys đã đưa ra tiêu chuẩn phù hợp cho công ty của mình. Theo như đánh giá từ bộ phận marketing công ty Enmasys, thời gian để tạo một bài viết được xem là hiệu quả thì thời gian thực hiện sẽ từ 30-35 phút.

Thông qua công cụ hỗ trợ ChatGPT và Canva thời gian để tạo ra bài viết Content tại công ty từ năm 2021 đến năm 2023 có sự thay đổi tích cực và đạt được hiệu quả đã đặt ra từ bộ phận marketing của công ty. Cụ thể năm 2021 thời gian tiêu hao là 45 phút tuy nhiên, năm 2022 thời gian đã được tối ưu chỉ còn 35 phút giảm 10 phút tương ứng với 22,22% so với 2021. Đến năm 2023, thời gian vẫn đáp ứng hiệu quả thời gian đặt ra nhưng so với năm 2022 vẫn không có sự thay đổi về thời gian.

**- Cách để tạo ra một video:**

Đây là một công việc tiêu tốn khá nhiều thời gian của bộ phận Content Marketing.Để tạo ra một video Marketing có sự hỗ trợ của các công cụ như sử dụng Chat GPT để lên nội dung, Vbee để chuyển đổi văn bản thành giọng nói, sử dụng Canva và Capcut để cắt ghép tạo dựng một video hoàn chỉnh.

**Bảng 2. Thời gian để tạo video tại công ty Enmasys**

(Đơn vị: phút)

| Năm | 2021 | 2022 | 2023 | 2022/2021 | | 2023/2022 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | Tương đối | Tuyệt đối | Tương đối | Tuyệt đối |
| Thời gian | 30 | 90 | 180 | 60 | 200% | 90 | 100% |

*(Nguồn: Bộ phận Marketing, 2023)*

Tương tự như thời gian tạo ra bài viết không có tiêu chuẩn chung nên bộ phận Marketing tự đưa ra thời gian phù hợp với công ty. Thời gian để tạo ra một video được đánh giá là hiệu quả mà công ty đưa ra là 60 phút đến 120 phút.

Dựa vào thống kê trên có thể thấy thời gian để tạo ra một video tại công ty tăng đều qua các năm. Trong năm 2022 thời gian tạo ra một video là 90 phút đảm bảo được mức hiệu quả mà công ty đưa ra cho một video Marketing. Tuy nhiên, năm 2022 so với 2021, lượng thời gian tăng lên 60 phút (1 tiếng) tương ứng với 200%, cho thấy thời gian để tạo ra video của năm 2022 không đạt được hiệu quả so với 2021. Nguyên nhân của việc này là do đến năm 2022, phòng marketing đã bắt đầu tự tạo ra các video bằng hình ảnh banner để lướt và được gắn nhạc vào cho sinh động hơn so với việc chia sẻ video có sẵn từ các kênh khác như năm 2021. Đến năm 2023, thời gian tạo video là 180 phút không đảm bảo thời gian mà bộ phận Marketing quy định cho một video tối đa là 120 phút. Cụ thể năm 2023 so với năm 2022 đã

tăng 90 phút (1 tiếng 30 phút) tương ứng với 100%, do thay đổi hình thức tạo video có hình ảnh và âm thanh lồng ghép một cách ấn tượng hơn. Do đó, việc đầu tư vào nội dung và hình thức video đã làm thời gian tạo video tăng lên khá nhiều so với những năm qua. Tuy nhiên, nhận lại nhiều đánh giá tích cực dựa trên các lượt tiếp cận từ 75-100 lượt trong đó có những video đạt hiệu quả cao với lượt tiếp cận trung bình trên 200 lượt đạt hiệu quả cao hơn so với bài viết lượt tiếp cận trung bình chỉ ở mức 50-65 lượt và lượt xem trung bình luôn ở mức 38-50 lượt. Dù vậy, bộ phận Marketing cũng nên có một giải pháp để giảm thiểu thời gian tạo video để công việc mang đến hiệu quả tối ưu nhất.

***3.2 Số lượng video đăng tải lên fanpage***

Do fanpage chủ yếu chỉ tập trung đăng tải các bài viết không chú trọng trong việc đăng tải video nên không có tiêu chuẩn chung cho các công ty, tùy thuộc vào từng công ty mà có số lượng video đăng tải khác nhau. Đối với Enmasys chưa chú trọng trong việc sử dụng video cho fanpage nên không đưa ra tiêu chuẩn về số lượng. Nên việc đánh giá hiệu quả sẽ dựa trên sự so sánh số lượng video được đăng qua các năm.

**Bảng 3. Số lượng đăng video qua các năm tại fanpage "Công nghệ Enmasys"**

| Năm | 2021 | 2022 | 2023 | 2022/2021 | | 2023/2022 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | Tương đối | Tuyệt đối | Tương đối | Tuyệt đối |
| Số lượng | 1 | 3 | 8 | 2 | 200% | 5 | 166.67% |

*(Nguồn: Bộ phận Marketing, 2023)*

Bảng thống kê đã cho thấy, chỉ 1 video được đăng tải trong năm 2021 do ảnh hưởng của đại dịch Covid. Năm 2022, số lượng đăng tải video chỉ tập trung vào những tháng cuối năm, cụ thể là vào tháng 9/2022 có 3 video, tăng 2 video tương ứng với 200% so với năm 2021. Vào những tháng cuối năm khi tình hình dịch bệnh có sự chuyển biến tích cực, công ty chú trọng tăng độ nhận diện thương hiệu bằng cách đăng tải các bài viết do tạo ra bài viết tốn ít thời gian hơn so với tạo ra một video marketing. Đến tháng 10 năm 2023 có 1 video được đăng tải, qua tháng 11 có 7 video tăng lên 5 video tương ứng với 166,67% so với năm 2022 và mang đến lượt xem ổn định trung bình từ 38-50 lượt xem ở các năm. Do hình thức video có sự thay đổi từ văn bản chuyển sang âm thanh và được lồng ghép nhiều hình ảnh, video phù hợp nên đã thu hút được nhiều khách hàng mới. Tuy nhiên, việc đăng tải không đồng đều như trên dẫn đến sự suy giảm về lượt xem video, số lượt xem trung bình giảm dần từ 55 lượt xem trong năm 2021 đến năm 2023 còn 23 lượt xem/1 video. Do bộ phận Content Marketing không có một kế hoạch cụ thể để tạo ra video và đăng tải video một cách hợp lý mà chủ yếu chỉ tùy hứng.

***3.3 Số lượng bài post đăng tải trên fanpage***

Do hoạt động marketing trên fanpage sẽ dựa trên nhu cầu của từng công ty, nên mỗi công ty sẽ có tiêu chuẩn về số lượng bài post khác nhau. Đối với Enmasys, năm 2021 chịu tác động mạnh mẽ của covid 19 nên hoạt động của công ty bị hạn chế nên không có tiêu chuẩn cụ thể. Năm 2022, công ty đặt ra tiêu chuẩn đạt 130 bài/năm và năm 2023 đạt 150 bài/năm.

**Bảng 4. Số lượng bài post trên fanpage của công ty Enmasys**

| Năm | 2021 | 2022 | 2023 | 2022/2021 | | 2023/2022 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Số lượng bài post | 15 | 137 | 151 | Tương đối | Tuyệt đối | Tương đối | Tuyệt đối |
| | | | | 122 | 813,13% | 14 | 10,22% |

*(Nguồn: Bộ phận Marketing, 2023)*

Trong năm 2021, 15 bài viết được đăng tải. Đến năm 2022, có tổng 137 bài viết được đăng tải tăng 122 bài tương đương 813,13% so với năm 2021. Nguyên nhân, do năm 2022 mọi hoạt động kinh doanh dần được khôi phục sau chuỗi ngày chịu ảnh hưởng của Covid 19. Khoảng cách chênh lệch giữa năm 2021 và 2022 đã chứng minh rõ rệt cho sự phục hồi và thay đổi tích cực sau đại dịch, các hoạt động Content Marketing của công ty dần được cải thiện để đáp ứng nhu cầu thị trường. Ở năm 2023, tổng số bài viết tính tháng 12/2023 là 151 bài post tăng 14 bài tương đương 10,22% so với năm 2022 vẫn đảm bảo được hiệu quả. Do tình hình hoạt động của công ty hiện tại đang phát triển ổn định. Kế hoạch tiếp theo của công ty là thực hiện chiến lược marketing tăng nhận diện thương hiệu nên số lượng bài post được cải thiện. Qua đó, xây dựng một thương hiệu có tầm ảnh hưởng trong lĩnh vực chuyển đổi số. Tuy nhiên, công ty vẫn chưa có kế hoạch đăng bài hợp lý số lượt bài viết được đăng tải mỗi tuần không cố định. Cụ thể một tuần có thể đăng tải 1-2 bài viết hoặc 3-4 bài, và thời gian đăng tải không sự thống nhất ở mỗi tuần, tùy thuộc vào nhân viên Marketing. Từ đó dẫn đến lượt tiếp cận bài viết ngày càng sụt giảm từ bài viết có lượt tiếp cận cao nhất 145 lượt xuống còn 27 lượt. Tính đến thời điểm tháng 12/2023.

***3.4 Các nội dung định dạng được chú ý***

**Bảng 5. Nội dung được chú ý**

| Năm | Nội dung | Hình thức đăng tải | Số lượt tương tác cao nhất |
|---|---|---|---|
| 2022 | Chia sẻ kinh nghiệm chuyển đổi số | Bài viết bằng văn bản | 30 lượt |
| | Quy trình | Bài viết bằng văn bản | 45 lượt |
| 2023 | Lợi ích về chuyển đổi số | Video | 86 lượt |

*(Nguồn: Bộ phận Marketing, 2023)*

Tùy thuộc vào từng ngành nghề và đối tượng khách hàng mà các nội dung sẽ khác nhau và điều chỉnh theo nhu cầu khách hàng qua từng năm. Đối với năm 2021 chỉ có 15 bài và do tình hình hình dịch bệnh nên hoạt động Content Marketing bị hạn chế rất nhiều các bài viết không đồng đều nên không có quá nhiều nội dung được đăng tải. Do đó, không đo được sự hiệu quả về nội dung gây chú ý nhiều nhất trong năm 2021

Theo thống kê như trong bảng 5, năm 2022 xét về mức độ tương tác trên từng bài viết có thể thấy các chủ đề mà thu hút khách hàng nhiều nhất là: Chia sẻ kinh nghiệm(nội dung này luôn có số lượt tương tác cao ở các tháng là 30 lượt), quy trình (với 45 lượt tương tác bao gồm các lượt thả cảm xúc, bình luận, và chia sẻ về nội dung). Trong năm 2023, lượt tương tác cao đều liên quan đến lợi ích của sản phẩm công ty nhận được 86 lượt tương tác. Nội dung ở các năm có sự thay đổi là do: Thứ nhất, tâm lý và nhu cầu khách hàng có sự thay đổi qua từng năm, nên công ty phải thay đổi theo nhu cầu của khách hàng. Thứ hai, do ở năm 2022 theo số liệu ở bảng thống kê cho thấy nội dung Content chưa thực sự thu hút được khách hàng, nên chỉ thu về lượt tương tác cao nhất ở những tháng đầu là 30 lượt và những tháng cuối năm là 45 lượt. Đến năm 2023, dưới sự phân tích, thống kê các nội dung được đổi mới từ các nội dung về kinh nghiệm và quy trình công ty chuyển sang chia sẻ về lợi ích sản phẩm của công ty. Sau sự thay đổi này có thể thấy công ty nhận lại những phản hồi tích cực thông qua số liệu hiển thị ở bảng thống kê lượt tương tác cao nhất đạt mức 86 lượt.

Qua các số liệu được đo lường thông qua lượt tương tác của bài viết trên fanpage, có thể thấy các bài viết có nội dung về chia sẻ kinh nghiệm, quy trình, và lợi ích của chuyển đổi số được nhiều người quan tâm và chú ý hơn. Việc thu thập các nội dung định dạng được khách hàng chú ý sẽ giúp cho doanh nghiệp nắm rõ được nhu cầu mong muốn của khách hàng đang tìm kiếm. Thông qua việc đo lường cho thấy rằng trong năm 2022 và 2023 những bài viết

không có sự đổi mới nhiều về nội dung, các bài viết đa phần chỉ xoay quanh về vấn đề nêu lên lợi ích của hệ thống hỗ trợ trong chuyển đổi số, nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

***3.5 Lượt tiếp cận và truy cập***

Đối với lượt tiếp cận và lượt truy cập sẽ không có quy định chung cho tất cả công ty. Do hầu hết các chỉ số này phụ thuộc vào quy mô và ngành nghề kinh doanh, độ nhận diện của thương hiệu, lượt theo dõi và tương tác trên fanpage mà sẽ có các lượt tương tác khác nhau. Vì vậy việc đo lường chỉ số này có đạt hiệu quả không tùy thuộc vào khả năng phân tích thị trường, thay đổi đáp ứng nhu cầu của khách hàng để đạt được chỉ tiêu mà được đưa ra bởi ban lãnh đạo của công ty. Tùy thuộc vào từng ngành nghề khác nhau của các công ty sẽ có các chỉ tiêu khác nhau. Tóm lại, để đo lường mức độ hiệu quả này sẽ không dựa vào tiêu chuẩn nào, mà chủ yếu sẽ dựa vào tiêu chuẩn đặt ra của từng công ty từ đó đưa ra mức đánh giá phù hợp.

**Bảng 6. Lượt tiếp cận và truy cập trên fanpage "Công nghệ Enmasys"**

| Năm | 2021 | 2022 | 2023 | 2022/2021 | | 2023/2022 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | Tương đối | Tuyệt đối | Tương đối | Tuyệt đối |
| Lượt tiếp cận | 205 | 2563 | 2389 | 2358 | 115,02% | -174 | -6,79% |
| Lượt truy cập | 15 | 958 | 2416 | 943 | 6.286,67% | 1458 | 152,19% |

*(Nguồn: Bộ phận Marketing, 2023)*

**- Về số lượt tiếp cận:**

Đối với đánh giá của bộ phận Marketing đưa ra đối với năm 2021, công ty đang chịu ảnh hưởng của covid -19 do đó công ty hạn chế hoạt động nên không đưa ra tiêu chuẩn về lượt tiếp cận, trong năm 2022 lượt tiếp cận cần đạt được là 2500 lượt tiếp cận trên tổng số bài viết. Đối với 2023, số lượt tiếp cận được đưa ra để đánh giá hiệu quả là 2600 lượt trên tổng số bài viết.

Với những số liệu đã được đo lường năm 2021 không mang đến nhiều hiệu quả khi chỉ có 205 lượt tiếp cận. Nguyên nhân chủ yếu là do sự ảnh hưởng của đại dịch covid 19 đối với các doanh nghiệp trong đó có công ty Enmasys. Đến năm 2022, số lượt tiếp cận đã tăng lên đáng kể cụ thể có đến 2563 lượt tăng 2358 lượt tiếp cận ứng với 115,02% so với năm 2021 và đạt được chỉ tiêu mà bộ phận Marketing đã đề ra. Nguyên nhân đến gần cuối năm việc hoạt động marketing đã được tập trung triển khai mạnh mẽ dẫn đến lượt tiếp cận tăng lên đáng kể. Đến năm 2023, số lượt tiếp cận có sự suy giảm so với năm 2022 tương ứng giảm 174 lượt tiếp cận, giảm 6,79% và không đáp ứng được hiệu quả mà công ty đưa ra. Nguyên nhân chủ yếu là do công ty không có kế hoạch đăng bài hợp lý việc đăng tải vào giờ nào, ngày nào, nội dung gì.

**- Về lượt truy cập:**

Số lượt truy cập để đánh giá hiệu quả theo chỉ tiêu mà bộ phận marketing đưa ra là 1500 lượt/ năm.

Năm 2022 tăng khá nhiều so với năm 2021 với 943 lượt tương ứng với 6.286,67%. Chủ yếu tập trung vào 6 tháng cuối năm 2022, lượt truy cập tự nhiên đã chiếm đến 865 lượt. Tuy nhiên, so với chỉ tiêu đặt ra là 1500 lượt truy cập thì 958 lượt vẫn chưa đạt được hiệu quả. So với năm 2022, lượt truy cập năm 2023 có sự gia tăng đáng kể với con số 1458 lượt truy cập tương ứng với tăng 152,19%. Và đạt được hiệu quả theo chỉ tiêu đã đề ra và vượt mức 961 lượt. Riêng vào tháng 10 lượt truy cập tăng lên đột biến so với các tháng còn lại với lượt truy cập là 903 lượt. Nguyên nhân được nhận định là do vào tháng 10 bộ phận Marketing sáng tạo ra được nhiều bài viết hay đánh đúng tâm lý khách hàng. Tuy nhiên, chỉ trong tháng tiếp theo

lượt truy cập có sự suy giảm do lượng bài đăng lớn nhưng không có sự đổi mới, thời gian đăng bài tùy hứng, phụ thuộc chính vào nhân viên, dẫn đến tình trạng khách hàng nhàm chán.

***3.6 Số lượng bình luận và nhắn tin***

Do khởi nguồn là một công ty công nghệ khách hàng chủ yếu tìm đến công ty thông qua việc gọi trực tiếp nên lượng bình luận không cao. Do đó, công ty không đề ra số liệu cụ thể để đánh giá cho chỉ số này.

**- Về lượt bình luận:**

**Bảng 7. Số lượng bình luận trên trang Fanpage "Công nghệ Enmasys"**

| Năm | 2021 | 2022 | 2023 | 2022/2021 | | 2023/2022 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | Tương đối | Tuyệt đối | Tương đối | Tuyệt đối |
| Lượt bình luận | 1 | 10 | 10 | 9 | 900% | 0 | 0 |

*(Nguồn: Bộ phận Marketing, 2023)*

Năm 2022, số lượt bình luận nhận được có sự gia tăng so với năm 2021 cụ thể tăng 9 lượt tương ứng với 900%. Đến năm 2023, số lượt bình luận vẫn không có sự thay đổi. Số lượt bình luận vẫn ở mức ổn định, chưa có sự chuyển biến so với năm 2022. Qua đó cho thấy hoạt động Content Marketing 2023 chưa thực sự hiệu quả.

**- Về lượt nhắn tin:**

**Bảng 8. Số lượt nhắn tin trên Fanpage " Công nghệ Enmasys"**

| Năm | 2021 | 2022 | 2023 | 2022/2021 | | 2023/2022 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | Tương đối | Tuyệt đối | Tương đối | Tuyệt đối |
| Lượt nhắn tin | 3 | 130 | 235 | 127 | 4.233,33% | 105 | 80,77% |

*(Nguồn: Bộ phận marketing, 2023)*

Năm 2022, số lượt nhắn tin có sự gia tăng đáng kể so với năm 2021 cụ thể là tăng 127 lượt tương ứng với 4.233,33%. Đến năm 2022, số lượt tin nhắn được ghi nhận là 130. Cho đến năm 2023 đây là thời gian công ty đẩy mạnh hơn cho việc nhận diện về thương hiệu, chú trọng đầu tư vào chất lượng Content Marketing nên số lượng tin nhắn tăng đáng kể so với năm 2022 là 105 lượt tương ứng với 80,77%. Qua số liệu cho thấy, lượt tin nhắn nhận được đang mang đến hiệu quả so với năm 2022.

***3.7 Chỉ số đo lường cụ thể:***

Dựa trên thời gian thành lập fanpage và mức độ nhận diện của công ty mà sẽ có những chỉ tiêu cho từng công ty. Enmasys đưa ra chỉ tiêu cho lượt theo dõi và thích trang là có sự gia tăng 10% so với năm trước đó.

**Bảng 9. Chỉ số cụ thể trên trang Fanpage "Công nghệ Enmasys"**

| Năm | 2021 | 2022 | 2023 | 2022/2021 | | 2023/2022 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | Tương đối | Tuyệt đối | Tương đối | Tuyệt đối |
| Lượt theo dõi | 30 | 45 | 43 | 15 | 50% | -2 | -4,44% |
| Lượt bỏ theo dõi | 0 | 5 | 5 | 5 | 0% | 0 | 0% |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Lượt thích trang | 23 | 50 | 39 | 27 | 117,39% | -11 | -22% |
| Số cảm xúc, lượt bình luận và chia sẻ trung bình | 1 | 5 | 7 | 4 | 400% | 2 | 40% |

*(Nguồn: Bộ phận Marketing, 2023)*

Năm 2022 số lượt theo dõi so với 2021 đã tăng lên 15 lượt tương ứng với 50%. Đến năm 2023 thì lại có sự suy giảm đôi chút so với 2022 khi số lượt theo giảm xuống 2 lượt tương ứng với giảm 4,44%. Đối với lượt bỏ theo dõi vẫn có xảy ra vào năm 2022 và 2023 với số lượt giống nhau là 5. Qua đó, có thể thấy hoạt động Content Marketing đang chưa thực sự hiệu quả. Về số lượt thích trang, năm 2022 có sự gia tăng đáng kể so với năm 2021 với số lượng 27 lượt tương ứng với 117,39%. Tuy nhiên đến năm 2023, số lượng thích trang đã có sự suy giảm cụ thể là 11 lượt, tương ứng với giảm 22% chưa mang đến hiệu quả cho hoạt động marketing.

Số cảm xúc, lượt bình luận và chia sẻ trung bình của công ty luôn ở mức thấp, năm 2022 có sự gia tăng so với năm 2021 là 4 lượt tương ứng 400%, đến năm 2023 so với năm 2022 tăng lên 2 lượt, tương ứng 40%.

Qua những số liệu nêu trên có thể thấy, số lượt theo dõi và thích trang của công ty đang có sự suy giảm từ năm 2022- 2023, điều này cho thấy hoạt động content marketing đang không mang đến hiệu quả. Nguyên nhân là do tần suất đăng bài, video chưa hợp lý không thu hút được khách hàng.

**Nhận xét:** Thông qua các chỉ số đánh giá trên cho thấy Content Marketing trên fanpage "Công nghệ Enamasys" chưa thực sự hiệu quả về những vấn đề sau đây:

- Thứ nhất, nội dung bài đăng không có sự đổi mới, khiến một nhóm khách hàng bị nhàm chán không mang lại hiệu quả cao cho hoạt động Content Marketing.

- Thứ hai, lượt tiếp cận, lượt theo dõi và thích trang trên fanpage đang có sự giảm dần do chưa có kế hoạch đăng bài phù hợp. Bài đăng chiếm số lượng lớn trên trang Fanpage nhưng không đem lại hiệu quả tốt nhất, không thể tiếp cận được khách hàng dẫn đến khách hàng.

## 4. Hàm ý quản trị và kết luận

### *4.1 Hàm ý quản trị*

Dựa vào những số liệu đã được tổng hợp và phân tích về thực trạng hoạt động Content Marketing trên fanpage "Công nghệ Enmasys" của Công ty TNHH Công nghệ Enmasys có thể thấy hoạt động của công ty vẫn còn những bất đề bất cập về nội dung, sự suy giảm về lượt tiếp cận và truy cập cũng như lượt theo dõi, thích trang chưa đạt được mong đợi cần có những phương hướng giải quyết cải thiện hiệu quả. Dựa vào những khó khăn đó, bài nghiên cứu này sẽ đưa ra một số hàm ý quản trị giúp công ty cải thiện những vấn đề đang gặp phải như sau:

- **Thứ nhất, đổi mới nội dung:**

Từ việc công ty chỉ đưa ra các nội dung xoay quanh việc chia sẻ về chuyển đổi số, dẫn đến nội dung trùng lặp gây nhàm chán. Cần thay đổi từ nội dung cũ sang các nội dung chia sẻ về các dự án mà công ty triển khai thành công và những đánh giá của khách hàng về dịch vụ của công ty. Theo tâm lý khách hàng hiện nay dựa trên các thông tin thực tế sẽ dễ dàng thu hút được nhiều khách hàng tiềm năng đang có nhu cầu về chuyển đổi số. Bên cạnh đó, công ty có thể triển khai tạo ra các video hướng dẫn cách sử dụng cho các ứng dụng có trong hệ thống quản lý doanh nghiệp (ERP) để hỗ trợ cho các khách hàng cũ cũng như các khách hàng có sự quan tâm đến các phần mềm về chuyển đổi số.

- **Thứ hai, lập kế hoạch đăng tải phù hợp và thống nhất:**

Do công ty chưa có một kế hoạch cụ thể và thống nhất cho việc đăng bài, do đó cần lập ra bảng kế hoạch chi tiết thống nhất cho bộ phận Marketing về số bài viết và video đăng tải/tuần và sự phân bổ đồng đều giữa hai hình thức đăng tải, thời điểm đăng tải vào giờ nào mang lại hiệu quả và trình tự đăng tải của từng nội dung phải có sự liên kết giữa các bài. Có

sự kiểm soát trong việc thực hiện để đảm bảo kế hoạch được thực hiện đúng như những gì đã đề ra nhằm mang lại hiệu quả tốt nhất.

Qua các đề xuất trên, công ty Enmasys có thể áp dụng vào hoạt động Content Marketing của mình để khắc phục những khó khăn đang gặp phải, cải thiện hiệu quả cho chiến lược Marketing trên fanpage mà công ty đang hướng đến nhằm tăng nhận diện cho thương hiệu cũng như thu hút nhiều khách hàng mới.

***4.2 Kết luận***

Tóm lại sự phát triển của Content Marketing là tiền đề cho các doanh nghiệp phát triển, tăng nhận diện cho thương hiệu. Nhưng không phải doanh nghiệp nào cũng tận dụng triệt để hiệu suất của Content Marketing. Đối với công ty Enmasys qua việc phân tích các chỉ số đánh giá, có thể thấy hoạt động Content Marketing của công ty đang không mang lại hiệu quả khi những chỉ số về lượt tiếp cận, lượt theo dõi và thích trang của fanpage "Công nghệ Enmasys" đang có sự suy giảm. Dựa vào đó, đã phản ánh những vấn đề bất cập trong việc thực hiện Content Marketing của công ty như các nội dung Content mà công ty triển khai đang bị trùng lặp, không có sự đổi mới gây mất hứng thú không sự thu hút đối với khách hàng. Bên cạnh đó, bộ phận Marketing của công ty chưa có một kế hoạch đăng bài phù hợp, việc đăng bài quá tùy hứng khiến hoạt động Content Marketing đang ngày càng kém hiệu quả. Từ những vấn đề bất cập đã nêu, đề xuất hàm ý quản trị góp phần hỗ trợ công ty trong việc cải thiện hiệu quả Content về việc đổi mới nội dung, thực hiện đăng tải các nội dung chia sẻ về dự án công ty đã thực hiện thành công, những đánh giá từ khách hàng, cũng như các nội dung hướng dẫn sử dụng chi tiết về ứng dụng trong phần mềm công ty đang triển khai. Đồng thời, lập ra một bảng kế hoạch thống nhất cho bộ phận Marketing trong việc đăng tải Content lên fanpage một cách cụ thể về thời gian, nội dung cũng như hình thức đăng tải.

**TÀI LIỆU THAM KHẢO**


1. Anh, N.P. (2021). *Content Marketing 4.0: Nội dung hay, bán hay kho hàng.* NXB Hồng Đức.
2. Bộ phận Marketing (2023). *Báo cáo về Content Marketing.* Công ty TNHH công nghệ Enmasys.
3. Bộ tài chính (2020). *Chuyển đổi số - Hướng đi giúp doanh nghiệp vượt qua dich covid-19*. Truy xuất từ https://www.mof.gov.vn/webcenter/portal/btcvn/pages_r/l/tin-bo-tai-chinh?dDocName=MOFUCM176905.
4. Minh, A. (2020). *Hàng loạt doanh nghiệp nguy cơ phá sản vì Covid-19.* Truy xuất từ https://vnexpress.net/hang-loat-doanh-nghiep-nguy-co-pha-san-vi-covid-19-4064867.html.
5. MediaZ (2022). *Fanpage Facebook-công cụ truyền thông hữu hiệu.* NXB Thế Giới.
6. Pulizzi, J. (2015). *Content Inc.* NXB McGraw-Hill Education-Europe.
7. Philip Kotler (2017). *Tiếp thị 4.0: Dịch chuyển từ truyền thống sang công nghệ số.* NXB Trẻ.
8. Tuấn, V.K. (2023). *Content Marketing.* Tài liệu lưu hành nội bộ Hutech.

# GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN MARKETING ONLINE TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VNO

**Phạm Ngọc Hiển*, Nguyễn Ngọc Bảo Châu, Nguyễn Đoan Bảo Vy**
Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: pn.hien@hutech.edu.vn.

## TÓM TẮT

Marketing Online là việc ứng dụng công nghệ mạng máy tính, các phương tiện điện tử vào việc nghiên cứu thị trường, phát triển sản phẩm, các chiến lược Marketing nhằm quảng bá thương hiệu, hình ảnh, sản phẩm hàng hóa, dịch vụ của công ty đến với khách hàng tiềm năng, đồng thời tăng doanh số bán hàng đem lại lợi nhuận cho doanh nghiệp. Công ty Cổ phần Đầu tư và Phát triển VNO đã tạo ra những giá trị tốt đẹp nhất nhằm cung cấp cho đối tác, khách hàng một sản phẩm với chất lượng đạt chuẩn, đầy đủ các tiện nghi khi thuê văn phòng, căn hộ tại đây. Việc sử dụng Marketing Online đã cho thấy rõ ràng sự thất bại và bài học kinh nghiệm rút ra được từ hạn chế và nguyên nhân, từ đó đưa ra những giải pháp phù hợp để cải thiện điều đó, cũng như sự thành công được thể hiện qua điểm mạnh khi đã tận dụng và phát huy những gì sẵn có và cũng là lợi thế mang thương hiệu của công ty về lĩnh vực Bất động sản ra toàn cầu.
*Từ khóa:* Công ty Cổ phần Đầu tư và Phát triển VNO; Marketing Online; VNO GROUP.

## 1. Giới thiệu & Sơ lược về Công ty Cổ phần Đầu tư và Phát triển VNO

Công ty Bất Động Sản Biển Vàng được thành lập vào tháng 10 năm 2009 là tiền thân của VNO GROUP. Có hơn 12 năm cho sự hình thành và phát triển vững mạnh. VNO GROUP vẫn luôn cố gắng khẳng định thương hiệu của doanh nghiệp đối với thị trường Bất Động Sản Việt Nam, bên cạnh đó nhằm xây dựng thành công hệ thống văn phòng cho thuê VNO lớn mạnh tại TP.HCM đặc biệt trong thời điểm ảnh hưởng tiêu cực hậu đại dịch COVID-19 cũng như khủng hoảng kinh tế toàn cầu.

Để đạt được định hướng và phát triển VNO GROUP một cách toàn diện trong mọi mặt, cũng như đi sâu vào nhiều lĩnh vực liên quan đến Bất động sản nói chung như cho thuê văn phòng, phân phối sản phẩm bất động sản, quản lý bất động sản, đào tạo kỹ thuật vận hành, phát triển và quản lý thiết bị kỹ thuật, doanh nghiệp luôn không ngừng cung cấp đa dạng dịch vụ thiết yếu và hoàn hảo nhất, từ đó nhằm kiến tạo ra những giá trị tốt đẹp đến với khách hàng.

## 2. Cơ sở lý thuyết về Marketing Online

Ở thời đại công nghệ thông tin bùng nổ như hiện nay thì đa số mọi người trao đổi với nhau thông qua Internet. Thông qua đó, để mở rộng nền tảng được nhiều người quan tâm nhất là Marketing Online cần nắm bắt nhu cầu thị hiếu của khách hàng và thị trường và lên chiến lược nhằm tiếp thị thương hiệu, sản phẩm/dịch vụ đến đúng khách hàng tiềm năng.

Marketing Online có một số khái niệm khác nhau như:

"Marketing Online là quá trình lập kế hoạch về sản phẩm, giá, phân phối và xúc tiến đối với sản phẩm, dịch vụ và ý tưởng để đáp ứng nhu cầu của tổ chức và cá nhân dựa trên phương tiện điện tử và Internet." (Philip Kotler, 2007).

"Marketing Online là lĩnh vực tiến hành hoạt động kinh doanh gắn liền với dòng vận chuyển sản phẩm từ người sản xuất đến người tiêu dùng, dựa trên cơ sở ứng dụng công nghệ thông tin (CNTT) và Internet." (Hiệp hội Marketing Hoa Kỳ).

"Marketing Online là việc đạt được các mục tiêu Marketing nhờ việc sử dụng công nghệ truyền thông điện tử trên môi trường Internet." (Dave Chafey, 2006)

Vào thời điểm hiện tại nhiều người thường hay nhầm lẫn khái niệm Digital Marketing và Marketing Online là giống nhau và chỉ khác cách nói. Về cơ bản, Marketing Online là một phần của Digital Marketing nhưng khác với Digital Marketing là hình thức tiếp thị quảng cáo dựa trên tất cả các phương tiện kỹ thuật số bao gồm cả quảng cáo trên TV hoặc SMS… (Non-Onine Marketing), Marketing Online chỉ tập trung trên môi trường Internet (Online).

**3. Phương pháp nghiên cứu**

Bài viết sử dụng phương pháp phân tích, thu thập và tổng hợp những thông tin thứ cấp và sơ cấp. Cụ thể, phân tích thực trạng về Marketing Online tại công ty Cổ phần Đầu tư và Phát triển VNO bằng các tài liệu, số liệu do công ty cung cấp. Từ đó, tổng hợp tất cả các số liệu cần thiết kết hợp với phương pháp quan sát trong quá trình thực tập tại công ty và tham khảo các tài liệu, bài giảng, văn bản liên quan đến vấn đề cần nghiên cứu để đưa ra giải pháp hoàn thiện Marketing Online tại công ty Cổ phần Đầu tư và Phát triển VNO.

**Thực trạng về Marketing Online tại Công ty Cổ phần Đầu tư và Phát triển VNO**

Kể từ tháng 10/2021 đến tháng 10/2022 thì số người sử dụng điện thoại đã tăng thêm 0,8% tức là đã tăng thêm 66 triệu người dùng thiết bị di động trên thế giới. Theo đó, số lượng người dùng Internet cũng tăng lên 3,2% với 170 triệu người bắt đầu được tiếp cận với Internet. Số lượng người dùng mạng xã hội cũng tăng lên 190 triệu người chiếm 4,2% số lượng người dùng mạng xã hội so với cùng kỳ năm trước. Còn tại Việt Nam, theo số liệu thống kê từ Cổng Thông Tin Tư Vấn Doanh Nghiệp Trà Vinh, tính đến đầu năm 2023 có 77.93 triệu người sử dụng Internet, tương đương 79.1% so với tổng dân số, tăng thêm 5.3 triệu người (+7.3%) so với đầu năm 2022.

**Hình 1. Báo cáo tổng quan tình hình thị trường Digital tại Việt Nam đầu năm 2023 và Sự tăng trưởng sử dụng Digital mỗi năm đến tháng 10/2022**

Dựa vào bảng thống kê tổng quan tình hình Digital tại Việt Nam từ năm 20222 - 2023, có thể thấy số lượng người dùng Internet lẫn tỷ lệ người dùng so với tổng dân số đều có sự tăng trưởng, là bằng chứng rõ rệt cho thấy thị trường Internet tại Việt Nam đầu năm 2023 đã có sự phát triển hơn so với năm trước. Đây là yếu tố chính để Marketing Online và Digital Marketing có thể phát triển mạnh mẽ hơn nữa trong tương lai.

**Bảng 1. Tổng quan tình hình Digital tại Việt Nam từ năm 2022 – 2023**

| | | |
|---|---|---|
| **Thời điểm thống kê** | 01/2023 | 01/2022 |
| **Tổng số user** | 77.93 triệu | 72.1 triệu |
| **Tỷ lệ user** | 79.1% | 73.2% |
| **Số lượng user MXH** | 70 triệu | 76.95 triệu |
| **Thay đổi user MXH so với năm trước** | Giảm 9% | Tăng 6.9% |
| **Số lượng thiết bị di động** | 161.6 triệu | 156 triệu |
| **Thay đổi số lượng thiết bị so với năm trước** | Tăng 3.6% | Giảm 0.3% |
| **Trung bình mỗi người dân sở hữu** | 1.64 thiết bị | 1.58 thiết bị |

Sau thời kì Covid-19, nền kinh tế đã khó khăn nay lại cành khó khăn hơn với những hệ quả kéo theo. Vì thế mà việc đưa ra và lựa chọn xu hướng phát triển là luôn cần thiết. Với sự phát triển của công nghệ hiện nay mạng xã hội như một công cụ quan trọng trong chiến lược Marketing và nó đã trở nên cần thiết hơn bao giờ hết. Từ sau thời điểm bùng nổ Covid-19 cũng thay đổi thói quen mua sắm/ thanh toán của nhiều người sang online thay vì offline. Điều này không chỉ đòi hỏi các doanh nghiệp phải thích nghi nhanh chóng với sự thay đổi và hơn hết là làm thế nào để đạt được hiệu quả thực sự từ việc sử dụng công nghệ trong chiến lược Marketing.

**4. Các hình thức Marketing Online Công ty đã triển khai và kết quả đạt được**

Công ty tham gia Marketing Online thông qua các trang web đăng tin, rao vặt uy tín như: Chợ tốt; batdongsan.com.vn; batdongsan.vn; raovat321; trang đăng tin... với khoản chi 10 triệu đồng và thu về được giá trị đơn hàng là 20 triệu đồng. Trong năm 2023, công ty đã tập trung triển khai chủ yếu vào nền tảng mạng xã hội Facebook dưới dạng các bài đăng, seeding hội nhóm, Facebook Ads... và đạt được tỷ lệ chuyển đổi là 3% với giá trị đơn hàng thu được là 70 triệu × 12 tháng. Zalo cũng là một trong những nền tảng mạng xã hội mà công ty lựa chọn để thực hiện Marketing Online.

Ngoài việc sử dụng nền tảng mạng xã hội ra, công ty còn tập trung Marketing Online trên nền tảng Google Ads qua nhiều hình thức như quảng cáo tìm kiếm, quảng cáo hiển thị, quảng cáo video... với chi phí 30 triệu và thu được tỷ lệ chuyển đổi tới 20%, đạt giá trị 7 triệu × 12 tháng trong năm 2023.

Marketing bằng SEO website để nhằm thu hút nhiều hơn lượng traffic và khách hàng tiềm năng đến với website của công ty, tăng doanh số bán hàng và thương hiệu của công ty. Hiện tại website của VNO đã và đang được tối ưu hóa cấu trúc, tốc độ cũng như nội dung và thiết kế để tăng trải nghiệm người dùng và sự thân thiện với công cụ tìm kiếm. Xây dựng và phát triển các liên kết chất lượng từ các website uy tín khác và các landing page đến website của chủ, tăng sự tin cậy và uy tín.

Tất các hoạt động như viết bài, xây dựng nội dung hình ảnh, video, câu chữ... đều được công ty áp dụng triệt để và hiệu quả. Bên cạnh các trang web, mạng xã hội trên, công ty còn đang tập trung nghiên cứu thêm các kênh Digital có thể ứng dụng Marketing Online khác như tiktok, email... nhằm nâng cao hiệu quả truyền thông, đa dạng cách tiếp cận, thân thiện hơn đối với khách hàng.

**5. Một số ưu điểm trong hoạt động Marketing Online của Công ty**

Tại VNO Group, với nhiều năm kinh nghiệm và những nghiên cứu sâu, công ty phát triển khá nhanh sau 3 năm xuất hiện trên thị trường. Từ những phân tích trên, có thể đưa ra những thế mạnh về Marketing Online mà công ty có như sau:

- Thứ nhất, công ty chạy quảng cáo thông qua Facebook và Google, chủ yếu đánh mạnh vào Facebook nên dễ dàng tiếp cận được một lượng lớn đối tượng khách hàng tiềm năng có nhu cầu và quan tâm đến vấn đề tìm thuê văn phòng, căn hộ cho thuê của công ty.

- Thứ hai, việc đăng tin trên những trang mạng như Tiktok, Zalo, Youtube và các trang web rao vặt của công ty, không chỉ tiết kiệm được chi phí hơn so với quảng cáo truyền thống mà còn tạo thuận lợi cho việc trao đổi trực tiếp với khách hàng cũng như có thể thu thập thông tin khách hàng nhanh chóng và linh hoạt hơn.

- Tiếp đến, với các sàn môi giới, nhân viên và cộng tác viên hỗ trợ đăng các bài viết kèm theo link liên kết đến Fanpage và website giúp theo dõi và cung cấp ngay thông tin khách hàng cần về văn phòng, căn hộ của công ty và tạo ra một mạng lưới phân phối kênh từ nguồn nhân lực sẵn có mà không phải tốn thêm chi phí.

**6. Một số hạn chế còn tồn tại trong hoạt động Marketing Online của công ty**

Bên cạnh những kết quả mà hoạt động Marketing Online mang lại thì hoạt động này vẫn còn tồn tại một số hạn chế. Những hạn chế phải kể đến như:

- Thứ nhất, việc đăng liên tiếp nhau và quá nhiều sẽ làm tin đăng bị trôi, như tin này đè lên tin kia làm cho khách hàng dễ dàng lướt qua bài đăng mà không để ý văn phòng, căn hộ của công ty đáp ứng nhu cầu của người khách đó.

- Thứ hai, điểm hạn chế mà doanh nghiệp mắc phải chính là tiêu đề và nội dung không có sự sáng tạo và đổi mới, gần như tất cả các bài viết đều có sự lặp lại một cách nhàm chán, không có sự khác biệt để thu hút khách hàng.

- Thứ ba, số lượng kênh triển khai chưa đa dạng, đa dạng nội dung và đây có thể là nguyên nhân dẫn đến việc chưa tiếp cận được nhiều khách hàng ở nhiều kênh thông tin khác nhau. Đối với điều này ở các đối thủ cạnh tranh khác trên thị trường lại có lợi thế khi làm tốt việc triển khai đa dạng kênh giúp cho thương hiệu và hình ảnh cũng như sản phẩm của doanh nghiệp đó được biết đến rộng rãi.

**7. Một số giải pháp và kiến nghị**

Thứ nhất, khi triển khai một nội dung quảng cáo nào đó trên mạng xã hội, nên đầu tư vào chất lượng của mỗi bài đăng để thu hút sự quan tâm từ khách hàng, thúc đẩy việc họ quyết định thuê sàn văn phòng. Việc có nhân sự hoặc thuê đối tác dựng content cho các quảng cáo nên được chú trọng. Bản thân các content được sử dụng ít nhất cũng cần phải tuân theo 1 số tiêu chuẩn cơ bản về thiết kế nội dung (chẳng hạn như Entertain – mang tính giải trí, Persuade – có tính thuyết phục, Inspire – truyền cảm hứng, Educate – mang tính giáo dục).

Về việc chọn kênh truyền thông để tập trung khai thác nguồn khách hàng tiềm năng cũng rất quan trọng trong việc tối ưu hoá chi phí bỏ ra cho các hoạt động Marketing Online. Theo đó, các số liệu báo cáo cho thấy 3 website có số lượng và thời gian truy cập cũng như là nguồn trỏ traffic về website chủ cao nhất là Google, Youtube và Facebook. Tuy nhiên hiện tại VNO còn thiếu tập trung đầu tư cho kênh Youtube mặc dù kênh này có tổng lưu lượng truy cập cao hơn cả Facebook. Vì vậy, trong tương lai cần có kế hoạch phát triển tập trung hơn nữa vào kênh này kể cả dưới hình thức chạy quảng cáo và xây dựng kênh.

**Bảng 2. Bảng xếp hạng các website được truy cập nhiều nhất Việt Nam 2023 (SimilarWeb)**

| Website | Tổng lưu lượng | Tổng khách truy cập | Thời gian mỗi lượt truy cập |
|---|---|---|---|
| Google | 1.19 tỷ | 56.1 triệu | 11 phút 28 giây |
| Youtube | 635 triệu | 32.3 triệu | 23 phút 26 giây |
| Facebook | 544 triệu | 37 triệu | 16 phút 58 giây |

Thứ hai, làm quảng cáo muốn đạt thành quả tốt thì cần có sự kiên trì, không phải chiến dịch quảng cáo nào cũng nhanh chóng mang lại hiệu quả cao. Việc làm truyền thông phải có định kỳ theo ngày, theo tuần hoặc theo tháng. Quảng cáo trên mạng xã hội không phải lúc nào cũng đạt được hiệu quả tức thì và chi phí để duy trì các hoạt động Marketing cùng lúc trên nhiều kênh online khác nhau cũng tương đối lớn. Nhất là việc xây dựng phương tiện truyền thông trên các nền tảng để tiếp thị sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp càng phải đầu tư thời gian dài hạn hơn. Do đó doanh nghiệp cần có kế hoạch và mục tiêu cụ thể về tổng thể và đồng thời chi tiết cho từng kênh, cũng như kiên trì trong các hoạt động và hoạch định/ kiểm soát chi phí chặt chẽ.

Thứ ba, để trách việc thông tin khách hàng bị đánh cắp, doanh nghiệp cần xây dựng hệ thống mạng nội bộ an toàn bằng cách thiết lập các phần mềm có tính năng bảo mật hiệu quả để giảm nguy cơ xâm nhập của các hacker. Các doanh nghiệp cần đầu tư các phần mềm bảo mật hiện đại và cập nhật nó liên tục, điều đó sẽ dễ dàng trong việc bảo mật thông tin khách hàng trước các nguồn tin tặc và lừa đảo. Công khai chính sách bảo mật cho khách hàng. Thành thật với khách hàng sẽ xây dựng được lòng tin của người tiêu dùng và cho họ thấy phần mềm bảo mật thông tin khách hàng của doanh nghiệp cực kì đáng tin cậy.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Bùi Thu Hà, *Marketing trực tuyến và ứng dụng của Marketing trực tuyến trong hoạt động thư viện thông tin*, truy cập ngày 5/12/2023, từ https://nlv.gov.vn/nghiep-vu-thu-vien/Marketingtruc-tuyen-va-ung-dung-cua-Marketing-truc-tuyen-trong-hoat-dong-thu-vien-thongtin.html
2. E-Marketing, truy cập ngày 5/12/2023, https://vi.wikipedia.org/wiki/E-Marketing
3. Chương 1: Cơ sở lý luận chung về Online Marketing, truy cập ngày 5/12/2023, từ https://repositoryapi.ntt.edu.vn/server/api/core/bitstreams/0004f29b-38c1-44bc-b616-88ed5b462ec3/content.
4. Simon Kemp (2022), *Digital 2022: Global Overview Report*, truy cập ngày 14/12/2022, https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report?utm_source=Global_Digital_Reports&utm_medium=Article&utm_campaign=Digital_2022
5. Sở kế hoạch đầu tư tỉnh Trà Vinh (2023), *Vietnam Digital Report*, truy cập 17/01/2024, http://tuvandoanhnghiep.travinh.gov.vn/vietnam-digital-report-2023/.

# THỰC TRẠNG NGUỒN NHÂN LỰC HOẠT ĐỘNG DU LỊCH NÔNG NGHIỆP: NGHIÊN CỨU TẠI HUYỆN PHONG ĐIỀN, THÀNH PHỐ CẦN THƠ

**Trương Trí Thông[1,*], Nguyễn Trọng Nhân[2], Nguyễn Huỳnh Phước Thiện[3]**
[1]Khoa Du lịch - Ngoại ngữ, Trường Cao đẳng Kiên Giang.
[2]Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn, Trường Đại học Cần Thơ.
[3]Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Tây Đô.
*Tác giả liên hệ, Email: ttthongcantho@gmail.com.

## TÓM TẮT

Huyện Phong Điền, thành phố Cần Thơ có nhiều tiềm năng phát triển loại hình du lịch nông nghiệp. Trong thời gian qua, du lịch nông nghiệp ở huyện Phong Điền (Cần Thơ) được phát triển mạnh mẽ và thu hút nhiều du khách. Thế nhưng, chất lượng nguồn nhân lực phục vụ hoạt động du lịch nông nghiệp trên địa bàn còn nhiều hạn chế và bị một số rào cản. Chính vì vậy, nghiên cứu này thực hiện đánh giá thực trạng nguồn nhân lực phục vụ hoạt động du lịch nông nghiệp ở huyện Phong Điền bằng phương pháp tổng hợp và phân tích dữ liệu thứ cấp, phỏng vấn sâu, phỏng vấn bằng bản câu hỏi và quan sát thực địa. Qua kết quả nghiên cứu cho thấy, chất lượng nguồn lao động tại các điểm du lịch nông nghiệp huyện Phong Điền có thái độ phục vụ du lịch tốt, nhưng còn hạn chế và rào cản về kiến thức, kỹ năng về du lịch; từ đó một số giải pháp được đề xuất nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực phục vụ hoạt động du lịch tại huyện Phong Điền trong thời gian tới.
*Từ khóa:* Du lịch nông nghiệp; huyện Phong Điền; nguồn nhân lực du lịch; thành phố Cần Thơ.

## 1. Tổng quan

Du lịch nông nghiệp (DLNN) được hiểu là hình thức tham gia của du khách tại các không gian sản xuất nông nghiệp nhằm thỏa mãn các nhu cầu ngắm cảnh, trải nghiệm một phần hay toàn bộ hoạt động văn hóa nông nghiệp, tìm hiểu các giá trị tự nhiên và nhân văn, đồng thời góp phần gia tăng lợi ích về kinh tế và nhiều lợi ích khác cho các bên liên quan (Châu & Bảo, 2021). DLNN có vai trò to lớn trong việc mang lại lợi ích về kinh tế, văn hoá - xã hội, môi trường (Mastronardi và cộng sự, 2015), phát triển bền vững vùng nông thôn và nền nông nghiệp (Tiraieyari & Hamzah, 2012). Vì vậy, DLNN đã và đang được nhiều quốc gia trên thế giới chú trọng khai thác và phát triển, trong đó có Việt Nam.

Đối với DLNN, ngoài tài nguyên du lịch, cơ sở hạ tầng, quảng bá xúc tiến,… thì nguồn nhân lực là yếu tố rất quan trọng cho phát triển của một điểm đến DLNN (Anh và cộng sự, 2023) bởi vì chất lượng nguồn lao động có ảnh hưởng tích cực đến sự phát triển DLNN (Nhân, 2023). Theo Mastronardi và cộng sự (2015), chỉ có người nông dân mới có thể thực hiện DLNN, và đối tượng tham gia tổ chức DLNN có thể là chủ hộ, nhà vườn, chủ rừng, chủ trang trại, chủ cơ sở sản xuất nông nghiệp,... (Thi và cộng sự, 2020; Cảnh, 2020). Do nguồn nhân lực hoạt động trong DLNN chủ yếu là người nông dân nên khi chuyển từ hoạt động nông nghiệp sang hoạt động dịch vụ, những người nông dân thường gặp phải một số yếu tố rào cản và hạn chế (Koutsouris và cộng sự, 2014) như thiếu các kỹ năng phù hợp trong phục vụ du lịch (Busby & Rendle, 2000), không có kinh nghiệm hoặc không được đào tạo trước về du lịch (Koutsouris và cộng sự, 2014), cũng

như vấn đề tuổi tác của những người nông dân thường cao (Koutsouris, 2008),… Do đó, để phát triển DLNN được hiệu quả và bền vững, cần tập trung cải thiện và nâng cao năng lực phục vụ của nguồn nhân lực du lịch tại các điểm đến nông nghiệp là rất cần thiết.

Chính vì vậy, nhằm mục đích nâng cao năng lực phục vụ DLNN của nguồn nhân lực ở vùng nông thôn, nghiên cứu thực hiện đánh giá thực trạng nguồn nhân lực phục vụ hoạt động DLNN với nghiên cứu điển hình ở huyện Phong Điền - một trong những điểm đến DLNN nổi bật ở thành phố Cần Thơ (TPCT) nói riêng và vùng đồng bằng sông Cửu Long nói chung, qua đó nghiên cứu đề xuất một số giải pháp phát triển nguồn nhân lực du lịch tại địa bàn nghiên cứu thông qua kết quả đánh giá thực trạng. Kết quả nghiên cứu có ý nghĩa thực tiễn rất lớn trong việc cung cấp cơ sở khoa học cho các bên liên quan trong phát triển DLNN tại huyện Phong Điền, để từ đó phát triển nguồn nhân lực phục DLNN nơi đây được hiệu quả và bài bản.

## 2. Phương pháp

### *2.1 Phương pháp thu thập dữ liệu thứ cấp*

Dữ liệu thứ cấp được thu thập từ các sách, báo, tạp chí khoa học dưới dạng bản in hoặc tài liệu điện tử, Internet,… có nội dung liên quan đến du lịch tại điểm đến nông nghiệp, nông thôn, DLNN như "Đề án Phát triển du lịch nông nghiệp trên địa bàn TPCT giai đoạn 2021-2025, tầm nhìn đến 2030", "Quy hoạch phát triển nông nghiệp, nông thôn TPCT đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030", Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch vùng đồng bằng sông Cửu Long đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030", "Chiến lược phát triển sản phẩm du lịch Việt Nam đến năm 2025, định hướng đến năm 2030",… Dữ liệu sau khi được thu thập, phương pháp pháp phân tích và tổng hợp được sử dụng phân tích dữ liệu thứ cấp nhằm mục đích phục vụ nội dung nghiên cứu.

### *2.2 Phương pháp phỏng vấn sâu*

Nghiên cứu phỏng vấn sâu lấy ý kiến của công ty du lịch lữ hành tại địa bàn TPCT (08 đại diện của 08 công ty du lịch lữ hành), 08 nhà khoa học trong lĩnh vực du lịch và 05 hộ dân kinh doanh, hoạt động DLNN với kỹ thuật phỏng vấn bán cấu trúc. Theo Creswell (2007), phỏng vấn từ 20 - 30 đáp viên đạt được sự bão hòa thông tin, do đó, với số lượng 21 đáp viên đủ để thoã mãn điều kiện trên. Thông tin về đối tượng phỏng vấn sâu được thể hiện ở Bảng 1.

**Bảng 1. Thông tin đối tượng phỏng vấn sâu**

| Thông tin đáp viên | | Nhà khoa học | Công ty lữ hành | Hộ dân hoạt động DLNN |
|---|---|---|---|---|
| Giới tính | Nam | 4/8 (50,0%) | 7/8 (87,5% | 4/5 (80,0%) |
| | Nữ | 4/8 (50,0%) | 1/8 (12,5%) | 1/5 (20,0%) |
| Độ tuổi | Từ 18 đến 29 tuổi | 1/8 (12,5%) | 2/8 (25,0%) | 1/5 (20,0%) |
| | Từ 30 đến 41 tuổi | 5/8 (62,5%) | 5/8 (62,5%) | 1/5 (20,0%) |
| | Từ 42 đến 53 tuổi | 1/8 (12,5%) | 1/8 (12,5%) | 1/5 (20,0%) |
| | Trên 53 tuổi | 1/8 (12,5%) | 0/8 (0%) | 2/5 (40,0%) |
| Trình độ học vấn | Trung học phổ thông trở xuống | 0/8 (0%) | 0/8 (0%) | 3/5 (60,0%) |
| | Trung cấp | 0/8 (0%) | 0/8 (0%) | 0/5 (0%) |
| | Cao đẳng | 0/8 (0%) | 0/8 (0%) | 1/5 (20,0%) |
| | Đại học | 2/8 (25,0%) | 5/8 (62,5%) | 1/5 (20,0%) |
| | Sau đại học | 6/8 (75,0%) | 3/8 (37,5%) | 0/5 (0%) |

*(Nguồn: Kết quả phỏng vấn năm 2023)*

### *2.3 Phương pháp phỏng vấn bằng bản câu hỏi*

Nghiên cứu thu thập dữ liệu sơ cấp từ du khách thông qua bản câu hỏi được thiết kế với các nội dung liên quan đến năng lực phục vụ của nguồn nhân lực tại điểm DLNN ở huyện Phong Điền. Sau khi bản câu hỏi được thiết kế, nhóm nghiên cứu tiến hành khảo sát ý kiến du khách

bằng phương pháp phi xác xuất, cụ thể là phương pháp chọn mẫu thuận tiện trong thời gian phỏng vấn từ 19/8/2023 đến 4/9/2023 tại các địa điểm DLNN như vườn ca cao Mười Cương, lò bánh hỏi mặt võng Út Dzách, các điểm vườn trái cây,…. Kết quả có 157 quan sát được thu thập đảm bảo độ tin cậy. Dữ liệu được xử lý bằng phần mềm SPSS 25.0 với phương pháp thống kê mô tả dưới dạng tỷ lệ phần trăm và giá trị trung bình. Trong 157 du khách, du khách nữ chiếm 56,7%, còn lại du khách nam có tỷ lệ 43,3%. Đồng thời, du khách có độ tuổi từ 18 đến 29 tuổi có tỷ lệ cao nhất (45,2%), kế đến là du khách có đội tuổi từ 30 đến 41 tuổi (29,9%), độ tuổi từ 42 đến 53 tuổi và trên 53 tuổi chiếm tỷ lệ không cao (lần lượt tương ứng là 16,6% và 8,3%). Về trình độ học vấn, du khách đa số có trình độ học vấn cao với trình độ đại học chiếm 38,2%, cao đẳng chiếm 29,9%, trung cấp là 14,6%, sau đại học là 12,1% và trung học phổ thông trở xuống chỉ có 5,1%.

### *2.4. Phương pháp quan sát thực địa*

Để đánh giá được thực trạng nguồn nhân lực phục vụ hoạt động DLNN ở huyện Phong Điền và đề xuất các giải pháp ở địa bàn nghiên cứu được hợp lý và thiết thực hơn, nhóm nghiên cứu còn sử dụng phương pháp quan sát thực địa. Nhóm nghiên cứu đã thực hiện quan sát thực địa nguồn nhân lực phục vụ du lịch tại các điểm tham quan, DLNN ở huyện Phong Điền như vườn ca cao Mười Cương, cơ sở sản xuất bánh hỏi Út Dzách, vườn trái cây Vàm Xáng, vườn trái cây 9 Hồng, vườn dâu, vườn chôm chôm, làng du lịch Ông Đề,… với số lần quan sát là 05 lần (lần 01 vào ngày 28/7/2023, lần 02 vào ngày 12/8/2023, lần 03 vào ngày 26/8/2023, lần 04 vào ngày 03/9/2023 và lần thứ 5 vào ngày 23/12/2023).

## 3. Kết quả và thảo luận

### *3.1 Thực trạng nguồn nhân lực phục vụ hoạt động du lịch nông nghiệp tại huyện Phong Điền, thành phố Cần Thơ*

Để có điểm đến DLNN tốt, đòi hỏi nguồn nhân lực đảm bảo về số lượng, cơ cấu và chất lượng, có kiến thức, năng lực và thái độ tốt đáp ứng tiêu chuẩn kỹ năng nghề khu vực và thế giới, cũng như đáp ứng yêu cầu về sức khỏe, kiến thức, kỹ năng quản lý, kỹ năng nghề nghiệp; trình độ ngoại ngữ hướng tới đạt chuẩn; phong cách, đạo đức đạt mức độ tinh tế và nhạy cảm trong phục vụ và giao tiếp (Cương, 2023). Theo khảo sát và quan sát thực địa, phần lớn chủ hộ hoạt động DLNN là nam với vai trò chủ yếu là hướng dẫn khách tham quan vườn và giới thiệu về vườn cây trái, còn nữ sẽ tham gia vào hoạt động sản xuất phục vụ du khách như pha chế thức uống, nấu ăn, hướng dẫn làm bánh,… Ngoài ra, do nguồn nhân lực tại các điểm DLNN chủ yếu xuất thân từ nông dân ở vùng nông thôn nên học vấn nằm ở mức trung bình, chủ yếu từ THPT trở xuống (60%), trình độ cao đẳng và đại học tương đối ít. Vì vậy, đây cũng là một phần trở ngại trong tiếp thu những kiến thức và kỹ năng về hoạt động du lịch khi được tập huấn và đào tạo.

Theo nghiên cứu thực tế cho thấy, hoạt động DLNN tại các nhà vườn, hộ dân ở Phong Điền (TPCT) chủ yếu là người nông dân, nguồn lao động gia đình; do đó, kiến thức và kỹ năng về du lịch nói chung và DLNN nói riêng còn yếu như *"người dân chưa có hiểu biết nhiều về du lịch, chưa nhận định đúng về lợi ích du lịch đem lại, kiến thức du lịch còn hạn chế; chưa chuyên nghiệp, chưa qua đào tạo chuyên môn về du lịch, chưa được/thiếu đào tạo bài bản về du lịch, nguồn nhân lực chưa có kinh nghiệm"* (Phỏng vấn sâu, năm 2023). Điều này giống với nhận định chung về đặc điểm nguồn nhận lực DLNN của Busby & Rendle (2000) và Koutsouris và cộng sự (2014). Không những vậy, một trong những kênh thông tin mà có thể truyền tải thông tin, quảng bá điểm đến DLNN nói riêng, du lịch nói chung đến du khách nhanh và hiệu quả, đó là mạng xã hội; thế nhưng hoạt động quảng bá thông tin du lịch trên mạng xã hội rất hạn chế, chỉ có một vài hộ kinh doanh du lịch hoạt động trên Facebook, một số cơ sở lớn thì có thêm kênh Youtube, Facebook, Tiktok và trang Website; đây cũng là một hạn chế về mặt kỹ năng marketing cần được xem xét kỹ. Ngoài ra, đặc điểm nguồn nhân lực phục vụ DLNN ở huyện Phong Điền giống với nhận định của Koutsouris (2008) là *"đa số độ tuổi trung niên, lớn tuổi"* nên năng lực phục vụ du

lịch và khả năng lĩnh hội rất hạn chế, chủ yếu phục vụ du khách theo năng lực vốn có và phong cách hằng ngày như hoạt động sinh hoạt tại gia đình. Theo khảo sát, lao động tại các điểm DLNN có độ tuổi trung bình là 49 tuổi, trong đó trẻ nhất là 23 tuổi và lớn nhất là 73 tuổi, có thể thấy độ tuổi lao động của các điểm DLNN ở độ tuổi khá cao. Bên cạnh đó, theo đánh giá của du khách, kỹ năng của người lao động ở điểm du lịch chưa thành thạo công việc (M=3,34), người lao động ở điểm du lịch chưa hướng dẫn và giải đáp tận tình cho du khách (M=3,29), một số du khách còn cho rằng*"Chúng tôi không tìm hiểu được nhiều vì không có ai giải thích thao tác. Thật đáng tiếc"*. Một số điểm DLNN có thuê nguồn lao động trẻ để đón tiếp và hướng dẫn du khách, tuy nhiên một số nhân viên thiếu kinh nghiệm và kiến thức về các giống cây trồng hoặc vật nuôi trong vườn, dẫn đến khi du khách hỏi thông tin thì không thể giải đáp tận tình (Thông & Nhân, 2023). Đồng quan điểm đó, các công ty lữ hành cũng đánh giá nguồn nhân lực phục vụ DLNN ở huyện Phong Điền, TPCT *"chưa lành nghề, các hoạt động đón tiếp khách phần lớn còn mang tính tự phát"* (Phỏng vấn sâu, năm 2023).

Ngoài ra, khá ít hộ dân hoạt động DLNN ở huyện Phong Điền có năng lực về ngoại ngữ để giao tiếp lưu loát với du khách khi thuyết minh, giới thiệu hoặc hướng dẫn du khách tham quan, một hộ dân được phỏng vấn cho biết *"các hộ dân hoạt động du lịch ở đây chủ yếu là tự làm, không có biết gì về ngoại ngữ, rất hiếm hộ biết được tiếng nước ngoài như Tiếng Anh, một chút tiếng Pháp để có thể giao tiếp được với khách"* (Phỏng vấn sâu, năm 2023). Đa số bản thân các hộ dân hoạt động trong lĩnh vực DLNN cũng nhìn nhận thấy thấy hạn chế của mình *"không biết tiếng Anh, không biết người nước ngoài họ nói gì, không biết ngoại ngữ để nói với các khách đi dạng lẻ, chỉ chủ yếu sử dụng chức năng dịch thông qua điện thoại"* (Phỏng vấn sâu, năm 2023). Chính vì vậy, trong thời gian tới cần có những giải pháp để nâng cao năng lực ngoại ngữ của các hộ dân hoạt động trong lĩnh vực du lịch tại cơ sở sản xuất nông nghiệp.

Về thái độ phục vụ, theo kết quả phỏng vấn sâu cho thấy, tính cách của người nông dân tại các điểm nông nghiệp gắn với du lịch ở huyện Phong Điền là nét thu hút du khách và là lợi thế giúp phát triển DLNN *"tính cách con người chất phác, vui vẻ, nhiệt tình"* (Phỏng vấn sâu, năm 2023). Cách phục vụ hiện nay của các hộ dân hoạt động du lịch ở huyện Phong Điền có tính gần gũi, thân mật, dễ tạo sự gắn kết giữa du khách với chủ vườn (Trang và cộng sự, 2019). Theo khảo sát thực tế cho thấy, đội ngũ phục vụ du lịch gắn với nông nghiệp ở huyện Phong Điền được du khách đánh giá khá cao với *"sự thân thiện, cẩn thận chỉ dẫn, vui tính, nhiệt tình, nồng hậu"* (Phỏng vấn sâu, năm 2023). Tuy nhiên, theo đánh giá của du khách sự thân thiện, lịch sự, cởi mở của người lao động ở một số điểm DLNN chưa tốt (M=3,29).

***Tóm lại,*** nguồn nhân lực phục vụ hoạt động DLNN ở huyện Phong Điền, TPCT có thái độ phục vụ khá tốt, niềm nở, nhiệt tình chào đón du khách, bởi đây là một trong những tính cách đặc trưng của người nông dân. Tuy nhiên, kiến thức và kỹ năng phục vụ du lịch của người dân còn yếu và hạn chế do người dân chủ yếu chuyển từ hoạt động sản xuất sang hoạt động du lịch, hạn chế nhất vẫn là năng lực về ngoại ngữ. Do đó, trong thời gian tới, cơ quan quản lý nhà nước về du lịch các cấp cần chú trọng đến vấn đề này trong phát triển DLNN.

### *3.2 Giải pháp phát triển nguồn nhân lực phục vụ du lịch nông nghiệp tại huyện Phong Điền, thành phố Cần Thơ*

Thứ nhất, rà soát năng lực du lịch và nhu cầu học tập, nâng cao trình độ về du lịch của nguồn lao động. Do nguồn lao động là người trực tiếp tham gia vào quá trình cung cấp và phục vụ khách du lịch, chính vì vậy chỉ có bản thân họ mới biết được mình cần gì. Do đó, cơ quan quản lý nhà nước về du lịch và chính quyền địa phương cần khảo sát về nhu cầu đào tạo của các hộ/điểm DLNN để có thể đáp ứng được nguyện vọng, phù hợp với thực tế của các điểm tham quan DLNN, tránh trường hợp đào tạo lãng phí.

Thứ hai, thường xuyên đào tạo, tập huấn nguồn lao động tham gia vào hoạt động và phục vụ DLNN. Theo khảo sát các hộ dân hoạt động DLNN tại huyện Phong Điền, các khoá tập huấn,

đào tạo được diễn ra định kỳ hằng năm và đa dạng về nghiệp vụ đào tạo, nhưng thường dành cho các hộ đang hoạt động du lịch, trong khi đó các hộ chuẩn bị tham gia vào hoạt động DLNN chưa được tiếp cận. Vì vậy, cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở địa phương cần có những khoá đào tạo về kiến thức và kỹ năng về DLNN dành cho các hộ dân từ khi bắt đầu đăng ký hoạt động du lịch, đây là điều bắt buộc khi các hộ dân muốn tham gia vào hoạt động DLNN tại địa phương. Điều này sẽ tốt hơn các khoá dành cho các hộ đang hoạt động bởi vì có như vậy các hộ dân sẽ có định hướng phát triển và hoạt động sẽ được bài bản từ ban đầu. Các khoá đào tạo, tập huấn và bồi dưỡng về du lịch và DLNN cần có như quy tắc ứng xử trong hoạt động du lịch, giao tiếp ngoại ngữ cơ bản, đón tiếp và phục vụ khách, du lịch có trách nhiệm,...

Thứ ba, hướng dẫn nguồn nhân lực tham gia và thực hiện DLNN. Phần lớn nguồn nhân lực tham gia vào hoạt động du lịch chủ yếu là nguồn lao động tại địa phương, người nông dân, vì vậy họ chưa biết phải làm gì khi tham gia vào hoạt động DLNN cũng như phục vụ khách. Vì thế, cơ quan quản lý nhà nước về du lịch và chính quyền địa phương cần có những hướng dẫn cụ thể, cần biên soạn cẩm nang về DLNN để những hộ dân, người lao động có căn cứ để thực hiện được chuẩn xác. Các cơ quan chức năng, chính quyền địa phương cần mời các chuyên gia, công ty du lịch lữ hành, các hộ hoạt động DLNN có kinh nghiệm đến chia sẻ và hướng dẫn người dân khi tham gia vào DLNN.

Thứ tư, tăng cường hoạt động tuyên truyền cho người dân và người tham gia vào hoạt động DLNN. Cần có những hoạt động tuyên truyền nhằm nâng cao nhận thức, trách nhiệm của bản thân nguồn lao động trong hoạt động du lịch, đặc biệt nêu lên những lợi ích khi tham gia vào hoạt động du lịch, lợi ích khi đáp ứng và phục vụ tốt du khách,…

Thứ năm, nâng cao khả năng quảng bá và chuyển đổi số cho nguồn nhân lực hoạt động du lịch. Đa số nguồn nhân lực phục vụ DLNN chủ yếu là người nông dân, người lớn tuổi và có trình độ đa số từ trung học phổ thông trở xuống. Do đó, việc chuyển đổi từ làm nông sang kinh doanh dịch vụ du lịch là hết sức khó khăn, nhất là trong hoạt động truyền thông, quảng bá du lịch còn rất hạn chế. Vì thế, cơ quan quản lý nhà nước về du lịch và chính quyền địa phương cần tổ chức tập huấn cho người dân về hoạt động quảng bá hình ảnh du lịch của hộ kinh doanh, điểm đến DLNN, đặc biệt là khả năng chuyển đổi số trong du lịch, Digital marketing, quảng bá truyền thông trên các trang mạng xã hội,…

## 4. Kết luận

Nguồn nhân lực có vai trò quan trọng trong phát triển du lịch nói chung và DLNN nói riêng. Huyện Phong Điền, TPCT có nhiều điều kiện và tiềm năng phát triển DLNN. Để DLNN huyện Phong Điền được phát triển hiệu quả, bài bản và bền vững, ngoài việc đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng, khai thác nguồn tài nguyên du lịch hợp lý thì phải cần nâng cao chất lượng nguồn nhân lực tham gia vào quá trình hoạt động DLNN. Do đó, nghiên cứu này được thực hiện với mục đích đánh giá thực trạng nguồn nhân lực tham gia vào hoạt động DLNN bằng các phương pháp khác nhau như quan sát thực địa, tổng hợp và phân tích dữ liệu thứ cấp, khảo sát bằng bản câu hỏi, phỏng vấn sâu. Qua nghiên cứu cho thấy, nguồn nhân lực tại điểm đến DLNN Phong Điền được các bên liên quan đánh giá cao về thái độ phục vụ, nhưng về kiến thức và kỹ năng phục vụ du khách còn rất hạn chế, nhất là ngoại ngữ. Qua đó, để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực phục vụ du khách tại điểm đến DLNN huyện Phong Điền, TPCT, các bên liên quan cần rà soát năng lực du lịch và nhu cầu học tập, nâng cao trình độ về du lịch của nguồn lao động; thường xuyên đào tạo, tập huấn nguồn lao động tham gia vào hoạt động và phục vụ DLNN; hướng dẫn nguồn nhân lực tham gia và thực hiện DLNN; tăng cường tuyên truyền cho người dân, người tham gia vào hoạt động DLNN; nâng cao khả năng quảng bá và chuyển đổi số cho nguồn nhân lực hoạt động du lịch. Với những đề xuất trên, hy vọng nguồn nhân lực du lịch nói riêng và DLNN Phong Điền nói chung trong thời gian tới phần nào sẽ có những chuyển biến tích cực, nâng cao sự hài lòng và lòng trung thành của du khách.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Anh, N. T. Q., Thao, T. Đ. & Nhuần, N. H. (2023). Tổng quan kinh nghiệm quốc tế và những cơ hội, thách thức đối với phát triển du lịch nông nghiệp ở Việt Nam. *Tạp chí Khoa học Nông nghiệp Việt Nam, 21*(6), 794-803.
2. Busby, G., & Rendle, S. (2000). The transition from tourism on farms to farm tourism. *Tourism management, 21*(6), 635-642.
3. Cảnh, Đ. N. (2020). Phát triển du lịch nông nghiệp ở thành phố Cần Thơ. *Hội thảo Khoa học Phát triển du lịch nông nghiệp ở Đồng bằng sông Cửu Long trong mối quan hệ liên kết vùng theo định hướng phát triển bền vững giai đoạn 2020 – 2030 (trang 20-33)*. Nhà xuất bản Đại học Quốc gia thành phố Hồ Chí Minh.
4. Châu, H. N. M. & Bảo, H. T. Thực trạng hoạt động du lịch nông nghiệp tại Cồn Chim - Trà Vinh. *Tạp chí Phát triển Khoa học và Công nghệ - Khoa học Xã hội và Nhân văn, 5*(4),1315-1322.
5. Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (2nd edn.)*. SAGE Publications: US.
6. Cương, Đ. M. (2023). Các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển du lịch nông nghiệp, nông thôn trên địa bàn thành phố Hà Nội. *Hội thảo khoa học Xây dựng tiêu chí đánh giá phát triển du lịch nông nghiệp, nông thôn theo hướng tăng trưởng xanh và bền vững trên địa bàn thành phố Hà Nội* (trang 13-37).
7. Koutsouris, A. (2008). The battlefield for (sustainable) rural development: The case of Lake Plastiras, Central Greece. *Sociologia ruralis, 48*(3), 240-256.
8. Koutsouris, A., Gidarakou, I., Grava, F., & Michailidis, A. (2014). The phantom of (agri) tourism and agriculture symbiosis? A Greek case study. *Tourism Management Perspectives, 12*, 94-103.
9. Mastronardi, L., Giaccio, V., Giannelli, A., & Scardera, A. (2015). Is agritourism eco-friendly? A comparison between agritourisms and other farms in Italy using farm accountancy data network dataset. *SpringerPlus, 4*(1), 1-12.
10. Nhân, T. N. (2023). Các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển du lịch nông nghiệp ở thành phố Cần Thơ. *Hội thảo Khoa học Quốc tế Phát triển bền vững ngành Du lịch vùng Nam Bộ trong bối cảnh mới* (trang 94-103). Nhà xuất bản Lao động.
11. Sirakaya-Turk, E., Uysal, M., Hammitt, W. & Vaske, J. J. (2011), *Research Moethods for Leisure, Recreation and Tourism*. Cambridge University Press: UK.
12. Thi, N. Q., Van Tuyen, H., Linh, N. T., Viet, D. H., & Anh, T. T. M. (2020). Potential of Agri-Tourism in Vo Nhai District, Thai Nguyen Province. *TNU Journal of Science and Technology, 225*(03), 133-142.
13. Thông, T. T. & Nhân, N. T. (2023). Phát triển du lịch nông nghiệp huyện Phong Điền, thành phố Cần Thơ qua kinh nghiệm một số quốc gia và địa phương ở Việt Nam. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Bạc Liêu, 1*(9), 84-96.
14. Tiraieyari, N., & Hamzah, A. (2012). Agri-tourism: Potential opportunities for farmers and local communities in Malaysia. *African journal of agricultural research, 6*(31), 4357-4361.
15. Trang, T. T. K, Lộc, T. T., Hiệu, L. V. & Xuân, D. T. (2019). Phát triển sản phẩm du lịch cộng đồng tại huyện Phong Điền, thành phố Cần Thơ. *Tạp chí Nghiên cứu khoa học và Phát triển kinh tế Trường Đại học Tây Đô, số chuyên đề*, 155-164.

# PHÂN BAN
# TIẾNG ANH

# THE EMPLOYMENT OF ESP VOCABULARY LEARNING STRATEGIES OF NON ENGLISH MAJORS AT VIETNAM AVIATION ACADEMY

**Tran Thi Hong Phuc[1,2*], Nguyen Thi Kieu Thu[3]**
[1]Institute of Postgraduate Studies, HUTECH University.
[2]Training Department, Vietnam Aviation Academy, Ho Chi Minh City.
[3]Faculty of English Language, HUTECH University.
*Corresponding author, Email: phuctth@vaa.edu.vn.

## ABSTRACT

Although developing vocabulary is essential to studying English, vocabulary development was overlooked in the study of foreign languages. Language instructors should motivate their students to acquire as many words as they can in order to enhance their communicative abilities. Therefore, the goal of this work is to add to the body of knowledge regarding the application of English for Specific Purposes (ESP) vocabulary learning processes. Students in this course should realize the value of language learning techniques and receive instruction on how to apply them effectively. The article investigates the different vocabulary learning strategies (VLSs) utilized by Vietnam Aviation Academy (VAA) undergraduate non-English majors at Vietnam Aviation Academy (VAA). In addition, ESP is a variation of English, both General English and ESP could benefit from the use of the VLSs. A modification of the taxonomy of vocabulary acquisition methods proposed by Gu and Johnson (1996), which includes the following categories: (1) beliefs about vocabulary learning, (2) metacognitive regulation, (3) guessing strategies, (4) dictionary strategies, (5) note-taking strategies, 6) Memory Strategies, 7) Activation strategies 8) sources, and 9) Anxiety and Motivation were used in this study. A questionnaire containing forty eight items was administered to a pool of 90 students at VAA, who were currently taking an English reading class. The findings showed that the learners used different strategies for learning vocabulary. In conclusion, the paper will discuss some pedagogical concerns for vocabulary learning in an EFL context as well as the implications of the results.
*Key words*: Non-English majors; ESP vocabulary learning; vocabulary learning strategies (VLSs); Gu and Johnson's vocabulary learning strategy questionnaire (VLSQ).

## 1. Introduction

English is one of the languages that is utilized in cross-cultural and international interactions around the globe. Many universities have given priority to teach English due to its global a prominent and perception as the language of the world. English is widely utilized as the global lingua franca not just for international communication, but also in education and tourism. according to Rao (2009), The aspects of people's lives, including computer science, business, tourism, technology, culture, and international communication, are significantly enhanced . English for Specific Purposes (ESP) has been recognized as one of the most crucial components of EFL training since the early 1960s.

The definition of ESP according to Dudley-Evans (1998) is "meeting the demands of students throughout the basic methodology and activities that the fields of study serve." As a result, learning English is required for university admissions. This is especially true for learning ESP with a variety of occupations, which may be used for particular academic or professional objectives in communication. Particularly in universities where students need to

acquire both professional and academic abilities to succeed in their future careers, ESP courses have increased in prominence. Nevertheless, Students in this circumstance have had a very hard time understanding the ESP method. "Learning ESP vocabulary is an important part of ESP training."Whenever the students have mastered the 2000–3000 general vocabulary conditions, it is suggested to focus vocabulary learning on particular fields.

The majority of second-language learners are aware that expanding their vocabulary is a crucial component of their learning process. Especially students who are advanced English language learners for specific purposes—a large vocabulary is crucial For ESL/EFL. According to Nation, "It is wise to direct vocabulary learning to more specialized areas when learners have mastered the 2000---3000 words of general usefulness in English (Nation, 2001, p.187)." In addition, students must understand the different categories of vocabulary terms and which ones require more attention. When should these key terms be covered in class, and when should students study independently? This has a direct bearing on the lesson plans and activities that the teacher needs to prepare for the students.

In recent years, Vietnam Aviation Academy's non-English major students have found that acquiring ESP is crucial and prepares them for their future careers. English for Translation and Interpretation, English for Teaching, and English for Transportation are the three ESP courses that have been completed at VAA. At VAA in 2010, English for Transportation (TET) is the most desirable language. Therefore, ESP knowledge is crucial for those employed in the transportation industry. Furthermore, the TET program at VAA attempts to develop future human resources for the transportation industry in Vietnam by teaching them in specialized TET categories in addition to English competence. Consequently, seeks to examine whether English is inadequate for the Transportation course in order to utilize ESP.

The most important objective of this research is to investigate the vocabulary learning procedures used by non-English majors studying English language at Vietnam Aviation Academy, as reported by Gu and Johnson (1996 in Nation, 2001). It also looks at the vocabulary learning strategies they use, the ones that they report using the most and the least, and how often they use these strategies overall. The study will investigate the following research question.

*What are the vocabulary learning strategies (VLSs) that non-English majors at Vietnam Aviation Academy use*?

## 2. Literature review

A vital aspect of language ability is vocabulary, so expanding vocabulary is essential to being able to communicate successfully. For language learners, expanding their vocabulary is a crucial and in progress task. Language learners need to utilize techniques to expand their vocabulary and learn new lexical elements. The application of suitable tactics distinguishes proficient learners from beginners in various academic fields. Students need to be taught a variety of vocabulary learning strategies in order to be successful language learners since they acquire words in different ways. VLSs are thought to be significant in vocabulary development and have drawn a lot of interest in the field of second language learning (Schmitt, 2000).

All learning strategies, including VLSs, have the advantage of empowering students to take control of their own learning and gain knowledge for themselves. Furthermore, VLSs can help students of all languages learn a great deal of new vocabulary (Nation, 2001). A variety of processes, including consciously noticing new vocabulary items, selectively attending, and storing into long-term memory, are all part of explicit vocabulary learning that VLSs support (Ellis, 1994). According to Gu and Johnson (1996), students who use selective attending techniques could be aware of the terms that they need to acquire in order to understand the section. When using self-initiation procedures, learners can make use of many approaches to comprehend vocabulary items. VLSs make the process of learning new vocabulary easier, so if students are given a range of them, they should have no trouble handling vocabulary items

that are unknown or new to them. VLSs, however, might not be thought of as inherently advantageous. Learner characteristics, learning context, and competency level are just a few of the variables that could affect how effective the tactics are. Schmidt, 1997. Numerous factors can affect how often and which VLS interns students choose to employ (1989). According to Catalán (2003), vocabulary acquisition strategies fall under a specific group of language learning strategies. They are described by Oxford (1990, p. 8) as "the activities utilized by the learner to aid. Vocabulary learning strategies (VLSs) are "the actions that learners take to help themselves understand and remember vocabulary items," according to Cameron (2001, p. 92). The expansion of the vocabulary is crucial to achieving language competency since it plays a major role in the ability to have productive conversations. Language learners constantly struggle to expand their vocabulary. In order to expand their vocabulary and acquire new lexical items, language learners must employ various tactics. In many learning domains, the application of appropriate strategies allows for the differentiation of proficient learners from novices. People acquire words in different ways, therefore in order to help them become successful language learners, educators must teach them a variety of vocabulary learning approaches. The techniques employed by the student to support the gathering, storing, retrieving, and application of knowledge (vocabulary). Vocabulary learning strategies (VLSs) are defined as "the acts that learners take to help themselves understand and remember vocabulary items" by Cameron (2001, p. 92).

Schmitt's taxonomy (1997) provides a comprehensive compilation of vocabulary learning strategies. Schmitt created a new category called determination strategies by combining Oxford's social, memory, cognitive, and metacognitive strategies. Learners can use this category to look up new words' definitions on their own without consulting a dictionary. Therefore, utilizing the context, their comprehension of language structure, and reference materials, students try to determine the meaning of a new word. Schmitt's VLSs are categorized into two groups: methods for learning new words and strategies for reinforcing their meaning when students encounter them again. Schmitt includes social tactics in both groups because, in his opinion, they can be used for either goal.

Schmitt's taxonomy (1997) provides a comprehensive compilation of vocabulary learning strategies. Schmitt created a new category called determination strategies by combining Oxford's social, memory, cognitive, and metacognitive strategies. Learners can use this category to look up new words' definitions on their own without consulting a dictionary. Therefore, utilizing the context, their comprehension of language structure, and reference materials, students try to determine the meaning of a new word. Schmitt's VLSs are categorized into two groups: methods for learning new words and strategies for reinforcing their meaning when students encounter them again. Schmitt includes social tactics in both groups because, in his opinion, they can be used for either purpose.

Gu and Johnson's taxonomy would serve as the theoretical foundation for this study's examination of the use of non-English majors at VAA, since Schmitt's taxonomy has been widely used in numerous studies on the subject. It was recommended by Noorizah Mohd Noor and Zaini Amir that a modified version of Gu and Johnson's taxonomy would be better appropriate for the study's setting. The final five categories in the updated edition have been changed as follows, however the first five are still the same: 6) Memory Strategies, 7) Activation strategies 8) sources, and 9) Anxiety and Motivation.

## 3. Research Methodology

### *3.1 Participants*

Fortunately, 90 undergraduate Vietnam Aviation Academy (VAA) students were chosen to participate in this study. Ninety-one students, ranging in age from eighteen to twenty-four, were involved in the study; 57 (63.3%) were female students and 33 (36.7%) were male. They had spent at least five years studying English as a second language.

### *3.2 Instruments*

The Vocabulary Learning Strategies Questionnaire (VLSQ) (1996), which was modified and made suitable for the study's objectives by Noorizah Mohd. Noor and Zaini Amir, was the tool utilized to gather data for the current investigation. The VLSQ was employed to reveal the types of vocabulary learning strategies that the participants were using, as well as the frequency with which they were using them. It also revealed the overall usage of the vocabulary learning strategies that the participants had selected. However, the VLSQ was modified to take into account the participants' competency level and learning environment. There were two components to the written questionnaire. The participants' personal information was covered in the first segment, and their vocabulary acquisition strategies were recorded in the second half using 48 items. Using a Likert-scale questionnaire with five options for each question—"Strongly disagree" (1), "Disagree" (2), "Unsure" (3), "Agree" (4), and "Strongly agree" (5)—they were asked to rate how often they used the VLS. The eight categories listed in the section above on the literature review were subclassified into the 48 questions. SPSS version 26 was utilized for data analysis, specifically for descriptive statistics.

**Findings of the Study**

The questionnaire's results were displayed in the following tables:

According to the statistics, memorization (65.6%) and repetition (77.8%) are two methods that EFL learners think can help them learn vocabulary. Conversely, almost 83.3% of respondents said that it would be beneficial to be informed of or retain many definitions for a particular word.

| No | Items | 1 Strongly Disagree | | 2 Disagree | | 3 Unsure | | 4 Agree | | 5 Strongly Agree | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **a. *Words should be memorized*** | | | | | | | | | | | |
| 1 | Word lists are the best resource for word memorization. | **3** | 3.3% | **3** | 3.3% | **18** | 20% | **41** | 45.6% | **25** | 27.8% |
| 2 | The most effective method of word memory is repetition. | **0** | 0% | **2** | 2.2% | **18** | 20% | **60** | 66.7% | **10** | 11.1% |
| 3 | Remembering just one dictionary definition is all that is required | **0** | 0% | **1** | 1.1% | **14** | 15.5% | **57** | 63.3% | **18** | 20% |
| 4 | Through word memorization, I am able to expand my vocabulary. | **2** | 2.2% | **1** | 1.1% | **17** | 18.9% | **42** | 46.7% | **28** | 31.1% |

**Table 1b. Words should be acquired in context: bottom up**

| n | Items | 1 Strongly Disagree | | 2 Disagree | | 3 Unsure | | 4 Agree | | 5 Strongly Agree | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ***b. Words should be acquired in context*** | | | | | | | | | | | |
| 1 | I can determine most words' meanings by reading them. | **0** | 0% | **2** | 2.2% | **13** | 14.4% | **52** | 57.8% | **23** | 25.6% |
| 2 | I can increase my vocabulary by reading a lot of books. | **0** | 0% | **0** | 0% | **6** | 6.7% | **29** | 32.2% | **55** | 61.1% |
| 3 | One of the greatest methods for learning vocabulary is to guess words in context. | **0** | 0% | **0** | 0% | **8** | 8.9% | **62** | 68.9% | **20** | 22.2% |

The participants recognized that when they approach any reading material, they should employ contextual clues as a way to understand word meanings. They would also use the tactic of speculating based on the context in which the term would be found at the same moment. However, a sizable portion (14.4%) of respondents were unsure about their ability to

deduce the meaning from the text. This conclusion would suggest that although the students were confused of how to apply the method, they could relate to the idea of using contextual information to estimate the meaning of the word!

**Table 1c. Words should be studied and put to use: top down**

| No | Items | 1 Strongly Disagree | | 2 Disagree | | 3 Unsure | | 4 Agree | | 5 Strongly Agree | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Words should be studied and put to use: top down** | | | | | | | | | | | |
| 1 | I check the new words that I've acquired. | **0** | 0% | **0** | 0% | **7** | 7.8% | **65** | 72.2% | **18** | 20% |
| 2 | I employ the words that I've acquired. | **1** | 1.1% | **1** | 1.1% | **11** | 12.2% | **43** | 47.8% | **34** | 37.8% |
| 3 | I pay special attention to the word's new meaning and usage since I learned it. | **1** | 1.1% | **2** | 2.2% | **14** | 15.6% | **38** | 42.2% | **35** | 38.9% |
| 4 | I'll remember the definition of the word after I've studied it to assist me understand the context. | **0** | 0% | **0** | 0% | **16** | 17.8% | **42** | 46.7% | **32** | 35.6% |

**Table 2. Metacognition Regulation**

| No | Items | 1 Strongly Disagree | | 2 Disagree | | 3 Unsure | | 4 Agree | | 5 Strongly Agree | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Self initiation strategies** | | | | | | | | | | | |
| 1 | I consider my vocabulary learning progress. | **0** | 0% | **2** | 2.2 % | **14** | 25.6 % | **50** | 55.6% | **24** | 26.7 % |
| 2 | I employ the vocabulary I've acquired. | **0** | 0% | **2** | 2.2 % | **23** | 25.6 % | **52** | 57.8% | **13** | 14.4 % |
| 3 | I pay special attention to the word's new meaning and usage since I learned it. | **0** | 0% | **6** | 6.7 % | **28** | 31.1 % | **38** | 42.2% | **18** | 20% |

Regarding self-initiation techniques, these participants gave good answers to thinking about how they were doing with their vocabulary learning (82.3%) and acting on their own initiative to acquire the new words (72.2%). However, it appears that some people (2.2%) are unconcerned with learning more than is appropriate regarding a given word. It was also found that 6.7% of respondents said they would not limit their attention to exam-related topics. However, a significant portion (42.2%) of respondents continued to state otherwise. This result may indicate that exams continue to have a significant impact on students.

**Table 3. Guessing Strategies**

| No | Items | 1 Strongly Disagree | | 2 Disagree | | 3 Unsure | | 4 Agree | | 5 Strongly Agree | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Use background knowledge** | | | | | | | | | | | |
| 1 | I ignore words that I don't understand. | **2** | 2.2% | **4** | 4.4% | **10** | 11.1% | **55** | 61.1% | **19** | 21.1% |
| 2 | I make educated assumptions based on my experience and | **0** | 0% | **0** | 0% | **19** | 21.1% | **51** | 56.7% | **20** | 22.2% |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | common sense. | | | | | | | | | | |
| 3 | When reading, I indicate informed assumptions about meanings before using a dictionary. | **0** | 0% | **1** | 1.1% | **14** | 15.6% | **41** | 45.6% | **34** | 37.8% |
| 4 | If I can't figure out a word's meaning, I try again using different hints. | **0** | 0% | **2** | 2.2% | **15** | 16.7% | **53** | 58.9% | **20** | 22.2% |

The results above showed that while estimating the words' meanings, the majority of students (78.9%) relied on prior knowledge, experiences, and common sense. About 6% of the students stated that they would try to determine the meaning of unknown words (83.4%) rather than skipping them needlessly when reading. Furthermore, 81.1 percent of them would try again utilizing alternative methods to anticipate the word's meaning if they were unable to forecast using a specific strategy.

**Table 4. Dictionary Strategies**

| No | Items | 1 Strongly Disagree | | 2 Disagree | | 3 Unsure | | 4 Agree | | 5 Strongly Agree | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | I refer to an English dictionary. | **0** | 0% | **0** | 0% | **10** | 11.1% | **57** | 63.3% | **23** | 25.6% |
| 2 | I employ a bilingual dictionary. | **0** | 0% | **3** | 3.3% | **22** | 24.4% | **49** | 54.4% | **16** | 17.8% |
| 3 | I use the dictionary to find only the meaning of the word. | **2** | 2.2% | **4** | 4.4% | **10** | 11.1% | **52** | 57.8% | **22** | 24.4% |
| 4 | I use the dictionary only to look up a word's definition. | **0** | 0% | **2** | 2.2% | **11** | 12.2% | **45** | 50% | **32** | 35.6% |
| 5 | I search the dictionary for patterns related to collocations. | **0** | 0% | **0** | 0% | **14** | 15.6 | **56** | 62.2 | **20** | 22.2 |
| 6 | I consult the dictionary to determine the correct usage of the word (word example sentence). | **1** | 1.1% | **2** | 2.2% | **6** | 6.7% | **54** | 60% | **27** | 30% |

Using dictionaries is one method that students use to determine the meaning of a word. According to the data, (88.9%) of respondents said they used an English dictionary. Approximately 72.2% of the pupils also indicated using the English-Vietnamese dictionary at that same moment. Using the dictionary served multiple functions. Finding context-based uses of the term in the dictionary (65 students) provided the highest score, followed by word meaning (6 students), word pronunciation (74 students), and word grammatical patterns (76 students). It was interesting to note that 14 students, or 15.6% of the sample, they were unsure of how to search for collocation patterns in dictionaries. The results once again demonstrated that the students had no idea what collocation was.

**Table 5. Note Taking Strategies**

| No | Items | 1 Strongly Disagree | | 2 Disagree | | 3 Unsure | | 4 Agree | | 5 Strongly Agree | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | To record new words, I keep a vocabulary notepad. | **0** | 0% | **2** | 2.2% | **31** | 34.4% | **41** | 45.6% | **16** | 17.8% |
| 2 | I record both the English term and its translation into Vietnamese. | **2** | 2.2% | **3** | 3.3% | **12** | 13.3% | **52** | 57.8% | **21** | 23.3% |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3 | I just take note the word's meaning. | **0** | 0% | **0** | 0% | **23** | 25.6% | **27** | 52.2% | **20** | 22.2% |
| 4 | I observe the various ways a term is used (part of speech, example phrases, etc.). | **0** | 0% | **0** | 0% | **23** | 25.6% | **47** | 52.2% | **20** | 22.2% |
| 5 | I take note of the word's antonym or synonym. | **0** | 0% | **1** | 1.1% | **11** | 12.2% | **51** | 56.7% | **27** | 30% |

Students used a variety of note-taking techniques. Thirty-three students said they did not keep a vocabulary notebook, compared to about fifty-seven who indicated they did. 73 students wrote the unknown English word and its Vietnamese translation, which was the most often cited assignment. Furthermore, 67 students listed the word's usages, and 47 students listed the word's meaning. Additionally, 78 students said they had noted the word's synonym or antonym, while 12 students said they had not.

The information shown here may suggest that the students were not aware of the benefits of taking notes or maintaining a vocabulary notebook in order to improve their vocabulary. Moreover, the methods they used writing down English terms and their translations, as well as marking word meanings—are insufficient to improve and retain vocabulary. In order to improve their vocabulary, these students would need to use different note-taking techniques.

**Table 6. Memory/ Repetition Strategies**

| No | Items | 1 Strongly Disagree | | 2 Disagree | | 3 Unsure | | 4 Agree | | 5 Strongly Agree | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | I use self-aloud repetition to help me remember words. | **0** | 0% | **2** | 2.2% | **14** | 15.6% | **43** | 47.8% | **31** | 34.4% |
| 2 | I write the word down several times to help me remember it. | **0** | 2.2% | **3** | 3.3% | **17** | 18.9% | **46** | 51.1% | **24** | 26.7% |
| 3 | To help me in remembering the new word, I visualize it in my head. | **0** | 0% | **6** | 6.7% | **11** | 12.2% | **53** | 58.9% | **20** | 22.2% |
| 4 | In order to retain a word, I analyze it into all of its component elements (prefix, root, and suffix). | **0** | 0% | **2** | 2.2% | **9** | 10% | **53** | 58.9% | **26** | 28.9% |
| 5 | I take note the word's antonym or synonym. | **0** | 0% | **1** | 1.1% | **12** | 13.3% | **47** | 52.2% | **30** | 33.3% |

Students were shown-ed to use spoken repetition and mental imagery (mnemonics) as their primary memory techniques, accounting for 75 of the pupils. It was interesting to see that 24 students repeated the word vocally to help with memory retention, while roughly 70 students also used the technique of written repetition. Nevertheless, 12.2% of students appeared to struggle with word analysis through part-word analysis. It is possible from the statistics that students have trouble recognizing the root word and distinguishing it from the affixes.

**Table 7. Activation Strategies**

| No | Items | 1 Strongly Disagree | | 2 Disagree | | 3 Unsure | | 4 Agree | | 5 Strongly Agree | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | I utilize the vocabulary I've acquired in both writing and speaking. | **0** | 0% | **1** | 1.1% | **9** | 10% | **46** | 51.1% | **34** | 37.8% |
| 2 | I utilize the vocabulary I've acquired in daily interactions. | **0** | 0% | **0** | 0% | **7** | 7.8% | **49** | 54.4% | **34** | 37.8% |

The majority of students (88.9%) indicated that they would use the new vocabulary they had learned in their writing and speech when it came to activation tactics. However, 92.2% of the students indicated that they would use the new words they had learned in regular conversations. This result demonstrated the learners' effort and confidence in their use of the language.

**Table 8. Sources**

| No | Items | 1 Strongly Disagree | | 2 Disagree | | 3 Unsure | | 4 Agree | | 5 Strongly Agree | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Particularly in my class I can pick up new vocabulary from my teacher. | **16** | 17.8% | **58** | 64.4% | **13** | 14.4% | **2** | 2.2% | **1** | 1.1% |
| 2 | I learn new vocabulary via reading English-language materials (newspapers, novels, etc.). | **0** | 0% | **2** | 2.2% | **20** | 22.2% | **24** | 26.7% | **44** | 48.9 % |

Based on the data shown above, it can be seen that 82.2 percent of students get their new vocabulary from reading English-language resources, whereas just 3 students get their new vocabulary from their teachers during class.

**Table 9. Anxiety**

| No | Items | 1 Strongly Disagree | | 2 Disagree | | 3 Unsure | | 4 Agree | | 5 Strongly Agree | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Reading in English makes me nervous. | **0** | 0% | **2** | 2.2% | **27** | 30% | **49** | 54.4% | **12** | 13.3% |
| 2 | When I read in English, I make sure to skip words that I don't understand. | **8** | 8.9% | **14** | 15.6% | **30** | 33.3% | **29** | 32.2% | **9** | 10% |
| 3 | I don't have any idea to acquire vocabulary. | **0** | 0% | **10** | 11.1% | **43** | 47.8% | **33** | 36.7% | **4** | 4.4% |

The results revealed that 67.7% of the individuals had anxiety in relation to learning the English language. This suggested that they are not using lots of English in their studies. Nevertheless, 61 students indicated in their response that they are still unsure of how to acquire language.

## 4. Discussion and Conclusion

In conclusion, the data revealed that the learners in this study most frequently employed memorization (as represented by mental images), dictionary procedures, and linguistic clues. Nonetheless, note-taking strategies were shown to be the least utilized tactic. These results imply that in order to improve their vocabulary learning and retention, EFL students would need to employ more techniques.

Despite the fact that it was found that the study's volunteers were aware of some tactics, they did not put them into effect. Students need to understand that learning is more than just memorizing a certain technique (competence); learning is increased by applying that knowledge (performance).

## REFERENCES

1. Baskin, S., İscan, A., Karagoz, B., Birol, G. (2017). The Use of Vocabulary LearningStrategies in Teaching Turkish as a Second Language. *Journal of Education and Practice* 8(9),126-134, available at www.iiste.org.pp.

2. Coady, J. & Huckin, T. (1997). *Second Language Vocabulary Acquisition*. London: Cambridge University Press.
3. Baker, M. (1988) Sub-technical vocabulary and the ESP teacher: an analysis of some rhetorical items in medical journal articles. *Reading in a Foreign Language*, 4: 91.
4. Gou, Y. (2008). The role of vocabulary knowledge, syntactic awareness and meta-cognitive awareness in reading comprehension of adult English language learners.University of Florida.
5. Gu, Y. & Johnson, R.K. (1996). Vocabulary learning strategies and Language learning outcomes. Language learning, 46, 643-697.
6. Kaivanpanah, S., &Zandi, H. (2009).*The role of depth of vocabulary knowledge in reading comprehension in EFL context.Journal of Applied Sciences*, 9(4), 698-706
7. Maher Salah, S. (2008). *The relationship between vocabulary knowledge and reading comprehension of authentic Arabic texts.* Brigham Young University.
8. Nation, I. (2001). *Learning Vocabulary in Another Language*. Cambridge: Cambridge University Press.
9. Noor, M.N & Amir, Z. (2009). Exploring the Vocabulary Learning Strategies of EFL learners. Language and Culture: Creating and Fostering Global Communities. 7th International Conference by the School of Studies and Linguistics Faculty of Social Sciences and Humanities. pp 313-327, available at http://ukm.my/solls09/Proceeding/PDF/noorizah%20and%20zaini.pdf.
10. Omer, T. (2015). An Investigation into Vocabulary Language Learning Strategies through Cognitive Theory: Implications for Kurdish Universities. International Journal of Language and Linguistics 2(3), 103-109.
11. Pratami, B.A.S. Margana, M. (2019). Vocabulary Learning Strategies Preference Used by the Seventh Grade Students of SMP Negeri 1 Mlati. *The 1st International Conference on language and Language Teaching*, ICLLT 2019. Magelang, Central Java, Indonesia, available at http://dx.doi.org/10.4108/eai.12-10-2019.2292226.
12. Schmitt, N. (1997). Vocabulary learning strategies. In N. Schmitt & M. McCarthy (Eds.), *Vocabulary: Description, acquisition and pedagogy*. Cambridge: Cambridge University Press. 199-227.
13. Schmitt, N. (2010). *Researching vocabulary: A vocabulary research manual*. New York, NY: Palgrave Macmillan.
14. Schmitt, N. (2010). Key issues in teaching and learning vocabulary. Insights into non-native vocabulary teaching and learning, *ELT Journal*, 274-277.
15. Shiotsu, T., & Weir, C. (2007). The relative significance of syntactic knowledge and vocabulary breadth in the prediction of reading comprehension test performance. Zhao, N. (2009). Metacognitive Strategy Training and Vocabulary Learning of Chinese College Students, *English Language Teaching*, 2(4), 123-129.

# A LITERATURE REVIEW OF IMPLEMENTING BLENDED LEARNING IN TEACHING ENGLISH SPEAKING SKILLS IN HIGHER EDUCATION

**Truong Anh Linh***
Center for Informatics - Foreign Language Skills, HUTECH University.
*Corresponding author, Email: truonganhlinh.oro@gmail.com.

**ABSTRACT**

Blended Learning (BL) is an innovative approach that combines online and in-person instruction due to the rapid advancement of technology (Watson, 2012). BL could support English students in meeting their learning objectives, particularly in developing their English-speaking abilities. However, in higher education, BL is not frequently recognized or utilized. In reality, there has been no study on using BL to teach English speaking skills to EFL students in higher education. As a result, the purpose of this study is to increase the quality of English speaking learning for EFL students in higher education through using BL. The objective of this research is to look at how the usage of BL increases students' English speaking ability in higher education, as well as to analyze students' perspectives on the benefits and drawbacks of using BL in their English speaking learning. This study concentrates on the theoretical aspect, study's findings may fill gaps in the literature review about the efficiency of using BL to raise students' proficiency in speaking English. They also provide evidence to corroborate the research about students' attitudes and views of both the benefits and problems of utilizing BL in English speaking learning in higher education.
*Keywords:* English language learning; Blended Learning (BL); English speaking learning; English speaking teaching; higher education.

## 1. Introduction

From the perspective of the rise of globalization, English is seen as an international, lingua franca, and world language. English speakers who study English can converse effectively with people from many cultures and countries, allowing them to form new connections and relationships. English is vital for international integration, particularly in developing countries like Vietnam. The Vietnamese government and its Ministry of Education and Training (MOET) have highlighted the importance and the demand for English for higher students, reformed the national English education, and released the national foreign language project (Le Van Canh, 2007; Nguyen Xuan Viet, 2002). However, the quality of English training is not as good as expected, especially since students cannot communicate in English fluently after graduation. The reason comes from the fact that there are many barriers stemming from students, EFL lecturers, and higher education. For example, if the lecturer still uses traditional teaching methods, it cannot improve students' English-speaking competence in real situations. Having realized the benefits of web-based technologies, BL has been encouraged to be used in higher education by Vietnam's Ministry of Education and Training.

To achieve its objectives, the study addresses three main research questions.

1. To what extent does BL help English major students improve their English speaking skills at Ly Tu Trong College?

2. How do the students perceive the benefits of using BL in their English speaking learning?

3. How do the students perceive difficulties of using BL in their English speaking learning?

## 2. Literature Review

### *2.1 English speaking skill*

Speaking is a crucial skill for learning and teaching second languages (EFL/ESL), and EFL students place high importance on developing their English-speaking abilities. One of the primary skills in a language is speaking, as well as the most important ability to acquire when learning a language is speaking. In addition, speaking involves choosing the right words and sentences for the occasion, audience, situation, and subject at hand.

#### *2.1.1 Definition of English speaking*

Based on the studies, English Speaking is defined according to the following definitions, the act of verbally communicating thoughts and facts in various contexts, the ability to speak, convincingly, and without many awkward pauses, or the process of doing so in a variety of situations by using verbal and nonverbal signals to create and communicate understanding.

Brown (2007) talks about the guidelines for learning speaking skills, which include emphasizing fluency and accuracy, providing motivating techniques, promoting the use of real language in meaningful situations, providing feedback and correction, connecting speaking and listening together, providing opportunities for oral communication, and promoting the growth of speaking strategies. Similarly, according to Rivzi (2006), speaking is an interactive communication process that involves both speakers and listeners.

Speaking, according to Quianthy (1990), is the process of conveying ideas and information verbally in a variety of contexts. Conversely, speaking, according to Harmer (2007), is the capacity to speak clearly and implies both the ability to comprehend linguistic features and the capacity to process language and information "on the spot." In summary, the focus of these statements about English Speaking is on lectures, students, and the BL approach.

#### *2.1.2 Importance of English speaking skills*

The globe has essentially become an international community in our day, and English is the language of communication. Since it is spoken so widely everywhere, English has emerged as a worldwide language. English is a widely used language in a variety of industries, including educational institutions, science, finance, the internet, tourism and travel, entertainment and publications, software, engineering, information and technology, and so on.

Effective communication is crucial for success in all pursuits in the current, globalized world. Language is often used in communication. Humans can't communicate perfectly without using a language. Furthermore, people cannot achieve their aims, objectives, and ambitions if they do not communicate using the appropriate language. As a result, speaking a language is necessary to interact with others worldwide. English is considered the worldwide language and is spoken everywhere, thus people use it to connect with others who reside in different parts of the world, states, nations, and continents. According to Richards (2008), "When people meet, they exchange greetings, engage in small talk, recount recent experiences, and so on, because they wish to be friendly and to establish a comfortable zone of interaction with others." This suggests that oral communication skills, such as being able to communicate clearly, are essential for maintaining interpersonal connections.

When learning a second or foreign language, speaking is the most important skill to acquire. Of the four major language skills one must learn when studying a second or foreign language, speaking is said to be the most important. In real-life scenarios, speaking is the ability that students will be evaluated on the most, according to Brown & Yule in 1983. Most EFL/ESL teachers still view teaching speaking skills as nothing more than drill repetition or dialogue

memorization, despite the importance of the subject. In addition, Bueno, Madrid, and McLaren (2006) assert that speaking is one of the most difficult skills for language learners to master (p. 321). Among the four English language proficiency levels, speaking is the most important. Language learners continue to have difficulty speaking when necessary in daily circumstances, even after years of study. Many justifications exist for this. As speaking skills are essential for accomplishment in today's fiercely competitive world, ELLs should first appreciate and enhance their speaking talents.

*2.1.3 Components of English speaking*

Speaking grammatical accuracy, lexical resources, pronunciation, fluency, and comprehension are five aspects of speaking ability that have garnered increased emphasis in second language study. To measure variance concerning independent variables like acquisitional levels or task aspects, these five speaking components have been utilized frequently and prominently as dependent variables since the 1990s (Sadeghi Beniss & Edalati Bazzaz, 2014, p. 54). These elements are fully detailed in the section that follows.

*a. Grammatical accuracy*

According to Skehan (1998), grammatical accuracy is specified as "the learner's capacity to handle whatever level of inter-language complexity he or she has currently attained", accuracy is the ability to make accurate judgments. Furthermore, according to Ellis (2019, p. 545), accuracy is "the ability to avoid performance errors, perhaps reflecting higher levels of control in the language and a conservative orientation", grammatical accuracy is described as "the ability to produce grammatically correct sentences but may not include the ability to speak or write fluently" by Richards and Schmidt (2002, p. 204).

The principles of grammar describe how to use a language. Grammar instruction also aims to teach students the proper technique to become proficient in spoken and written language. Students must therefore learn grammar to construct a proper phrase in conversation.

*b. Fluency*

When it comes to marking speaking exams, fluency is defined as the ability to communicate clearly and coherently without straining too much or speaking too quickly. The broad definition of fluency refers to overall (speaking) proficiency, but the more specific definition focuses on the ease and smoothness of oral language delivery. According to Ellis and Barkhuizen (2005, p. 139), "the production of language in real-time without undue pausing or hesitation" is what they mean by fluency.

One characteristic that may be classified as fluency is speaking clearly and smoothly. These signs demonstrate that the speaker can quickly find the language elements needed to communicate the message without having to spend much time doing so.

*c. Lexical Resource*

Lexical Resource evaluates participants' spoken second language vocabulary and their ability to utilize words accurately with the intended meaning and appropriately in the proper context. The scope of a student's vocabulary use is the emphasis of this criterion. Students will often perform better on the test if they can employ a larger variety of words and expressions when doing so. This entails writing in a more formal tone, utilizing collocations and comprehending meaning, paraphrasing, using terminology creatively, choosing the right synonyms, and choosing the right words.

Vocabulary refers to the proper language used in communication. Without a suitable vocabulary, it is impossible to convey ideas to students in both spoken and written form.

*d. Pronunciation*

Speaking tests include a pronunciation component that evaluates a candidate's accuracy and range of pronunciation skills. One syllable of a word that is spoken louder than the other is

known as syllable stress. It's common to make this mistake, according to Seedhouse & Nakatsuhara (2018), who write on page 64. A less-than-perfect grade will be given to students if their pronunciation makes it difficult for the examiner to understand them.

Students who pronounce their words correctly during speech can communicate more effectively. It deals with the phonological process, which is the collection of elements and regulations that determine the structure of grammar and the patterns and oscillations of sounds inside a language. Pronunciation is characterized by phonemes and supra-segmental features. A speaker of a different language group may find it incredibly challenging to understand someone who consistently pronounces a variety of phonemes incorrectly.

*e. Comprehension*

Understanding and seeing conversational sequences and constructing mental models of phrase meaning are key components of comprehension. It is difficult to assess comprehension of a second language since it is not evident and must be inferred from clear verbal and nonverbal cues, artificial tools, or the instructor's or researcher's intuition. When participants fully understand the nature of the research activity—even when there are risks and technical processes involved—they are said to be demonstrating comprehension. (Alta Cohen, 2005).

### *2.2 Blended Learning*

This subsection defines BL as well as the advantages and disadvantages when implementing BL.

#### *2.2.1 Definition of Blended Learning*

The preceding definitions of blended learning are based on the earlier studies.

The phrase "blended learning" first appeared in the context of corporate instruction in the business world (Sharma et al., 2007), then it was used to describe blended learning in higher education (MacDonald, 2006), and finally it was used to describe blended learning in language teaching and learning. Online material is combined with conventional classroom techniques in blended learning, which can be formal or informal. Both the teacher and the student must be physically present, and the time, location, route, and speed must all be somewhat under the students' control. Although online activities and in-person classroom methods are combined for both content and presentation, students are still required to attend school physically with a teacher present. Training and professional development environments both incorporate blended learning.

Definitions of BL are divided into the following groups, combining in-person instruction with computer technology, two distinct learning models—traditional and computer- and internet-based, as well as different approaches to the subject have significant delivery and learning styles, all work together to create a teaching approach that prioritizes social interaction through technology.

The first group mentions the use of computers and face-to-face instruction together. Bath & Bourke (2010) define BL as possible in educational settings where different delivery methods, teaching philosophies, and learning styles are skillfully integrated. It is a methodical and strategic approach to using technology resources in conjunction with the best aspects of in-person interaction.

Furthermore, Tomlinson and Whittaker (2013, p. 12) define "BL as the term that is most frequently employed to refer to any combination of face-to-face teaching with computer technology (online and offline activities or materials)". Similar to this point, BL is a method of education that combines in-person and online instruction to improve learning outcomes. By the use of BL, both the lecturer and the students can access information from internet sources to enhance the learning process and make it more dynamic and participatory.

On the other hand, the second group mentions the combination of teaching methods that stress social interaction through technology in both the subject matter delivery and learning

styles. According to Klapwijk (2008), multimedia tools such as CD-ROM movies, virtual classrooms, phones, online text animation, video streaming, traditional classroom training techniques, and one-on-one coaching are all included in BL. Furthermore, blended learning (BL) is a deliberate and rational method of integrating learning periods and modalities that integrates the finest features of face-to-face and virtual learning for every field and employs the proper ICTs, according to Saliba, Rankine & Cortez (2013).

In conclusion, the combination of in-person instruction with computers; the blending of two types of learning, namely computer-based and internet-based learning; and the distribution of subject matter and learning styles that culminate in a blend of instruction emphasizing technology-mediated interpersonal communication are the categories that are used to organize definitions of blended learning (BL). However, the final purpose of these studies concentrates on lectures, students, and the BL approach.

According to Watson (2012), BL is the creative integration of online and classroom instruction using ICTs to improve student outcomes and the educational process. If just face-to-face instruction is used, pupils do not have a lot of opportunities to experiment with the resources. On the other hand, supplementing in-person instruction with online instruction will provide students with a novel learning experience that can encourage them to explore since they become more attached to the course material over time.

*2.2.2 Categories of Blended Learning*

According to three key categories, BL is defined differently in EFL in higher education. First, BL has been examined by a variety of scholars from the standpoint of a learning process. For example, the most accurate and comprehensive description of blended learning (BL) was given by Zaim and Mudra (2019), who defined it as a blend of in-person and virtual learning. A similar perspective was expressed by Sari (2019), who defined BL as "a combination (or combinations) of face-to-face learning processes using online English learning applications" (p. 259). Second, BL has been examined from the perspective of a teaching procedure by other researchers. In this case, blended learning is defined as "a combination of traditional face-to-face teaching and online teaching" (Wright, 2017). In the words of Zhang and Zou (2020), BL is "a combination of face-to-face and online instruction to produce effective, efficient, and flexible learning" (p. 41). Third, BL has been viewed through the perspective of the flipped classroom approach, which calls for students to complete autonomous knowledge acquisition at home before class and to use their in-class time for conversations, speaking engagements, and interactions. A flipped classroom, according to Sulaiman (2018), is one in which students complete reading assignments and watch videos in advance of class before using that time for in-depth discussions and presentations.

*2.2.3 Benefits of Blended Learning in Teaching English Speaking Skills*

Blended learning allows students to take on a range of learning styles and skill levels while also improving offline tasks through the incorporation of visual, complementary, and interactive technologies. It not only gets beyond scheduling and location constraints but also improves in-person lectures by providing a backup supply of online modules. Despite this, blended learning is seen to be one of the approaches that might include practical self-styled learning techniques in the teaching and learning processes (Sejdiu, 2014). In other words, blended learning allows teachers to better meet the unique needs and demands of their students while integrating blended learning into their teaching process. It is more flexible, varied, and engaging for students. Moreover, education time is used more effectively, students feel more invested and confident taking on different tasks, they feel more innovative, they are better prepared, and they are more likely to offer educational opportunities in the broadest sense when blended learning is implemented. All

of these factors contribute to blended learning's increased effectiveness in teaching and learning. (Altahir, Al-Qatawneh, & Al-Alsalhi, 2019).

Additionally, through BL, students get the self-assurance they need to produce work for real audiences and market it. Additionally, they found that the utilization of wikis in a blended learning setting is advantageous for the oral communication course. Similarly, Miyazoe et al. (2018) believed that language skills may be effectively included through blended learning, especially in speaking and grammar-focused courses. Students are expected to take responsibility for the classes they enroll in, including speaking and writing assignments and to use their language skills.

*2.2.4 Difficulties hindering the use of Blended Learning in Teaching English Speaking Skills*

Even though study on the subject concentrates on its advantages as a teaching method, BL has some difficulties.

When implementing a BL environment, the researchers Bonk and Graham (2012) found six key problems. A few of these concerns are "the role of live interaction," "the significance of students' decisions and self-regulation," "models for support and training," "handling the digital divide," "cultural adaptation," and "finding a balance between innovation and production."

Also, according to Riel et al. (2016), there are six different categories of difficulties that teachers face when putting a BL curriculum into practice. First, when engaging with students in curriculum activities, teachers could run into problems. To complete the assigned tasks, students could find it challenging to collaborate with their peers. Second, there can be issues with student self-management. Teachers must ensure that exercises are current and engaging because it may be challenging to keep students on task when employing a BL method. Third, while implementing BL, teachers may have difficulties in setting up task expectations. Developing achievable goals and objectives for students is meant by this. Fourth, educational design involves setting up the task and determining a time range to complete it, as well as how to execute the lesson. Fifth, issues that occur outside of the classroom present additional difficulty in applying the blended learning approach. The sixth is potential tech issues for teachers. The technological challenges which come up while putting BL into practice are these.

## 3. Conclusion

In conclusion, integrated learning is an essential pedagogical approach that may be combined with other systems to provide students with customized and pertinent learning experiences. Because social and cultural problems are unique to the Vietnamese setting and maybe other East Asian contexts, it emphasizes the significance of these elements in particular and helps to explain why many lecturers were having difficulty implementing BL successfully.

## REFERENCES


1. Alsalhi, N. R., Eltahir, M. E., & Al-Qatawneh, S. (2019). The effect of blended learning on the achievement of ninth grade students in science and their attitudes towards its use. Heliyon, 5(9), e02424. https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02424.
2. Bath, D., & Bourke, J. (2010). Getting Started with Blended Learning. Griffth University Press.
3. Bonk, C. J., & Graham, C. R. (2012). The handbook of blended learning: Global perspectives, local designs. San Francisco, CA: John Wiley & Sons.
4. Brown, D. (2007). Teaching by Principles: An Interactive Approach to Language Pedagogy. New York, NY: Pearson Longman.
5. Brown, G. A., & Yule, G. (1983). Teaching the spoken language. Cambridge: Cambridge University Press.
6. Bueno, A., Madrid, D., & McLaren, N. (2006). TEFL in Secondary Education. Granada:

Editorial Universidad de Granada.
7. Cohen, L. H., Gunthert, K. C., Butler, A. C., O'Neill, S. C., & Tolpin, L. H. (2005). Daily affective reactivity as a prospective predictor of depressive symptoms. Journal of personality, 73(6), 1687-1714.
8. Ellis, Rod; Barkuizen, Gary. (2005). Analysing learner language. Oxford: Oxford University Press.
9. Ellis, R. W. (2019). Towards a modular language curriculum for using tasks. Language Teaching Research, 23(4), 454-475.
10. Harmer, J. (2007). The Practice of English Language Teaching. 4th ed. London: Longman.
11. Klapwijk, N. M. (2008). A blended-learning approach to strategy training for improving second-language reading comprehension in South Africa. Stellenbosch University, South Africa.
12. Le, V. C. (2007). A historical review of English language education in Vietnam. In Y. H.
13. Choi & B. Spolsky (Eds.), English education in Asia: History and policies (pp. 167-179). Seoul, Korea: Asia TEFL.
14. MacDonald, J.: Blended Learning and Online Tutoring. Gower, Aldershot (2006).
15. Miyazoe, T., Anderson, T., Yang, Y. T. C., Chuang, Y. C., Li, L. Y., Tseng, S. S., … Barrett, B. (2018). Teaching public speaking in a blended learning environment. English Language Teaching, 6(1), 67–82. https://doi.org/10.15390/EB.2015.2592.
16. Quianthy, R. L. (1990). Communication is life: Essential college sophomore speaking and listening competencies. Annandale, VA: National Communication Association.
17. Richards, J. C., & Schmidt, R. (2002). Longman dictionary of applied linguistics and language teaching. Longman.
18. Richards, J. (2008). Second Language Teacher Education Today. Regional Language Centre Journal, 39, 158-177. https://doi.org/10.1177/0033688208092182.
19. Riel, J., Lawless, K. A., & Brown, S. W. (2016). Listening to the teachers: Using weekly online teacher logs for ROPD to identify teachers' persistent challenges when implementing a blended learning curriculum. Journal of Online Learning Research, 2(2), 169-200.
20. Rivzi (2006) Rizvi, M Ashaf .2005. Effective Technical Communication. New York: Tata McGraw Hill.
21. Sadeghi B. A. R., & Edalati Bazzaz, V. (2014). The impact of pushed output on accuracy and fluency of Iranian EFL learners' speaking. Iranian Journal of Language Teaching Research 2(2), 51- 72.
22. Saliba, G., Rankine, L., & Cortez, H. (2013). Fundamentals of Blended Learning. University of Western Sydney.
23. Sari I (2019) Students' perception on the effectiveness of blended learning: Efforts in the mastery of English. International Journal of Research and Review 6(2): 259–265. Available at: https://www.ijrrjournal.com/ IJRR_Vol.6_Issue.2_Feb2019/IJRR0037.pdf (23 September 2021).
24. Seedhouse, P., & Nakatsuhara, F. (2018). The discourse of the IELTS Speaking Test: Interactional design and practice. Cambridge University Press.
25. Sejdiu, S. (2014). English language teaching and assessment in blended learning. Journal of Teaching and Learning with Technology, 3(2), 67–82. https://doi.org/10.14434/jotlt.v3n2.5043.
26. Skehan, P. (1998). Task-based instruction. Annual Review of Applied Linguistics, 18, 268-286.
27. Sulaiman NA (2018) Implementing blended learning and flipped learning models in the

university classroom: A case study. Teaching English with Technology 18(4): 34–47. Available at: https://files.eric.ed.gov/ fulltext/EJ1195820.pdf (23 September 2021).
28. Watson (2012) Watson, John. 2012. Blended Learning; The Convergence of Online and Face to Face Education. Florida: Nacol.
29. Whittaker (eds.), (2013). London: British Council. ISBN: 978-0-86355-706-4, 252 pages. January 2015; ReCALL 27(01):124-128. DOI:10.1017/0958344014000366.
30. Wright BM (2017) Blended learning: Student perception of face-to-face and online EFL lessons. Indonesian Journal of Applied Linguistics 7(1): 64–71. DOI: 10.17509/ijal.v7i1.6859.
31. Zhang, D., & Yan-Xun, Z. (2020). Fostering multiliteracies through blended EFL learning. International Journal of Linguistics, Literature and Translation, 3(2), 40–48. https://doi.org/10.

# STUDENT AGENCY IN INTERCULTURAL COMMUNICATIVE COMPETENCE DEVELOPMENT: A LITERATURE REVIEW

**Phan Thi Thuy Tram***
Institute of Postgraduate Studies, HUTECH University.
*Corresponding author, Email: tramphan.1185@gmail.com.

## ABSTRACT

The global prominence of English has transformed language learning, necessitating cultural considerations in teaching. This change broadens the focus of English language teaching from cultivating native-like language users to fostering intercultural speakers. The impetus for intercultural communicative competence (ICC) emerges from language education's shift toward diverse cultures within multilingual and multicultural English-speaking communities. Despite extensive research on personal attributes influencing ICC development, the precise role of these attributes remains insufficiently elucidated. This paper addresses this gap by exploring the concept of student agency in ICC development. The paper begins with an exploration of ICC, delving into its definition, models, and the ultimate goal of developing intercultural speakers. Subsequently, it discusses pedagogical implications, with teaching approaches, assessment, and activities for fostering ICC in English as a Foreign Language (EFL) classrooms. The second part of the paper delves into the concept of student agency, presenting its definition and models proposed by scholars. It examines student agency in ICC development, with diverse agentic responses as students create personalized intercultural learning paths. The paper concludes by highlighting the dynamic and personalized nature of ICC development among EFL learners, emphasizing the importance of understanding and promoting student agency in shaping individual pathways of ICC development..
*Keywords:* English as foreign language (EFL); intercultural communicative competence (ICC); intercultural speakers; student agency.

## 1. Introduction

The landscape of English language learning and teaching has undergone a transformative shift, primarily propelled by the pervasive global status of English in this multilingual world. Notably, the escalating number of non-native English users has magnified the significance of cultural considerations in English language learning and teaching. The notion of 'target cultures' in English language classrooms has expanded to encompass the diverse cultures of multilingual and multicultural English-speaking communities. This perspective aligns with the cultural richness present in both native-English-speaking and non-native English-speaking countries (Nault, 2006). In other words, this shift highlights the need for educators and learners to aware of cultural diversity found among speakers who use English as a native language, second language, and foreign language. As a result, the aim of English language teaching and learning has evolved from developing learners into native-like language users to fostering them as intercultural speakers (Byram, 2009; Soler & Jordà, 2007).

The impetus for intercultural communicative competence arises from the 'cultural turn' in language education wherein the concept of 'intercultural competence' (IC) expands the traditional framework of 'communicative competence' (CC). This pairing goes beyond language skills,

providing a more nuanced understanding of "what it means to be competent in communication with speakers of different languages" (Byram et al., 2013, p. 251). To elaborate, CC underlines "social, cultural, and pragmatic features of language" (Brown, 2001, p. 42), characterized by the accuracy, and fluency of language use in meaningful contexts (Richards & Rodgers, 2001). Complementing this, IC directs its attention to the effective and appropriate use of language in interactions with speakers from diverse cultural backgrounds. While learners' ICC development is influenced by various factors, personal aspects play an essential and direct role in supporting and laying the groundwork for ICC construction (Huang, 2014; Tran & Seepho, 2017). The significance of personal attributes in ICC development has been explored in Vietnam and other countries, encompassing both internal and external factors, active and passive characteristics, identity, personal interests, motivation, demotivation, perceptions, attitudes towards ICC learning, and culturally influenced behaviors (e.g., Badrkoohi, 2018; Nguyen, 2013; Ros i Solé, 2013; Vo, 2018).

Despite the expanding body of research on personal aspects, the precise role of personal attributes in ICC learning remains not fully elucidated. There is also a paucity of comprehension regarding students' 'constructive contribution' or their capacity to act agentically during the flow of teachers' instructions, as indicated by Reeve and Tseng (2011, p. 258). Furthermore, Covert (2014) emphasizes that students' ICC development necessitates not only cultural and language learning but also the exercise of agency in making 'intentional and purposeful' changes during language communication and in their learning behaviors (p. 174). Little is known about how students respond agentically to personalize and enhance their own ICC development. Moreover, crucial self-concepts such as self-efficacy, autonomy, and self-regulation in ICC research are commonly studied in isolation. The concept of student agency provides an alternative perspective to understand the interconnectedness and interactions among these self-concepts in ICC development.

## 2. Literature review

### *2.1 Intercultural communicative competence (ICC)*

#### *Definition of ICC*

The term intercultural communicative competence (ICC) is derived from diverse theoretical perspectives, resulting in its varied interpretations and applications. Mete (2011) observes its interchangeable use with terms like 'intercultural willingness to communicate,' 'cross-cultural competence,' 'intercultural effectiveness,' and 'intercultural sensitivity' (p. 48). Among these terms, 'intercultural communicative competence' is identified as the most comprehensive and accurate one and widely accepted by scholars and researchers (Fantini, 2020).

ICC stands as a holistic and dynamic theoretical framework; however, despite over two decades of extensive literature, consensus on its definition and components remains elusive. According to Hammer et al. (2003), ICC can be conceptualized as "the ability to think and act in interculturally appropriate ways" (p. 422). Sinicrope et al. (2007) provide another perspective, defining ICC as "the ability to step beyond one's own culture and function with other individuals from linguistically and culturally diverse backgrounds" (p. 1). Fantini (2009) further describes ICC as "complex abilities that are required to perform effectively and appropriately when interacting with others who are linguistically and culturally different from oneself" (p. 458). Similarly, there are varied approaches to understanding the components of ICC. Wiseman (2002) highlights 'motivation' as a key element, whereas Deardorff (2009) underscores the influence of 'internal shift' and individual progress in ICC development. In a different stance, Chen and Starosta (1996) advocate for the significance of three components—intercultural sensitivity, cultural awareness, and cultural adroitness—in their triangular model of ICC. Despite this

diversity, scholars and researchers commonly recognize three core dimensions of ICC: cognition, affection, and behavior (Dai & Chen, 2014; Wiseman, 2002).

***ICC models in EFL context***

Among the various models of ICC, Byram's (1997) is widely acknowledged as the most comprehensive and extensively adopted in the field of foreign language education. Byram (1997) introduces ICC to define educational goals for teaching and assessment in foreign language learning and teaching, specifying four components—linguistic competence, sociolinguistic competence, and intercultural competence (IC). Byram's ICC model outlines the IC component with five elements: savoir être (*attitudes*), savoirs (*knowledge*), savoir apprendre/faire (*skills of discovery*), savoir comprendre (*skills of interpreting and relating*), and savoir s'engager (*critical cultural awareness*) (Byram, 2009, pp. 324-325). Byram's ICC model aligns with the understanding of ICC put forth by Tran (2015) in an EFL context, comprising two major components: Language Competence (LC) and Intercultural Competence (IC). LC encompasses linguistic, sociolinguistic, and discourse competence, while IC includes attitudes, knowledge, skills, and awareness. The interrelated dimensions of LC and IC mirror Byram's ICC model, emphasizing the critical interconnectedness among its components. Byram (1997) specifically emphasizes that "each component of intercultural competence is interrelated with others, and with language competences in ICC' (p. 76).

Another model applicable to EFL learners is Deardorff's (2009) ICC cycle model, which allows language learners to embark on a personalized and meaningful intercultural learning journey. In this model, ICC can be developed through various pathways. The 'external outcome' of the ICC learning process is defined as the degree of 'effectiveness' and 'appropriateness' in intercultural communication (p. 479). Learners can initiate the development of ICC directly from their individual attitudinal level or even start with knowledge and skills. Deardorff encourages completing an entire cycle and starting again to achieve the highest desired level of effectiveness and appropriateness. This model also emphasizes the role of individual behavioral skills as the internal outcome, which "involves an internal shift in the frame of reference" (Deardorff, 2006, p. 194).

***Intercultural speakers***

In the development of ICC, the goal for EFL learners is to become intercultural speakers. Soler and Jordà (2007) define 'intercultural speakers' as those who can use language "as a tool for interaction among many other languages and cultures" (p. 1). This perspective encourages learners to strive for multicultural competence in language use, rather than aspiring to be 'incomplete native speakers' (Byram, 1997, p. 11). Liddicoat (2008) argues against the unrealistic and inappropriate goal of being native-like for EFL students, emphasizing the importance of recognizing the social and cultural reality of using a second language. In essence, second language speakers do not abandon their own identity to adopt that of their native-English interlocutors; instead, they negotiate a balance between the two.

When compared to those who study abroad, Vietnamese EFL students predominantly using English and Vietnamese in their classrooms may have limited access to authentic intercultural sources. Nevertheless, they can still develop intercultural competence through interactions with peers and teachers, using textbooks, and teacher-provided materials.

***ICC development***

'Effectiveness' and 'appropriateness' are integral concepts that significantly contribute to the articulation of ICC. These notions, central to discussions on 'competence' in ICC, serve as two pivotal criteria for assessing the quality of communication (Fantini, 2009; Wiseman, 2002). Wiseman (2002) specifically identifies these criteria as *effective communication*, denoting the ability "to achieve desired personal outcomes", and *appropriate communication*, referring to "the

use of messages expected in a given context and actions that meet the expectations and demands of the situation" (p. 209). According to Fantini (2009), a relationship exists between 'effectiveness' and 'appropriateness' as they reveal the communicator's stance. 'Effectiveness' reflects an outsider's perspective ('etic' view) on a person's performance in the target languages and cultures, while 'appropriateness' considers an insider's viewpoint ('emic' view), reflecting 'how natives perceive such performance' (p. 458). The author explains that ICC learning associates with learners' shifting from an etic view to an emic perspective, to develop their understanding of the cultural differences between own cultures and the others' cultures. In other words, the development of ICC equates to an increased degree of effectiveness and appropriateness in intercultural communication.

Similarly, ICC development corresponds to meaningful learning, emphasizing the significant influence of individual characteristics, as noted in Deardorff's (2009) ICC cycle model. Indeed, ICC, as described by Byram (1997), is a 'deep learning' process, requiring not only an understanding of cultural differences but also the ability to reflect on one's own thinking and responses to experiences (p. 90). Byram (1997) further explains that the emphasis on ICC components varies, offering an 'alternative solution' tailored to individual learners and contexts. In essence, ICC development is a personalized journey, where each step of intercultural growth becomes personally meaningful and applicable to learners' lives.

***ICC learning environment***

In the Vietnam context, the intercultural learning environment is often confined to interactions lacking authentic intercultural exchange. This monocultural setting primarily involves using Vietnamese and English between teachers and students within the classroom settings. Consequently, the focus of ICC in this environment is on cultivating critical awareness, knowledge, and attitudes, whereas the emphasis in international contexts lies on intercultural skills. This is because intercultural skills, considered a long-term endeavor, are more effectively nurtured in real-world interactions. Tran and Seepho (2016) indicated that students typically develop four key components in the following order: intercultural knowledge, skills, attitudes, and awareness. Particularly, learners tend to significantly enhance their intercultural knowledge, as it is more readily attainable than other IC components, while their intercultural awareness sees the least improvement.

***2.2 Student agency***

***Definition of student agency***

The concept of human agency has been studied by scholars in various fields since the 1970s, yet it remains a complex and elusive notion with no single definition. Interpretations of human agency vary widely, depending on the theoretical perspectives employed by researchers (Mercer, 2011, 2012; Yashima, 2012). Originally, a person's agency stems from 'a sense of selfhood' or a 'sense of personal agency' when individuals perceive themselves as 'the agents of actions' (Bandura, 2006, p. 170). Human agency also involves "the individual(s) acting in a sociocultural setting" (Kalaja et al., 2015, p. 15). In fact, Bandura (2006) argues that human agency is exercised through three modes: 'individual agency' (personal agency), 'proxy agency' (socially mediated agency), and 'collective agency' (p. 165). These modes can be blended in various ways depending on the individual and the situation.

The term 'agency' is commonly discussed in conjunction with self-regulation, self-efficacy, self-determination, autonomy, motivation, voice, and identity (e.g., Kalaja et al., 2015; Widodo, 2017). However, Huang and Benson (2013) indicate that agency is a distinct concept in language learning, albeit often being confusingly laid beside other self-concepts.

The definition of student agency can also vary from different theoretical perspectives. Underlining language as social action, Ahearn (2001) defines student agency as a "socio-

culturally mediated capacity to act" (p. 112). In terms of second language acquisition, Lantolf and Pavlenko (2001) situate language learners as an active agent who "actively engage in constructing the terms and conditions of their own learning" (p. 145). Meanwhile, Martin (2004) describes learner agency as "the capability of individual human being to make choices and to act on these choices in ways that make a difference in their lives" (p. 135). For EFL learners, Mercer (2012) defines student agency in two focal points: (1) 'a learner's sense of agency', and (2) 'learner's agentic behavior' (p. 42). The former refers to learners' feelings of themselves as individual agents "generally and in respect to particular contexts"; while the later promotes "individual chooses to exercise their agency through participation and action" (p. 42).

***Models of student agency***

Despite the limited number of agency models proposed by scholars and researchers, these models differ in terms of contexts, components, and foci.

Bandura's influential work on human agency has been laid the foundation for subsequent agency models. While human agency is discussed early in connection with self-efficacy, the development of agency theory is not formulated until later, within the framework of social cognitive theory (Bandura, 1999, 2001, 2006, 2018). Bandura proposes a model with four core properties, including intentionality, forethought, self-reactiveness, and self-reflectiveness, based on the triadic reciprocal causation involving personal, behavioral, and environmental factors. The emphasis of this model is on self-efficacy, which is understood through the lens of self-reflectiveness. In his later work, Bandura introduces the agency model under psychological perspectives, highlighting three agentic elements: forethought, self-regulation, and self-reflectiveness (Bandura, 2018).

Various adaptations of the agency model have emerged, including Goller and Harteis's (2017) model of Agency at Work, Leadbeater's (2017) Student Agency Model, and Knight et al.'s (2017) examination of student agency in language tasks. These models reflect different perspectives and emphasize various aspects of agency, such as competence, beliefs, personality, purpose, intentionality, and responsibility. As an extension of Bandura's (2006) human agency, the Agency for Learning (AFL) model (Code, 2010, 2020) is introduced as an alternative perspective for understanding and measuring agentic learning processes. Code's AFL model includes four key components: intentionality, forethought, self-regulation, and self-efficacy. Code's AFL model aligns with perspectives presented by Knight et al. (2017) and Mercer (2012) on the complex nature of agency.

***Student agency in ICC development***

EFL learners' experiences in ICC development and their agentic responses may vary, even within the same learning environment. Moeller and Nugent (2014) emphasize the diverse viewpoints and worldviews held by students, shaped by their individual backgrounds, life experiences, and perspectives. These differences lead them to enter the learning process from various starting points and progress at distinct speeds. The authors argue against the expectation that all students should develop interculturally at the same rate and in the same manner, adhering to a predefined final goal. Instead, the author advocates for embracing individual growth. In other words, students may exhibit diverse agentic responses as they construct their personalized intercultural learning pathways.

To gain a profound insight into student agency, it is crucial to contextualize it within a specific setting, particularly focusing on students' agentic responses to intercultural (IC) activities facilitated by teachers. The sense of agency plays a pivotal role in fostering an internal shift during intercultural learning activities. Moeller and Nugent (2014) underscore the active role of learners, emphasizing their role as "active gatherers of knowledge and information" in the intercultural learning process (p. 5). Furthermore, as highlighted by Reeve and Tseng (2011),

understanding student agency is integral to comprehending how students behave, learn, and achieve in various learning activities. In essence, this sheds light on the fact that students are not merely passive recipients of teachers' instructions or reactive participants in learning activities; they actively engage with and respond to them—adapting, enhancing, and contributing to their own learning experiences. This understanding is essential in discerning whether students passively accept instructions or proactively enrich their learning encounters.

## 3. Pedagogical implications

### *ICC teaching strategies and approach*

Various approaches can be employed to enrich learners' ICC in EFL classrooms. Newton et al. (2010) emphasize three key aspects: exploring self, exploring culture, and comparing cultures. In his subsequent work, Newton (2016) introduces five strategies to enhance intercultural learning opportunities for EFL learners (pp. 5-6):

- (1) Situate language in real communicative events/genre/tasks.
- (2) Start with self.
- (3) Encourage experiential learning; encourage learners to put learning into practice beyond the classroom.
- (4) Provide opportunities for learners to compare experiences and reflect on what the experiences felt like, what judgments arise, and for both feelings and thinking, why they feel/think in this way.
- (5) Guide learners to construct understandings: Replace transmission of cultural facts with discovery learning

These strategies underscore the importance of commencing the intercultural journey with self-awareness, encouraging learners to initially reflect on their cultural perspectives. As Newton (2016) articulates, "what this means is that we need to provide learners with opportunities to think about how they would perform the target communicative event in their first language/culture before trying it out in English/a different cultural context" (p. 7).

Another widely recognized approach to teaching ICC is the Intercultural Communicative Language Teaching (ICLC) model, proposed by Tran and Duong (2018). The ICLT model comprises three integral parts: Language-Culture, the primary training process (Input – Notice – Practice – Output), and ICC. The central component consists of four teaching steps designed to facilitate learners' ICC development, simultaneously fostering learners' ICC growth along with language and culture development.

### *Types of activities and assessment in ICC*

In addressing ICC teaching and learning concerns, Lázár et al. (2007) provide concrete and detailed examples of activities, accompanied by suggested steps for assessing ICC. These activities include projects that incorporate literary pieces, film scenes, and songs into teaching. The authors propose a variety of activities for ICC development, including brainstorming, short presentations, critical incidents, role plays and simulations, project work, ethnographic tasks, quizzes and rating tasks, pair or small group discussion. Regarding assessment, the authors present a list of tasks designed to assess learners at the pre-, while-, and post-teaching stages, based on a unit selected from their textbook. (p. 13):

*Before teaching* (at the beginning of the course):

- Self-evaluation of cultural knowledge and perceptions: culture log
- Self-evaluation on being: profile – diagram, survey to assess ICC profile
- Use of the portfolio

*During teaching*

- Use of the portfolio

*After teaching* (at the end of the unit or book)

- Assessing each dimension separately
  a) Assessing intercultural knowledge / savoir
  b) Assessing intercultural know-how / savoir-faire
  c) Assessing intercultural being / savoir-être
- Assessing two intercultural dimensions
- Assessing by means of an integrative task

Nevertheless, as highlighted by Byram (1997) and Deardorff's (2009) ICC cycle model, the development of Intercultural Communicative Competence (ICC) is a flexible and dynamic process that can vary among individual learners and across different contexts. Consequently, teachers have the flexibility to dynamically schedule learning sequences, regulate task sequences within the flow of intercultural learning, and recommend suitable materials and activities to optimize learning outcomes. Additionally, Liddicoat (2008) suggests that teachers can enhance the effectiveness of IC activities by redesigning them, as exemplified by the ICC activities tailored for Japanese students in his article. Moreover, students need exposure to the diverse cultures of English-speaking communities and should be encouraged to find their own IC learning pathways. Importantly, teachers need to adapt and select appropriate IC tasks and authentic materials to promote learners' development of ICC.

***The manifestation of student agency in ICC activities***

As students engage with various tasks, they have numerous opportunities to exercise their agency. This is evident in the way they set and guide their learning objectives and beliefs, apply self-regulation, contribute ideas, express their needs, shape the learning process, as well as seek support and resources. Indeed, students' agentic responses during ICC activities can involve various actions, as noted by Reeve and Tseng (2011, p. 258):

> For instance, during the flow of instruction, students might offer input, express a preference, offer a suggestion or contribution, ask a question, communicate what they are thinking and needing, recommend a goal or objective to be pursued, communicate their level of interest, solicit resources or learning opportunities, seek ways to add personal relevance to the lesson, ask for a say in how problems are to be solved, seek clarification, generate options, communicate likes and dislikes, or request assistance such as modeling, tutoring, feedback, background knowledge, or a concrete example of an abstract concept.

## 4. Conclusion

Recent research trends have underscored the importance of fostering ICC in EFL classrooms. However, there remains a lack of clarity regarding the role of personal attributes, especially student agency in this process. Fostering students' ICC in EFL classroom is a complex process that intertwines the development of language competence and intercultural competence. Furthermore, this process is not a uniform process, but a dynamic and personalized journey shaped by individual experiences and responses. Accordingly, ICC classrooms not only involve a variety of teaching approaches, assessments, and activities for language and culture learning, but also consider the role of student agency in the IC learning process. Encouraging student agency in IC learning involves providing students with opportunities for self-exploration, making dynamic adjustments to learning sequences, and acknowledging the various manifestations of agency in student responses during the learning process. Students, with their diverse backgrounds and experiences, approach intercultural learning from unique perspectives and progress at varied paces, leading to different starting points and learning styles. The manifestation of student agency is also multifaceted, demonstrated through learning directions, beliefs, self-regulations, and actions with intents for their IC learning. It is worth noting that recognizing student agency is crucial in understanding how students behave, learn, and progress as active participants in the

context of ICC development. This work highlights the pivotal role of student agency in shaping individual pathways of ICC development.

## REFERENCES


1. Ahearn, L. M. (2001). Language and agency. *Annual review of anthropology*, *30*(1), 109-137. https://doi.org/doi:10.1146/annurev.anthro.30.1.109
2. Badrkoohi, A. (2018). The relationship between demotivation and intercultural communicative competence. *Cogent Education*, *5*(1), 1531741.
3. Bandura, A. (1999). Social cognitive theory: An agentic perspective. *Asian journal of social psychology*, *2*(1), 21-41.
4. Bandura, A. (2001). Social cognitive theory: An agentic perspective. *Annual Review of Psychology*, *52*(1), 1-26.
5. Bandura, A. (2006). Toward a psychology of human agency. *Perspectives on Psychological Science*, *1*(2), 164-180. https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1745-6916.2006.00011.x
6. Bandura, A. (2018). Toward a psychology of human agency: pathways and reflections. *Perspectives on Psychological Science*, *13*(2), 130-136. https://doi.org/10.1177/1745691617699280
7. Brown, H. D. (2001). *Teaching by Principles: An Interactive Approach to Language Pedagogy* (2nd ed.). Longman.
8. Byram, M. (1997). *Teaching and assessing intercultural communicative competence*. Multilingual matters.
9. Byram, M. (2009). The intercultural speaker and the pedagogy of foreign language education. In D. K. Deardorff (Ed.), *The SAGE handbook of intercultural competence* (pp. 321-332). Sage.
10. Byram, M., Holmes, P., & Savvides, N. (2013). Intercultural communicative competence in foreign language education: questions of theory, practice and research. *The Language Learning Journal*, *41*(3), 251-253. https://doi.org/10.1080/09571736.2013.836343
11. Chen, G.-M., & Starosta, W. J. (1996). Intercultural Communication Competence: A Synthesis. *Annals of the International Communication Association*, *19*(1), 353-383. https://doi.org/10.1080/23808985.1996.11678935
12. Code, J. R. (2010). *Assessing agency for learning: Agency for learning and measuring agency for learning: Validating the Agency for Learning Questionnaire (AFLQ) and Agency as a Mediator of Academic Achievement* Education: Faculty of Education].
13. Code, J. R. (2020). Agency for learning: Intention, motivation, self-efficacy and self-regulation. *Frontiers in Genetics*, *5*, 19. https://doi.org/https://doi.org/10.3389/feduc.2020.00019
14. Covert, H. H. (2014). Stories of personal agency: Undergraduate students' perceptions of developing intercultural competence during a semester abroad in Chile. *Journal of studies in international education*, *18*(2), 162-179.
15. Dai, X., & Chen, G. M. (2014). *Intercultural communication competence: Conceptualization and its development in cultural contexts and interactions*. Cambridge Scholars Publishing.
16. Deardorff, D. K. (2006). Identification and assessment of intercultural competence as a student outcome of internationalization. *Journal of studies in international education*, *10*(3), 241-266. https://doi.org/10.1177/1028315306287002
17. Deardorff, D. K. (2009). Implementing intercultural competence assessment. In D. K. Deardorff (Ed.), *The SAGE handbook of intercultural competence* (pp. 477-491). SAGE publication.

18. Fantini, A. E. (2009). Assessing intercultural competence: issues and tools. In D. K. Deardorff (Ed.), *The SAGE handbook of intercultural competence* (pp. 456-476). SAGE publication.
19. Fantini, A. E. (2020). Reconceptualizing intercultural communicative competence: A multinational perspective. *Research in Comparative and International Education*, *15*(1), 52-61. https://doi.org/10.1177/1745499920901948
20. Goller, M., & Harteis, C. (2017). Human agency at work: Towards a clarification and operationalisation of the concept. In M. Goller & S. Paloniemi (Eds.), *Agency at Work: An Agentic Perspective on Professional Learning and Development* (pp. 85-103). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-60943-0_5
21. Hammer, M. R., Bennett, M. J., & Wiseman, R. (2003). Measuring intercultural sensitivity: The intercultural development inventory. *International Journal of Intercultural Relations*, *27*(4), 421-443. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0147-1767(03)00032-4
22. Huang, J. P., & Benson, P. (2013). Autonomy, agency and identity in foreign and second language education. *Chinese Journal of Applied Linguistics*, *36*(1), 7-28.
23. Huang, Y. (2014). Constructing intercultural communicative competence framework for English learners. *Cross-Cultural Communication*, *10*(1), 97-101.
24. Kalaja, P., Barcelos, A. M. F., Aro, M., & Ruohotie-Lyhty, M. (2015). *Beliefs, agency and identity in foreign language learning and teaching*. Springer.
25. Knight, J., Barberà, E., & Appel, C. (2017). A framework for learner agency in online spoken interaction tasks. *ReCALL*, *29*(3), 276-293.
26. Lantolf, J. P., & Pavlenko, A. (2001). (S)econd (L)anguage (A)ctivity theory: understanding second language learners as people. In M. P. Breen (Ed.), *Learner Contributions to Language Learning: New Directions in Research*. Routledge. https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9781315838465
27. Lázár, I., Kriegler, D. L., Matei, G. S., & Peck, C. (2007). Developing and assessing intercultural communicative competence. *Babylonia*, *3*, 07.
28. Leadbeater, C. (2017). *Student agency: Learning to make a difference*. Centre for Strategic Education.
29. Liddicoat, A. J. (2008). Pedagogical practice for integrating the intercultural in language teaching and learning. *Japanese Studies*, *28*(3), 277-290. https://doi.org/10.1080/10371390802446844
30. Martin, J. (2004). Self-regulated learning, social cognitive theory, and agency. *Educational psychologist*, *39*(2), 135-145. https://doi.org/10.1207/s15326985ep3902_4
31. Mercer, S. (2011). Understanding learner agency as a complex dynamic system. *System*, *39*(4), 427-436.
32. Mercer, S. (2012). The complexity of learner agency. *Apples-Journal of Applied Language Studies*.
33. Mete, D. E. (2011). EIL and intercultural communicative competence: Two sides of a coin. *Asian EFL Journal Press for the EIL Journal. Asian EFL Journal Press*, 45-50.
34. Moeller, A. K., & Nugent, K. (2014). Building intercultural competence in the language classroom. 1-18. http://digitalcommons.unl.edu/teachlearnfacpub/161
35. Nault, D. (2006). Going global: Rethinking culture teaching in ELT contexts. *Language, Culture and Curriculum*, *19*(3), 314-328. https://doi.org/10.1080/07908310608668770
36. Newton, J. (2016). Cultivating intercultural competence in tertiary EFL programs. Crossing Borders in language teaching and business communication: Proceedings of the 11th ELT Chaoyang, Taiwain.

37. Newton, J., Yates, E., Shearn, S., & Nowitzki, W. (2010). Intercultural communicative language teaching: Implications for effective teaching and learning. *Report to the Ministry of Education Ministry of Education, New Zealand*.
38. Nguyen, D. C. (2013). Cultural diversity in English language teaching: Learners' voices. *English Language Teaching*, *6*(4), 1-7.
39. Reeve, J., & Tseng, C.-M. (2011). Agency as a fourth aspect of students' engagement during learning activities. *Contemporary Educational Psychology*, *36*(4), 257-267. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.cedpsych.2011.05.002
40. Richards, J. C., & Rodgers, T. S. (2001). *Approaches and methods in language teaching* (2th ed.). Cambridge university press.
41. Ros i Solé, C. (2013). Cosmopolitan speakers and their cultural cartographies. *The Language Learning Journal*, *41*(3), 326-339. https://doi.org/10.1080/09571736.2013.836349
42. Sinicrope, C., Norris, J., & Watanabe, Y. (2007). Understanding and assessing intercultural competence: A summary of theory, research, and practice (technical report for the foreign language program evaluation project). *Second Language Studies*, *26*(1), 1-58.
43. Soler, E. A., & Jordà, P. S. (2007). *Intercultural language use and language learning*. Springer.
44. Tran, Q. T. (2015). *An intercultural communicative language teaching for EFL learners* Doctoral Dissertation. Nakhon Ratchasima: Suranaree University of Technology].
45. Tran, Q. T., & Duong, M. T. (2018). The effectiveness of the intercultural language communicative teaching model for EFL learners. *Asian-Pacific Journal of Second and Foreign Language Education*, *3*(1), 1-17.
46. Tran, Q. T., & Seepho, S. (2016). EFL learners' attitudes toward intercultural communicative language teaching and their intercultural communicative competence development. *Journal of Studies in the English Language*, *11*.
47. Tran, Q. T., & Seepho, S. (2017). Intercultural language education: Supportive factors and constraints on EFL learners' intercultural communicative competence development. *Suranaree Journal of Social Science*, *11*(1), 1-28.
48. Vo, P. Q. (2018). Students' perceptions to cultivating intercultural competence activities: A case study of a Vietnamese university. *ThaiTESOL Journal*, *31*(1), 33-48.
49. Widodo, H. P. (2017). Constructing and negotiating agency and identity of English language learners: Teacher-learner driven ESP materials development in the Indonesian secondary school context. *Electronic Journal of Foreign Language Teaching*, *14*(2).
50. Wiseman, R. L. (2002). Intercultural communicative competence. In W. B. Gudykunst & B. Mody (Eds.), *Handbook of international and intercultural communication* (Vol. 2, pp. 207-224). Sage.
51. Yashima, T. (2012). Agency in second language acquisition. *The Encyclopedia of Applied Linguistics*. https://doi.org/https://doi.org/10.1002/9781405198431.wbeal0016.

# APPLYING TECHNOLOGICAL DEVICES IN THE ASSESSMENT OF ENGLISH LISTENING SKILLS AT HO CHI MINH CITY COLLEGE OF TRANSPORT

**Le Ho Minh Giang***
Department of General Education, Ho Chi Minh City College of Transport.
*Corresponding author, Email: lhmgiang@hcmct.edu.vn.

**ABSTRACT**

Technological devices have been applied increasingly in education. In the assessment of students' listening skills, applying technological devices expresses its advantages as well as disadvantages. Hence, this paper aims to explore the benefits and drawbacks of applying technological devices in the assessment of English listening skills and the strengths and weaknesses of the practical application at Ho Chi Minh City College of Transport. Class observations and semi-interviews from 4 teachers and 8 random non-English-majored students were conducted. The findings showed that although applying technological devices in the assessment of English listening skills brought benefits to both teachers and students such as saving time and energy to design, adjust, deliver, and take the test, and immediate scoring with accuracy, it still existed some drawbacks related to students' distraction, the teachers and students' knowledge in technology, and the barriers of Internet connection among different smartphones' generations. In conclusion, teachers are suggested to take advantage of modern technological devices to design the assessment of listening skills using online applications and authentic videos from reliable sources in the assessment of listening skills.

*Keywords:* assessment; English listening skills; strengths and weakness; technological devices.

## 1. Introduction

Rohaniyah and Nasrullah (2021) mentioned that in the language classroom, the assessment of four skills should be conducted to gain progress for further learning and teaching. Assessing listening skills is considered more complicated than other skills because it requires students to listen to and understand the oral input, and transfer what they hear through their auditory insight. While students can easily read the text by eyes in a written form obviously, they have to make efforts to recognize the information they hear. This point of view is in line with Elvis Wagner's research that the assessment of second language listening ability is more challenging than other language skills assessments (2023). Flowerdew and Miller (2012) demonstrated that many students spend less time developing active listening skills, but being good at listening skills is fundamental to the development of other language skills.

In terms of the role of listening skills in the course of English at college, listening is a crucial skill for learners, as they need to communicate effectively with customers, suppliers, and colleagues from different companies, areas, countries, and cultures after graduation. However, assessing listening skills is not an easy task, as it involves many factors, such as the quality of the input, the limitation of time for assessing listening skills in class, the type of tasks, and the criteria for scoring. Moreover, traditional methods of assessing listening, such as doing listening tasks in the classroom, paper-and-pencil tests, or face-to-face communication between teachers and students, may not help to develop students' listening

skills in many ways as well as not help teachers to assess exactly student's performance of listening skills.

Nowadays, the development of technology devices has become more accessible, and mobile devices have enabled learning to happen anytime and anywhere, offering students educational resources (Andujar, 2016). Additionally, recent advances in technology have shown that technology support is not limited to computers but extends to other devices, such as laptops, smartphones, and tablets (Han & Keskin, 2016), that have almost all the features of computers. Moreover, García and Rodríguez (2021) stated that students felt more confident, secure, and comfortable when they used ICT via their technology devices with the support of the Internet, to improve their listening skills. According to Mortazavi et al. (2021), teachers intend to use mobile devices to develop tests for university students, and smartphone Apps could help enhance listening skills.

In teaching English to students at the College of Transport, the assessment of listening skills has seemed to be conducted traditionally and teachers have not intended to focus on applying technology devices in assessing the listening skills. Moreover, it seems that there has been not much research related to applying technology to assess listening skills in teaching English, especially at the college level. Therefore, this paper will evaluate specifically the true situation of applying technological devices in the assessment of listening skills in the course of English at Transport College in HCMC. Then, recommendations will be raised to improve the assessment quality of listening skills in English for college students.

## 2. Literature review

### *2.1 Assessment of listening skills*

#### *2.1.1 Definition*

According to (Brown & Priyanvada, 2018), assessment is an ongoing process with a wide range of methodological techniques in which the teacher subconsciously appraises the students' performance during their learning process. Listening assessment requires an understanding both of the construct and the ability measured and the test task formats are identified in assessing the ability (Abeywickrama, 2018).

#### *2.1.2 Types of listening skills*

There are four common types of listening performance intensive, responsive, selective, and extensive (Brown & Priyanvada, 2018). On one hand, intensive and responsive are low levels of listening performance that require listening for the perception of components of a larger stretch of language or making short responses. On the other hand, selective asks candidates to comprehend designated information in a context of longer stretches of spoken language. For example, listening for names, numbers, a grammatical category, directions, or certain facts and events. In extensive performance level, test takers need to listen to lengthy lectures and conversations and obtain a comprehensive message or purpose such as listening for the gist or the main idea and making inferences. Extensive performance is considered the highest level that requires text takers to achieve full comprehension.

### *2.2 Technological devices used in the assessment of listening skills*

Cited in the research of Chapelle and Voss (2017)**,** technology can include a wide range of devices used in assessment such as recording equipment, statistical programs, databases, and programs capable of language recognition. However, this assignment only focuses on the way teachers use to deliver listening tasks to students inside the classroom.

Regarding the input issue, according to Wagner (2023), although listening ability means the ability to understand spoken input, listeners can use nonverbal information transmitted by the speaker to comprehend the aural input. Many research results reveal that using audio-visual texts helps test takers get statistically significantly higher scores in comparison with audio-only texts (Batty, 2014; Sueyoshi & Hardison, 2005; Wagner, 2010). Most real-world listening contexts in a second language allow L2 listeners to see the speaker's situation as well as hear their speech. Therefore, using videos as opposed to simple materials from textbooks might help increase students' listening comprehensive ability (Kim, 2015).

### *2.3 Advantages and disadvantages of applying technological devices in the assessment of listening skills*

Technological devices can improve listening comprehension tests in many ways. Sanavi and Mohammadi (2018) indicated that technology not only allows listening test developers to create interactive items that ensure the test's authenticity, but also offers other benefits, such as shorter testing times, immediate score reporting, constant availability and delivery over a network or the internet, better measurement of the construct that is relevant for real-world listening tasks, integration of visual information and simulation of interactive listening and evaluation of collaborative listening skills, making it possible to provide text support for listening tests with or without subtitles, and adjusting the speed of the oral input.

Rohaniyah and Nasrullah (2021) mentioned that technology such as Audio and Video recording was one of the tools that could be used to assess student listening comprehension and competence, and the computer was considered as equipment of technology that presents the spoken text. These authors also examined that teachers could save energy by using technology to assess listening skills because they did not have to make their records for spoken input.

According to Brown (2016), using computers in language testing brought many benefits to test designers, test administrators, and examinees. For the test designers' benefits, six advantages included accurate and reliable scoring, specific ability level targeting, minimizing cheating, design flexibility, positive washback, and enhanced validity. Regarding test administrators' benefits, six positive factors were emphasized that involved data gathering, transmission, storage, remote scoring, shorter tests that take less time, and administration flexibility. The research's results also revealed that examinees' benefits included their enjoyment of computers, their freedom to work at their own pace, less intimidation, less frustration, walk-in convenience, and immediate feedback.

In terms of disadvantages, Sanavi and Mohammadi (2018) exposed that technology could also have some drawbacks in measuring language skills. For example, multimedia listening tests could divert the attention of the test takers. Also, test developers needed to have advanced knowledge of technology. Moreover, the limitations of computer programs and systems, the high cost of setting up the infrastructure for a test, the test takers' lack of computer skills, and their anxiety when using technology during the test session could make technology less convenient for assessing listening. Furthermore, the barrier of technical problems such as Internet connection differences between smartphone generations was considered a disadvantage because this might lead to differences in test takers' speed when they did the tasks that could affect their competitiveness (Nguyen & Yukawa, 2019). As a result, they could get distracted or demotivated.

## 3. Discussion and Reflection

### *3.1 Discussion*

From the reviewed studies (Brown, 2016; Rohaniyah & Nasrullah, 2021; Sanavi & Mohammadi, 2018), there are both benefits and drawbacks for teachers and test takers when applying technical devices in the assessment of listening skills.

First of all, regarding teachers' benefits, one of the advantages of using technological devices for assessing listening skills is that teachers can provide authentic and varied input for the learners. For example, test designers can actively choose different types of input sources for listening tasks in the assessment such as podcasts, videos, or audio clips from native English speakers that are related to their field of study or work, such as news, interviews, or reports. These sources can expose learners to different accents, dialects, registers, and genres of English so that students can improve their listening skills in a variety of situations in real life. Moreover, with the development of technology devices, it is convenient for teachers to save testing time and energy in terms of designing, remaking, readjusting, and supplementing the different types of listening tasks of a test, such as listening for gist, detail, inference, or evaluation. Besides, scoring immediately, accurately, and reliably is one of the best

advantages of technology devices, so teachers can save time to know the testing results of a lot of examinees at the same time. It is suitable for teachers to design flexible tasks such as True-False or Multiple-choice tasks as well as easily set the score value for the listening tests, and automatically store and retrieve quickly the students' results from the technological devices.

Related to learners' benefits, applying technological devices in the assessment of listening skills can stimulate students' enjoyment because their generation has accessed and is familiar with modern technological devices from a very early age. Besides, the colorful tasks design and vivid animations might be attractive to students. Moreover, conducting the assessment of listening skills with technological devices allows the test takers to control the pace and volume of the input, as well as to repeat or skip sections as they wish. This can help them to adjust their listening strategies and cope with the challenges of listening comprehension without intimidation. Finally, they can know immediately their testing result after finishing their work.

Concerning the drawbacks, because of the diversity and attraction of input sources, multimedia listening tests can divert the students' attention. Therefore, while learners might not achieve the expected results, teachers cannot measure exactly the learners' listening skills. In addition, it is not easy for test designers to develop a good listening assessment, so they need to spend time exploring and researching themselves to gain advanced knowledge of technology. Moreover, the obstacles of computer programs, systems, and the infrastructure for a test that do not adapt to the assessment of listening skills are considered the weak points of using technological devices in the assessment of listening skills. Another downside includes the test takers' lack of technological skills and their anxiety during the process of taking the assessment on their technological devices which can make technology less convenient for assessing listening. Last but not least, the errors related to the Internet connection happening because of the smartphone generation when students are doing the listening tasks might negatively influence their speed and results.

### *3.2 Reflection*

In the college-level training program in Vietnam, English is an indispensable subject that has been taught to first-year non-English major students. Teaching English to non-English major students based on the curriculum which was enacted by The Ministry of Labor War Invalids and Social Affairs. The English curriculum includes basic knowledge and skills to use English in life, study, and professional activities by the level of training. After completing the program at the college level with 120 periods, learners can achieve level 2 of foreign language ability according to the 6-level Foreign Language Competency Framework for Vietnam. Specifically, concerning skills, after finishing the English course, students can achieve four Basic English skills including listening, speaking, writing, and reading. These skills are designed based on 12 topics of the knowledge framework. In listening skills, students are required to listen and understand phrases and expressions.

In this study, observations of the periods of the English course were conducted to briefly analyze the current situation of applying technology devices in the assessment of College students' English listening skills at Ho Chi Minh City College of Transport. The participants in this study were four English teachers who had taught general English for more than 10 years at Ho Chi Minh City College of Transport and first-year non-English major students of 4 classes who participated in the general English courses in the first semester from September to December in 2023. The direct observations were conducted during 8 periods in which each teacher was announced to be observed for 2 teaching periods of listening skills to investigate both teachers' and students' experience in the assessment of listening skills. The teaching sections were recorded, but only the application of technological devices in the assessment of listening skills was carefully transcribed in full. The observation data collected from recordings and written notes were analyzed to find out the strong points and weak points of the assessment of listening skills using technological devices. Besides, qualitative data

collection from semi-structured interviews was also conducted. The participants included 4 English teachers and 8 random students. They were interviewed for more than 10 minutes and later analyses were conducted based on all recorded responses. Prepared questions in the semi-interviews centered on how teachers and students experienced the assessment of listening skills by applying technological devices. In addition to the main questions, the interviewees were also asked some follow-up questions to show their deeper insights related to the research issues including how convenient it was for both teachers and students in the assessment of listening skills by applying technological devices, how examinees felt about using their smartphones to take a test, and how teachers identified the security of this type of assessment. All the questions in the interviews were employed in Vietnamese to ensure that all the interviewees could understand the study's questions. The interview data was analyzed according to the specific issues of this research to find out the results.

The primary finding explained that in the assessment of listening skills in English, the teachers at Ho Chi Minh City College of Transport tended to ask students to listen to the audio and give the answers for the tasks, then they needed to explain why they chose the answers for the tasks. After that, teachers often showed the transcripts and requested students to read and translate them into Vietnamese to understand the content of the audio. Based on analysis of the observations and interviews, there were pros and cons in applying technological devices in the assessment of listening skills during the teaching process in the classroom as follows:

*3.2.1 Strong points*

First of all, the audios were attached to the coursebook, so teachers did not have to record, choose, or open different files of audio in the assessment process. Therefore, it was convenient for teachers to pause or open the audio on their computers whenever they wanted to assess students' listening skills. Moreover, most of the listening tasks were designed in a standard and correct way such as True-False and fill-in-the-blanks with words or phrases, so teachers could save time in designing the tasks. Finally, because the size of the recorded audio is small, it could be used easily on different technology platforms.

Regarding the application of technological devices in the assessment of listening skills, some teachers had positive cognitive of the benefits and made an effort to use technology in testing. For example, in the 19-Covid pandemic in 2019 and 2020, most English courses were taught online through the Google Meet application and the assessment of listening skills also had to be conducted through technology devices like computers and smartphones. The lecturers of the College of Transport designed and delivered the listening tasks through Google Forms to students who used their devices to finish the tasks at their places. It was obvious to recognize the advantages for teachers to adjust or supplement the listening tasks as well as to know immediately the students' performance without wasting time and energy to score physically on test papers. As a consequence, some teachers continued to apply Google Forms to assess students' listening skills. Teachers used to design the listening tasks on the website Google Forms and deliver them to students who had to take the assessment in class by listening to the audio turned on by the teachers and answering the questions on their smartphones. This prevented students' cheating and errors in the Internet connection during the test-taking. Besides, the Kahoot application was another option for a small number of teachers at this College in assessing listening skills because of its attraction and utility that might stimulate students in the process of doing the listening tasks.

Concerning the test takers, according to the observation in English classes, most of them were interested in using smartphones to take the listening assessment. This was the result of the development of technological devices and the positive access of the students' generation from an early age. Learners could easily do the listening test at their own pace which means they could take the tasks faster or slower depending on their abilities. This is in line with Brown (2016) who found that enjoyment of computers, and freedom to work at their own

pace were considered examinees' benefits when taking an assessment of English listening skills.

*3.2.2 Weak points*

First of all, the audio used in the coursebook was recorded with a mechanical accent, not authentic and the quality of the record was not good, some of the sounds were not loud enough to use to design the listening assessment in class. Moreover, the listening tasks were not designed to be diverse. Most of them were Fill-in-the-blanks and True-False questions that did not help students improve their listening skills in some cases. Additionally, one potential weakness of listening techniques was that the listening tasks might simply become reading comprehension tasks. This is in line with Brown and Priyanvada (2018). The reason was that students could read and translate the text from the transcript after listening and they might not need to listen at all, yet they might still be able to respond with the appropriate word or phrase. Moreover, audio-only texts without visuals were used in the lessons. Therefore, besides the boring of the tasks, it was difficult for teachers to assess correctly students' listening skills.

In addition, most teachers have not accessed modern technological devices yet as well as not have advanced knowledge of technology. They seemed a bit hesitant in exploring, researching, and using technological applications in the assessment of listening skills. Moreover, the limitation of the Internet infrastructure could be a big obstacle for teachers and students to apply technology in assessment. In reality, the teachers and students at the College of Transport had to use their own 4G network to conduct the assessment tasks in class. As a consequence, it sometimes could not adapt the listening tasks with big-size video files in delivering to students which might be a bad situation for both teachers and students to experience.

Last but not least, one of the problems that occurred during conducting assessments related to the students' honesty and the assessment's security. In some cases, some students sent the link to others to do the test for them or to know the assessment before they did the test in class if teachers used the same assessment for all students. This might lead to unfair results among students and the assessment could not evaluate exactly the students' listening ability.

## 4. Conclusion and implication

Nowadays, with the widespread of technological devices, teachers may have more choices in designing listening tasks for assessment as well as the way to give scores or feedback. Therefore, teachers should take advantage of modern technological devices to design the assessment of listening skills using online applications like Google Form, YouTube, Kahoot, Quizizz, Quizlet, etc. through smartphones, tablets, and laptops to increase creativity in designing tasks, save time with the automatic scoring, and raise the attraction and easy access for students who are familiar with modern technological devices.

**Figure 1. A combination of Google Forms and YouTube in a mini-test**

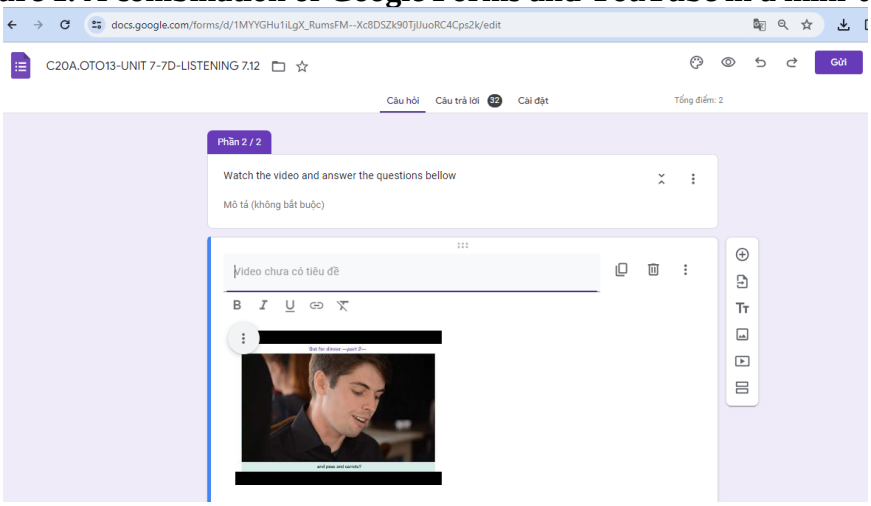


**Figure 2. The interface on the laptop screen of a designer using an online game from the Kahoot application in the assessment**

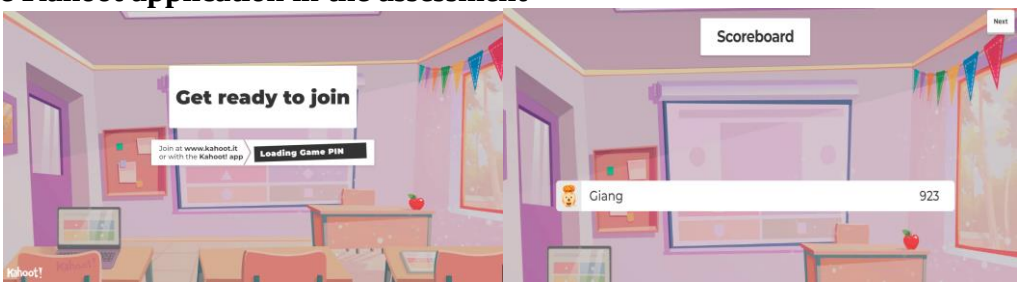
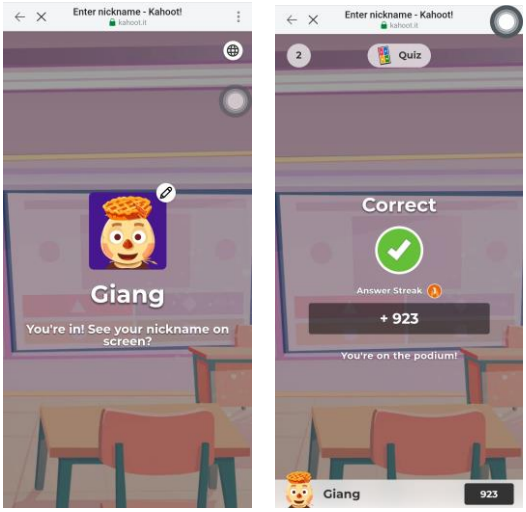



**Figure 3. The interface on the smartphone screen of the test taker using an online game from Kahoot application in the assessment**




Besides, because videos offer L2 learners a chance to improve their comprehensive ability and help them to get higher scores in comparison with audio-only texts (Batty, 2014; Kim, 2015; Sueyoshi & Hardison, 2005; Wagner, 2010), teachers can use authentic videos from the reliable sources like Podcast, Tedtalk, or authentic coursebooks in the assessment of listening skills.

In conclusion, this paper explored the potential benefits of applying technological devices in the assessment of College students' English listening skills in the course of English at Transport College in HCMC. The main argument was that technological devices could enhance the validity, reliability, and practicality of listening assessment, by providing authentic and varied input, allowing learner control and interaction, and facilitating feedback and scoring. However, there were also some challenges and limitations that needed to be considered, such as the availability and accessibility of the devices, the technical skills of the learners and teachers, and the ethical and security issues of online assessment. Therefore, further research and experimentation are needed to find the best ways of integrating technological devices into the listening assessment system and to evaluate their impact on the learners' listening development and performance.

## REFERENCES

1. Abeywickrama, P. (2018). Techniques for assessing listening. *the TESOL encyclopedia of English language teaching*, 1-6.
2. Andujar, A. (2016). Benefits of mobile instant messaging to develop ESL writing. *System*. https://doi.org/10.1016/j.system.2016.07.004
3. Batty, A. O. (2014). A comparison of video- and audio-mediated listening tests with many-facet Rasch modeling and differential distractor functioning. *Language Testing*, *1*(18). https://doi.org/10.1177/0265532214531254

4. Brown, H. D., & Priyanvada. (2018). *Language Assessment Principles and Classroom Practices* (3 ed.). Pearson.
5. Brown, J. D. (2016). Language testing and technology. In F. Farr & L. Murray (Eds.), *The Routledge Handbook of language learning and technology*. Routledge Taylor & Francis Group.
6. Chapelle, C. A., & Voss, E. (2017). Utilizing technology in language assessment. *Encyclopedia of Language and Education*, *1*(10). https://doi.org/10.1007/978-3-319-02261-1_10
7. Flowerdew, J., & Miller, L. (2012). Assessing Listening. In *The Cambridge Guide to Second Language Assessment* (pp. 225-233). Cambridge University Press.
8. García, A. B., & Rodríguez, M. P. (2021). Application of information and communication technologies for the development of students' English language listening skills. *Journal of Research Scholars and Professionals of English Language Teaching*, *5*(26).
9. Han, T., & Keskin, F. (2016). Using a mobile application (WhatsApp) to reduce EFL speaking anxiety. *Gist education and learning research journal*, *12*, 29-50.
10. Kim, H.-S. (2015). Using authentic videos to improve EFL students' listening comprehension. *International Journal of Contents*, *11*(4). https://doi.org/10.5392/IJoC.2015.11.4.015
11. Mortazavi, M., Nasution, M. K. M., Abdolahzadeh, F., Behroozi, M., & Davarpanah, A. (2021). Sustainable learning environment by Mobile-assisted language learning methods on the Improvement of productive and receptive foreign language skills: a comparative study for Asian Universities. *Sustainability*, *13*. https://doi.org/10.3390/su13116328
12. Nguyen, T. T. T., & Yukawa, T. (2019). Kahoot with Smartphones in testing and assessment of language teaching and learning, the need for training on Mobile devices for Vietnamese teachers and students. *International Journal for Information and Education Technology*, *9*(4). https://doi.org/10.18178/ijiet.2019.9.4.1214
13. Rohaniyah, J., & Nasrullah. (2021). The issue in assessing listening: what listening aspect may be problematic assessed through the utilization of technology? *International Journal of English Education and Linguistics (IJoEEL)*, *3*(2), 84-89.
14. Sanavi, R. V., & Mohammadi, M. (2018). Listening assessment. *the TESOL encyclopedia of English language teaching*. https://doi.org/10.1002/9781118784235.eelt0806
15. Sueyoshi, A., & Hardison, D. M. (2005). The role of gestures and facial cues in second language listening comprehension. *Language Learning*, *55*(4), 661-699. https://doi.org/10.1111/j.0023-8333.2005.00320.x
16. Wagner, E. (2010). The effect of the use of video texts on ESL listening test-taker performance. *Language Testing*, *27*(4). https://doi.org/10.1177/026553220935566
17. Wagner, E. (2023). *Assessing listening*. Routledge.

# STUDENT COURSE EVALUATION: A LITERATURE REVIEW

**Bui Ngoc Thanh***
Institute of Postgraduate Studies, HUTECH University.
*Corresponding author, Email: ngocthanh11109@gmail.com.

**ABSTRACT**

This review of the literature explores the topic of student course evaluation, emphasizing the variables that affect its efficacy and how it affects teaching and learning in higher education. To give a thorough grasp of student course evaluation as an evaluation instrument, the review synthesizes and analyzes a variety of academic papers, research studies, and other pertinent sources. The concept of course evaluation, its critical role in enhancing education, models of course assessment, and its areas of application are a number of the topics covered in this paper. Overall, this literature review contributes to the existing knowledge base surrounding student course evaluation and provides insights for educators, administrators, and researchers interested in assessment practices in higher education.
*Keywords:* course evaluation; course evaluation areas; a literature review; higher education.

## 1. Introduction

In recent years, the importance of student voices in shaping educational practices has gained significant recognition. Student course evaluations are considered valuable sources of information for instructors and institutions to assess their teaching strategies, identify areas for improvement, and make informed decisions about curriculum development (Benton & Cashin, 2013). Evaluations can offer important insights into the efficacy of pedagogical approaches by giving students a platform to express their opinions on a range of course-related topics, including instructional strategies, course materials, and the overall learning experience. Given the significance of student course evaluation for fostering educational excellence, this literature review also offers recommendations for improving the effectiveness of evaluations in higher education. Furthermore, the review suggests the importance of clear communication with students regarding the purpose and value of their feedback, as well as the need for ongoing professional development opportunities for instructors to utilize evaluation results effectively. Overall, this article review of the literature on student course evaluation contributes to the valuable understanding of the role, model and area of course evaluation in higher education.

## 2. The definition of course evaluation

Students can offer feedback and evaluate their learning experiences through the course evaluation process. It includes a number of elements, including the curriculum, instructional tactics, methods of assessment, and general structure (Edström, 2008). Teachers can learn more about how students perceive a course by reading up on course evaluation. As a result, there is a strong correlation between the literature on course evaluation and students' opinions of a certain course. A value of thing is ascertained by evaluation. It involves obtaining information to be utilized in evaluating the worth of a program, product, process, or goal as well as the possible value of alternate strategies meant to accomplish particular goals. In the opinion of Ornstein & Hunkins (2017), the goal of evaluation should be to provide answers to issues regarding the selection, acceptance, encouragement, and worth of educational resources and activities.

Additionally, student evaluations of the teaching and learning process have a big impact on the delivery of high-quality higher education. Universities generally rely on student input regarding their educational experiences to inform their judgments regarding tenure and promotions (Kember et al., 2002). Furthermore, student evaluations offer insightful information on how well teachers and administrators are thought to be working. Research has repeatedly demonstrated a favorable correlation between effective instructional practices and students' assessments of the quality of the instruction they receive (Cashin, 1990).

Students evaluate the performance of the instructors as well as the structure of the course, the ways in which it is assessed, and the materials that are available for learning. As defined by Marsh (2007), it is "a systematic process for collecting information about a course or program in order to make decisions about its effectiveness and improvement" (p. 3). This concept emphasizes the function of course evaluation as a tool for informing choices about curriculum development and teaching strategies. Teachers can improve student learning outcomes and support ongoing development in higher education by incorporating student feedback into their lesson plans.

Overall, course evaluation can be considered as an organized process for gathering student judgments regarding a program or course in order to decide how best to improve quality of education. Moreover, it is important to take into account the thoughts and assessments of students in order to promote a more rewarding and effective learning environment.

**3. The crucial role of course evaluation in improving education**

Course evaluation is essential for improving the quality of education because it gives teachers and institutions helpful feedback. Instructors can discover their strengths and shortcomings through course evaluation, which gives them insight into the parts of their teaching approach that work well and those that need work. Teachers can improve their performance by reflecting on their approaches and making necessary adjustments by assessing student feedback (Chism, 1999). Moreover, surveys for course evaluation are well-known to be a useful tool for gathering detailed feedback from students on a range of topics (e.g., teaching methodology, course content, and assessment strategies). McKeachie and Svinicki (2013) claimed that course evaluations cover a wide range of elements that can help teachers adjust and improve their lesson plans and instructional strategies. According to Centra (1993), the data from course evaluations offers crucial information into the curriculum's efficacy and relevancy. Institutions can uncover gaps in the current curriculum by examining student input; this allows for essential adjustments or updates to better meet the changing demands of learners. Instructors can use the useful information provided by course evaluation to assist in their daily professional development. the research of Spooren et al. (2013), faculty members can improve their professional development chances and discover areas for skill enhancement by utilizing feedback from students to support them.

By offering students a thorough feedback system, course evaluations contribute significantly to the improvement of education. It supports professional growth, helps teachers understand their strengths and shortcomings, improves course design, and informs curriculum development. All educational establishments should make good use of course evaluation in order to guarantee ongoing development and superior teaching and learning.

**4. The model of course evaluation (Kirkpatrick's four-level evaluation Model)**

A popular model to evaluate the effectiveness of training course is Kirkpatrick's four-level evaluation (Gill & Sharma, 2013). It was developed by Donald Kirkpatrick and consists of four levels:

**Level 1:** Reaction

This level is all about the participants' initial thoughts and feelings about the training course. In order to ascertain participants' thoughts regarding the training content, delivery, and overall experience, feedback is gathered using surveys or questionnaires. According to Kirkpatrick (1998), the purpose of reaction measurement is to ensure that learners are engaged and motivated.

**Level 2:** Learning

The extent to which program attendance affects participants' attitudes, knowledge, and/or skill is evaluated at this level. Learning measures are measurable indicators of the learning that has occurred during the training program, and they are usually evaluated by having participants self-evaluate their own learning.

**Level 3:** Behavior

The level 3 assesses how the training program has affected the participants' behavior. For the majority of users, this level offers the most accurate evaluation of a program's usefulness. Testing at this level is difficult, though, because it is sometimes impossible to predict when an individual will start to apply the knowledge they have learned from the program in an effective manner. Because of this, choosing when, how often, and exactly how to review a participant following the assessment becomes more difficult.

**Level 4:** Results

Kirkpatrick and Kirkpatrick (2016) revealed that the term "Results Level" can be used to describe the moment at which desired outcomes arise from the learning activity's outcomes and subsequent reinforcement.

These four levels provide a comprehensive approach to evaluating training programs by considering participants' reactions, learning outcomes, behavior change, and organizational results. By analyzing each level, organizations can identify areas of improvement and make informed decisions regarding the success and future implementation of training programs.

**5. The areas of course evaluation**

The model of Forsyth et al. (1999) proposes six areas of evaluation including the classroom environment, the teacher, the course materials, the use of media, delivery methodologies and the learners' belief as to the overall effectiveness of the event.

The classroom environment: Students' overall learning experience is greatly influenced by their classroom setting. Studies have consistently demonstrated that a supportive learning environment in the classroom improves student involvement, motivation, and academic performance (Brophy & Good, 1986; Fraser et al., 1982). Students work together, become more creative, and develop their critical thinking abilities in a friendly environment. Thus, assessing the learning environment in the classroom is crucial to pinpointing problem areas and raising the efficacy of instruction.

The teacher: According to Spooren et al. (2013), the teacher area evaluation provides insightful information about the areas in which teachers excel and where they can yet grow. It offers educators helpful criticism that can direct their efforts toward professional improvement.

The course materials: When assessing the success of course materials from the viewpoint of learners, it is imperative to incorporate input from students (Boud & Molloy, 2013). Students' perspectives on readability, degree of engagement, and comprehension of concepts provided in the materials can be gathered through surveys or focus groups (Harrison et al., 2017).

The use of mediation: You have to design questions for evaluation that cover the wide range of media that are being utilized. One such concern might be if using different media for the learning event is suitable (Forsyth et al., 1999).

Delivery methodologies: Forsyth et al. (1999) claimed that “you should focus on the organization of the learning event, the amount of material covered and time allocated during

various parts of the event. Depending upon the nature of the learning event, questions might need to be raised regarding the mix of theory and practice to determine what, if any, skills were learned."

The learners' belief as to the overall effectiveness of the event: Learners' enthusiasm, participation, and satisfaction in general with a learning event are significantly influenced by their beliefs (Pajares, 1992). The evaluation should be on how relevant the event is to the student. Have they learned the skills they intended to acquire? Do they now understand the different theories and concepts related to the topic? Lastly, are these concepts applicable in other contexts? (Forsyth et al., 1999)

By evaluating these six areas, the model provides a comprehensive approach to determine the perceptions of learners toward courses.

**6. Studies on course evaluation**

By applying the widely used Kirkpatrick's four level model of training criteria to assessment in higher education (Kirkpatrick, 1976; 1996), an article written by Praslova (2010) suggests a thorough and methodical method for matching criteria for educational effectiveness with particular indicators of achievement of these criteria. The modified Kirkpatrick model can give higher education institutions a flexible tool for developing and improving their evaluation and assessment processes as well as a means of placing short- and long-term organizational outcomes in context beyond instant reactions to a particular course or test results,

In a study of Denson et al. (2010), it showed that the purpose of course evaluations is to obtain input from students in order to make improvements and to offer a workable method for improving teaching and course. "Overall, I was satisfied with the quality of this course." is the most commonly requested question. Examining predictors of students' satisfaction with the overall quality of the course, however, is not given enough attention. According to the study, most of the difference in course satisfaction is predicted by evaluation questions, even though student characteristics and enrollment reasons are also indicators of total satisfaction. Compared to required questions, faculty-selected optional questions are a better indicator of overall satisfaction.

The article discussed the same topic of student course evaluation studied by Marlin and Niss (1980). However, the researcher takes a quite different approach. Readers will want to contrast his model with Marlin and Niss's suggestion. According to one of Dilts's key results (1980), "Student course evaluations are directly associated with grade expectations and inversely associated with the degree to which the course is required". The author suggests a technique in his work that ought to assist in "controlling for factors that distort evaluation".

**7. Conclusion**

Course evaluation is an essential component of the teaching and learning process. It helps students pinpoint areas in which they need to improve and gives teachers feedback on how well they are teaching. Course evaluations can also be used to make decisions about curriculum and program changes. A popular model to evaluate the effectiveness of training courses is the Kirkpatrick four-level evaluation model. This approach takes into account the responses of the participants, learning objectives, altered behavior, and organizational outcomes. In particular, Level 1 evaluation concentrates on the instantaneous responses and feelings of participants to the course or educational engagement. It gauges how engaged, satisfied, and positive the participants feel about the program. It offers a thorough method for pinpointing areas in need of development and helping decision-makers make wise choices about the accomplishment and continued success of training programs. By incorporating the six areas including the classroom environment, the teacher, course materials, use of media, delivery methodologies, and learners' belief in the overall effectiveness of the event into the evaluation process, Forsyth et al. (1999) provide an in-depth

framework for comprehending how students view the value and efficacy of courses. It offers insightful data that may be used to raise the quality of teaching and the overall educational experience. This literature review has provided informative details on the model of course evaluations, the areas that belong to the scope of student evaluations, and the importance of course evaluations, which the researchers can study and apply for their future study of course evaluation.

**REFERENCES**


1. Benton, S. L., & Cashin, W. E. (2013). Student ratings of instruction in college and university courses. In M. B. Paulsen (Ed), *Higher education: Handbook of theory and research* (pp. 279-326). Springer.
2. Boud, D., & Molloy, E. (2013). Rethinking models of feedback for learning: the challenge of design. *Assessment & Evaluation in higher education*, *38*(6), 698-712. https://doi.org/10.1080/02602938.2012.691462.
3. Brophy, J. E., & Good, T. L.(1986). Teacher behavior and student achievement. In Wittrock M.C.(Eds.), *Handbook of research on teaching* (pp. 328-375). Macmillan.
4. Cashin, W. E. (1990). Students do rate different academic fields differently. *New directions for teaching and learning*, *1990*(43), 113-121. https://doi.org/10.1002/tl.37219904310
5. Centra, J. A. (1993). *Reflective Faculty Evaluation: Enhancing Teaching and Determining Faculty Effectiveness.* Jossey-Bass.
6. Chism, N. V. N. (1999). *Peer Review of Teaching. A Sourcebook*. Anker Publishing Company.
7. Denson, N., Loveday, T., & Dalton, H. (2010). Student evaluation of courses: what predicts satisfaction?. *Higher Education Research & Development*, *29*(4), 339-356.
8. Dilts, D. A. (1980). A statistical interpretation of student evaluation feedback. *The Journal of Economic Education*, *11*(2), 10-15.
9. Edström, K. (2008). Doing course evaluation as if learning matters most. *Higher education research & development*, *27*(2), 95-106.
10. Forsyth, I., Jolliffe, A., & Stevens, D. (1999). *Evaluating a course* (2nd ed.). RoutledgeFalmer.
11. Fraser, B. J., Anderson, G. J., & Walberg H. J.(1982). *Assessment of learning environments: Manual for Learning Environment Inventory (LEI)and My Class Inventory(MCI)*. Western Australian Institute for Educational Research.
12. Gill, M., & Sharma, G. (2013). Evaluation of Vocational Training Program from the Trainees' Perspective: An Empirical Study. *Pac Bus Rev Int*, *6*(5), 35-43.
13. Harrison, C., Lee, A., Ashton, S., (2017). Student evaluation of teaching and courses: an overview. In C. Schreiner (Ed.), *Handbook of Research on Assessment Technologies, Methods, and Applications in Higher Education* (pp. 1-22). Information Science Reference.
14. Kember, D., Leung, D. Y., & Kwan, K. (2002). Does the use of student feedback questionnaires improve the overall quality of teaching?. *Assessment & Evaluation in Higher Education*, *27*(5), 411-425.
15. Kirkpatrick, D. L. (1976). Evaluation of training. In R. L. Craig (Ed.), *Training and development handbook: A guide to human resource development* (pp. 301-319). McGraw-Hill.
16. Kirkpatrick, D. L. (1996). Invited reaction: reaction to Holton article. *Human Resource Development Quarterly*.
17. Kirkpatrick, D. L. (1998). *Evaluating Training Programs: The four levels* (2nd. Ed.). Berrett-Koehler.

18. Kirkpatrick, D. L., & Kirkpatrick, J. D. (2016). *Evaluating Training Programs: The Four Levels* (4th ed.). Berrett-Koehler Publishers.
19. Marlin Jr, J. W., & Niss, J. F. (1980). End-of-course evaluations as indicators of student learning and instructor effectiveness. *The Journal of Economic Education*, *11*(2), 16-27.
20. McKeachie, W. J., & Svinicki, M. D. (2013). *McKeachie's teaching tips: Strategies, research, and theory for college and university teachers*. Cengage Learning.
21. Ornstein, A. C. & Hunkins, F. .P. (2017). *Curriculum Foundations, Principles and Issues* (7th ed.). Pearson Higher Education.
22. Pajares, M. F. (1992). Teachers' beliefs and educational research: Cleaning up a messy construct. *Review of educational research*, *62*(3), 307-332.
23. Praslova, L. (2010). Adaptation of Kirkpatrick's four level model of training criteria to assessment of learning outcomes and program evaluation in higher education. *Educational assessment, evaluation and accountability*, *22*, 215-225.
24. Spooren, P., Brockx, B., & Mortelmans, D. (2013). On the validity of student evaluation of teaching: The state of the art. *Review of Educational Research*, *83*(4), 598-642.
25. Stowell, J. R., Addison, W. E., & Smith, J. L. (2012). Comparison of online and classroom-based student evaluations of instruction. *Assessment & Evaluation in Higher Education*, *37*(4), 465-473.

# AN EVALUATION OF ESP TEXTBOOK "AVIATION ENGLISH FOR ICAO COMPLIANCE" FOR AIR TRAFFIC CONTROLLER STUDENTS AT VIETNAM AVIATION ACADEMY

**Do Thi Thanh Truc[1,2*], Nguyen Thi Kieu Thu[3]**
[1]Institute of Postgraduate Studies, HUTECH University.
[2]Faculty of Business Administration, Vietnam Aviation Academy.
[3]Faculty of English Language, HUTECH University.
*Corresponding author, Email: trucdtt@vaa.edu.vn.

## ABSTRACT

The importance of textbooks in language teaching and language learning is undeniable. Due to the significance of English language teaching to Vietnam air traffic controllers, the present study is to shed more light on the importance of an ESP (English for Specific Purposes) textbook. Its purpose is to evaluate the textbook in the field of aviation currently in use at Vietnam Aviation Academy called *Aviation English for ICAO Compliance (*International Civil Aviation Organization). To collect data about the students' perspectives toward the textbook, the study employs a questionnaire which is based on Bardi's criteria (2013) in evaluating the textbook. The questionnaire asks about (1) the students' needs, (2) the learning process, (3) the communication skills and strategies, (4) grammar; (5) tasks and activities, (6) the authenticity of the texts, and (7) the authenticity of tasks and learning strategies. Results show that *"*Type of Syllabus" and "Identification of Students' Needs", "Integrating Meaning and Form in the Study of Grammar", and "Authenticity of Texts, Authenticity of Tasks, Development of Learning Strategies" are variables that are highly appreciated by the participants for their effectiveness for learners. Participants have not highly appreciated the following variables: Participation in the learning process, Communication Skills and Strategies, and Types and Range of Learning Tasks and Activities. Despite some weaknesses, the textbook can satisfy the objectives of students studying to be air traffic controllers.
*Keywords:* air traffic controllers; Aviation English for ICAO; English for specific purposes (ESP); textbook evaluation.

## 1. Introduction

The impetus of ICAO English language proficiency requirements stemmed from the fact that many aircraft incidents and accidents have occurred due to language inaccuracies and misunderstandings between pilots and ATCOs (Barbieri, 2015). Textbooks have become one of the obligatory materials supporting the teaching and learning of the language. It is believed that English plays a paramount role in society, so the number of English-teaching textbooks for sale has been increasing to meet the users' needs. This makes it a challenge to select a good textbook. Besides, textbooks are designed for different contexts or different audiences, like English as a Second Language (ESL) and English as a Foreign Language (EFL) situations. This has made it difficult for teachers to choose an appropriate textbook. These textbooks are consumed by lots of learners, but to know if their quality is suitable and good for the learners or not. In particular, teachers who have little or no teaching experience in language teaching or even experienced teachers might find selecting a suitable textbook challenging. According to Ellis (1997), a textbook evaluation would assist teachers in honing their skills and advancing their careers.

Additionally, he contends that textbook evaluation aids educators in moving beyond impressionistic assessments and in gaining practical, precise, systematic, and contextual understandings of the general character of the textbook and subject matter. Therefore, how educators and teachers select a good textbook for students drives a trend known as textbook evaluation. Tomlinson (2005) argues that textbook evaluation has become a new trend in the process of language learning and teaching. It is worth spending much time taking into account the quality of the textbook in a procedural way so that teachers can choose an appropriate textbook for students. Thus, Litz (2005) draws the conclusion that textbook evaluation is a particularly valuable way to perform action research as well as a way to empower and improve professionals. To have the expected results is evaluating a textbook, the evaluators will survey the users' perspectives.

In the field of aviation, effective communication is paramount in ensuring the safety and efficiency of air traffic control operations. The development and implementation of an English for Specific Purposes (ESP) textbook tailored to the unique needs of air traffic controller (ATC) trainees at the Vietnam Aviation Academy (VAA) is a critical undertaking. However, there exists a significant gap in understanding the specific linguistic and communicative requirements of these trainees within the context of their future roles as air traffic controllers.

The core problem is the absence of a well-defined and systematically designed ESP textbook that takes into account the linguistic, communicative, and domain-specific needs of ATC students at the VAA. This gap not only hampers the overall effectiveness of language instruction but also has the potential to compromise the safety and efficiency of future air traffic control operations.

This research aims to evaluate an ESP textbook entitled *Aviation English for ICAO Compliance* published by Macmillan 2008. It is designed based on the ESP approach for ATC students who will become air traffic controllers in the future. The textbook takes learners to level 4 of the ICAO (International Civil Aviation Organization), which is approximately A2 - B1 level and minimum language standard for all pilots and air traffic controllers from March 2008. It will be beneficial to evaluate this textbook since it is expected to improve their English proficiency and thus would better the quality, safety, and efficiency of air traffic control operations in Vietnam. Moreover, a textbook is considered a necessary aspect of the classroom. Teachers usually follow the content and activities provided in the textbook and ESP teachers often find it difficult to decide on a suitable one. As a result, a textbook evaluation is needed to match the teachers' and learners' needs for available solutions. The study is guided by the following research question:

What are the students' perspectives toward the textbook "*Aviation English for ICAO compliance*" at Vietnam Aviation Academy?

## 2. Literature Review

### *2.1 Textbook Evaluation*

Tomlinson (2005) defines materials evaluation as "a procedure [that] involves making judgments about the effect of the materials on the people using them and it tries to measure some or all of the following" (pp. 107-129). In addition, Spammer (2016) argues that textbook evaluation is required to collect an applicable textbook that may meet the needs of the learners based on their cultures. To sum up, textbook evaluation is like a tool to judge the textbook's effectiveness and promote improvement.

### *2.2 Evaluation criteria for an ESP English textbook*

ESP textbook evaluation is also important when both language learners and teachers are taken into account. Because numerous students around the world use available materials, including textbooks, to gain the appropriate language knowledge to understand their disciplines,

establish their careers, and successfully communicate with members of their discourse community (Hyland, 2006). The process of materials evaluation also develops the teachers' understanding and contributes to acquisition theories and pedagogical practices (Vilches, 2010). In fact, it helps teachers develop awareness by putting their theoretical knowledge into practice. It also helps them see materials as a fundamental part of the whole teaching and learning process and establish priorities since one textbook may not meet all the learning and teaching requirements and needs, which can lead to decisions about the criteria that are more important to consider such as Relevance to Professional Context, Authenticity of Language and Tasks, Alignment with Regulatory Standards,…..

In designing and evaluating ESP teaching materials, Bardi (2013) takes components of communicative competence (i.e., grammatical competence, discourse competence, sociolinguistic competence, and strategic competence) into account as they are basic competencies related to the four language skills and enhance the development of integrated skills. The criteria Bardi (2013) proposes to be applied in developing and evaluating an ESP textbook for a public administration course include:

1. The type of syllabus and identification of students' needs.
2. Student participation in the learning process.
3. The development of communication skills and strategies.
4. Integrating meaning and form in the study of grammar.
5. The types and range of learning tasks and activities.
6. The authenticity of texts.
7. The authenticity of tasks.
8. The development of learning strategies.

Besides, Ghafar (2022) reviews the literature on textbook evaluation checklists, and it shows that these checklists are either too short or too long, and some of the criteria in them are vague, so they could not meet the specific requirements for evaluation. Each author creates different evaluation criteria that are appropriate based on the contexts and their expectations.

The majority of the previous evaluation criteria focus on practical aspects, layout and design, language content, and skills. In this study, the criteria proposed by Bardi (2013) were adopted as the theoretical framework for the design of the questionnaire and the semi-structured interview.

## 3. Methodology

### *3.1. Material*

The material of this study is the ESP textbook in the field of aviation called "*Aviation English for ICAO compliance*" (AEF ICAO) by Emery and Roberts (2008). This textbook is aimed at professionals already working in the field and at students of the subject, so some prior knowledge is assumed. As the authors claim, it is free-standing, primarily intended either as a self-study material or for classroom use. As far as the researchers know, no evaluation on this textbook has been conducted. The textbook is aimed at developing communication skills for pilots and ATCs. It is expected that students have a fair degree of professional knowledge and experience. The book contains 12 units ordered based on different topics ATCs and pilots may encounter while at the workplace.

### *3.2. Instruments*

This research used a questionnaire, which is a common instrument to collect survey information. To make sure that the accurate answers from the students would be received, the questionnaire items were translated into Vietnamese, which ensured the students' comprehension.

### *3.3 Participants*

The data collection methods include a student survey. For this study, 30 students using the

AEF ICAO in the preparatory college at VAA participated in the investigation. A simple sampling approach selected 30 Air Traffic Controller students at random from the overall population of the students who had taken the course in 11 weeks.

## 4. Analysis and discussion

Based on the quantitative data collected from the learners through the questionnaire, the findings are presented as percentages and analyzed as follows:

**Table 1. Type of Syllabus and Identification of Students' Needs**

| Type of Syllabus and Identification of Students' Needs | Totally Lacking | | Poor | | Adequate | | Good | | Excellent | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| The textbook clearly identifies the specific language needs and goals of the learners in their professional context | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0 | 10 | 33% | 20 | 67% |
| The textbook is aligned with the participants' field or area of specialization | 0 | 0% | 0 | 0% | 3 | 9% | 11 | 38% | 16 | 53% |
| The textbook covers relevant topics, vocabulary, and language skills that are applicable in the participants' field | 0 | 0% | 0 | 0% | 4 | 13% | 16 | 53% | 10 | 33% |

The first row in Table 1 reveals that the participants agree (33%) and even strongly agree (67%) that the contents of AEF ICAO "*clearly identify the specific language needs and goals of the learners in their professional context.*" The textbook identifies the specific language needs and goals of the participants in their professional context. Furthermore, 38% of these participants agree and 53% of these participants strongly agree that the materials in this textbook are "*aligned with the participants' field or area of specialization*". Regarding the students' perception of the content's suitability, the majority of the participants claim that the AEF ICAO "*textbook covers relevant topics, vocabulary, and language skills that apply to the participants' field*" (53% good; 33% excellent). Therefore, this book can enhance their overall ATC awareness and experiences in ATC practice.

**Table 2. Student Participation in the Learning Process**

| Student Participation in the Learning Process | Totally Lacking | | Poor | | Adequate | | Good | | Excellent | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| The textbook provides opportunities for active student engagement and participation. | 0 | 0.0% | 2 | 6.7% | 5 | 16.7% | 14 | 46.7% | 9 | 30.0 % |
| The textbook includes interactive activities that promote student involvement in the learning process. | 5 | 16.7% | 8 | 26.7% | 8 | 26.7% | 8 | 26.7% | 1 | 3.3% |
| The textbook encourages student collaboration and interaction. | 6 | 20.0% | 7 | 23.3% | 8 | 26.7% | 7 | 23.3% | 2 | 6.7% |

Based on Table 2 above, almost all of the participants believe that the contents of the textbook were relevant to their language needs. In addition, it assists Student Participation in the Learning Process in meeting their needs. Table 2 shows that 30% of participants rate this book highly "*include interactive activities that promote student involvement in the learning process*" and 30% of participants rate this book highly "*encourage student collaboration and interaction*". On the other hand, two items received unsatisfactory results. In this case, 43% of participants said that the book was not relevant to their background knowledge and level, and 42% disagreed that the textbook was suitable for their needs.

**Table 3. Skills and Strategies for Effective Communication**

| Development of Communication Skills and Strategies | Totally Lacking | | Poor | | Adequate | | Good | | Excellent | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| The textbook focuses on developing all four language skills (reading, writing, listening, and speaking) | 3 | 10.0% | 3 | 10.0% | 9 | 30.0% | 9 | 30.0% | 6 | 20.0% |
| The textbook provides ample opportunities for learners to practice and improve their communication skills | 6 | 20.0% | 7 | 23.3% | 8 | 26.7% | 6 | 20.0% | 3 | 10.0% |
| The textbook includes activities that help learners develop effective communication strategies in their professional context | 6 | 20.0% | 7 | 23.3% | 7 | 23.3% | 7 | 23.3% | 3 | 10.0% |

In terms of evaluating the "developing [of] all four language skills (reading, writing, listening, and speaking)," 50% of the students agree that all four skills were adequately covered and were introduced in realistic contents. Also, 30% of the students were satisfied with the "ample opportunities for learners to practice and improve their communication skills" and thought that the keywords were efficiently repeated and recycled across the book. Furthermore, 33.3% also agreed that the "textbook include activities that help learners develop effective communication strategies in their professional context".

**Table 4. Integrating Meaning and Forming in the Study of Grammar**

| Integrating Meaning and Forming in the Study of Grammar | Totally Lacking | | Poor | | Adequate | | Good | | Excellent | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| The textbook integrates the study of grammar with meaningful and authentic contexts | 0 | 0.0% | 1 | 3.3% | 5 | 16.7% | 15 | 50.0% | 9 | 30.0% |
| The textbook provides explanations and examples that help learners understand the meaning and use of grammar structures | 1 | 3.3% | 3 | 10.0% | 8 | 26.7% | 11 | 36.7% | 7 | 23.3% |

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| The textbook includes practice activities that reinforce the understanding and application of grammar in real-life situations | 0 | 0.0% | 1 | 3.3% | 11 | 36.7% | 9 | 30.0% | 9 | 30.0% |

The results in Table 4 show that all proposed items got positive responses. These data revealed that the students are satisfied with the activities found in AEF ICAO. Using the "Integrating Meaning and Form in Grammar Study" table, we can evaluate the textbook's effectiveness in integrating grammar study into meaningful and authentic contexts. In addition to providing explanations and examples that help learners understand the meaning and use of grammar structures, the book includes practice activities that reinforce the understanding and application of grammar in real-life situations. The table presents ratings and percentages for each criterion, offering insights into how well the textbook integrates meaning and form in the study of grammar. Each item in this case was agreed upon by the majority of participants: grammar with meaningful and authentic contexts, 60% of participants agreed that examples would help learners better understand the meaning and use of grammar structures, and 60% agreed this textbook provided practice activities that reinforced their understanding of grammar in real-life situations.

**Table 5. Tasks and activities used in learning**

| **Tasks and activities used in learning** | **Totally Lacking** | | **Poor** | | **Adequate** | | **Good** | | **Excellent** | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| The textbook offers a variety of learning tasks and activities that cater to different learning styles and preferences | 1 | 3.3% | 2 | 6.7% | 5 | 16.7% | 20 | 66.7% | 2 | 6.7% |
| The textbook includes tasks that simulate real-life situations and tasks that learners are likely to encounter in their professional context | 1 | 3.3% | 3 | 10.0% | 7 | 23.3% | 15 | 50.0% | 4 | 13.3% |
| The textbook provides a range of activities that promote critical thinking, problem-solving, and creativity | 1 | 3.3% | 3 | 10.0% | 9 | 30.0% | 12 | 40.0% | 5 | 16.7% |

According to the table, the majority of respondents (66.7%) rated the textbook as "good" for offering various learning tasks and activities that cater to different learning styles and preferences. This indicates that the textbook is perceived to effectively cater to diverse learning needs and preferences, allowing for a more inclusive learning experience. The ratings for this criterion are distributed across "Adequate," "Good," and "Excellent," with the highest percentage (40.0%) indicating a "Good" rating. This suggests that the textbook provides a range of activities that promote critical thinking, problem-solving, and creativity, contributing to a more engaging and intellectually stimulating learning environment. Overall, the table indicates that the textbook generally performs well in providing a variety of learning tasks and activities, simulating real-life situations, and promoting critical thinking, problem-solving, and creativity. Most ratings fall within the "Good" and "Excellent" categories, reflecting positively on the effectiveness of the textbook in these areas.

**Table 6. Text authenticity**

| Authenticity of Texts | Totally Lacking | | Poor | | Adequate | | Good | | Excellent | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| The texts in the textbook reflect the language and communication styles used in the learners' professional context | 0 | 0.0% | 1 | 3.3% | 5 | 16.7% | 15 | 50.0% | 9 | 30.0% |
| The texts are authentic and representative of the types of texts learners will encounter in their field | 0 | 0.0% | 4 | 13.3% | 8 | 26.7% | 11 | 36.7% | 7 | 23.3% |
| The texts provide opportunities for learners to develop their reading and comprehension skills in their specific area of specialization | 0 | 0.0% | 1 | 3.3% | 11 | 36.7% | 9 | 30.0% | 9 | 30.0% |

Based on Table 6, the Authenticity and Representation of Texts criteria are rated as "poor," "adequate," "good," and "excellent," with the highest percentage (36.7%) showing a "good" rating. The results of this study suggest that while students perceive the texts as authentic and representative of the kinds of texts, they will encounter in their field of study, there is always room for improvement when it comes to assuring a higher level of authenticity and representation of those texts. In terms of the scores for the criterion "Development of Reading and Comprehension Skills," the scores are distributed as "Adequate," "Good," and "Excellent," with the highest percentage (36.7%) indicating a "Good" rating. Consequently, it appears that the texts provide opportunities for students to improve their reading and comprehension skills in their specific area of specialization, even though there is also room for improvement in this area. There is a general consensus that the texts in the textbook do a good job of reflecting the language and communication styles of the learners' professional context, based on the analysis of the table. Even though learners' assessments of the authenticity and representation of the texts differ with regard to their ability to develop reading and comprehension skills specific to their own specific areas of specialization, there is a positive perception of the effectiveness of the texts

**Table 7. Authenticity of Tasks**

| Authenticity of Tasks | Totally Lacking | | Poor | | Adequate | | Good | | Excellent | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| The tasks in the textbook mirror the real-life tasks and activities that learners will encounter in their professional context | 1 | 3.3% | 3 | 10% | 7 | 23.3% | 10 | 33.3% | 9 | 30.0% |
| The tasks require learners to use language in authentic and meaningful ways | 1 | 3.3% | 1 | 3.3% | 9 | 30.0% | 13 | 43.3% | 6 | 20.0% |

Based on the Mirroring of Real-Life Tasks and Activities criterion, there are ratings ranging from "Poor," "adequate," "Good," and "Excellent." There is a significant percentage of respondents that indicate a "Good" rating (33.3%). The task descriptions in the textbook are therefore designed in a manner that is likely to be similar to real-life tasks and activities that the learners will encounter in their professional contexts. In spite of this, there is still room for

improvement when it comes to this aspect. "Requirement to Use Authentic Languages" is distributed among three levels of ratings, with most (43.3%) of the respondents rated as "Good" for the requirement, while the remainder (11.5%) rated as "Adequate.". According to the results of this study, the textbook tasks encourage learners to use language in an authentic and meaningful way, which is a factor in ensuring that language usage within a learning environment is authentic. A 'Good' rating would come from a statistic that divides the opportunity for language skills practice into three categories, namely 'Adequate', 'Good', and 'Excellent'. Looking at the percentage of rating ranges for each category, the highest percentage (30.0%) falls under 'Adequate.' Clearly, language learning tasks provide some opportunities for learners to exercise and utilize their language skills in real-life scenarios through the use of authentic materials and tasks, but there is still room for improvement. In general, the table suggests that the tasks mentioned in the textbook perform reasonably well in terms of authenticity, with some aspects rated as "Good" and "Excellent". However, there are also some areas that require improvement to ensure that the tasks more accurately represent real-life scenarios and provide enough opportunities for practicing language skills in realistic situations.

**Table 8. Development of Learning Strategies**

| **Development of Learning Strategies** | **Totally Lacking** | | **Poor** | | **Adequate** | | **Good** | | **Excellent** | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| The tasks in the textbook mirror the real-life tasks and activities that learners will encounter in their professional context | 1 | 3.3% | 1 | 3.3% | 9 | 30.0% | 12 | 40.0% | 7 | 23.3% |
| The tasks require learners to use language in authentic and meaningful ways | 1 | 3.3% | 3 | 10.0% | 4 | 13.3% | 11 | 36.7% | 11 | 36.7% |
| The tasks provide opportunities for learners to practice and apply their language skills in realistic situations | 2 | 6.7% | 3 | 10.0% | 8 | 26.7% | 11 | 36.7% | 6 | 20.0% |

The last table evaluates the development of learning strategies in the textbook, specifically focusing on how well the tasks mirror real-life tasks and activities, which require the learners to use language authentically and provide opportunities for students to practice and apply their language skills in realistic situations. Almost all of the textbook's tasks are drawn from real-life situations and received predominantly "Good" ratings (40.0%). By doing so, learners will develop strategies that will be aligned with scenarios that they will encounter in real life. Across the three categories of criterion of the Requirement for Authentic Language Use, there are three groupings of ratings: "Adequate," "Good," and "Excellent." The largest percentage of ratings (36.7%) falls under the "Good" category. Essentially, this indicates that the tasks in the textbook can compel students to use language in genuine and meaningful ways, which in turn makes the textbook an ideal tool for helping students improve their language skills in an authentic setting. This criterion is one of the more difficult ones to evaluate since it has a wide range of scores. The highest percentage (36.7%) indicates a "Good" grade for the Opportunities for Language Skills Practice in Realistic Situations criterion. In this way, learners are given an opportunity to practice and apply their language skills in real-life situations in order to develop their abilities to apply their language skills in practical situations. Overall, according to the table, the tasks in the textbook are some of the best you can find for helping you learn effectively. In most cases, good

and excellent ratings can be found in the categories "Good" and "Excellent" respectively. In order to simulate real-life situations, the tasks consist of simulated real-life situations, authentic language use, and practical opportunities for learning and practicing language skills in a real-life setting. In this way, we can develop strong strategies for learning that can be used in the future.

## 5. Conclusion

This article seeks to evaluate the textbook in the field of aviation currently in use at the Vietnam Aviation Academy called “Aviation English for ICAO Compliance”. The textbook follows a communicative syllabus based on functions and tasks and offers an enormously rich range of activities and opportunities for learning. The activities of this textbook aim to help students reach and maintain ICAO operational level four by emphasizing the communication skills. The table 1 indicates that the “Aviation English for ICAO Compliance” textbook performs good in identifying the specific language needs and goals of the learners, aligning with their field or area of specialization, and covering relevant topics, vocabulary, and language skills applicable to their professional context.

Table 2 indicates that the “Aviation English for ICAO Compliance” textbook performs well in providing opportunities for active student engagement and participation, as well as including interactive activities to promote student involvement in the learning process. However, there is room for improvement in further encouraging student collaboration and interaction. Table 5 shows that the "Aviation English for ICAO Compliance" textbook is effective in providing various learning tasks and activities that suit different learning styles and preferences, as well as simulate real-life situations, and encourage critical thinking, problem-solving, and creativity. Most ratings fall under the "Good" and "Excellent" categories, which reflect the efficiency of the tasks and activities utilized in the learning process. As activities in different language items and skills in the textbook indicate, priority is not given to grammatical accuracy but to fluency in using the language (fluency work has priority over accuracy). The potential for learners' participation is very high. There are a lot of pair- and group-work activities (tasks) during each lesson. The inclusion of varied activities in each section of the book motivates students to continue using colloquial language. Its strength lies in its integration of listening, speaking, functions, pronunciation, and vocabulary activities, avoiding dealing with them in isolation.

## REFERENCES


1. Barbieri, B. J. (2015). Aviation English: History and Pedagogy. *Journal of Teaching English for Specific and Academic Purposes*, *2*(4), 615–623.
2. Bardi, M. (2013). Developing public managers’ English language communication skills—Proposal for a textbook design and evaluation model. *Administratie Si Management Public*, 6–24.
3. Brown, J. D. (1995). *The Elements of Language Curriculum: A Systematic Approach to Program Development*. Heinle & Heinle.
4. Emery, H., & Roberts, A. 2008. *Aviation English for ICAO Compliance*. Oxford: Macmillan.
5. Ghafar, Z. N. (2022). English for Specific Purposes in English Language Teaching: Design, Development, and Environment-Related Challenges: An Overview. *Canadian Journal of Language and Literature Studies*, *2*(6), 32–42. https://doi.org/10.53103/cjlls.v2i6.72
6. Litz, D. R. (2005). Textbook Evaluation and ELT Management: A South Korean Case Study—Asian EFL Journal: Asian EFL Journal. *Asian EFL Journal*, *48*(1), 1–53.
7. Tomlinson, B. (2005). *Developing Materials for Language Teaching*. Continuum. Retrieved from https://www.academia.edu/36454579/Developing_Materials_for_Language_Teaching
8. Vilches, M. L. C. (2010). English Language Learning Materials: A Critical Review. *ELT Journal*, *64*(1), 105–108. https://doi.org/10.1093/elt/ccp091

# A COMPARATIVE REVIEW OF FACTORS INFLUENCING MASTERY IN ENGLISH PRONUNCIATION AMONG ENGLISH MAJOR STUDENTS AT THE UNIVERSITY LEVEL

**Tu Tieu Cam***
Institute of Postgraduate Studies, HUTECH University.
*Corresponding author, Email: tutieucam99@gmail.com.

**ABSTRACT**

This study aims to review the factors affecting learners' mastery of English pronunciation, focusing on the investigations conducted by multiple researchers, including Ikhsan (2021), Riadil and Yosintha (2021), Kosasih (2021), Zhang (2009), and Richter (2018). These studies provide comprehensive and in-depth explorations of the impacts affecting students' pronunciation skills are attending different universities. The researchers adopted qualitative techniques, including interviews and observation, to gain a nuanced understanding of the factors influencing pronunciation mastery. The results revealed that several factors, including education level, age, mother tongue, ability, attitude, exposure, and motivation, have an impact on learners' English pronunciation. This review paper summarizes each component that these works mentioned, providing a detailed analysis of multiple comprehensive studies rather than a broad overview of a single source. This approach allows for a more focused and in-depth understanding of the subject matter.
*Keywords*: English learner; English pronunciation; factor; influence; university level.

## 1. Introduction

In various educational contexts, the University of Otago in New Zealand requires students to have an IELTS score of 6.0 for undergraduate studies and 6.5 for postgraduate studies on an academic module to be admitted to the program (University of Otago, 2023). In another case in a Vietnamese university context, the foreign language outcome standards for regular university training programs, English students majoring in HUFLIT must be required at the C1 level in CERF (UniZONE, 2024). Nevertheless, the initial perception of an individual's language proficiency might be positively influenced by the first thing people consider - the way others pronounce languages. Significantly, poor pronunciation will cause unpleasantness and incomprehensible speech (Ikhsan, 2021). Pronunciation in English is the basic foundation of all spoken language because ideas need to be expressed through sound to be heard and converted into a message that can be shared with another person. People who talk English ineffectively will be referred to as miserable English speakers, and having a strong vocabulary and command of grammar will not be of any assistance to them when speaking (Breitkreutz et al., 2001; Derwing & Munro, 2005; Jenkins, 2004; Levis, 2005). Therefore, the requirements of English proficiency are more and more professionalized, especially for students of English majors.

The research topics related to the theory of English language learning, specifically pronunciation skills, have been explored by various researchers, including Ikhsan (2021), Riadil

and Yosintha (2021), Zhang (2009), and Richter (2018). With a variety of educational contexts mostly from Indonesia and Austria, the decision to focus on these studies for this review was driven by their comprehensive and in-depth exploration of the factors affecting students' mastery of pronunciation among English major students. These studies offer valuable insights into undergraduate English major students in various universities to such an extent making them rich sources of information for this review. Therefore, this review aims to identify and analyze the key indicators from these studies that affect students' mastery of English pronunciation.

## 2. Body

**Education**: Pronunciation used to be referred to as "Cinderella" because of language education due to its complexity. It is typically "kept behind doors and out of sight" (Celce-Murcia et al., 1996, p. 323). In a variety of sub-skills to comprehend English speaking skills, pronunciation is by far plays a vital role (Fraser, 2000). Thus, the importance of lecture instruction and oral practice in mastering pronunciation is well highlighted. However, it might be beneficial to incorporate more interactive and engaging methods of teaching pronunciation, such as games and role-plays (Hişmanoğlu, 2006). Additionally, using technology, such as language learning apps and online resources, could enhance learners' pronunciation skills (Godwin-Jones, 2018). Integrating pronunciation instruction into the curriculum can also significantly improve students' pronunciation skills (Derwing & Munro, 2005). Furthermore, explicit pronunciation instruction is more effective than implicit instruction (Saito, 2012). Also in educational approaches, language learners who were instructed using the intuitive-imitative method produced superior pronunciations of diphthongs. In general, learning is facilitated by the intuitive-imitative approach and technology tools (Aydin & Akyüz, 2017)

**Age:** According to the five studies mentioned above from the universities in Indonesia and Austria as a source for this review, the age range at which participants were tested in the same field of study was mostly over 18 years old. This is the general minimum age to be allowed to take the university entrance exam. Focusing on the age influence, Nation and Newton (2008) stated if the learner began to speak in a second language before the age of six there would be little or no accent. If the learner begins to speak between the ages of seven and eleven, the learner is likely to have a slight accent. If the learner begins to speak after the age of 12, the learners almost always have an accent. While the age of language acquisition is indeed a crucial factor, it's also important to note that adult learners can still achieve a high level of proficiency in pronunciation with the right strategies and motivation (Birdsong, 2006). Therefore, creating an environment that encourages continuous practice and use of English outside the classroom could be beneficial. Another research has also shown that older learners can be successful in second language acquisition when they have a positive attitude and motivation (Singleton & Ryan, 2004). Moreover, the age of language acquisition is not as straightforward as it seems, and other factors such as exposure and motivation can play a significant role (Hakuta et al., 2003).

**Mother Tongue**: Interference from the mother tongue is a common challenge but also an important aspect of teaching and learning EFL and ESL to pronounce words like a native speaker in language learning. According to Zhang (2009), the sounds that non-native speakers produce vary greatly, and speech appears in unfamiliar places to native speakers. However, increasing learners' awareness of the phonetic and phonological differences between their mother tongue and English can help them overcome this challenge (Major, 2001). In addition, Kosasih (2021) demonstrated in his research that the problems undergraduate students in the English department mostly encounter with their L1 (Indonesian) is the difference in segmental and suprasegmental characteristics between Indonesian and English affects students' mastery of English pronunciation. The resolve this challenge suggested in this factor can be incorporating comparative analysis activities in the classroom, which can help students better understand these

differences (Lado, 1957). Research has shown that understanding phonetic and phonological differences between the native and target languages can lead to improvements in pronunciation (Flege, 1995). Furthermore, the influence of the mother tongue can be minimized through targeted pronunciation instruction (Piske et al., 2001).

**Aptitude**: Many students consider themselves pronunciation experts before receiving pronunciation instruction. However, some students may have a natural talent for learning languages, but it is important to remember that effort and effective learning strategies can also lead to success in language learning (Dörnyei, 2005). Therefore, training students in effective language learning strategies can be beneficial. Research has shown that language learning aptitude can be an important predictor of language learning success (Robinson, 2001). In addition, Carroll (1962, 1981) emphasized that phonetic coding ability refers to the capacity to discriminate and encode foreign sounds for recall. It is one of four traits that are identified to constitute language aptitudes. However, other factors such as motivation and learning strategies can also play an important role (Griffiths, 2008). Thus, Zhang (2009) claimed that instructors must recognize the aptitude variations in student performance and refrain from requiring all students to reach the same degree of achievement in the same length of time.

**Attitude:** The findings of Ikhsan's (2021) paper illustrate the varying motivations of students in studying pronunciation. While some students find joy in learning, others cite boredom. Yet, by having a good attitude and an open mind toward the target language and culture, a learner's ability not only to pronounce words accurately and effortlessly but also to have an accent that sounds more native-like (Zhang, 2009). Hence, it is important to note that a positive attitude towards learning can significantly enhance the language learning process (Dörnyei & Csizér, 2005). Moreover, it might be beneficial to incorporate activities that can boost students' interest and engagement in learning pronunciation. Additionally, teachers should strive to create a positive learning environment, as it has been shown to improve students' attitudes toward learning (Papi & Abdollahzadeh, 2012). On the other hand, integrating culturally relevant materials can also enhance students' attitudes and motivation (Chen et al., 2005). According to the findings in teaching pronunciation, Szyszka (2015) collected the highest fluency that students always listen to tapes/ television/ movies/ music a lot. Therefore, learners' pronunciation could become better if they sang along to English songs for generally ten to five minutes each session (Farmand and Pourgharib, 2013). From these discoveries, another suggestion for English teachers is to adopt audiovisual materials that provide students with exposure to varied accents and intonations, helping them understand the diversity of English pronunciation across different cultures. Following this input procedure, educators can set conversations that are focused on cultural topics to help students learn about and practice pronouncing words correctly as well as cultural nuances and expressions.

**Exposure**: According to the research findings of exposure indicator in mastery of English pronunciation from Ikhsan (2021) shows that the majority of students reported having no direct interaction or exposure to native English speakers. Nevertheless, Krashen (1982) emphasized that exposure to the target language is crucial in language learning. Therefore, providing students with opportunities to interact with native speakers or to use English in authentic contexts could enhance their pronunciation skills. This could be achieved through language exchange programs, study abroad programs, or the use of technology such as language learning apps that provide opportunities for interaction with native speakers (Lai et al., 2015). Moreover, Gilmore (2007) claimed that incorporating authentic materials in the classroom can also increase students' exposure to the target language. Additionally, creating opportunities for students to use English outside the classroom can also enhance their language exposure (Collins et al., 1999). Besides, a

student who takes advantage of opportunities to hear and speak English often will certainly be able to enhance his pronunciation of the language (Kosasih, 2021).

**Motivation:** Motivation is described as an inner drive or desire, which is considered a crucial factor in language learning success (Dörnyei, 1998). Furthermore, motivation is indeed a crucial factor in language learning success. However, it is also important to note that motivation can be influenced by various factors such as the learning environment, the learners' goals and aspirations, and their self-perception of their language learning abilities (Dörnyei & Ushioda, 2011). Therefore, creating a supportive and engaging learning environment to gain motivation substantially influences the accuracy of learners' pronunciation (Buranavityawut, 2000). By helping students set realistic and achievable language learning goals, and boosting their confidence in their language learning abilities, it could enhance their motivation to improve their pronunciation. Furthermore, integrating tasks that are relevant and interesting to the students can also enhance their motivation (Guilloteaux & Dörnyei, 2008). Additionally, providing students with feedback on their progress can also boost their motivation (Shute, 2008). Furthermore, the motivation factor is also linked to the determination, drive, and enthusiasm of learners to improve their pronunciation skills, which consequently leads to better pronunciation outcomes (Richter, 2018). The most common motivations but still attractive for English learners, including English major undergraduates are going abroad, having better career opportunities, pronouncing as similar as native speakers.

## 3. Conclusion

In conclusion, this review has provided a comprehensive and in-depth analysis of several studies, including those conducted by Ikhsan (2021), Riadil and Yosintha (2021), Zhang (2009), and Richter (2018), on the factors affecting learners' mastery of English pronunciation. The review has identified and analyzed key indicators, including education level, age, mother tongue, aptitude, attitude, exposure, and motivation, that have an impact on learners' English pronunciation. The findings reveal that motivation is sparked primarily by exposure to native speakers through various mediums and the aspiration of going overseas. Furthermore, English pronunciation as accurate as native-like plays a significant role in the autonomous practice of pronunciation skills. The age, mother tongue, attitude, and exposure are difficult to change. Yet, the educational factor is variable because teachers play an important role in that every learner achieves success in correct pronunciation through various teaching methods with different levels of learners.

There are several recommendations accomplished by using a variety of teaching strategies with varying student ability levels, including audio articulation model, drilling, intuitive-imitative, analytic-linguistic approach, phonetics, and phonology, etc. Both non-majors and majors in English can easily master English pronunciation using these approaches. Furthermore, instructors need to be adaptable when changing their teaching strategies because it all depends on the student's unique learning preferences and practical situations. Simultaneously, several learning strategies can be adapted such as self-correction techniques for learners including speech-shadowing, practicing pronunciation with various audiovisual resources, and more. Learners might look for opportunities to be exposed to other surroundings, for instance, joining an English club or conversing with native speakers in applications or real-world scenarios.

By focusing on multiple studies, this review has allowed for a more comprehensive and in-depth understanding of the subject matter, offering valuable insights into various educational contexts significantly explored at the university level. The approach adopted in this review underscores the importance of detailed analysis of multiple, comprehensive studies in enhancing our understanding of complex phenomena such as language learning. This review, therefore,

contributes to the broader discourse on English language learning, particularly pronunciation skills, and can serve as a valuable resource for educators, researchers, and learners in the field.

**REFERENCES**


1. Aydın, S., & Akyüz, S. (2017). A Brief Comparison of the Current Approaches in Teaching Pronunciation. *Journal of Education and Practice, 8*, 12–15.
2. Birdsong, D. (2006). Age and Second Language Acquisition and Processing: A Selective Overview. *Language Learning*, *56*, 9–49. https://doi.org/10.1111/j.1467-9922.2006.00353.x
3. Breitkreutz, J. A., Derwing, T. M., & Rossiter, M. J. (2001). Pronunciation Teaching Practices in Canada. *TESL Canada Journal*, *19*(1), 51-61. https://doi.org/10.18806/tesl.v19i1.919
4. Buranavityawut, N. (2000). Factors which Affect Pronunciation Learning. Retrieved from https://media.ngberger.com/_ngb_kt1/00000010.htm
5. Carroll, J. B. (1962). The Prediction of Success in Intensive Foreign Language Training. I R. Glaser (Ed.), *Training Research in Education*. 87–136.
6. Carroll, J. B. (1981). Twenty-five Years of Research on Foreign Language Aptitude. *Individual Differences and Universals in Language Learning Aptitude*, *83*(117), 867-873.
7. Celce-Murcia, M., Brinton, D., & Goodwin, J. M. (1996). *Teaching Pronunciation: A Reference for Teachers of English to Speakers of Other Languages*. Cambridge University Press.
8. Chen, J. F., Warden, C. A., & Chang, H. T. (2005). Motivators That Do Not Motivate: The Case of Chinese EFL Learners and the Influence of Culture on Motivation. *TESOL Quarterly*, 39(4), 609-633. https://doi.org/10.2307/3588524
9. Collins, L., Halter, R. H., Lightbown, P. M., & Spada, N. (1999). Time and the Distribution of Time in L2 Instruction. *TESOL Quarterly*, 33(4), 655-680. https://doi.org/10.2307/3587881
10. Derwing, T. M., & Munro, M. J. (2005). Second Language Accent and Pronunciation Teaching: A Research-Based Approach. *TESOL Quarterly*, *39*(3), 379. https://doi.org/10.2307/3588486
11. Dörnyei, Z. (1998). Motivation in Second and Foreign Language Learning. *Language Teaching*, *31*(3), 117-135. https://doi.org/10.1017/s026144480001315x
12. Dörnyei, Z. (2005). *The Psychology of the Language Learner: Individual Differences in Second Language Acquisition*. Routledge.
13. Dörnyei, Z., & Csizér, K. (2005). The Effects of Intercultural Contact and Tourism on Language Attitudes and Language Learning Motivation. *Journal of Language and Social Psychology*, *24*(4), 327-357. https://doi.org/10.1177/0261927x05281424
14. Dörnyei, Z., & Ushioda, E. (2011). *Teaching and Researching Motivation* (2nd Ed.). Routledge.
15. Farmand, Z. & Pourgharib, B. (2013). The Effect of English Songs on English Learners Pronunciation. *International Journal of Basic Sciences & Applied Research,* Vol., 2 (9), 840-846.
16. Flege, J. E. (1995). Second Language Speech Learning: Theory, Findings, and Problems. *Speech Perception and Linguistic Experience: Issues in Cross-language Research*, *92*, 233-277. York Press.
17. Fraser, H. (2000). *Coordinating Improvements in Pronunciation Teaching for Adult Learners of English as a Second Language.*

18. Gilmore, A. (2007). Authentic Materials and Authenticity in Foreign Language Learning. *Language Teaching*, 40(2), 97-118. https://doi.org/10.1017/s0261444807004144
19. Godwin-Jones, R. (2018). Chasing the Butterfly Effect: Informal Language Learning Online as a Complex System. *Language Learning & Technology*, 22(2), 8-27.
20. Griffiths, C. (Ed.). (2008). *Lessons from Good Language Learners*. Cambridge University Press.
21. Guilloteaux, M. J., & Dörnyei, Z. (2008). Motivating Language Learners: A Classroom-oriented Investigation of the Effects of Motivational Strategies on Student Motivation. *TESOL Quarterly*, *42*(1), 55-77. https://doi.org/10.1002/j.1545-7249.2008.tb00207.x.
22. Hakuta, K., Bialystok, E., & Wiley, E. (2003). Critical Evidence: A Test of the Critical-period Hypothesis for Second-language Acquisition. *Psychological Science*, *14*(1), 31-38.
23. Hişmanoğlu, M. (2006). Current Perspectives on Pronunciation Learning and Teaching. *Journal of Language and Linguistic Studies*, *2*(1), 101–110.
24. Ikhsan, M. K. (2021). Factors Influencing Students` Pronunciation Mastery at English Department of STKIP PGRI SUMATERA BARAT. *Journal of Asian Studies Culture Language Art and Communications*, *2*(1), 71–80.
25. Jenkins, J. (2004). 5. Research in Teaching Pronunciation and Intonation. *Annual Review of Applied Linguistics*, *24*, 109-125. https://doi.org/10.1017/s0267190504000054.
26. Kosasih, M. M. (2021). Factors Affecting Indonesian Students in Learning English Pronunciation. *International Research in Higher Education*, *6*(3), 13. https://doi.org/10.5430/irhe.v6n3p13
27. Krashen, S. D. (1982). Principles and Practice in Second Language Acquisition. *Learning*, *46*(2), 327-69.
28. Lado, R. (1957). *Linguistics Across Cultures: Applied Linguistics for Language Teachers*. University of Michigan Press.
29. Lai, C., Zhu, W., & Gong, G. (2015). Understanding the Quality of Out-of-class English Learning. *TESOL Quarterly*, 49(2), 278-308. https://doi.org/10.1002/tesq.171
30. Levis, J. M. (2005). Changing Contexts and Shifting Paradigms in Pronunciation Teaching. *TESOL Quarterly*, *39*(3), 369-377. https://doi.org/10.2307/3588485
31. Major, R.C. (2001). *Foreign Accent: The Ontogeny and Phylogeny of Second Language Phonology* (1st ed.). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781410604293
32. Newton, J.M., & Nation, I.S.P. (2008). *Teaching ESL/EFL Listening and Speaking* (1st ed.). Routledge.
33. Papi, M., & Abdollahzadeh, E. (2012). Teacher Motivational Practice, Student Motivation, and Possible L2 Selves: An Examination in the Iranian EFL Context. *Language Learning*, *62*(2), 571-594. https://doi.org/10.1111/j.1467-9922.2011.00632.x
34. Piske, T., MacKay, I. R., & Flege, J. E. (2001). Factors Affecting Degree of Foreign Accent in an L2: A Review. *Journal of Phonetics*, 29(2), 191-215. https://doi.org/10.1006/jpho.2001.0134
35. Riadil, I. G., & Yosintha, R. (2021). Analyzing EFL Learners' Factors in Affecting English Pronunciation and the Distribution of Pronunciation Rating: A Qualitative Study. *International Journal of Education, Language, and Religion*, *3*(1), 9-16. https://doi.org/10.35308/ijelr.v3i1.2377
36. Richter, K. (2018). Factors Affecting the Pronunciation Abilities of Adult Learners of English. A Longitudinal Group Study. *Exploring Language Aptitude: Views from Psychology, the Language Sciences, and Cognitive Neuroscience*, 339-361. https://doi.org/10.1007/978-3-319-91917-1_18

37. Robinson, P. (2001). Individual Differences, Cognitive Abilities, Aptitude Complexes and Learning Conditions in Second Language Acquisition. *Second Language Research*, 17(4), 368-392. https://doi.org/10.1177/026765830101700405
38. Saito, K. (2012). Effects of Instruction on L2 Pronunciation Development: A Synthesis of 15 Quasi-experimental Intervention studies. *TESOL Quarterly*, 46(4), 842-854.
39. Shute, V. J. (2008). Focus on Formative Feedback. *Review of Educational Research*, *78*(1), 153-189. https://doi.org/10.3102/0034654307313795
40. Singleton, D., & Ryan, L. (2004). *Language Acquisition: The Age Factor*. Multilingual Matters.
41. Szyszka, M. (2015). Good English Pronunciation Users and Their Pronunciation Learning Strategies. *Research in Language*, *13*(1), 93-106. https://doi.org/10.1515/rela-2015-0017
42. University of Otago. (2023, December 11). English Language Requirements. https://www.otago.ac.nz/international/future-students/entrance-requirements/language-requirements.
43. UniZONE. (2024). Chuẩn Đầu Ra Tiếng Anh HUFLIT. https://unizone.edu.vn/chuan-dau-ra-ngoai-ngu-huflit/
44. Zhang, Q. M. (2009). Affecting Factors of Native-like Pronunciation: A Literature Review. *Korea Education & Research Institute*, *27*(2), 33-52.

# PHÂN BAN
# LUẬT HỌC

# HOÀN THIỆN KHUNG PHÁP LÝ VỀ NGƯỜI CÓ KHÓ KHĂN TRONG NHẬN THỨC VÀ LÀM CHỦ HÀNH VI

**Trần Minh Chiến[1,*], Lê Văn Sơn[2]**
[1]Khoa Luật Kinh tế, Trường Đại học Kinh tế - Luật, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.
[2]Khoa Luật, Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: chien.tm112@gmail.com.

## TÓM TẮT

Nhằm bảo vệ "bên yếu thế" trong các quan hệ pháp luật dân sự, pháp luật Việt Nam đã bổ sung chủ thể người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi và được ghi nhận tại Bộ luật Dân sự 2015. Xuất phát từ mục tiêu đó, người làm luật đã đưa ra các điều kiện để cá nhân có thể bị Tòa án tuyên bố có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi. Qua đó, bằng phương pháp phân tích luật, bài viết đã đưa ra những bình luận về khung pháp lý của người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi, bao gồm: đối tượng là người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi; điều kiện yêu cầu và tuyên bố; xác định quyền, nghĩa vụ của người giám hộ, phân biệt với người đại diện; việc sử dụng kết quả giám định pháp y tâm thần. Kết quả của mỗi vấn đề phân tích, bài viết đưa ra những kiến nghị nhằm hoàn thiện pháp luật Việt Nam về người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi.
*Từ khóa:* bên yếu thế; người có khó khăn; nhận thức và làm chủ hành vi.

## 1. Tổng quan

Vấn đề về người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi lần đầu tiên được Bộ luật Dân sự 2015 ghi nhận nhằm giải quyết các vấn đề xảy ra trong thực tế mà trước đây Bộ luật Dân sự 1995, 2005 chưa đề cập. Đó là trường hợp một người không đủ khả năng nhận thức, làm chủ hành vi mà chưa đến mức mất năng lực hành vi dân sự. Bộ luật Dân sự hiện hành đã đưa ra những điều kiện để một người có thể bị tuyên bố có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi nhằm bảo vệ "bên yếu thế" trong trong quan hệ pháp luật dân sự. Bài viết đi sâu phân tích các điều kiện cần và đủ để một cá nhân bị tuyên bố có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi, bao gồm: điều kiện về thể chất và tinh thần, độ tuổi, khả năng nhận thức, điều kiện về giám định pháp y tâm thần và thủ tục yêu cầu Tòa án tuyên bố. Qua đó, bài viết bình luận các vấn đề có liên quan đến khung pháp lý của người có khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi: (1) đối tượng là người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi; (2) xác định cụ thể phạm vi giám hộ; (3) trường hợp nhầm lẫn trong xác định người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi và người mất năng lực hành vi dân sự cũng như xác định được hệ quả của sự nhầm lẫn đó; (4) cơ sở kết luận giám định pháp y tâm thần. Trên cơ sở đó, bài viết đưa ra những định hướng nhằm hoàn thiện quy định pháp luật về người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi.

## 2. Quy định pháp luật về người có khó khăn trong nhận thức và làm chủ hành vi

Bộ luật Dân sự 2015 chỉ thừa nhận tư cách chủ thể của cá nhân và pháp nhân trong quan hệ pháp luật dân sự, theo đó, cá nhân là chủ thể đầu tiên và quan trọng nhất. Chính các cá nhân là chủ thể trực tiếp hoặc gián tiếp tham gia vào việc xây dựng và thực hiện các quan hệ xã hội tạo nên một mạng lưới vô cùng đa dạng. Với vai trò đó, khi xem xét chủ thể của quan hệ pháp luật là cá nhân thì yếu tố cần quan tâm đầu tiên là năng lực chủ thể (Phùng Trung Tập & Kiều Thị Thùy Linh, 2020).

Năng lực chủ thể của cá nhân theo lý thuyết chung được hình thành bởi hai loại năng lực là năng lực pháp luật dân sự và năng lực hành vi dân sự (Phạm Văn Tuyết, 2017). Theo đó, năng lực chủ thể của cá nhân là khả năng cá nhân có và thực hiện các quyền và nghĩa vụ dân sự (Điều 16 và Điều 19 Bộ luật Dân sự 2015). Theo định nghĩa về năng lực pháp luật và năng lực hành vi dân sự của cá nhân tại Bộ luật Dân sự, năng lực pháp luật dân sự là điều kiện để hình thành năng lực hành vi dân sự, vì khi cá nhân có quyền và nghĩa vụ dân sự thì mới có khả năng thực hiện quyền và nghĩa vụ dân sự đó. Tuy nhiên, có những trường hợp ngoại lệ, khi cá nhân có năng lực pháp luật dân sự là khả năng có quyền và nghĩa vụ dân sự nhưng việc thực hiện được quyền và nghĩa vụ dân sự đó còn phụ thuộc vào nhiều cấp độ năng lực hành vi dân sự mà pháp luật cho phép thực hiện. Theo đó, căn cứ vào độ tuổi được phân loại thành người thành niên và người chưa thành niên, căn cứ vào năng lực được phân loại thành người có năng lực hành vi dân sự đầy đủ, người mất năng lực hành vi dân sự, người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi và người bị hạn chế năng lực hành vi dân sự.

So với Bộ luật Dân sự 1995 và 2005 chỉ ghi nhận các trường hợp về người không có năng lực hành vi dân sự; người mất năng lực hành vi dân sự, người hạn chế năng lực hành vi dân sự, Bộ luật Dân sự 2015 đã bổ sung thêm trường hợp người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi. Sự bổ sung này hoàn toàn phù hợp để khắc phục trường hợp không phải người có năng lực hành vi dân sự đầy đủ hay mất năng lực hành vi dân sự mà Bộ luật Dân sự 2005 chưa ghi nhận. Sự ghi nhận này được coi là xuất phát từ thực tiễn và học tập kinh nghiệm của một số nước trên thế giới trong có Nhật Bản (Nguyễn Thị Lan, 2018). Theo quy định của Bộ luật Dân sự 2015 Điều 23 khoản 1, người có khó khăn trong nhận thức và làm chủ hành vi là người thành niên do tình trạng thể chất hoặc tinh thần mà không đủ khả năng nhận thức, làm chủ hành vi nhưng chưa đến mức mất năng lực hành vi dân sự thì theo yêu cầu của người này, người có quyền, lợi ích liên quan hoặc của cơ quan, tổ chức hữu quan, trên cơ sở kết luận giám định pháp y tâm thần, Tòa án ra quyết định tuyên bố người này là người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi và chỉ định người giám hộ, xác định quyền, nghĩa vụ của người giám hộ. Các điều kiện đó được phân tích:

Thứ nhất, người có thể được vào tình trạng có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi phải là người thành niên không có đủ khả năng nhận thức, làm chủ hành vi như người có năng lực hành vi dân sự đầy đủ nhưng chưa đến mức mất năng lực hành vi dân sự. Điều kiện này làm nổi bật lên các yếu tố: (1) chủ thể của trường hợp này phải là người thành niên; (2) có khiếm khuyết về thể chất và tinh thần; (3) có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi nhưng chưa đến mức mất năng lực hành vi dân sự. Các tình trạng của người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi như giảm sút trí nhớ, khả năng diễn đạt ý chí do tuổi tác đã cao, bệnh tật, tai nạn hay câm, điếc (Nguyễn Ngọc Điện, 2022),… và hệ quả của những tình trạng này làm cho chủ thể khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi. Với điều kiện này, cá nhân đó vẫn có thời điểm nhận thức, làm chủ hành vi như một người bình thường.

Thứ hai, từ điều kiện về thể chất như một điều kiện cần, tình trạng của người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi phải được ghi nhận về mặt pháp lý bằng một quyết định của Tòa án. Với điều kiện đó phải có đơn yêu cầu Tòa án tuyên bố cá nhân này có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi của chính người này, người có quyền, lợi ích liên quan hoặc của cơ quan, tổ chức hữu quan. Một chủ thể có quyền nộp đơn yêu cầu Tòa án tuyên bố đáng lưu ý là chính cá nhân đó. Bộ luật Dân sự 2015 cho phép họ được yêu cầu Tòa án tuyên bố mình có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi khi họ hoàn toàn tỉnh táo, nhận thức được hành vi của mình (Phùng Trung Tập & Kiều Thị Thùy Linh, 2020). Chính vì quyền này của cá nhân được pháp luật cho phép nên cũng thừa nhận ngược lại về tình trạng *"không đủ"* nhận thức của cá nhân. Ngoài ra, tại khoản 2 Điều 48 Bộ luật Dân sự 2015 cũng gián tiếp thừa nhận vấn đề này khi cho phép: *"người có năng lực hành vi dân sự đầy đủ lựa chọn người giám hộ cho mình thì khi họ ở tình trạng cần được giám hộ, cá nhân, pháp nhân được lựa chọn là người giám hộ nếu người này đồng ý"*. Do vậy, cá nhân khi có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi thì vẫn có những thời điểm họ sẽ nhận thức, làm chủ hành vi như người có năng lực hành vi dân sự đầy đủ (Trần Thị Hoa, 2020).

Thứ ba, cơ sở để Tòa án tuyên bố người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi là kết luận giám định pháp y tâm thần của cơ quan giám định về tình trạng nhận thức và làm chủ hành vi của người bị tuyên bố. Quy trình thực hiện việc giám định này hiện nay được thực hiện theo quy định tại Luật Giám định tư pháp 2012, sửa đổi, bổ sung 2020 và Thông tư số 23/2019/TT-BYT của Bộ Y tế ban hành quy trình giám định pháp y tâm thần và biểu mẫu sử dụng trong giám định pháp y tâm thần. Theo đó, chủ thể có quyền yêu cầu trưng cầu giám định là Tòa án trên cơ sở văn bản gửi yêu cầu trưng cầu giám định của người quyền yêu cầu Tòa án tuyên bố có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi. Trong trường hợp bị Tòa án từ chối, người yêu cầu mới có quyền yêu cầu giám định (khoản 2, khoản 3 Điều 2 Luật Giám định tư pháp 2012, sửa đổi, bổ sung 2020).

Thứ tư, trên cơ sở kết luận giám định pháp y tâm thần (Văn bản giám định pháp y tâm thần này có thể do chính Tòa án yêu cầu trưng cầu giám định hoặc văn bản do chính người yêu cầu yêu cầu cơ quan giám định thực hiện giám định như đã phân tích), Tòa án ra quyết định tuyên bố cá nhân này là người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi. Ngoài ra, trong quyết định này Tòa án phải chỉ định người giám hộ và xác định quyền, nghĩa vụ của người giám hộ đối với người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi (ngược được giám hộ).

Đó là những điều kiện cần và đủ để Tòa án có thể tuyên bố một cá nhân có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi. Người làm luật cũng đặt ra những yêu cầu để bảo đảm quyền và lợi ích của cá nhân đó khi yêu cầu Tòa án phải chỉ định người giám hộ. Tuy nhiên, trong trường hợp cá nhân đó không còn đủ cơ sở để tuyên bố có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi thì Tòa án sẽ ra quyết định hủy bỏ quyết định tuyên bố người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi theo yêu cầu của chính người đó hoặc của người có quyền, lợi ích liên quan hoặc của cơ quan, tổ chức hữu quan (khoản 2 Điều 23 Bộ luật Dân sự 2015). Khung pháp lý điều chỉnh quan hệ pháp luật dân sự của người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi được đề cập ở các chế định: Giám hộ (quyền và nghĩa vụ người giám hộ, phạm vi giám hộ); đại diện; giao dịch dân sự do người có khó khăn trong nhận thức và làm chủ hành vi xác lập; năng lực chịu trách nhiệm bồi thường thiệt hại.

**3. Một số vấn đề pháp lý đặt ra và kiến nghị hoàn thiện**

Như đã phân tích, căn cứ để xác định người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi trước hết phải người đã thành niên và tình trạng thể chất hoặc tinh thần không đủ khả năng nhận thức, làm chủ hành vi, nhưng chưa đến mức mất năng lực hành vi dân sự (Văn Chiến, 2017). Quy định này ra đời đã giải quyết được các trường hợp về tình trạng thể chất hoặc tinh thần của một cá nhân không có năng lực hành vi dân sự đầy đủ nhưng không đủ điều kiện để yêu cầu tuyên bố mất năng lực hành vi dân sự. Rõ ràng, đây là một quy định mới được ghi nhận, do vậy không thể tránh những khó khăn, vướng mắc trong quá trình áp dụng pháp luật để giải quyết các trường hợp thực tế. Theo đó, hành lang pháp lý về người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi có những vấn đề pháp lý cần được bình luận:

Thứ nhất, độ tuổi để có thể được Tòa án tuyên bố là người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi phải là người thành niên, tức phải từ đủ 18 tuổi trở lên. Tương quan với điều kiện về thể chất để tuyên bố một người mất năng lực hành vi dân sự thì người đó phải bị bệnh tâm thần hoặc mắc bệnh khác mà không thể nhận thức, làm chủ được hành vi và ở bất cứ độ tuổi nào (khoản 1 Điều 22 Bộ luật Dân sự 2015). Có thể thấy, người làm luật đã bỏ sót một trường hợp về năng lực hành vi dân sự của cá nhân. Trong trường hợp người chưa thành niên có khó khăn về thể chất và tinh thần nên không thể nhận thức, làm chủ hành vi một cách đầy đủ thì chỉ có thể được đặt dưới một tình trạng pháp lý giám hộ hoặc đại diện (nếu còn cha, mẹ). Khi đó, người giám hộ/đại diện này không có trách nhiệm đảm bảo rằng phải điều trị bệnh cho người được giám hộ/được đại diện (Nguyễn Ngọc Điện, 2022). Ngoài ra, vấn đề về tài sản cũng cần được quan tâm và việc thực hiện các giao dịch dân sự sẽ không được đảm bảo về lợi ích của người được giám hộ/đại diện. Do vậy, để đảm bảo được quyền và lợi ích của "bên yếu thế" - người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi, người làm luật cần phải bổ sung trường hợp về năng lực hành vi dân sự của người chưa thành niên nhưng có khó khăn về thể chất và tinh thần nên không thể nhận thức, làm chủ hành vi một cách đầy đủ. Dưới góc

độ nghiên cứu, bài viết kiến nghị bổ sung trường hợp này vào người có khó khăn trong nhận thức và làm chủ hành vi bằng cách sửa đổi độ tuổi, cụ thể: *"**Một người** do tình trạng thể chất hoặc tinh thần mà không đủ khả năng nhận thức, làm chủ hành vi nhưng chưa đến mức mất năng lực hành vi dân sự thì theo yêu cầu của người này, người có quyền, lợi ích liên quan hoặc của cơ quan, tổ chức hữu quan, trên cơ sở kết luận giám định pháp y tâm thần, Tòa án ra quyết định tuyên bố người này là người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi và chỉ định người giám hộ, xác định quyền, nghĩa vụ của người giám hộ."*

Thứ hai, các điều kiện về thể chất và tinh thần của cá nhân bị tuyên bố có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi còn chưa rõ ràng, gây nhầm lẫn khi áp dụng vào thực tiễn. Xét về điều kiện thể chất để tuyên bố một người mất năng lực hành vi dân sự thì người đó phải bị bệnh tâm thần hoặc bệnh khác không thể nhận thức, làm chủ hành vi (khoản 1 Điều 22 Bộ luật Dân sự 2015) và điều kiện để tuyên bố một người hạn chế năng lực hành vi dân sự phải là người nghiện ma túy, nghiện các chất kích thích khác dẫn đến phá tán tài sản của gia đình (Điều 24 Bộ luật Dân sự 2015). Rõ ràng, cả hai trường hợp về năng lực hành vi của chủ thể trên đều đưa ra những điều kiện cụ thể, xác định. Riêng đối với trường hợp người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi chỉ được xác định là người do tình trạng thể chất hoặc tinh thần mà không đủ khả năng nhận thức, làm chủ hành vi nhưng chưa đến mức mất năng lực hành vi dân sự. Quy định này đã tạo ra những quan điểm khác nhau trong áp dụng pháp luật và gây nhầm lẫn đối với Tòa án khi tuyên bố một người mất năng lực hành vi dân sự. Bởi lẽ họ không được xác định trong một trường nào cụ thể mà chỉ có thể được xác định qua những trường hợp có liên quan về khả năng nhận thức, làm chủ hành vi nhưng không phải là người có năng lực hành vi dân sự đầy đủ hoặc mất năng lực hành vi dân sự. Ngoài ra, việc quy định như vậy sẽ gây ra sự nhầm lẫn khi xác định đối tượng đó thuộc trường hợp mất năng lực hành vi dân sự hay có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi khi cả hai đều phải dựa trên kết luận giám định pháp y tâm thần. Trong trường hợp một người bị bệnh tâm thần trên cơ sở giám định pháp y tâm thần nhưng vẫn có thời điểm họ tỉnh táo, hoạt động bình thường thì có được coi là tình trạng mất năng lực hành vi dân sự hay có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi. Hai vấn đề này được đặt ra để thấy rằng, cả hai mức độ năng lực hành vi dân sự đều dựa trên cơ sở giám định pháp y tâm thần để Tòa án quyết định có thể dẫn đến một số hệ quả làm ảnh hưởng đến cá nhân bị tuyên bố và những cá nhân, tổ chức liên quan có yêu cầu.

Xét việc dân sự, anh A và chị B đăng ký kết hôn năm 1999, có hai người con chung là X (22 tuổi) và Y (20 tuổi). Năm 2021, anh A sau khi đi nhậu về đã có hành vi đánh đập chị B và gây ra hậu quả cho chị B bị tâm thần phân liệt, nguyên nhân là do yếu tố gia đình (hành vi bạo lực gia đình của anh A), xuất hiện cả hai triệu chứng hoang tưởng bị hại và ảo thanh (Trương Oanh, 2022). Sau đó, anh A mất vì căn bệnh ung thư. X đã gửi đơn yêu cầu Tòa án tuyên bố chị B (mẹ của X) là người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi vì X cho rằng, ngoài những lúc mẹ có suy nghĩ hoang tưởng và ảo thanh thì cũng có lúc tỉnh táo và sinh hoạt bình thường. Tòa án đã trưng cầu giám định và kết luận của cơ quan giám định pháp y tâm thần là chị B có bệnh lý tâm thần: Tâm thần phân liệt thể paranoid (F20.0 - ICD10).Tuy nhiên, căn cứ vào kết quả giám định, Tòa án đã ra quyết định tuyên bố chị B là người mất năng lực hành vi dân sự. Trong trường hợp trên, có ý kiến cho rằng, chị B vẫn có thể là người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi vì chị có đôi lúc vẫn sinh hoạt bình thường, chưa phải là người bị tâm thần đến mức không thể nhận thức và làm chủ hành vi. Do vậy, Tòa án cần phải tuyên chị A là người có khó khăn trong nhận thức và làm chủ hành vi.

Hệ quả của vấn đề trên được xác định sẽ có sự khác nhau. Trong trường hợp chị B bị tuyên bố mất năng lực hành vi dân sự thì mọi giao dịch dân sự của chị B sẽ do người đại diện theo pháp luật xác lập, thực hiện (khoản 2 Điều 22 Bộ luật Dân sự năm 2015). Ngược lại, nếu chị bị tuyên bố là người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi thì Tòa án sẽ chỉ định người giám hộ và xác định quyền, nghĩa vụ của người giám hộ. Theo đó, quyền và nghĩa vụ của người đại diện và người giám hộ là khác nhau. Đối với người đại diện của người mất năng lực hành vi dân sự thì chỉ nhân danh và vì lợi ích của người được đại diện thực hiện các giao dịch dân sự mà không phải thực hiện việc chăm sóc, bảo đảm việc điều trị bệnh cho

người được giám hộ; quản lý tài sản của người được giám hộ và bảo vệ quyền, lợi ích hợp pháp của người được giám hộ như người giám hộ. Do vậy, để Tòa án có thể vận dụng pháp luật để tuyên bố một người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi nhằm đảm bảo quyền và lợi ích hợp pháp của họ một cách chính xác và tốt nhất, người làm luật cần phải có sự kết hợp với các tổ chức có liên quan về chuyên môn về thể chất và tinh thần của con người để có thể cụ thể hóa các trường hợp như thế nào là người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi. Qua đó, cũng phân biệt rõ với các trường hợp về thể chất và tinh thần để xác định một người mất năng lực hành vi dân sự.

Thứ ba, vấn đề về xác định phạm vi thực hiện việc giám hộ của người giám hộ. Điều 23 Bộ luật Dân sự 2015 yêu cầu Tòa án khi xác định người giám hộ cho người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi phải xác định cụ thể quyền và nghĩa vụ của người giám hộ. Bởi vì, người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi là người *"không đủ"* khả năng nhận thức và làm chủ hành vi, nghĩa rằng, họ vẫn còn có một phần khả năng nhận thức, làm chủ hành vi của mình (Trần Ngọc Tuấn, 2021). Tuy nhiên, Tòa án khi xét xử rất lúng túng trong việc xác định phạm vi giám hộ của người giám hộ đối với người được giám hộ. Theo đó, Tòa án luôn nêu lên tất cả quyền, nghĩa vụ và trách nhiệm quản lý tài sản của người giám hộ theo quy định tại Điều 57, Điều 58 và Điều 59 Bộ luật Dân sự 2015 (*Quyết định số 165/2021/QĐST-VDS ngày 09 tháng 4 năm 2021 của Tòa án nhân dân quận Bình Chánh, TPHCM về tuyên bố một người có khó khăn trong nhận thức và làm chủ hành vi; Quyết định số 17/2020/QĐST-VDS ngày 14 tháng 12 năm 2020 của Tòa án nhân dân huyện Cù Lao Dung, tỉnh Sóc Trăng về tuyên bố một người có khó khăn trong nhận thức và làm chủ hành vi…*). Khi đó, người giám hộ có toàn quyền quyết định tất cả các vấn đề liên quan đến nhân thân và tài sản của người được giám hộ phù hợp với quy định pháp luật. Quyết định này của Tòa án dẫn đến những hệ quả gây khó khăn cho người giám hộ và người được giám hộ. Bởi vì, có những việc làm, giao dịch liên quan đến người được giám hộ và người được giám hộ có thể tự mình thực hiện được mà không cần có sự hỗ trợ hay quyền quyết định của người giám hộ; hoặc trong trường hợp không xác định được cụ thể quyền và nghĩa vụ của người giám hộ thì cả người giám hộ và người được giám hộ sẽ không biết phải thực hiện những quyền, nghĩa vụ và trách nhiệm tài sản nào.

Ngoài ra, tại khoản 1 Điều 125 Bộ luật Dân sự 2015 cũng nêu lên trường hợp người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi khi thực hiện các giao dịch dân sự sẽ bị Tòa án tuyên bố vô hiệu nếu những giao dịch dân sự đó pháp luật quy định phải do người đại diện xác lập. Từ quy định trên có thể thấy rằng: (1) người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi khi thực hiện giao dịch dân sự sẽ bị vô hiệu; (2) như đã phân tích, thực tế Tòa án không thể xác định được phạm vi giám hộ của người giám hộ. Từ đó, dẫn đến tất cả các giao dịch dân sự liên quan đến người được giám hộ đều phải do người giám hộ xác lập; và (3) trường hợp những giao dịch dân sự do người giám hộ xác lập, thực hiện đều bị vô hiệu. Theo đó, khoản 2 Điều 136 Bộ luật Dân sự 2015 nêu rằng, người giám hộ của người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi là người đại diện theo pháp luật nếu được Tòa án chỉ định. Tuy nhiên, chỉ có người hạn chế năng lực hành vi dân sự mới có người đại diện do Tòa án chỉ định (khoản 1 Điều 24 Bộ luật Dân sự 2015). Mặt khác, Bộ luật Tố tụng dân sự 2015 không có một quy định nào về thủ tục chỉ định người đại diện cho người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi. Qua đó, có thể thấy rằng, người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi khi thực hiện các giao dịch dân sự của mình đều phụ thuộc vào người giám hộ và không thể có hiệu lực pháp luật theo quy định về điều kiện có hiệu lực của giao dịch dân sự đối với người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi. Từ những phân tích trên, nhà làm luận cần có văn bản hướng dẫn cụ thể trong trường hợp mức độ thể chất và tinh thần như thế nào sẽ xác định tương ứng quyền, nghĩa vụ giám hộ cũng như trong trường hợp nào được xác định mà chính người bị tuyên bố được thực hiện các quyền và nghĩa vụ dân sự của mình. Ngoài ra, phải xây dựng thống nhất quy định pháp luật về điều kiện có hiệu lực của giao dịch dân sự do người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi xác lập và quy định về việc Tòa án chỉ định người đại diện cho người có khó khăn trong nhận thức và làm chủ hành vi.

Thứ tư, về thủ tục tuyên bố một người có khó khăn trong nhận thức và làm chủ hành vi. Theo quy định tại Điều 23 Bộ luật Dân sự 2015, để công nhận một người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi thì phải được Tòa án ra quyết định tuyên bố. Thủ tục để tuyên bố một người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi được thực hiện theo quy định của Bộ luật Tố tụng dân sự 2015. Theo đó, cơ sở để Tòa án tuyên bố một người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi là dựa trên kết quả giám định pháp y tâm thần của cơ quan giám định theo quy định tại Điều 23 Bộ luật Dân sự 2015, tuy nhiên, tại Điều 377 Bộ luật Tố tụng dân sự 2015, Tòa án sử dụng cụm từ *"có thể"*, nghĩa rằng, ngoài việc sử dụng kết quả giám định pháp y tâm thần của cơ quan giám định theo yêu cầu trưng cầu giám định của Tòa án, Tòa án còn có thể sử dụng kết quả giám định của chủ thể yêu cầu. Điều này cũng phù hợp với quy định về quyền yêu cầu trưng cầu giám định đối với Tòa án nhưng không được chấp nhận của người có quyền yêu cầu theo quy định của Luật Giám định tư pháp 2012, sửa đổi, bổ sung 2020. Quy định này đã tạo ra hệ quả trong thực tế, giả sử trong trường hợp Tòa án không chấp nhận yêu cầu trưng cầu giám định của người có quyền yêu cầu và sử dụng kết quả giám định của người yêu cầu (khoản 3 Điều 2 Luật Giám định tư pháp 2012, sửa đổi, bổ sung 2015) thì sẽ không thể hiện sự khách quan, chính xác trong kết quả giám định, ngoài ra, có thể sẽ không bảo vệ được quyền và lợi ích của người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi. Do vậy, người làm luật cần phải có sự thống nhất giữa quy định của luật nội dung, luật tố tụng và cả Luật Giám định tư pháp để có thể xác định và đánh giá chính xác về mức độ thể chất và tinh thần của người bị tuyên bố. Theo đó, trên quan điểm nghiên cứu, cần phải sửa đổi quy định tại Điều 377 Bộ luật Tố tụng dân sự 2015 theo hướng thống nhất với Điều 23 Bộ luật Dân sự 2015, Luật Giám định tư pháp 2012, Tòa án chỉ tuyên bố một người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi trên cơ sở giám định pháp y tâm thần của cơ quan giám định được thực hiện do Tòa án yêu cầu trưng cầu giám định.

**4. Kết luận**

Phải thừa nhận rằng, việc bổ sung thêm trường hợp người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi trong Bộ luật Dân sự 2015 đã góp phần giải quyết những trường hợp trong thực tế, đảm bảo quyền và lợi ích hợp pháp của cá nhân trong các quan hệ pháp luật dân sự. Tuy nhiên, qua quá trình áp dụng quy định pháp luật để tuyên bố một người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi đã cho thấy một số bất cập liên quan đến vấn đề này. Bài viết đã phân tích, bình luận các vấn đề pháp lý đó để đưa ra những kiến nghị nhằm hoàn thiện quy định của pháp luật về người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi. Theo đó, việc hoàn thiện những vấn đề đó phải luôn đảm bảo được tối đa quyền và lợi ích hợp pháp của "bên yếu thế" - người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi./.

**TÀI LIỆU THAM KHẢO**


1. Bộ luật Dân sự 1995.
2. Bộ luật Dân sự 2005.
3. Bộ luật Dân sự 2015.
4. Bộ luật Tố tụng dân sự 2015.
5. Luật Giám định tư pháp 2012, sửa đổi, bổ sung 2020.
6. Nguyễn Thị Lan (2018). Một số điểm mới về năng lực hành vi dân sự của cá nhân trong Bộ luật Dân sự năm 2015. *Tạp chí Quản lý và Kinh tế quốc tế*, số 88.
7. Nguyễn Ngọc Điện (2022). *Giáo trình Luật Dân sự tập 1*. Nhà xuất bản Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh. Thành phố Hồ Chí Minh.
8. Phùng Trung Tập và Kiều Thị Thùy Linh (2020). *Nhập môn Luật Dân sự 1*. Nhà xuất bản Lao Động. Hà Nội.
9. Phạm Văn Tuyết (2017). *Hướng dẫn môn học Luật Dân sự tập 1*. Nhà xuất bản Tư pháp. Hà Nội.
10. Quyết định số 165/2021/QĐST-VDS ngày 09 tháng 4 năm 2021 của Tòa án nhân dân quận Bình Chánh, TPHCM về tuyên bố một người có khó khăn trong nhận thức và làm chủ hành vi.

11. Quyết định số 17/2020/QĐST-VDS ngày 14 tháng 12 năm 2020 của Tòa án nhân dân huyện Cù Lao Dung, tỉnh Sóc Trăng về tuyên bố một người có khó khăn trong nhận thức và làm chủ hành vi.
12. Trương Oanh (17/02/2022). *Bệnh tâm thần phân liệt là gì? Nguyên nhân, triệu chứng và điều trị*. https://tamlytrilieunhc.com/benh-tam-than-phan-liet-7374.html. truy cập ngày 21/9/2022.
13. Trần Ngọc Tuấn (2021). Bảo vệ người có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi khi tham gia hoạt động tố tụng dân sự. *Tạp chí Nghiên cứu lập pháp*, số 23 (447).
14. Trần Thị Hoa (2020). Vướng mắc trong thực tiễn xét xử vụ, việc dân sự có đương sự bị mất, hạn chế năng lực hành vi dân sự hoặc có khó khăn trong nhận thức, làm chủ hành vi. *Tạp chí Nghề luật*, số 07.
15. Văn Chiến (2017). *Khó khăn trong nhận thức và điều khiển hành vi*. https://kiemsat.vn/kho-khan-trong-nhan-thuc-va-dieu-khien-hanh-vi-46832.html. truy cập ngày 20/9/2022.

# PHÁP LUẬT VỀ HỢP NHẤT, SÁP NHẬP, MUA LẠI TỔ CHỨC TÍN DỤNG

**Nguyễn Thị Mỹ Linh***
Viện Đào tạo Sau đại học, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: nguyenthimylinh1810@gmail.com.

**TÓM TẮT**

Bài viết đề cập đến các quy định của pháp luật Việt Nam về hợp nhất, sáp nhập, mua lại các tổ chức tín dụng. Từ việc tra cứu các quy định của pháp luật và phân tích các trường hợp xảy ra trong thực tế, người viết mong muốn tìm ra những hạn chế, bất cập của pháp luật hiện hành về hợp nhất, sáp nhập, mua lại các tổ chức tín dụng (TCTD), từ đó làm cơ sở đề xuất, kiến nghị hoàn thiện các quy định của Việt Nam về vấn đề này. Với bài viết của mình, tác giả mong muốn đóng góp một vài ý kiến của bản thân nhằm hoàn thiện quy định hợp nhất, sáp nhập, mua lại các TCTD, tái cấu trúc hệ thống các TCTD ở Việt Nam hiện nay, góp phần ổn định và phát triển kinh tế - xã hội của đất nước và phục hồi và nâng cao hiệu quả hoạt động của các TCTD sau khi cơ cấu lại.
*Từ khóa:* cơ cấu lại; hợp nhất; mua lại; sáp nhập; tổ chức tín dụng.

## 1. Đặt vấn đề

Những năm gần đây, các TCTD ở Việt Nam không chỉ tăng nhanh về số lượng mà ngày càng tăng về số vốn, chất lượng nguồn nhân lực, quy mô, lĩnh vực hoạt động. Đây là một tín hiệu tích cực cho nền kinh tế nước ta. Tuy nhiên, bên cạnh đó, một số TCTD ở Việt Nam cũng đã bộc lộ một số yếu kém như kinh doanh không hiệu quả, tính thanh khoản thấp, tỷ lệ nợ xấu gia cao, nguồn nhân lực chất lượng cao còn thiếu. Điều này gây khó khăn cho hoạt động kinh doanh của các ngân hàng, đặc biệt trong thời đại số, trong bối cảnh Việt Nam tham gia các Hiệp định Thương mại tự do thế hệ mới... Điều này dẫn đến một yêu cầu cấp bách là cần phải tái cấu trúc các TCTD yếu kém, mà một trong những biện pháp hữu hiệu nhất trong tái cấu trúc là hợp nhất, sáp nhập và mua lại các TCTD. Qua đó "mượn" các nguồn lực về vốn, công nghệ, nhân sự và cả thị phần, khắc phục những khó khăn, hạn chế về thanh khoản, nợ xấu, kinh doanh không hiệu quả, uy tín thương hiệu cũng như những vấn đề khác.

Trong những năm qua, có thể thấy rằng hoạt động hợp nhất, sáp nhập và mua lại các TCTD tại Việt Nam diễn ra ngày càng sôi động, đó là lý do vì sao tác giả chọn đề tài ***"Pháp luật về hợp nhất, sáp nhập, mua lại các TCTD"***. Để thực hiện bài viết này, người viết đã tìm hiểu, nghiên cứu các quy định của pháp luật Việt Nam cũng như các nước khác đồng thời có sự so sánh, nhận xét, đánh giá, từ đó đưa ra các kiến nghị, đề xuất của bản thân.

## 2. Nội dung

### *2.1 Định nghĩa Tổ chức tín dụng*

Theo khoản 38, Điều 4 Luật Các tổ chức tín dụng năm 2024 (Luật số 32/2024/QH15 được Quốc hội khóa XV thông qua ngày 18 tháng 01 năm 2024 và có hiệu lực thi hành kể từ ngày 01 tháng 7 năm 2024) định nghĩa *"Tổ chức tín dụng (TCTD) là tổ chức kinh tế có tư cách pháp nhân thực hiện một, một số hoặc tất cả hoạt động ngân hàng theo quy định của Luật này. Tổ chức tín dụng bao gồm ngân hàng, tổ chức tín dụng phi ngân hàng, tổ chức tài chính vi mô và quỹ tín dụng nhân dân".*

### *2.2 Định nghĩa về hợp nhất, sáp nhập, mua lại*

Mua bán và sáp nhập (M&A) là thuật ngữ viết tắt của 2 cụm từ Mergers (Sáp nhập) và Acquisitions (Mua lại).

"Hợp nhất" (Consolidation) chỉ việc hai (có thể là một số) doanh nghiệp cùng thoả thuận chia sẻ thị phần, tài sản, thương hiệu với nhau để hình thành nên một doanh nghiệp mới. Nghĩa là chấm dứt sự tồn tại của doanh nghiệp cũ và doanh nghiệp sẽ có tên gọi mới.

Mergers (Sáp nhập) là sự liên kết giữa các doanh nghiệp có cùng quy mô; nhưng không cho ra đời một doanh nghiệp có tư cách pháp nhân mới. Toàn bộ tài sản, lợi ích chung, quyền, nghĩa vụ của doanh nghiệp bị sáp nhập (hay bị mua lại) sẽ "về tay" doanh nghiệp sáp nhập.

Acquisitions (Mua lại) chỉ hình thức một doanh nghiệp (thường là doanh nghiệp lớn) mua lại những doanh nghiệp nhỏ và yếu hơn, đồng thời doanh nghiệp mua vẫn giữ tư cách pháp nhân cũ. Doanh nghiệp mua lại có quyền sở hữu hợp pháp đối với doanh nghiệp đã mua.

Về bản chất, hoạt động M&A thực chất là giành quyền kiểm soát doanh nghiệp thông qua sáp nhập, mua lại 1 phần hoặc toàn bộ một doanh nghiệp khác. Thuật ngữ Mua bán và sáp nhập (M&A) đã được sử dụng trong nhiều các tài liệu cả trong nước và quốc tế, có rất nhiều tên gọi khi dịch ra tiếng Việt như "mua bán và sáp nhập", "sáp nhập và mua lại", "mua lại và sáp nhập", hay "thâu tóm và hợp nhất". Nhìn chung, các thuật ngữ "mua bán", "hợp nhất" và "sáp nhập" thường không có sự phân biệt rõ ràng về nội hàm và thường được sử dụng thay thế lẫn nhau. Trong khuôn khổ bài viết này, tác giả sử dụng thuật ngữ M&A đồng nhất với hợp nhất, sáp nhập, mua lại doanh nghiệp hoặc TCTD.

***2.3 Định nghĩa, quy định của pháp luật Việt Nam và quy định của một số nước về hoạt động mua lại, hợp nhất, sáp nhập***

*2.3.1 Định nghĩa về hợp nhất, sáp nhập, mua lại doanh nghiệp và các TCTD trong các văn bản quy phạm pháp luật Việt Nam*

Tại Việt Nam, hoạt động hợp nhất, sáp nhập, mua lại được quy định trong một số văn bản Luật và được định nghĩa như sau:

- Theo khoản 1, Điều 200 Luật Doanh nghiệp năm 2020, quy định về hoạt động hợp nhất doanh nghiệp *"Hai hoặc một số công ty (sau đây gọi là công ty bị hợp nhất) có thể hợp nhất thành một công ty mới (sau đây gọi là công ty hợp nhất), đồng thời chấm dứt tồn tại của các công ty bị hợp nhất".*

- Theo khoản 1, Điều 201 Luật Doanh nghiệp năm 2020, quy định về hoạt động sáp nhập doanh nghiệp *"Một hoặc một số công ty (sau đây gọi là công ty bị sáp nhập) có thể sáp nhập vào một công ty khác (sau đây gọi là công ty nhận sáp nhập) bằng cách chuyển toàn bộ tài sản, quyền, nghĩa vụ và lợi ích hợp pháp sang công ty nhận sáp nhập, đồng thời chấm dứt sự tồn tại của công ty bị sáp nhập".*

- Luật Cạnh tranh năm 2018 cũng đưa ra định nghĩa về hợp nhất, sáp nhập, mua lại các doanh nghiệp như sau:

+ Sáp nhập doanh nghiệp *"là việc một hoặc một số doanh nghiệp chuyển toàn bộ tài sản, quyền, nghĩa vụ và lợi ích hợp pháp của mình sang một doanh nghiệp khác, đồng thời chấm dứt hoạt động kinh doanh hoặc sự tồn tại của doanh nghiệp bị sáp nhập".*

+ Hợp nhất doanh nghiệp *"là việc hai hoặc nhiều doanh nghiệp chuyển toàn bộ tài sản, quyền, nghĩa vụ và lợi ích hợp pháp của mình để hình thành một doanh nghiệp mới, đồng thời chấm dứt hoạt động kinh doanh hoặc sự tồn tại của các doanh nghiệp bị hợp nhất".*

+ Mua lại doanh nghiệp *"là việc một doanh nghiệp trực tiếp hoặc gián tiếp mua toàn bộ hoặc một phần vốn góp, tài sản của doanh nghiệp khác đủ để kiểm soát, chi phối doanh nghiệp hoặc một ngành, nghề của doanh nghiệp bị mua lại".*

(Theo khoản 2, 3, 4, Điều 29 Luật Cạnh tranh năm 2018).

Theo khoản 1, 2, 3 Điều 4 Thông tư 04/2010/TT ngày 11 tháng 02 năm 2010 của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (Thông tư này hiện đã hết hiệu lực pháp luật một phần) cũng đưa ra định nghĩa cụ thể về sáp nhập, hợp nhất, mua lại tổ chức tín dụng.

Mới đây nhất, ngày 31 tháng 12 năm 2015, Ngân hàng Nhà nước đã ban hành Thông tư số 36/2015/TT-NHNN quy định việc tổ chức lại tổ chức tín dụng. Thông tư 36/2015/TT-NHNN đã định nghĩa sáp nhập, hợp nhất các TCTD trên cở sở kế thừa từ Thông tư

04/2010/TT-NHNN, tuy nhiên có một điều khác biệt là Thông tư 36/2015/TT-NHNN không đưa ra định nghĩa về mua lại TCTD. Theo đó, Thông tư 36/2015/TT-NHNN đã định nghĩa sáp nhập, hợp nhất các TCTD như sau:

*- Sáp nhập TCTD "là việc một hoặc một số tổ chức tín dụng (sau đây gọi là tổ chức tín dụng bị sáp nhập) chuyển toàn bộ tài sản, quyền, nghĩa vụ và lợi ích hợp pháp sang một tổ chức tín dụng khác (sau đây gọi là tổ chức tín dụng nhận sáp nhập), đồng thời chấm dứt sự tồn tại của tổ chức tín dụng bị sáp nhập".*

*- Hợp nhất TCTD "là việc hai hoặc một số tổ chức tín dụng (sau đây gọi là tổ chức tín dụng bị hợp nhất) chuyển toàn bộ tài sản, quyền, nghĩa vụ và lợi ích hợp pháp để hình thành một tổ chức tín dụng mới (sau đây gọi là tổ chức tín dụng hợp nhất), đồng thời chấm dứt sự tồn tại của các tổ chức tín dụng bị hợp nhất".*

*(khoản 1, 2 Điều 3* Thông tư 36/2015/TT-NHNN).

Hiện nay, tuy Luật Các tổ chức tín dụng năm 2024 đã được ban hành, nhưng vẫn chưa có hiệu lực thi hành (từ ngày 01/7/2024) và Chính phủ vẫn chưa ban hành Nghị định hướng dẫn chi tiết thi hành.

*2.3.2 Quy định của pháp luật Việt Nam về hoạt động mua lại, hợp nhất, sáp nhập*

Các TCTD cũng là một loại hình doanh nghiệp, vì vậy các TCTD cũng chịu sự điều chỉnh bởi các quy định của pháp luật về hoạt động M&A đối với doanh nghiệp. Quan nghiên cứu, tác giả nhận thấy, khung pháp lý đối với hoạt động M&A các TCTD hiện nay được quy định rải rác trong các văn bản luật như Luật Đầu tư 2020, Luật Doanh nghiệp 2020, Luật Chứng khoán 2019, Luật Cạnh tranh 2018 và một số văn bản quy phạm pháp luật khác.

Với Luật Doanh nghiệp năm 2020, các quy định về M&A được quy định tại Chương IX, từ Điều 198 đến Điều 214, đề cập đến các trường hợp về chia, tách, hợp nhất và sáp nhập doanh nghiệp.

Luật Đầu tư năm 2020 cũng quy định rõ hình thức đầu tư của các nhà đầu tư trong và ngoài nước vào lãnh thổ Việt Nam thông qua góp vốn, mua cổ phần và sáp nhập, mua lại các doanh nghiệp.

Luật Cạnh tranh năm 2018 điều chỉnh các vấn đề mua bán doanh nghiệp gây ảnh hưởng đến sự cạnh tranh trên thị trường liên quan và ba hoạt động hợp nhất, sáp nhập, mua lại doanh nghiệp được xem là hình thức tập trung kinh tế theo quy định của Luật này.

Theo nghiên cứu, tìm hiểu của tác giả, Luật Các Tổ chức tín dụng chưa đưa ra định nghĩa cụ thể về mua lại, sáp nhập, chỉ gọi chung là tổ chức lại TCTD dưới hình thức chia, tách, hợp nhất, sáp nhập, chuyển đổi hình thức pháp lý, chuyển đổi loại hình tổ chức tín dụng phi ngân hàng, nhưng chưa có Nghị định, Thông tư hướng dẫn thi hành đi kèm. Cụ thể, Luật Các tổ chức tín dụng năm 2024 dành Mục 3, từ Điều 175 đến Điều 178 quy định về phương án sáp nhập, hợp nhất, chuyển nhượng, toàn bộ cổ phần, phần vốn góp của TCTD được kiểm soát đặc biệt; và điểm a Điều 201 Luật này cũng ghi rõ *"Tổ chức tín dụng được tổ chức lại dưới hình thức chia, tách, hợp nhất, sáp nhập, chuyển đổi hình thức pháp lý, chuyển đổi loại hình tổ chức tín dụng phi ngân hàng sau khi được Ngân hàng Nhà nước chấp thuận bằng văn bản".*

Hiện nay, hoạt động hợp nhất, sáp nhập, mua lại các TCTD được điều chỉnh trực tiếp bởi Thông tư 04/2010/TT-NHNN của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (Thông tư này hiện đã hết hiệu lực pháp luật một phần) và Thông tư số 36/2015/TT-NHNN ngày 31 tháng 12 năm 2015 của Ngân hàng Nhà nước.

*2.3.3 Quy định của một số quốc gia về hoạt động mua lại, hợp nhất, sáp nhập TCTD*

Tại Nhật Bản, nội dung hợp nhất, sáp nhập và mua lại doanh nghiệp nói chung và các TCTD nói riêng được chi phối những Bộ luật, Luật cơ bản như Bộ luật thương mại, Luật chống độc quyền tư nhân và duy trì cạnh tranh lành mạnh,Luật chứng khoán và thị trường chứng khoán, Luật về ngoại hối và ngoại thương….

Tại Thái Lan, Ngân hàng Thái Lan (BOT) là Ngân hàng trung ương của nước này, chịu trách nhiệm thúc đẩy ổn định tiền tệ và xây dựng chính sách tiền tệ, giám sát, kiểm tra các tổ

chức tài chính, cung cấp các dịch vụ ngân hàng cho chính phủ và làm đại lý đối với trái phiếu chính phủ, cung cấp các dịch vụ ngân hàng cho các tổ chức tài chính, quản lý dự trữ ngoại hối của Thái Lan, in, phát hành tiền giấy và các nghiệp vụ khác. Các loại hình ngân hàng/tổ chức tài chính ở Thái Lan bao gồm các ngân hàng thương mại, ngân hàng bán lẻ, chi nhánh ngân hàng nước ngoài, công ty con, văn phòng đại diện của ngân hàng nước ngoài; công ty tài chính, công ty quản lý Quỹ tín dụng, công ty quản lý tài sản và công ty chứng khoán. Hiện nay, Chính phủ Thái Lan cấm các hoạt động sáp nhập mà kết quả có thể dẫn đến mua lại thị phần, tổng doanh thu, vốn, cổ phiếu hoặc tài sản vượt quá mức cho phép. Nguyên nhân là các hoạt động kinh doanh này sau khi sáp nhập có thể dẫn tới độc quyền hoặc cạnh tranh không lành mạnh.

Pháp luật Mỹ có một cơ chế pháp lý rõ ràng trong việc phân định chức năng của các cơ quan giám sát về sáp nhập ngân hàng. Trong cuộc khủng hoảng tài chính năm 2008, các cơ quan như Cục Dự trữ liên bang, Bộ Tài chính đã trực tiếp cùng với Chính phủ Mỹ thực hiện xử lý, tái cấu trúc lại hệ thống ngân hàng và điều này dẫn đến một kết quả là nền kinh tế Mỹ nói chung và hệ thống ngân hàng Mỹ nói riêng đã dần ổn định và phục hồi đem lại niềm tin cho người dân nước này. Một điều không thể phủ nhận đó chính hành trình vượt qua khó khăn, khắc phục, hạn chế sự đổ vỡ của ngành ngân hàng Mỹ đã cung cấp những kinh nghiệm quý báu cho các nước phải học hỏi, rút kinh nghiệm, trong đó có Việt Nam.

Đối với Trung Quốc, nơi mà hệ thống ngân hàng có nhiều nét tương đồng với hệ thống ngân hàng Việt Nam gồm Ngân hàng nhân dân Trung Quốc, các ngân hàng thương mại, ngân hàng chính sách và các Hợp tác xã tín dụng. Tại Trung Quốc, hệ thống ngân hàng được tiến hành cải cách trên 2 phương diện: cải cách đối với từng ngân hàng và cải thiện cơ sở hạ tầng của toàn hệ thống. Trung Quốc cho phép thành lập ra 4 công ty quản lý tài sản (AMC): Great Wall, Orient, Cinda và Huarong. Các công ty này có nhiệm vụ quản lý và kinh doanh các khoản nợ xấu nhằm tối đa hóa giá trị tài sản mua lại. Các công ty quản lý tài sản này tham gia rất tích cực vào quá trình tái cấu trúc các nghiệp nhà nước bằng cách chuyển đổi nợ sang cổ phiếu. Các công ty quản lý tài sản được xem là giải pháp hàng đầu cho việc tái cơ cấu và nâng cao sức mạnh của hệ thống ngân hàng Trung Quốc.

***2.4 Những đặc trưng cơ bản của hoạt động mua lại, sáp nhập các TCTD***

Hoạt động mua lại, sáp nhập TCTD có những đặc trưng cơ bản như sau:

Một là, TCTD thực hiện mua lại, sáp nhập với tư cách là bên mua lại (hoặc nhận sáp nhập) với TCTD khác; các doanh nghiệp không phải là ngân hàng không được mua lại, nhận sáp nhập với chủ thể bên kia là ngân hàng. Xuất phát từ nguyên nhân điều kiện thành lập, hoạt động các TCTD rất khắt khe và cần phải có sự cho phép của Ngân hàng Nhà nước mới được phép thực hiện.

Hai là, khi hợp nhất, sáp nhập, mua lại các TCTD phải đảm bảo yêu cầu đầu tiên là hoạt động của TCTD phải được liên tục, ổn định, thông suốt trước, trong và sau khi thực hiện, không ảnh hưởng đến quyền lợi người gửi tiền và quyền, nghĩa vụ của các bên có liên quan.

Ba là, trình tự, thủ tục khi hợp nhất, sáp nhập, mua lại các TCTD phức tạp hơn so với các loại hình doanh nghiệp thông thường. Các bên tham gia phải đáp ứng các yêu cầu, trình tự nghiêm ngặt trong quá trình thực hiện và chịu sự giám sát chặt chẽ của Ngân hàng Nhà nước và các cơ quan có liên quan. Điều này xuất phát từ việc TCTD là một loại hình doanh nghiệp đặc biệt, cần hết sức cẩn trọng khi thực hiện quá trình mua lại, sáp nhập.

Bốn là, vấn đề tiên quyết là cần phải bảo đảm quyền và lợi ích hợp pháp của người gửi tiền khi thực hiện hợp nhất, sáp nhập, mua lại các TCTD; sau đó mới tính đến quyền lợi của bên thứ ba, quyền lợi của nhà nước, các đối tượng khác.

Năm là, các TCTD hạn chế về vốn, năng lực tài chính yếu, thiếu nguồn nhân lực chất lượng cao, năng lực quản lý kém, hoạt động kinh doanh kém hiệu quả thường là các đối tượng bị hợp nhất, sáp nhập, mua lại nhằm vượt qua khó khăn, gia tăng nguồn lực, tăng khả năng cạnh tranh của bản thân tổ chức mình. Sự cạnh tranh ngày càng gay gắt và không kém phần khốc liệt trên thị trường đã buộc các TCTD phải không ngừng nâng cao năng lực cạnh tranh để tồn tại.

***2.5 Thực trạng áp dụng quy định của pháp luật Việt Nam về mua lại, hợp nhất, sáp nhập các TCTD qua phân tích một số thương vụ nổi bậc những năm gần đây***

Ở Việt Nam, hoạt động hợp nhất, sáp nhập, mua lại doanh nghiệp nói riêng và các TCTD nói chung trở nên sôi động hơn trong những năm gần đây với sự phát triển nhanh cả về số lượng và quy mô. Các giao dịch M&A năm sau tăng từ 5 đến 6 lần năm trước về tổng giá trị và gấp từ 2 đến 3 lần về số lượng. Trong khuôn khổ bài viết, tác giả chỉ xin phép được thống kê các thương vụ hợp nhất, sáp nhập, mua lại các TCTD ở Việt Nam trong khoảng thời gian từ năm 2013 đến nay, như sau:

| STT | Năm | Ngân hàng tham gia thương vụ | Ngân hàng sau M&A | Hình thức |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2013 | - Ngân hàng (NH) TMCP Phương Tây<br>- Công ty tài chính dầu khí Việt Nam PVFC | NH TMCP Đại Chúng | Hợp nhất |
| 2 | 2013 | - NH TMCP Đại Á<br>- NH TMCP Phát triển thành phố Hồ Chí Minh<br>- Công ty tài chính Việt Societe Generale - SGVF | NH TMCP Phát triển thành phố Hồ Chí Minh | Sáp nhập |
| 3 | 2013 | - NH TMCP Đại Tín<br>- Tập đoàn Thiên Thanh | NH TMCP Xây dựng | Mua lại |
| 4 | 2015 | - NH TMCP Phát triển Nhà đồng bằng sông Cửu Long<br>- NH TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam | NH TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam | Sáp nhập |
| 5 | 2015 | - NH TMCP Phương Nam<br>- NH TMCP Sài Gòn Thương Tín | NHTMCP Sài Gòn Thương Tín | Sáp nhập |
| 6 | 2015 | - NH Phát triển Mê Kông<br>- NH TMCP Hàng hải | NH TMCP Hàng hải | Sáp nhập |
| 7 | 2015 | - NH Xăng dầu Petrolimex<br>- NH TMCP Công thương | Ngân hàng TMCP Công thương | Sáp nhập |
| 8 | 2015 | - NH Xây dựng Việt Nam<br>- NH Đại Dương<br>- Ngân hàng Dầu khí Toàn cầu | | 03 NH này bị mua lại với giá 0 đồng |
| 9 | 2019 | - NH TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam | KEB Hana của Hàn Quốc | Mua lại 15% vốn |
| 10 | 2020 | - NH TMCP Phương Đông | Aozora Bank | Mua lại 15% vốn |

*(Nguồn: tổng hợp từ Website Ngân hàng Nhà nước Việt Nam; https://tapchinganhang.gov.vn; website các Ngân hàng thương mại)*

Bảng thống kê trên cho phép ta có cái nhìn tổng quan về hợp nhất, sáp nhập và mua lại các TCTD ở Việt Nam trong 10 năm qua. Tuy nhiên, sẽ là một thiếu sót rất lớn nếu không đề cập đến việc mua lại cổ phần của các TCTD, ngân hàng, công ty tài chính. Mua lại là một "con đường" nhanh nhất và hiệu quả để tiếp cận thị trường Việt Nam, trong bối cảnh Chính phủ Việt Nam không chủ trương cấp thêm giấy phép cho ngân hàng 100% vốn nướcngoài, song vẫn khuyến khích nhà đầu tư ngoại mua lại các ngân hàng yếu kém. Đây là lý do vì sao mà nhiều thương vụ chuyển nhượng lớn, có giá trị hàng triệu đô la Mỹ đã được thực hiện trong những năm qua.

Một số ngân hàng trong nước đã thực hiện việc thu hút vốn từ nước ngoài nhằm tăng năng lực tài chính, cụ thể:

- Năm 2016, MBBank đã bán 49% vốn cổ phần của Mcredit cho Shinsei Bank của Nhật và trở thành mô hình liên doanh trong lĩnh vực tài chính tiêu dùng trong năm 2017, với tên gọi Công ty TNHH Tài chính tiêu dùng MB Shinsei.

- Đầu năm 2021, Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng (VPBank) bán 49% vốn tại Công ty tài chính FE Credit cho Công ty tài chính tiêu dùng SMBC (SMBCCF), giá trị thương vụ được công bố lên tới 1,37 tỷ USD. Cần nhấn mạnh SMBC là công ty con của Tập đoàn tài chính Sumitomo Mitsui (Tập đoàn SMBC, Nhật Bản). Đây là thương vụ M&A lớn nhất trong lĩnh vực ngân hàng tại Việt Nam tính đến thời điểm đó.

- Tháng 3/2023, Ngân hàng Sumitomo Mitsui Banking Corporation (SMBC, Nhật Bản) đã mua 15% cổ phần phát hành riêng lẻ của Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng (VPBank). Hợp đồng trị giá 1,5 tỷ USD trở thành thương vụ M&A lớn nhất ngành ngân hàng Việt Nam từ trước đến nay.

- Tháng 3/2023, UOB thông báo đã hoàn tất việc mua mảng ngân hàng tiêu dùng của Citigroup tại Việt Nam (gồm các danh mục: cho vay tín chấp và có bảo đảm, các mảng kinh doanh quản lý tài sản và ngân hàng bán lẻ tiền gửi).

Theo Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Liên minh châu Âu (EVFTA), các ngân hàng châu Âu sẽ không phải chờ quyết định nới room chung mà họ được nâng tỷ lệ sở hữu cổ phần tại ngân hàng Việt Nam lên tối đa 49%. Tuy nhiên, cam kết này không áp dụng với 4 ngân hàng thương mại cổ phần mà Nhà nước đang nắm cổ phần chi phối là BIDV, VietinBank, Vietcombank và Agribank. Cần lưu ý rằng, theo Nghị định số 01/2014/NĐ-CP, tỷ lệ cổ phần của một Nhà đầu tư nước ngoài đối với một tổ chức tín dụng Việt Nam không vượt quá 20% vốn điều lệ và tỷ lệ sở hữu của các nhà đầu tư nước ngoài tối đa 30%.

Theo "Đề án cơ cấu lại hệ thống các tổ chức tín dụng gắn với xử lý nợ xấu giai đoạn 2021 - 2025", Chính phủ khuyến khích các tổ chựcc tín dụng tham gia hợp nhất, sáp nhập, mua lại các tổ chức tín dụng yếu kém trên cơ sở tự nguyện nhằm gia tăng quy mô, phạm vi hoạt động, khả năng cạnh tranh.

Đầu năm 2022, Ngân hàng Nhà nước đã ban hành Thông tư 02/2022/TT-NHNN quy định về cho vay đặc biệt đối với tổ chức tín dụng được kiểm soát đặc biệt, trong đó có đề cập đến vai trò của phương án chuyển nhượng của các ngân hàng, phương án cơ cấu lại và đẩy nhanh hoạt động tái cơ cấu đối với các ngân hàng yếu kém. Đây được xem là một hình thức "bật đèn xanh" của Chính phủ nhằm góp phần thúc đẩy nhiều nhà đầu tư nước ngoài quan tâm đến các thương vụ M&A các TCTD ở Việt Nam. Ngoài ra, hiện nhiều ngân hàng thương mại tại Việt Nam có tiềm lực mạnh cũng đã và đang rất quan tâm đến việc tham gia nhận chuyển giao các ngân hàng yếu kém để thực hiện tái cơ cấu theo chủ trương của Nhà nước theo mô hình công ty mẹ - con. Và rõ ràng điều này mang lại lợi ích cho cả 2 bên tham gia.

Theo đánh giá của tác giả, hoạt động hợp nhất, sáp nhập, mua lại các TCTD là xu hướng tất yếu của thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng, đặc biệt là trong bối cảnh nước ta hội nhập ngày càng sâu rộng với kinh tế thế giới, tham gia các Hiệp định Thương mại tự do thế hệ mới như EVFTA, CPTPP…Hoạt động M&A các TCTD mang đến cho nền kinh tế Việt Nam cả cơ hội và thách thức. Dự báo trong những năm tới, hoạt động này sẽ càng "bùng nổ" về số lượng và cả giá trị các thương vụ. Nhìn chung, các quy định của pháp luật Việt Nam điều chỉnh hoạt động hợp nhất, sáp nhập, mua lại các TCTD đã được ban hành và tiệm cận so với quy định của các nước và các Luật quốc tế, điều ước quốc tế mà Việt Nam tham gia. Tuy nhiên, trong ứng dụng vào thực tiễn cần phải tiếp tục có sự điều chỉnh bổ sung, hoàn thiện, cụ thể hóa cho phù hợp. Đây là một yêu cầu đặt ra đối với Chính phủ, các nhà làm luật nước ta thời gian tới.

**3. Một số giải pháp đề xuất nhằm hoàn thiện các quy định của pháp luật và nâng cao hiệu quả việc hợp nhất, sáp nhập, mua lại các TCTD ở Việt Nam hiện nay**

Từ những phân tích trên, tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện các qu-y định của pháp luật về hợp nhất, sáp nhập, mua lại các TCTD và nâng cao hiệu quả thực hiện ở Việt Nam, cụ thể như sau:

***Thứ nhất,*** Chính phủ cần tiếp tục sửa đổi, bổ sung, hoàn thiện các quy định pháp luật về mua lại, hợp nhất và sáp nhập TCTD trên cơ sở đảm bảo tính thống nhất, minh bạch, đồng bộ, phù hợp với những cam kết của các điều ước quốc tế, hiệp định thương mại mà Việt Nam đã tham gia, ký kết cụ thể:

- Ban hành Nghị định hướng dẫn thi hành Luật Các tổ chức tín dụng năm 2024 và hoàn thiện Thông tư 04/2010/TT-NHNN và Thông tư số 36/2015/TT-NHNN theo hướng đề ra các nội dung cụ thể:

+ Quy định cụ thể tiêu chuẩn, điều kiện, trình tự, thủ tục hợp nhất, sáp nhập và mua lại TCTD.

+ Các hệ quả pháp lý khi thực hiện mua lại và sáp nhập TCTD.

+ Các quy định nhằm giải quyết tranh chấp  phát sinh trong quá trình mua lại và sáp nhập TCTD.

+ Hoàn thiện các quy định của pháp luật để bảo vệ người gửi tiền khi ngân hàng thương mại bị mua lại và sáp nhập.

***Thứ hai,*** hoàn thiện các quy định giới hạn về mức độ tập trung kinh tế của pháp luật cạnh tranh; các quy định về lộ trình thực hiện các tỷ lệ bảo đảm an toàn, nợ xấu, sở hữu chéo khi thực hiện mua lại và sáp nhập ngân hàng thương mại; các quy định về sự tham gia bắt buộc của cơ quan giám sát khi tái cơ cấu các ngân hàng thương mại; quy định về công bố thông tin khi mua lại và sáp nhập ngân hàng thương mại.

***Thứ ba,*** bổ sung, sửa đổi Nghị định số 47/2021/NĐ-CP ngày 01 tháng 04 năm 2021 quy định chi tiết một số điều của Luật doanh nghiệp về các nội dung tổ chức lại doanh nghiệp, quy định về tiêu chuẩn, điều kiện mua lại và sáp nhập. Nghị định quy định chi tiết một số điều của Luật doanh nghiệp cần đặt ra những tiêu chuẩn, điều kiện mua lại và sáp nhập chung để những pháp luật chuyên ngành sử dụng như là "khuôn mẫu" khi xây dựng những quy định cụ thể về tiêu chuẩn, điều kiện mua lại và sáp nhập.

***Thứ tư,*** cần cho phép nâng tỷ lệ sở hữu cổ phần của nhà đầu tư nước ngoài khi tham gia tái cơ cấu các TCTD trong nước. Vấn đề này theo tác giả, cần quy định tỷ lệ cụ thể trong Nghị định hướng dẫn thi hành Luật các Tổ chức tín dụng năm 2024.

***Thứ năm,*** Ngân hàng Nhà nước cần đẩy mạnh công tác thanh tra, giám sát đối với các TCTD nhằm củng cố, tăng cường kỷ cương, kỷ luật và kịp thời phát hiện, nhận diện những vấn đề của toàn hệ thống và từng TCTD để kịp thời đề ra các giải pháp hiệu quả, đáp ứng yêu cầu tăng cường quản lý nhà nước trong lĩnh vực tín dụng. Bên cạnh đó, hoạt động thanh tra, giám sát còn nhằm phát hiện, xử lý kịp thời những rủi ro, phát hiện, cảnh báo, xử lý các hành vi vi phạm pháp luật, đánh giá chất lượng tín dụng và hoạt động của các TCTD, trong đó có việc thực hiện pháp luật về mua lại, sáp nhập ngân hàng thương mại.

***Thứ sáu,*** Chính phủ, Ngân hàng Nhà nước cần đẩy mạnh thực hiện các giải pháp về lâu dài nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động của các cơ quan tổ chức thực hiện pháp luật trong lĩnh vực tín dụng và mua lại, hợp nhất, sáp nhập các TCTD. Bên cạnh đó cần nâng cao trình độ và kỹ năng đội ngũ các nhà quản lý thị trường tài chính tiền tệ thông qua việc phát triển các công ty tư vấn chuyên nghiệp cho hoạt động mua lại, hợp nhất, sáp nhập các TCTD.

***Thứ bảy,*** Chính phủ, Ngân hàng Nhà nước cần tiếp tục đa dạng hóa các phương thức hợp nhất, sáp nhập, mua lại các TCTD, bên cạnh đó cần có giải pháp, đề án cụ thể tiếp tục xử lý nợ xấu của các TCTD.

***Thứ tám,*** Ngân hàng Nhà nước tiếp tục thúc đẩy việc mua bán, sáp nhập trên cơ sở tự nguyện các TCTD yếu kém vào các TCTD manh. Đây là giải pháp kinh tế, hiệu quả, phù hợp với kinh tế thị trường, đảm bảo sự hoạt động liên tục không gián đoạn của các TCTD khi tham gia hoạt động mua lại, hợp nhất, sáp nhập, vừa hỗ trợ thực hiện tái cơ cấu, đồng thời góp phần củng cố và phát triển về quy mô các TCTD.

**4. Kết luận**

Hoạt động hợp nhất, sáp nhập, mua lại các TCTD đóng vai trò quan trọng trong quá trình tái cơ cấu hệ thống các TCTD ở Việt Nam. Những thương vụ M&A được thực hiện một

cách hiệu quả, đúng đắn sẽ mang lại lợi ích cho các bên tham gia, có tác động tích cực đối với nền kinh tế. Trong bài viết, tác giả với kiến thức chưa đầy đủ đã cố gắng tiếp cận, luận giải một cách hệ thống các vấn đề liên quan đến hoạt động hợp nhất, sáp nhập, mua lại doanh nghiệp nói chung và hoạt động hợp nhất, sáp nhập, mua lại các TCTD nói riêng. Tác giả đã nghiên cứu thực trạng hoạt động mua bán sáp nhập TCTD tại Việt Nam, các phương thức mua bán, sáp nhập, và thực tế các thương vụ trong giai đoạn tái cấu trúc các TCTD từ 2013 đến nay. Trên cơ sở xem xét tổng quan nhiều khía cạnh, tác giả đã đánh giá những ưu điểm và những vấn đề còn tồn tại trong hoạt động hợp nhất, sáp nhập, mua lại các TCTD tại Việt Nam, qua đó đề xuất một số giải pháp giúp hoàn thiện pháp luật về lĩnh vực này và nâng cao hiệu quả trong thời gian tới. Như đã trình bày ở trên, trong điều kiện hội nhập kinh tế diễn ra ngày càng sâu rộng, mạnh mẽ, hoạt động hợp nhất, sáp nhập, mua lại các TCTD sẽ vẫn là xu hướng tất yếu trong thời gian tới. Điều này không còn chỉ nhằm thực hiện mục tiêu tái cơ cấu, mà còn là biện pháp hữu hiệu để nâng cao vị thế của các TCTD trên thị trường. Theo tác giả, trong những năm tới, cùng với sự tham gia M&A của các ngân hàng lớn, việc tái cơ cấu các TCTD yếu kém sẽ được đẩy nhanh hơn, nhằm thực hiện thành công "Đề án cơ cấu lại hệ thống các tổ chức tín dụng gắn với xử lý nợ xấu giai đoạn 2021-2025".

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Luật Các tổ chức tín dụng năm 2010 (sửa đổi, bổ sung năm 2017).
2. Luật Các tổ chức tín dụng năm 2024.
3. Luật Doanh nghiệp năm 2020.
4. Luật Cạnh tranh năm 2018.
5. Thông tư 04/2010/TT-NHNN ngày ngày 11 tháng 02 năm 2010 của Ngân hàng - Nhà nước Việt Nam.
6. Thông tư số 36/2015/TT-NHNN ngày 31 tháng 12 năm 2015, Ngân hàng Nhà nước đã Việt Nam.
7. Nguyễn Thị Thu Hương – Luận văn thạc sĩ ngành Luật Kinh tế trường Đại học Ngoại thương, đề tài "Quy định của pháp luật về mua lại và sáp nhập ngân hàng thương mại tại Việt Nam".
8. Phạm Minh Sơn – Luận văn Tiến sĩ ngành Luật Kinh tế Học viện Khoa học xã hội năm 2016, đề tài "Pháp luật về mua lại và sáp nhập ngân hàng thương mại Ở Việt Nam hiện nay".
9. https://tapchinganhang.gov.vn/hoat-dong-mua-ban-va-sap-nhap-ngan-hang-tai-viet-nam-mot-so-kho-khan-va-giai-phap.htm.
10. https://tapchitaichinh.vn/co-so-ly-luan-va-thuc-tien-sap-nhap-va-mua-lai-trong-linh-vuc-ngan-hang.html
11. Một số số liệu trên các trang web của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam và các Ngân hàng khác.

# XÂY DỰNG KHUNG PHÁP LÝ PHÁT TRIỂN DU LỊCH XANH - DU LỊCH BỀN VỮNG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

**Nguyễn Thị Mỹ Linh***
Viện Đào tạo Sau đại học, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: nguyenthimylinh1810@gmail.com.

**TÓM TẮT**

Hiện nay, khi nói đến du lịch, chúng ta thường nghe đến khái niệm "du lịch xanh" hoặc "du lịch bền vững", thực tế, đây là một quan điểm không mới, và quan điểm phát triển bền vững ngành du lịch được rất nhiều quốc gia và các nhà nghiên cứu quan tâm. Trong bài viết của mình, tác giả tập trung tìm hiểu, nghiên cứu những vấn đề lý luận, thực tiễn ứng dụng pháp lý về du lịch xanh, du lịch bền vững, phân tích thực trạng từ đó đưa ra những kiến nghị, đề xuất các nhằm phát triển du lịch bền vững trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh.
*Từ khóa:* du lịch xanh; du lịch bền vững.

## 1. Giới thiệu

Du lịch được mệnh danh là ngành công nghiệp không khói (Smokeless Industry) vừa là động lực quan trọng góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế của nhiều quốc gia, trong đó có Việt Nam. Thực vậy, Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030 nhấn mạnh: *"Phát triển du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, tạo động lực thúc đẩy sự phát triển các ngành và lĩnh vực khác, góp phần quan trọng hình thành cơ cấu kinh tế hiện đại",* và *"Phát triển du lịch bền vững và bao trùm, trên nền tảng tăng trưởng xanh, tối đa hóa sự đóng góp của du lịch cho các mục tiêu phát triển bền vững của Liên Hợp Quốc; quản lý, sử dụng hiệu quả tài nguyên thiên nhiên, bảo vệ môi trường và đa dạng sinh học, chủ động thích ứng với biến đổi khí hậu, bảo đảm quốc phòng, an ninh".*

Tại Việt Nam, du lịch xanh được xác định là một trong những nội dung quan trọng trong chiến lược phát triển du lịch. Du lịch xanh là loại hình du lịch mà trong đó những tác động đến môi trường được giảm ở mức tối đa, đồng thời góp phần bảo vệ môi trường sinh học, sử dụng các nguồn năng lượng tái tạo và phát huy các di sản thiên nhiên và văn hóa, thân thiện với môi trường. Phát triển du lịch xanh, du lịch bền vững được nhiều địa phương trên cả nước đặc biệt chú trọng, xem đây là một trong những nội dung cốt lõi trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội địa phương, với mục tiêu phát triển kinh tế, thực hiện giảm nghèo bền vững, góp phần bảo vệ môi trường, phát triển kinh tế dựa vào du lịch nhưng đảm bảo giữ gìn, tôn vinh, phát triển các giá trị, bản sắc văn hóa. Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị khóa XII đã khẳng định phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, trong đó có *"phát triển du lịch bền vững; bảo tồn và phát huy các di sản văn hóa và các giá trị truyền thống tốt đẹp của dân tộc; bảo vệ môi trường và thiên nhiên; giải quyết tốt vấn đề lao động, việc làm và an sinh xã hội"*... Tuy nhiên, cần nhìn nhận rằng, khung pháp lý cho phát triển du lịch xanh, du lịch bền vững ở nước ta hiện nay vẫn chưa hoàn chỉnh, chính vì vậy một yêu cầu đặt ra là cần nghiên cứu, phân tích để từ đó đề ra những đề xuất các nhằm phát triển du lịch bền vững, du lịch xanh. Bài viết **"Xây dựng khung pháp lý phát triển du lịch xanh – Du lịch bền vững tại Thành phố Hồ Chí Minh"** nhằm hệ thống hóa cơ sở lý luận, tìm ra cách tiếp cận phù hợp và đưa ra các kiến nghị nhằm hoàn thiện khung pháp lý cho việc phát triển du lịch theo hướng xanh, bền vững tại Thành phố Hồ Chí Minh nói riêng và cả nước nói chung.

## 2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

### *2.1 Cơ sở lý thuyết về du lịch xanh, du lịch bền vững*

Du lịch xanh là hình thức du lịch thân thiện với môi trường và đảm bảo tuân thủ các nguyên tắc: sử dụng hợp lý và có hiệu quả các nguồn tài nguyên thiên nhiên cho nhu cầu phát triển du lịch; hạn chế đến mức tối đa những tác động có hại từ hoạt động du lịch đến môi trường tự nhiên; và các sản phẩm du lịch có trách nhiệm với môi trường được ưu tiên phát triển, trọng tâm là du lịch sinh thái.

Theo Hiệp hội Du lịch sinh thái quốc tế (TIES): "*du lịch xanh là du lịch có trách nhiệm với các khu tự nhiên, bảo tồn môi trường; duy trì cuộc sống của người dân địa phương"*.

Theo Viện Nghiên cứu phát triển Du lịch Việt Nam: *"Du lịch xanh là du lịch dựa trên nền tảng khai thác hợp lý và hiệu quả các nguồn tài nguyên, phát triển gắn với bảo vệ môi trường, bảo tồn đa dạng sinh học, giảm phát thải khí nhà kính và thích ứng với biến đổi khí hậu"*.

Theo GS. TS. Nguyễn Văn Đính (Hiệp hội Du lịch Việt Nam): *"du lịch xanh là loại hình du lịch dựa vào tự nhiên, văn hóa, có giáo dục môi trường, đóng góp cho nỗ lực bảo tồn, phát triển bền vững và thu hút sự tham gia tích cực của cộng đồng địa phương"*.

Luật Du lịch 2017 đưa ra định nghĩa phát triển du lịch bền vững: "*là sự phát triển du lịch đáp ứng đồng thời các yêu cầu về kinh tế - xã hội và môi trường, bảo đảm hài hòa lợi ích của các chủ thể tham gia hoạt động du lịch, không làm tổn hại đến khả năng đáp ứng nhu cầu về du lịch trong tương lai"*.

Tóm lại, có thể hiểu rằng, bằng cách thúc đẩy du lịch xanh, các nhà làm du lịch đang "mở ra" một hướng đi mới cho tương lai, mà ở đó các hoạt động du lịch được thực hiện một cách cân bằng và tôn trọng môi trường, văn hóa và đời sống của người dân địa phương.

### *2.2 Phương pháp nghiên cứu*

Để thực hiện bài viết, tác giả sử dụng các phương pháp như: phương pháp tổng hợp, phân tích, so sánh.

Tài liệu thu thập để nghiên cứu gồm các văn bản pháp luật có liên quan, các tài liệu, báo cáo về tình hình du lịch trên địa bàn thành phố những năm qua. Các tài liệu được tổng hợp, phân tích theo các nội dung nghiên cứu; Bên cạnh đó, người viết sử dụng phương pháp so sánh nhằm phân tích và kiểm chứng thông tin, tài liệu.

## 3. Kết quả nghiên cứu

### *3.1 Tiềm năng và vấn đề phát triển du lịch xanh, du lịch bền vững tại Thành phố Hồ Chí Minh*

Nhiều năm trước đây, nhắc đến du lịch thành phố Hồ Chí Minh, nhiều người thường cho rằng đây chỉ là điểm dừng chân ngắn ngày, là điểm trung chuyển để đến các vùng du lịch miền Đông Nam bộ hoặc các tỉnh miền Tây, còn bản thân thành phố không có nhiều nơi có thể thu hút du khách.

Các điểm tham quan nổi tiếng ở thành phố vốn là những điểm tham quan đã quen thuộc với du khách như: Nhà thờ Đức Bà, Dinh Độc Lập, Bưu điện thành phố, Chợ Bến Thành, Nhà hát Lớn thành phố, Bến Nhà Rồng, hoặc các khu phố Tây Phạm Ngũ Lão, Bùi Viện (là nơi thu hút đông đảo du khách khi đến thăm thành phố), các khu du lịch văn hóa như Suối Tiên, Đầm Sen, Thảo cầm viên …. Ngoài ra là một số điểm đến như các khu du lịch gắn liền với nông thôn như mô hình du lịch nông trại, bảo tàng lịch sử, chứng tích chiến tranh, phụ nữ Nam Bộ, các điểm du lịch gắn với lịch sử ngoại thành như địa đạo Củ Chi, chiến khu rừng Sác Cần Giờ...

Những năm gần đây, thành phố và ngành du lịch đã tích cực xây dựng và triển khai các biện pháp phục hồi, phát triển du lịch, đưa vào một số điểm, chương trình du lịch mới. Nhưng một thực tế cần nhìn nhận rằng số lượng điểm đến, tour du lịch vẫn còn ít ỏi và chưa tương xứng với tiềm năng của một thành phố rộng lớn, năng động và phát triển như thành phố Hồ Chí Minh. Hiện nay, khách du lịch trong và ngoài nước có xu hướng tìm kiếm những trải nghiệm dài ngày, hòa mình, kết nối thiên nhiên, thưởng thức nét đẹp văn hóa, đời sống...Tuy nhiên, còn rất nhiều nét đẹp ẩn sâu trong đời sống sinh hoạt, văn hóa, tâm linh của người dân nhưng những năm qua chưa được ghi nhận, đánh giá đúng mức và chưa được đưa vào bản đồ phát triển du lịch thành phố Hồ Chí Minh.

Thành phố Hồ Chí Minh là nơi có tiềm năng du lịch tự nhiên: cụ thể, thành phố có thể mạnh riêng về thiên nhiên để phát triển du lịch xanh nhờ vào các huyện ngoại thành như: Cần Gờ, Củ Chi, Nhà Bè, thành phố Thủ Đức,… Đặt biệt là Cần Giờ - khu dự trữ sinh quyển của thế giới, với diện tích tự nhiên  rộng hơn 34.000ha. Dù không có nhiều tiềm năng tự nhiên nhưng Thành phố Hồ Chí Minh vẫn là một nơi có biển và những khu rừng ngập mặn, sông ngòi. Thực tế, thành phố Hồ Chí Minh đã xây dựng những tour du lịch trải nghiệm như chinh phục biển và rừng ngập mặn Cần Giờ, tour tham quan Thảo Cầm viên, các nông trại trên địa bàn các huyện Hóc Môn, Củ Chi…Song song với các tour du lịch nội thành, thành phố còn có thể phát huy thế mạnh khi có vị trí địa lý đắc địa – giáp các tỉnh Long An, Tây Ninh, Bình Dương, Bà Rịa – Vũng Tàu, Đồng Nai...thuận lợi cho việc xây dựng những tour du lịch xanh kết hợp cùng với các tỉnh thành lân cận.

Bên cạnh các tài nguyên thiên nhiên, thành phố Hồ Chí Minh là nơi có tiềm năng du lịch tự nhiên, du lịch văn hóa: cụ thể, thành phố có rất nhiều làng nghề (chủ yếu là làng nghề nông nghiệp). Một trong những điển hình của tổ chức tour trải nghiệm văn hóa là: Tham quan địa đạo Củ Chi tham quan các di tích văn hóa và sống lại cùng với những thời kì lịch sử Việt Nam; các tour du lịch đậm chất khẩn hoang Nam bộ. Những tour du lịch văn hóa không chỉ giúp thành phố có thể gìn giữ mà còn giúp phát huy nhiều hơn những truyền thống văn hóa lâu đời.

Sẽ là một thiếu sót rất lớn nếu không nói đến một "thế mạnh tiềm ẩn" của thành phố bấy lâu bị lãng quên, là các huyện ngoại thành - chiếm 3/4 diện tích của thành phố. Nơi có Cần Giờ - vùng biển và là khu dự trữ sinh quyển của thế giới, rộng hơn 34.000ha; chưa kể, hàng loạt làng nghề ở Củ Chi, Thành phố Thủ Đức cũng mang đến những điều rất thú vị cho du khách.

Bên cạnh đó, thành phố có tiềm năng phát triển du lịch đường sông. Sở Du lịch Thành phố đã cùng với các đơn vị có liên quan tham mưu Ủy ban nhân dân thành phố xây dựng các cơ chế chính sách, đề án nâng chất lượng giao thông đường thủy kết hợp phát triển du lịch. Trong đó, các sản phẩm du lịch đầu và cuối các tuyến giao thông thủy được tập trung đẩy mạnh phát triển, ngoài ra còn tổ chức các dịch vụ thể thao trên và dưới nước và các chương trình khác phục vụ du khách.

Người viết cũng muốn đề cập đến vấn đề phát triển kinh tế đêm, vốn thu hút sự quan tâm của rất nhiều du khách, đặc biệt là du khách quốc tế và giới trẻ. Hiện nay, các quận trung tâm thành phố như quận 1, quận 3… các tuyến phố đi bộ về đêm đã và đang tập trung xây dựng, chủ yếu gắn với các hoạt động văn hóa, thể thao, mua sắm. Điều này góp phần quan trọng nhằm khái thác tiềm năng du lịch của thành phố, mang đến một nguồn thu không nhỏ cho ngành du lịch thành phố.

Có thể nói, Thành phố Hồ Chí Minh là một trong những thành phố lớn của cả nước, mỗi năm đón hàng triệu du khách quốc tế đến tham quan và có tốc độ tăng trưởng du lịch nhanh so với các địa phương khác trên cả nước.

Từ năm 2020, Thành phố Hồ Chí Minh đã thiết kế và đưa vào khai thác 7 chương trình du lịch sinh thái nông nghiệp. Cụ thể, tour "Hoa nở trên xứ vàng trắng", nơi mà du khách có cơ hội tìm hiểu nghề nuôi yến, tham quan khu bảo tồn dơi nghệ, chinh phục biển và rừng ngập mặn Cần bằng cách chèo thuyền kayak, bắt cua, cá, ốc. Với tour "Thiềng Liềng - Chốn bình yên" du khách có thể học "nghề" làm muối biển ở Cần Giờ, cùng với người dân địa phương tham gia các hoạt động cộng đồng. Tour "Màu xanh và sức sống trên vùng đất thép" với chương trình tham quan Khu Nông nghiệp công nghệ cao, tham quan Địa đạo Củ Chi trải nghiệm làm bánh tráng, trồng rau ở làng nghề...rất được du khách trong và ngoài nước ưa chuộng…

Ngay sau đại dịch Covid-19, ngành du lịch thành phố Hồ Chí Minh với sự lãnh đạo, chỉ đạo của Thành ủy, Ủy ban Nhân dân thành phố đã tích cực thực hiện các giải pháp phục hồi sau dịch, nổi bật như chương trình "Thành phố Hồ Chí Minh chào đón bạn – Welcome to Ho Chi Minh City", hay chương trình mỗi quận huyện phát triển một sản phẩm đặc trưng (OCOP).

Năm 2022, đánh dấu bước chuyển mình mạnh mẽ, tăng tốc trong giai đoạn phục hồi ngành Du lịch thành phố Hồ Chí Minh khi đã đón hơn 35 triệu lượt khách quốc tế và nội địa; bên cạnh đó, Thành phố đã đạt các giải thưởng của Tổ chức Du lịch Thế giới (WTA).

Năm 2023, ngành Du lịch thành phố đã tập trung nâng cao chất lượng đi kèm với đa dạng hóa sản phẩm du lịch, tăng cường quảng bá về sản phẩm du lịch đặc trưng, điểm đến và thương hiệu du lịch thành phố. Đẩy mạnh kích cầu du lịch, triển khai khai thác ứng dụng số trong du lịch. Theo báo cáo của Sở Du lịch thành phố, trong 9 tháng đầu năm 2023, tổng lượng khách quốc tế đến thành phố đạt khoảng 3,6 triệu lượt người, lượng khách nội địa là gần 27 triệu lượt người, tổng thu ước đạt 126.000 tỷ đồng, tăng 35,8% so với cùng kỳ năm 2022 (đạt 78,4% kế hoạch năm).

Tuy nhiên, một thực tế cần phải nhìn nhận rằng, "du lịch xanh" ở Thành phố Hồ Chí Minh chưa phát triển xứng với tiềm năng; chưa có nhiều điểm du lịch, hoạt động thu hút du khách khi đến thành phố; về cơ bản vẫn chưa định hình bản sắc riêng; chưa có sự gắn kết chặc chẽ giữa điểm đến (nhà vườn, trang trại…) với các công ty dịch vụ lữ hành, cơ quan chuyên trách; phát triển du lịch chưa gắn với khai thác và sử dụng hiệu quả nguồn tài nguyên cũng như chưa gắn với bảo vệ hiệu quả môi trường... Điều này khiến cho hoạt động du lịch xanh ở thành phố vẫn chưa được phát triển ổn định và bền vững.

Nhằm tăng cường quảng bá, phát triển du lịch thành phố, tháng 12/2023, Sở Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh đã tổ chức phát động Tuần lễ Du lịch lần thứ 3 với chủ đề "Xanh trên mỗi hành trình". Tuần lễ bao gồm các hoạt động văn hóa, nghệ thuật, thể thao...được mở rộng, đầu tư quy mô, chất lượng bao gồm các hoạt động vui chơi, giải trí, hướng đến những hoạt động mang ý nghĩa xã hội, truyền cảm hứng bảo vệ môi trường. Điều này hoàn toàn phù hợp với xu hướng du lịch xanh, bền vững của các nước đang theo đuổi.

***3.2 Các văn bản pháp lý hiện hành của pháp luật Việt Nam quy định về phát triển du lịch xanh, du lịch bền vững và thực trạng áp dụng trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh***

Hiện nay, Luật du lịch năm 2017 cũng chưa có những quy định cụ thể về du lịch xanh, du lịch bền vững. Một điều tác giả nhận thấy rằng, tuy Chiếm lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030 xác định quan điểm "Phát triển du lịch bền vững và bao trùm, trên nền tảng tăng trưởng xanh, tối đa hóa sự đóng góp của du lịch cho các mục tiêu phát triển bền vững của Liên Hợp Quốc; quản lý, sử dụng hiệu quả tài nguyên thiên nhiên, bảo vệ môi trường và đa dạng sinh học…" nhưng quy định của pháp luật Việt Nam về du lịch xanh, bền vững còn rất thiếu và yếu, còn rải rác, tản mác, chưa được hoàn thiện; hiện nay du lịch xanh, bền vững chỉ được quy định rải rác trong các văn bản như Luật du lịch năm 2017, Luật Bảo vệ môi trường năm 2020, Quyết định số 147/QĐ-TTg ngày 22/01/2020 của Thủ tướng Chính phủ, Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16-1-2017 của Bộ Chính trị khóa XII... Do chưa có hệ thống pháp luật cụ thể điều chỉnh, nên việc áp dụng trên địa bàn Thành phố hiện nay cũng chỉ dựa trên các quy định hiện hành.

Điều này dẫn đến một thực tế rằng Việt Nam muốn phát triển thành công du lịch theo hướng xanh, bền vững cần có hệ thống pháp lý tập trung, cụ thể về vấn đề này.

***3.3 Kinh nghiệm của một số quốc gia phát triển du lịch xanh, du lịch bền vững***

*3.3.1 Kinh nghiệm của Trung Quốc*

Trong những năm gần đây, Trung Quốc rất chú trọng tăng trưởng xanh. Điều này thể hiện qua các kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội, được cụ thể hóa sau các kỳ Đại hội của Đảng Cộng sản Trung Quốc, đặc biệt là tại Đại hội lần thứ XX diễn ra từ ngày 16 đến 22/1/2022. Trung Quốc quan tâm thiết lập mục tiêu tăng trưởng xanh và mục tiêu này được điều chỉnh qua từng kế hoạch 5 năm. Kế hoạch 5 năm lần thứ 13 (2016-2020) đưa ra quan điểm phát triển "đổi mới, phối hợp, xanh, cởi mở và chia sẻ" với mục tiêu đảm bảo thịnh vượng trong mọi mặt của xã hội.

Tháng 7/2020, Trung Quốc đã thành lập Quỹ Phát triển Xanh Quốc gia, đây được xem là một bước tiến nhằm hoàn thiện hệ thống chính sách kinh tế về bảo vệ sinh thái và môi trường. Quỹ Phát triển Xanh Quốc gia là quỹ đầu tư cấp quốc gia của Chính phủ, do Bộ Tài chính và Bộ Sinh thái và Môi trường quản lý. Chính phủ Trung Quốc đã nhận thức được đầy

đủ vị trí và tầm quan trọng của kinh tế xanh trong phát triển quốc gia và có các cơ chế phối hợp hiệu quả để đưa ra các giải pháp đồng bộ, hữu hiệu.

Ngày nay, nhắc đến Trung Quốc, người ta thường nghĩ ngay đến các điểm du lịch xanh, mang tính bền vững, thân thiện với môi trường, gắn liền với cộng đồng như Hồ Nam, Nam Ninh, Phượng Hoàng cổ trấn, Vân Nam…. Chính quyền, doanh nghiệp và cả người dân ở các địa phương này đã thực hiện hiệu quả mô hình phát triển du lịch gắn với bảo tồn văn hóa qua đó thoát nghèo và phát triển bền vững và bảo vệ môi trường với nhiều mô hình du lịch sinh thái, du lịch trải nghiệm đã được hình thành và phát triển.

*3.3.2 Kinh nghiệm của nước Anh*

Vương quốc Anh từ lâu đã là một điểm đến du lịch đáng mơ ước, nổi tiếng với lịch sử lâu đời, nền văn hóa phong phú và phong cảnh đẹp. Mặc dù du lịch đến Vương quốc Anh vẫn phổ biến và thu hút được đông đảo du khách nhưng một điều cần nhìn nhận rằng bản chất du lịch của nước này đang thay đổi. Đối mặt với những tác động đáng lo ngại của cuộc khủng hoảng khí hậu nhưng vẫn mong muốn được nhìn ngắm thế giới sau đại dịch Covid-19, du khách đang tìm cách khám phá nước Anh theo cách bảo vệ môi trường và cư dân ở đó. Và đây cũng chính là điều mà Chính phủ và ngành du lịch nước Anh hướng đến.

UKinbound là một tổ chức tồn tại ở cấp quốc gia nhằm giám sát du lịch bền vững ở Vương quốc Anh và đảm bảo rằng du lịch có thể được tận hưởng trong nhiều năm tới. Các hoạt động bao gồm phát triển trải nghiệm du lịch thân thiện với môi trường, bảo tồn môi trường tự nhiên và cam kết tạo ra sự thay đổi kinh tế xã hội tích cực giữa các cộng đồng. Trên trang web của UKinbound, khách du lịch có thể tìm thấy tin tức về ngành du lịch sinh thái Vương quốc Anh cũng như các tài nguyên hữu ích để lên kế hoạch cho kỳ nghỉ bền vững ở Vương quốc Anh.

UKinbound cam kết ủng hộ du lịch bền vững và đảm bảo rằng các thế hệ mai sau có thể tận hưởng dịch vụ du lịch đẳng cấp thế giới của Vương quốc Anh. Thực hành du lịch bền vững nhằm mục đích giảm tác động tiêu cực của hoạt động du lịch đối với con người, địa điểm và hành tinh đồng thời tăng lợi ích bằng cách:

- Bảo vệ môi trường, tài nguyên thiên nhiên khi quản lý và phát triển hoạt động du lịch;
- Cung cấp những trải nghiệm đích thực nhằm tôn vinh và bảo tồn di sản và văn hóa;
- Tạo lợi ích kinh tế - xã hội cho cộng đồng thông qua hoạt động du lịch.

*3.3.3 Kinh nghiệm từ Hàn Quốc*

Cũng như các quốc gia khác, Chính phủ Hàn Quốc cũng rất quan tâm đến du lịch xanh, du lịch bền vững. Hiện nay, nhiều địa phương tại Hàn Quốc đã áp dụng các tiêu chuẩn liên quan đến phát triển bền vững ESG - bao gồm 3 yếu tố xã hội, môi trường và quản trị - đối với nhiều điểm đến, có thể kể đến thành phố Busan. Với việc áp dụng ESG, ngành du lịch Hàn Quốc kỳ vọng sẽ tạo ra các sản phẩm du lịch thân thiện với môi trường, giảm tối đa số lượng in ấn trong các sự kiện…

Cùng với đó, Hàn Quốc cũng tăng cường quảng bá các địa điểm du lịch xanh thông qua các chương trình: Chuyến đi không carbon, chương trình eco-run, các hình thức du lịch sinh thái dựa vào thiên nhiên…. Vơi điều này, Tổng cục Du lịch Hàn Quốc đang nỗ lực từng bước "xanh hóa" ngành du lịch..

Những nơi được xem như là thiên đường du lịch xanh ở Hàn Quốc có thể kể đến như: các khu ngập nước, Vịnh Suncheonman, Đảo Jeungdo, Đảo Cheongsando, Ayang-myeon, Cittaslow, Đảo Jeju…và những nơi này cũng có thể cung cấp những bài học bổ ích cho ngành du lịch Việt Nam trong chiến lược phát triển theo hướng xanh, bền vững.

*3.3.4 Kinh nghiệm của Singapore*

Singapore từ lâu được xem là quốc gia tiêu biểu cho khuynh hướng du lịch xanh. Mặc dù không phải là một quốc gia giàu tài nguyên, nhưng người dân tạo ra màu xanh cho đất nước mình bằng cách trồng cây xanh khắp nơi, bao gồm cả cây xanh nhân tạo. Có thể kể đến như Vườn cây Garden By the Bay của Singapore với các "siêu cây" có chiều cao lên đến 50 mét, có khả năng tổng hợp năng lượng mặt trời, nhận nước mưa, lọc không khí và có hệ thống

chuyển ánh sáng mặt trời thành năng lượng điện. Garden By the Bay trở thành 1 điểm đến không thể thiếu đối với du khách khi đặt chân đến "Đảo quốc sư tử".

Chính phủ Singgapore đã hoạch định, xây dựng chiến lược và các kế hoạch phát triển du lịch phù hợp cho từng giai đoạn: Từ năm 1965 đến nay, có đến 06 kế hoạch phát triển du lịch khác nhau được Chính phủ nước này xây dựng (*Kế hoạch Du lịch Singapore (năm 1968), Kế hoạch Phát triển du lịch (năm 1986), Kế hoạch Phát triển chiến lược (năm 1993), Du lịch 21 (năm 1996), Du lịch 2015, Địa giới du lịch 2025*). Trong các kế hoạch năm 2015 và đến năm 2025, Singapore tập trung phát triển các thị trường chính với phương châm tạo sự hiểu biết tốt hơn về Singapore, phát triển Singapore thành một điểm du lịch "phải đến". Năm 2021, với việc ban hành Kế hoạch Xanh Singapore 2030, Chính phủ, ngành du lịch nước này đã đưa ra một lộ trình cụ thể nhằm thúc đẩy chương trình nghị sự quốc gia về phát triển bền vững. Kế hoạch này vạch ra mục tiêu đầy tham vọng và cụ thể theo 5 trụ cột chính: Cuộc sống bền vững, Nền kinh tế xanh, Thành phố trong tự nhiên, Tái tạo năng lượng, và Tương lai kiên cường. Ngày nay, với độ phủ xanh trên 40%, Singapore là một trong những thành phố xanh nhất thế giới.

Có thể nói, những hính sách phát triển này đã mang đến cho ngành du lịch Singapore những kết quả rất đáng tự hào, mà bất cứ quốc gia nào cũng đều mong muốn.

**4. Một số khuyến nghị nhằm phát triển ngành du lịch thành phố Hồ Chí Minh theo hướng du lịch xanh, du lịch bền vững**

Chính phủ cần sớm hoàn thiện hệ thống pháp luật điều chỉnh về phát triển du lịch xanh bền vững, mà cụ thể là hoàn thiện thể chế, cơ chế, chính sách quản lý và phát triển du lịch theo hướng xanh, bền vững; hoàn thiện hệ thống văn bản quy phạm pháp luật về bảo vệ sinh thái và môi trường. Hiện nay các văn bản quy định về du lịch xanh, bền vững còn tản mạn, rải rác dẫn đến việc áp dụng có nơi chưa thống nhất, vì vậy người viết đề nghị cần sớm ban hành văn bản hợp nhất hoặc có một văn bản quy phạm pháp luật quy định thống nhất về phát triển du lịch xanh, du lịch bền vững làm cơ sở cho việc thực hiện rộng rãi. Ngoài ra, cần nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước, xây dựng và triển khai thực hiện có hiệu quả các đề án bảo vệ môi trường trong lĩnh vực du lịch.

Nhà nước, ngành du lịch nghiên cứu, học tập các mô hình hay, hiệu quả của các quốc gia trong phát triển du lịch xanh, du lịch bền vững như: thành lập Quỹ Phát triển du lịch xanh Quốc gia; xây dựng cơ chế, tổ chức cơ quan giám sát du lịch bền vững trực thuộc Bộ Văn hóa, Thể thao và du lịch với nhiệm vụ giám sát việc tổ chức và thực thi các quy định của pháp luật về du lịch xanh, du lịch bền vững.

Nhà nước, các cơ quan chức năng cần tăng cường thực hiện chính sách ưu đãi, các biện pháp hỗ trợ, khuyến khích các đơn vị du lịch, lữ hành trong nghiên cứu, đưa vào khai thác các tour du lịch xanh bền vững, du lịch cộng đồng, du lịch truyền thống.

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch cần tham mưu xây dựng, đưa vào thi hành bộ hướng dẫn về tiêu chí đánh giá tác động môi trường, quản lý các vấn đề về môi trường, hệ thống đánh giá kiểm soát rủi ro liên quan đến hoạt động du lịch.

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch sớm tham mưu xây dựng kế hoạch, giải pháp cụ thể thực hiện nhiệm vụ "Hoàn thiện thể chế, chính sách quản lý phát triển du lịch theo hướng tăng trưởng xanh và bền vững" theo tinh thần Quyết định số 882/QĐ-TTg về Kế hoạch hành động quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2021-2030 do Thủ tướng Chính phủ ban hành ngày 22/7/2022. Trong đó cần tập trung 2 nhiệm vụ cụ thể: "Xây dựng, triển khai hiệu quả Quy hoạch hệ thống du lịch thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2045 gắn với kinh tế xanh, kinh tế biển xanh" và "Hoàn thiện thể chế, chính sách ưu tiên phát triển du lịch sinh thái, du lịch nông nghiệp và nông thôn, du lịch cộng đồng. Xây dựng bộ tiêu chí đánh giá, triển khai hệ thống xếp hạng về tăng trưởng xanh cho các điểm đến du lịch, các cơ sở kinh doanh du lịch ở Việt Nam".

Sở Du lịch thành phố Hồ Chí Minh cần tham mưu Ủy ban nhân dân thành phố ban hành Bộ tiêu chí du lịch xanh và chính sách du lịch MICE thành phố Hồ Chí Minh. Tiếp tục triển khai các gói kích cầu đã được phát động trong Lễ hội Sông nước lần thứ nhất; đẩy mạnh và

nâng chất, mở rộng du lịch y tế, du lịch MICE, du lịch golf; du lịch kết hợp xem các tour diễn của các ca sĩ, nhóm nhạc nổi tiếng thế giới, giới thiệu các điểm du lịch mới trong chương trình mỗi quận, huyện một sản phẩm du lịch...

Sở Du lịch thành phố Hồ Chí Minh cần tham mưu Ủy ban nhân dân thành phố Hồ Chí Minh các kế hoạch, giải pháp tận dụng cơ chế đặc thù của Nghị quyết 98/2023/QH15 trong lĩnh vực du lịch.

Sở Du lịch thành phố Hồ Chí Minh cần tiếp tục nghiên cứu, phát triển các sản phẩm du lịch mới, đa dạng với xu hướng bền vững, ổn định, gắn du lịch với bảo tồn tài nguyên thiên nhiên, môi trường, văn hóa...; tập trung xây dựng chuỗi liên kết du lịch sông nước, sinh thái, nghỉ dưỡng, mở rộng liên kết với các tuyến, điểm trên địa bàn các tỉnh miền Đông Nam Bộ và Đồng bằng sông Cửu Long. Sở Du lịch thành phố phối hợp với Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Hội Nông dân thành phố xây dựng và thực hiện đề án phát triển du lịch sinh thái gắn với nông nghiệp công nghệ cao tại các huyện ngoại thành của thành phố.

**5. Kết luận**

Nằm trong xu thế phát triển chung của toàn xã hội, nền kinh tế, phát triển du lịch theo hướng tăng trưởng xanh hiện đang trở thành một xu thế mới, được quan tâm và đầu tư lớn tại Việt Nam. Điều này là bước tiến mới trong việc góp phần nâng cao giá trị hệ sinh thái, đa dạng sinh học và văn hóa trong hoạt động du lịch.

Với những lợi thế của mình kết hợp với kinh nghiệm, bài học rút ra từ những quốc gia phát triển, Việt Nam nói chung và thành phố Hồ Chí Minh nói riêng hoàn toàn có thể tạo nên đột phá mới cho ngành du lịch, ngành kinh tế phát triển xanh bền vững. Trong tương lai, nước ta cần phấn đấu hoàn thiện khung pháp lý về du lịch xanh, du lịch bền vững. Nếu thực hiện được nội dung trên, cùng với việc tận dụng cơ chế, chính sách vượt trội, Việt Nam nói chung và thành phố Hồ Chí Minh nói riêng sẽ khai thác hiệu quả tiềm năng, lợi thế về du lịch và như vậy, ngành du lịch mới thực hiện đúng yêu cầu, nhiệm vụ của một ngành kinh tế mũi nhọn đóng góp vào sự phát triển kinh tế quốc gia.

**TÀI LIỆU THAM KHẢO**


1. Quyết định số 147/QĐ-TTg ngày 22/01/2020 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030.
2. Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16-1-2017 của Bộ Chính trị khóa XII.
3. Luật Du lịch 2017.
4. Luật Bảo vệ môi trường năm 2020.
5. Báo cáo hoạt động 9 tháng đầu năm 2023 của Sở Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh.
6. https://vtr.org.vn/phat-trien-du-lich-xanh-viet-nam.html.
7. https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/phat-trien-du-lich-xanh-o-viet-nam-thuc-trang-va-giai-phap-phat-trien-ben-vung-107192.htm.

# GIẢI QUYẾT TRANH CHẤP GIỮA NHÀ ĐẦU TƯ NƯỚC NGOÀI VỚI NƯỚC TIẾP NHẬN ĐẦU TƯ THEO ICSID

**Bùi Thị Yến Nhi*, Phan Lê Khánh Trang, Lê Phạm Hoàng Phát**
Viện Đào tạo Sau đại học, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: yennhi2210vvk@gmail.com.

## TÓM TẮT

Trong bối cảnh tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế đang diễn ra mạnh mẽ, hội nhập các nền kinh tế quốc tế được xem là một xu thế phát triển hiện nay. Theo đó xu thế đó các nhà đầu tư đến các quốc gia khác để đầu tư phát triển, từ nhiều nguyên nhân khác nhau mà nhà đầu tư và các nước tiếp nhận đầu tư là điều khó tránh khỏi. Việc giải quyết tranh chấp này thường được đưa ra trong các Hiệp định thương mại tự do (FTA) hoặc các Hiệp định đầu tư song phương (BTI) Bài viết này giới thiệu cơ chế giải quyết tranh chấp giữa nhà đầu tư nước ngoài với nước tiếp nhận đầu tư theo Trung tâm giải quyết tranh chấp đầu tư quốc tế (ICSID), từ đó đưa ra một số kiến nghị cho Việt Nam.
*Từ khóa:* BIT; FTA; ICSID; nhà đầu tư nước ngoài, nước tiếp nhận đầu tư.

## 1. Khái niệm nhà đầu tư nước ngoài

Xu hướng tự do hóa thương mại đang tiếp tục diễn ra mạnh mẽ, hội nhập kinh tế đa phương đang thúc đẩy các tập đoàn quốc tế tập trung đầu tư vào Việt Nam, hội nhập quốc tế trong điều kiện mới này đã nâng cao vị thế và uy tính của nước ta trên trường quốc tế, đạt được nhiều kết quả tích cực và thu hút các nhà đầu tư nước ngoài đầu tư vào Việt Nam.

Mặc dù, hội nhập quốc tế đang là trọng tâm phát triển, được chú trọng nhưng kéo theo đó là nhiều vấn đề xoay quanh mẫu thuẫn giữa nhà đầu tư nước ngoài với nước tiếp nhận đầu tư – Việt Nam, xảy ra ngày càng nhiều và phức tạp hơn. Như vậy cần hiểu rõ các khái niệm về "nhà đầu tư nước ngoài" cũng như "nước tiếp nhận đầu tư" để có thể nghiên cứu sâu về các vấn đề, hiểu rõ bản chất của tranh chấp giữa nhà đầu tư nước ngoài với nước tiếp nhận đầu tư.

Khái niệm nhà đầu tư được quy định tại hầu hết các hiệp định về đầu tư. Tại Hiệp định đầu tư toàn diện ASEAN quy định: "Nhà đầu tư" được hiểu là thể nhân hoặc pháp nhân của một nước thành viên đang hoặc đã thực hiện hoạt động đầu tư trên lãnh thổ của một Nước thành viên khác. Tại Hiệp định khuyến khích và bảo hộ có đi có lại về đầu tư của Brunây và Ấn Độ năm 2008 quy định: "Nhà đầu tư" nghĩa là bất kì công dân hay công ty của một bên kí kết mà có khoản đầu tư trong lãnh thổ của bên kí kết còn lại" (Hiệp định về Khuyến khích và Bảo hộ Đầu tư giữa Việt Nam và Ấn ). Như vậy, có thể thấy nhà đầu tư được chia làm hai loại: nhà đầu tư là cá nhân và nhà đầu tư là pháp nhân.

Pháp luật Việt Nam quy định khái niệm "nhà đầu tư nước ngoài" tại khoản 19 điều 3 Luật doanh nghiệp năm2020 "*Nhà đầu tư nước ngoài là cá nhân có quốc tịch nước ngoài, tổ chức thành lập theo pháp luật nước ngoài thực hiện hoạt động đầu tư kinh doanh tại Việt Nam*".

Theo khái niệm trong các hiệp định đầu tư song phương (BIT) và hiệp định Mậu dịch tự do Bắc Mỹ (NAFTA) "nhà đầu tư nước ngoài là cổ đông trong một khoản đầu tư được phép sử dụng

thủ tục giải quyết tranh chấp giữa nhà đầu tư và Nhà nước bất kể họ là cổ đông lớn hay chỉ là cổ đông thiểu số".

Như vậy, có thể hiểu nhà đầu tư nước ngoài là chủ thể thực hiện hoạt động đầu tư, có một khoản đầu tư trên lãnh thổ của quốc gia khác và ngoài việc hiểu rõ khái niệm của nhà đầu tư nước ngoài thì việc xác định quốc tịch của nhà đầu tư là vô cùng quan trọng bởi vì cần xác định họ thuộc pháp luật của quốc gia nào, nằm ở phạm vi điều chỉnh của công ước nào... Các hiệp định đầu tư xác định quốc tịch của nhà đầu tư dựa vào nơi sinh, nơi cư trú lâu dài... đối với cá nhân và nơi thành lập, nơi có hoạt động kinh doanh lâu dài... đối với pháp nhân. Việc này cần thiết để xác định nhà đầu tư có được hưởng bảo hộ ngoại giao hoặc các quyền lợi hợp pháp khác khi xảy ra tranh chấp với nước tiếp nhận đầu tư.

**2. Khái niệm nước tiếp nhận đầu tư**

Hiện tại, chưa có hiệp định hoặc văn bản pháp lý nào chính thức định nghĩa về khái niệm "nước tiếp nhận đầu tư". Tuy nhiên, ta có thể hiểu rằng trong các tranh chấp giữa nhà đầu tư nước ngoài và nước tiếp nhận đầu tư, các cơ quan được nhà nước ủy quyền đóng vai trò quan trọng. Những cơ quan này có chức năng và nhiệm vụ thay mặt nước tiếp nhận đầu tư quản lý hoạt động đầu tư của các nhà đầu tư nước ngoài khi họ đầu tư vào nước mình.

Các cơ quan này được thành lập và phân cấp một cách thống nhất từ trung ương đến địa phương để quản lí chặt chẽ các hoạt động đầu tư và dự án đầu tư của nhà đầu tư nước ngoài. Các cơ quan này bao gồm: Chính phủ Việt Nam: Quản lý hoạt động đầu tư trên toàn quốc. Bộ, cơ quan ngang bộ, cơ quan của Quốc hội: Tham gia trong việc quản lý và thực hiện các thỏa thuận, hợp đồng đầu tư. Tòa án nhân dân và Viện kiểm sát nhân dân các cấp: Đảm bảo tuân thủ pháp luật trong các tranh chấp liên quan đến đầu tư. Hội đồng nhân dân và Ủy ban nhân dân các cấp: Thực hiện quản lý dự án đầu tư tại cấp tỉnh và cấp huyện. Các cơ quan Nhà nước khác ở Trung ương và địa phương hoặc các tổ chức được ủy quyền quản lí nhà nước: Đóng góp vào việc quản lý hoạt động đầu tư.

Hoạt động đầu tư của nước tiếp nhận đầu tư được thể hiện thông qua các hoạt động của các chủ thể có thẩm quyền trong bộ máy nhà nước tiếp nhận đầu tư. Tùy thuộc vào quy mô và loại hình của dự án, nước tiếp nhận đầu tư sẽ xét theo chức năng, nhiệm vụ và quyền hạn của các chủ thể có thẩm quyền ở cấp tỉnh hoặc cấp huyện để thực hiện thỏa thuận, kí kết hợp đồng và quản lí dự án.

Tuy nhiên, trong hoạt động đầu tư quốc tế cần hiểu rõ các cơ quan có thẩm quyền của nhà nước khác với doanh nghiệp nhà nước. Đối với Luật doanh nghiệp năm 2020 của Việt Nam theo khoản 11 điều 4 quy định: "*Doanh nghiệp nhà nước bao gồm các doanh nghiệp do Nhà nước nắm giữ trên 50% vốn điều lệ, tổng số cổ phần có quyền biểu quyết theo quy định tại Điều 88 của Luật này*." Chính vì vậy, doanh nghiệp nhà nước không mang quyền lực nhà nước, không được coi là một cơ quan của nhà nước. Doanh nghiệp nhà nước là chủ thể không mang chủ quyền quốc gia nên hoạt động đầu tư giữa nhà đầu tư nước ngoài với doanh nghiệp nhà nước thì cũng sẽ là mối quan hệ đầu tư, thương mại thông thường giữa nhà đầu tư với nhà đầu tư. Ngược lại, nếu doanh nghiệp nhà nước thực hiện đầu tư tại nước tiếp nhận đầu tư thì lúc đó doanh nghiệp nhà nước sẽ đầu tư với tư cách là nhà đầu tư nước ngoài, đây cũng là mối quan hệ giữa nhà đầu tư với nhà đầu tư. Mặc dù vậy trong nhiều trường hợp doanh nghiệp nhà nước vẫn được xem là một bộ phận, cơ quan của nhà nước vì tính chất của loại hình doanh nghiệp này.

Như vậy, có thể hiểu nước tiếp nhận đầu tư trong tranh chấp giữa nhà đầu tư nước ngoài với nước tiếp nhận đầu tư là cơ quan, tổ chức được nhà nước giao quyền, có chức năng, nhiệm vụ và quyền hạn để kí hợp đồng, quản lí các hoạt động đầu tư vào nước tiếp nhận đầu tư và khi có tranh chấp xảy ra các cơ quan, tổ chức đó là chủ thể mang chủ quyền quốc gia tham gia vào quá trình giải quyết tranh chấp.

**3. Khái quát trung tâm quốc tế về giải quyết tranh chấp đầu tư (ICSID)**

Các tranh chấp giữa các nhà đầu tư nước ngoài và nước tiếp nhận đầu tư có thể được giải quyết thông qua nhiều thủ tục khác nhau. Trong các hợp đồng đầu tư, một trong những thủ tục phổ biến để giải quyết tranh chấp đầu tư quốc tế là thủ tục Trọng tài của Trung tâm giải quyết tranh chấp đầu tư quốc tế (ICSID). ICSID, còn được gọi là Trung tâm giải quyết tranh chấp đầu tư quốc tế, là một tổ chức độc lập được thành lập bởi Ngân hàng Thế giới theo Công ước năm 1965 về Giải quyết tranh chấp đầu tư giữa các quốc gia và công dân của các quốc gia khác nhau. ICSID đóng vai trò quan trọng trong việc giải quyết các tranh chấp liên quan đến đầu tư giữa các bên. Công ước này thiết lập các quy tắc và quy trình cho việc giải quyết tranh chấp đầu tư thông qua trọng tài. Trong quá trình này, các bên có thể chọn sử dụng ICSID làm cơ quan trọng tài để giải quyết tranh chấp. ICSID cung cấp môi trường trọng tài độc lập và chuyên nghiệp, giúp đảm bảo tính công bằng và hiệu quả trong việc giải quyết tranh chấp đầu tư quốc tế. Và kí kết vào ngày 18-03-1965 tại Washington DC, Hoa Kỳ và có hiệu lực từ ngày 14-10-1966. Công ước này còn có tên gọi khác là công ước Washington hay công ước ICSID, công ước có mục tiêu là thúc đẩy sự phát triển kinh tế thông qua việc tạo môi trường đầu tư thuận lợi và đặc biệt là ICSID có thẩm quyền giải quyết tranh chấp pháp lý giữa một quốc gia thành viên với một nhà đầu tư của quốc gia thành viên khác. Công ước chế định về hòa giải và trọng tài dành riêng cho giải quyết tranh chấp giữa nhà đầu tư nước ngoài với nước tiếp nhận đầu tư.

ICSID bao gồm các bộ phận sau: Hội đồng Hành chính ICSID: Gồm một đại diện do các quốc gia thành viên đề cử. Chủ tịch Ngân hàng Thế giới là chủ tịch hội đồng hành chính, tuy nhiên lại không có quyền biểu quyết. Ban Thư kí ICSID: Bao gồm Tổng Thư kí và một hoặc nhiều Phó Tổng Thư kí, cùng với bộ máy giúp việc. Tổng Thư kí và Phó Tổng Thư kí được Chủ tịch Hội đồng Hành chính giới thiệu và sau đó được Hội đồng Hành chính bầu với sự nhất trí của ít nhất 2/3 tổng số thành viên Hội đồng. Nhiệm kỳ của Tổng Thư kí và Phó Tổng Thư kí không quá 6 năm và có thể được tái cử. Văn phòng Tổng Thư kí và Phó Tổng Thư kí không thực hiện bất kỳ chức năng chính trị nào và không được phép kiêm nhiệm công việc khác trừ khi được Hội đồng Hành chính cho phép. Ủy ban Hòa giải viên và Ủy ban Trọng tài viên: Đối với các ban trong ICSID, tiêu chuẩn để được chỉ định tham gia phải là những người có đạo đức tốt và được thừa nhận có trình độ pháp luật, thương mại, công nghiệp hoặc tài chính, đáng tin cậy để đưa ra những phán quyết độc lập. Trình độ pháp luật đặc biệt quan trọng đối với những người tham gia Ban Trọng tài.

Các quốc gia thành viên của ICSID được bảo vệ thêm một cơ chế đặc biệt là cơ chế giải quyết tranh chấp giữa nhà đầu tư nước ngoài với nước tiếp nhận đầu tư. Điều kiện tiên quyết để ICSID có thẩm quyền giải quyết tranh chấp pháp lý giữa nhà đầu tư của một bên ký kết với bên ký kết còn lại là hai bên đều phải là thành viên của công ước. Tuy nhiên không mặc định thành viên của ICSID thì sẽ giải quyết bằng thẩm quyền của ICSID mà hai bên tranh chấp cần phải có thỏa thuận đồng ý bằng văn bản. Sự đồng ý của quốc gia được thể hiện qua các điều khoản giải quyết tranh chấp trong hiệp định về đầu tư hay là các hợp đồng đầu tư giữa hai bên. Với điều ước hay hiệp định, nhà đầu tư là một cá nhân hoặc tổ chức chứ không phải là một bên trực tiếp tham gia hiệp định hay điều ước nên sự đồng ý giải quyết tranh chấp bằng thẩm quyền của ICSID là khi họ gửi đơn yêu cầu xét xử tranh chấp bằng trọng tài cho ICSID tức là họ đã thể hiện chấp nhận thẩm quyền của ICSID bằng văn bản.

*Quy tắc trọng tài ICSID:* Theo điều 25 Công ước ICSID có ba điều kiện để đưa một vụ tranh chấp giải quyết bằng quy tắc trọng tài ICSID:

*Thứ nhất*, các tranh chấp này phải là tranh chấp pháp lý phát sinh trực tiếp từ hoạt động đầu tư. Các tranh chấp thương mại khác không thuộc thẩm quyền của ICSID.

*Thứ hai,* một bên tranh chấp phải là quốc gia thành viên của công ước và bên nguyên đơn phải là nhà đầu tư của quốc gia thành viên của công ước. Tranh chấp được đưa ra giải quyết phải là tranh chấp phát sinh giữa một quốc gia ký kết (hoặc bất kỳ cơ quan, tổ chức hợp hiến nào mà quốc gia đó đã thông báo cho ICSID) và công dân (pháp nhân hoặc thể nhân) của một quốc gia ký kết khác, trừ trường hợp áp dụng cơ chế phụ trợ.

Đối với tư cách nhà đầu tư nước ngoài khi lựa chọn đầu tư vào Việt Nam thì có thể lựa chọn đầu tư theo các hình thức được quy định lại điều 21 Luật đầu tư năm 2020 như: Đầu tư thành lập tổ chức kinh tế mới; Đầu tư góp vốn, mua cổ phần, mua phần vốn góp; Thực hiện dự án đầu tư; Đầu tư theo hình thức hợp đồng BCC. Nếu khi phát sinh tranh chấp Việt Nam đã gia nhập công ước và các nhà đầu tư là công dân của quốc gia thành viên của công ước đầu tư vào Việt Nam theo các hình thức đầu tư trên thì có đủ điều kiện khởi kiện Chính phủ Việt Nam theo quy tắc trọng tài ICSID.

*Thứ ba*, các bên tranh chấp cần phải có văn bản thỏa thuận đồng ý đưa vụ việc ra giải quyết tại ICSID bởi vì các bên đã ký kết tham gia công ước không có nghĩa là mọi tranh chấp đều đưa ra ICSID để giải quyết. Các điều khoản về cơ quan giải quyết tranh chấp được quy định trong hợp đồng giữa hai bên, quy định trong hiệp định, hoặc điều ước quốc tế...

Để giải quyết tranh chấp tại ICSID, đầu tiên hai bên xảy ra tranh chấp phải là thành viên của công ước Washington. Bên cạnh khuôn khổ pháp lý của ISDS sử dụng trọng tài thì ICSID cũng tạo ra một phần riêng để quy định về việc thi hành phán quyết tại phần 6 của ICSID. Quá trình giải quyết tranh chấp tại ICSID là hoàn toàn độc lập, vậy nên không có tòa án quốc gia nào có quyền hủy bỏ phán quyết của trọng tài ICSID. Chính vì đã có sự thỏa thuận bằng các văn bản nên việc một bên không thực hiện theo trọng tài là không thể. Một bên không thể đơn phương hủy bỏ phán quyết trọng tài theo điều 25 ICSID; Nếu các bên không chỉ định trọng tài thì ICSID sẽ chỉ định trọng tài viên (điều 38); Hội đồng trọng tài có thẩm quyền giải quyết mọi vấn đề phát sinh khi giải quyết tranh chấp (điều 41); Việc vắng mặt của một bên tranh chấp không làm trì hoãn quá trình xét xử, sự bất hợp tác của một bên không ảnh hưởng đến hiệu lực phán quyết mọi vấn đề phát sinh (điều 45); Phán quyết có tính chung thẩm và có hiệu lực thi hành (điều 53, 54).

Phán quyết của trọng tài ICSID là chung thẩm, ngoại trừ các biện pháp đã quy định tại điều 53 của công ước thì phán quyết này không thể bị kháng cáo hoặc ràng buộc bởi bất kỳ biện pháp nào khác. Cho dù là trụ sở của ICSID ở Washington nhưng thi hành phán quyết của trọng tài sẽ không phải theo pháp luật của Hoa Kỳ, được thi hành ở bất kỳ quốc gia nào là thành viên của công ước.

ICSID đã quy định cụ thể về quy định và thủ tục để bắt đầu khởi kiện vụ tranh chấp tại trọng tài ICSID như sau:

i. Gửi yêu cầu trọng tài tới Tổng Thư ký của ICSID: Bước đầu tiên là gửi yêu cầu trọng tài tới Tổng Thư ký của ICSID.
ii. Tổng Thư Ký xem xét thẩm quyền giải quyết tranh chấp của ICSID: Tổng Thư Ký xem xét xem liệu ICSID có thẩm quyền giải quyết tranh chấp hay không.
iii. Xác định số lượng và cách thức bổ nhiệm trọng tài: Các bên xác định số lượng và bổ nhiệm trọng tài.
iv. Bổ nhiệm thành viên hội đồng trọng tài: Thành lập hội đồng trọng tài.
v. Thành lập hội đồng trọng tài: Hội đồng trọng tài được thành lập.
vi. Phiên họp đầu tiên: Bắt đầu phiên họp trọng tài.
vii. Tố tụng viết: Thường bao gồm 2 vòng biện hộ. Trong vòng thứ nhất, Nguyên đơn nộp bản biện hộ (Memorial), sau đó Bị đơn nộp bản phản biện lại (Counter Memorial). Sang vòng thứ hai, Nguyên đơn nộp một bản Hồi Đáp (Reply) và Bị đơn nộp một bản Phản biện lần 2 (Rejoinder).

viii. Phiên điều trần (Oral Hearing): Diễn ra phiên điều trần trước hội đồng trọng tài.

ix. Ra phán quyết: Hội đồng trọng tài đưa ra một phán quyết duy nhất cho mỗi vụ tranh chấp, đó là quyết định cuối cùng và ràng buộc. Phán quyết này có thể được công nhận và thi hành tại bất kỳ quốc gia thành viên nào của ICSID.

x. Công nhận và thực thi phán quyết và các biện pháp khắc phục hậu phán quyết: Không có thủ tục phúc thẩm phán quyết, tuy nhiên có những biện pháp khắc phục hậu phán quyết theo Công ước ICSID.

Riêng đối với cơ chế phụ trợ ICSID: Việc công nhận và thi hành phán quyết sẽ áp dụng như Công ước ICSID. Cơ chế giải quyết tranh chấp giữa nhà đầu tư nước ngoài và nước tiếp nhận đầu tư tại ICSID được quy định chi tiết và cụ thể từ trình tự thủ tục đến các biện pháp thực thi phán quyết của hội đồng trọng tài, giữa các bên ký kết cũng đã từ bỏ quyền miễn trừ tư pháp để thực hiện cơ chế này.

**4. Một số ý kiến về việc tham gia vào cơ chế ICSID của Việt Nam**

Trong xu hướng các quốc gia đang phát triển thì tranh chấp diễn ra liên tục là điều tất yếu. Đối với Việt Nam, tham gia vào công ước ICSID là dấu hiệu tích cực trong việc tăng cường vị thế cũng như uy tính trên trường quốc tế, từ đó tăng cường cam kết của Việt Nam trong việc bảo vệ quyền lợi của nhà đầu tư nước ngoài, thể hiện sự công bằng để các nhà đầu tư yên tâm khi đầu tư vào Việt Nam, thu hút dòng vốn FDI vào nước ta. Hiện nay Việt Nam còn ít kinh nghiệm về cơ chế giải quyết tranh chấp đầu tư quốc tế nói chung và ICSID nói riêng khi đối mặt với nguy cơ bị kiện tại ICSID. Giải quyết tranh chấp giữa nhà đầu tư nước ngoài với nước tiếp nhận đầu tư theo ICSID tại Việt Nam hiện nay vẫn còn là lĩnh vực khá mới mẻ và trong bối cảnh Việt Nam chưa có nhiều kinh nghiệm, vì vậy Việt Nam vẫn còn đang cân nhắc mà chưa tham gia vào ICSID vì nhiều lý do.

Thứ nhất, Việt Nam còn ít kinh nghiệm trong giải quyết tranh chấp giữa nhà đầu tư nước ngoài với nước tiếp nhận đầu tư nói riêng và giải quyết tranh chấp đầu tư quốc tế nói chung. Chính vì vậy nếu tham gia công ước ICSID Việt Nam sẽ đối mặt với nhiều vụ kiện trong khuôn khổ ICSID, việc này hoàn toàn gây bất lợi rất lớn cho Việt Nam. Việt Nam vẫn chưa có nhiều quy định và các quy định này vẫn chưa rõ ràng trong việc giải quyết tranh chấp đầu tư quốc tế, việc thiếu các quy định cần thiết liên quan đang đẩy Việt Nam vào tình thế bất lợi, chịu rủi ro lớn trong trường hợp nhà nước thua kiện. Và Việt Nam cần có thêm kinh nghiệm thực tiễn và nghiên cứu chuyên sâu hơn để bảo vệ quyền lợi quốc gia khi phải thực thi phán quyết tại nước ngoài.

Thứ hai, vì tính chất chung thẩm của phán quyết ICSID một khi là thành viên của công ước thì tòa án Việt Nam sẽ không còn thẩm quyền xem xét lại hoặc hủy phán quyết của trọng tài ICSID. Một khi xảy ra sai phạm trong phán quyết mà Việt Nam lại là bên thua kiện thì sẽ gây ra nhiều khó khăn và ảnh hưởng xấu đến chính phủ.

Thứ ba, mặc dù các hiệp định về đầu tư mà Việt nam kí kết những năm trở lại đây luôn có những điều khoản về ISDS vậy nên nhìn chung Việt Nam vẫn chấp nhận cơ chế giải quyết tranh chấp giữa nhà đầu tư nước ngoài với nước tiếp nhận đầu tư nhưng bảo lưu quyền chủ động kiểm soát thi hành phán quyết của ICSID. Việc không tham gia vào ICSID nhằm loại bỏ khả năng Việt Nam có thể bị khởi kiện trực tiếp bằng quy tắc tố tụng của trọng tài ICSID.

Tuy nhiên, với xu thế hội nhập quốc tế đang phát triển như hiện nay Việt Nam cũng cần xem xét có nên gia nhập Công ước ICSID hay không. Có hai quan điểm trái chiều về vấn đề này. Có quan điểm cho rằng Việt Nam chưa cần phải tham gia vào Công ước ICSID vì không tham gia vào Công ước thì chúng ta vẫn là tâm điểm đầu tư của các nhà đầu tư nước ngoài và đã có nhiều nước rút khỏi Công ước vì chi phí xét xử quá cao (Mai Hoa – Hà Giang (2012)). Vậy nên cần nghiên cứu thêm, đánh giá sâu rộng hơn để đưa ra quyết định có tham gia Công ước hay không.

Mặc dù vậy, theo quan điểm của tác giả, việc gia nhập công ước ICSID là thật sự cần thiết trong tình hình kinh tế hiện nay của Việt Nam, góp phần nâng cao tính chuyên nghiệp trong môi trường đầu tư tại Việt Nam, từ đó tạo sự công bằng, minh bạch trong thị trường đầu tư, gia tăng sức hút đối với các nhà đầu tư nước ngoài. Bên cạnh đó, trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay, việc tham gia Công ước ICSID khẳng định chính sách mở cửa, tạo điều kiện thuận lợi cho nhà đầu tư nước ngoài vào Việt Nam và những cải thiện tích cực trong hệ thống pháp luật, chính sách về đầu từ và kinh doanh của Việt Nam trong thời đại mới. Chính vì vậy, khi Việt Nam tham gia vào ICSID cần:

Thứ nhất, Việt Nam cần tích cực nghiên cứu các hồ sơ vụ kiện để tích lũy kinh nghiệm, thủ tục tố tụng cũng như các quy trình tố tụng, án lệ của ICSID và tìm hiểu thêm về các nguồn thông tin, dữ kiện về các trọng tài viên của ICSID, để đảm bảo rằng đến khi tham gia vụ kiện tại ICSID Việt Nam có đủ sự chuẩn bị, thực hiện đầy đủ chính xác các bước để bảo vệ quyền và lợi ích chính đáng của Chính phủ Việt Nam.

Thứ hai, quá trình giải quyết tranh chấp còn hạn chế về mặt nhân sự, năng lực của đội ngũ công chức, viên chứ và đặc biệt chú trọng ở các cấp địa phương. Cần nâng cao năng lực của đội ngũ công chức, viên chức, thường xuyên mở các lớp tập huấn về nghiệp vụ giải quyết tranh chấp theo ICSID, các khóa học đào tạo kỹ năng lấy chứng chỉ quốc tế... Nâng cao chất lượng đào tạo, cấp bằng, chứng chỉ hành nghề đảm bảo chất lượng. Luật sư, trọng tài đã qua đào tạo chuyên môn có đủ năng lực tham gia quá trình tranh tụng tại các cơ quan tài phán quốc tế đặc biệt là ICSID.

Thứ ba, nếu Việt Nam chọn tham gia công ước ICSID thì sau khi được phê chuẩn gia nhập, Việt Nam cần ban hành văn bản pháp luật để công ước có hiệu lực trên lãnh thổ của mình. Ban hành luật riêng về thực hiện công ước ICSID hoặc quy định trong các Luật, Pháp lệnh hay nghị định về Trọng tài và giải quyết tranh chấp đầu tư.

**5. Kết luận**

Cơ chế giải quyết tranh chấp ICSID ra đời mở ra một con đường mới trong quá trình giải quyết tranh chấp của nhà đầu tư nước ngoài với nước tiếp nhận đầu tư khi mà cơ chế này cho phép nhà đầu tư nước ngoài có thể trực tiếp khởi kiện nước tiếp nhận đầu tư mà không phải thông qua bất kì bên nào. Nhà đầu tư có cơ hội được xét xử công bằng trên các vấn đề pháp lý của tranh chấp, giải quyết trực tiếp với nước tiếp nhận đầu tư. Mặc dù cơ chế giải quyết tranh chấp giữa nhà đầu tư nước ngoài với nước tiếp nhận đầu tư đã mang lại nhiều lợi ích như vậy nhưng song song đó vẫn còn tồn tại nhiều mặt hạn chế trong quá trình giải quyết tranh chấp. Bài nghiên cứu cũng đã nghiên cứu những mặt hạn chế và đưa ra các biện pháp nhằm cải thiện và nâng cao hiệu quả giải quyết tranh chấp, để các bên tranh chấp có thể công bằng, minh bạch với nhau về quyền lợi và hạn chế các tranh chấp tiếp diễn trong tương lai.

**TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. Trần Thị Hải An (2020), "Tìm hiểu cơ chế giải quyết tranh chấp theo hiệp định bảo hộ đầu tư giữa Việt Nam và EU (EVIPA), Tạp chí Nhân lực khoa học xã hội (8/2020).
2. Báo Pháp luật TP. Hồ Chí Minh (2019), 4 lĩnh vực mà Chính phủ Việt Nam dễ bị kiện, Nguồn: https://plo.vn/4-linh-vuc-ma-chinh-phu-viet-nam-de-bi-kien-post554892.html.
3. Trần Ngọc Thúy (2018), Thực tiễn giải quyết tranh chấp đầu tư quốc tế của trọng tài ICSID và kinh nghiệm cho Việt Nam, Tạp chí Pháp luật và thực tiễn (1/2018), trang 85.
4. Trung tâm wto Việt Nam, Hiệp định đầu tư toàn diện ASEAN, Nguồn: https://trungtamwto.vn/upload/files/fta/174-da-ky-ket/191-asean---aec/207-noi-dung-hiep-dinh/17.%20ACIA.pdf.

5. Trung tâm wto Việt Nam, Hiệp định giữa chính phủ nước Cộng Hoà Xã Hội Chủ Nghĩa Việt Nam và chính phủ Liên hiệp Vương quốc Anh và Bắc Ireland về khuyến khích và bảo hộ đầu tư, Nguồn: https://trungtamwto.vn/file /19340/hiep-dinh-khuyen-khich-va-bao-ho-dau-tu-vn--anh-va-bac-ireland.pdf.
6. Trung tâm wto Việt Nam, Hiệp định khuyến khích và bảo hộ có đi có lại về đầu tư giữa Ấn Độ và Brunây, Nguồn: https://trungtamwto.vn/chuyen-de/481-hiep-dinh-ve-khuyen-khich-va-bao-ho-dau-tu-giua-chinh-phu-nuoc-cong-hoa-xa-hoi-chu-nghia-viet-nam-va-chinh-phu-nuoc-cong-hoa-an-do , tham khảo ngày 2/11/2022.
7. Trung tâm wto Việt Nam, Hiệp định về Khuyến khích và Bảo hộ Đầu tư giữa Việt Nam và Ấn Độ, Nguồn: https://trungtamwtovn/chuyen-de/481-hiep-dinh-ve-khuyen-khich-va-bao-ho-dau-tu-giua-chinh-phu-nuoc-cong-hoa-xa-hoi-chu-nghia-viet-nam-va-chinh-phu-nuoc-cong-hoa-an-do.
8. Trịnh Hải Yến (2017), Giáo trình luật đầu tư quốc tế, Nhà xuất bản chính trị quốc gia sự thật Hà Nội, Hà Nội.”

# CÁC TRANH CHẤP ĐIỂN HÌNH LIÊN QUAN PHẠM VI BẢO HIỂM VÀ LOẠI TRỪ TRÁCH NHIỆM BẢO HIỂM

**Lê Phạm Hoàng Phát*, Phan Lê Khánh Trang, Bùi Thị Yến Nhi**
Viện Đào tạo Sau đại học, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: hoangphat007008@gmail.com.

## TÓM TẮT

Sự ra đời và phát triển mạnh mẽ của bảo hiểm thương mại hiện nay ngày càng cho minh chứng cho vai trò kinh tế xã hội vô cùng to lớn mà hoạt động này mang lại cho mỗi cá nhân, mỗi tổ chức và cho toàn xã hội khi tham gia vào bảo hiểm thương mại. Bảo hiểm là phương sách được lựa chọn để giảm rủi ro bằng cách lấy của số đông bù cho số ít, chia sẻ rủi ro và phòng ngừa rủi ro xảy đến trong tương lai, nó cũng được xem như một khoản đầu tư tích lũy sinh lời, vậy nên mua bảo hiểm thương mại đang là một xu thế phát triển được nhiều người lựa chọn đầu tư. Tuy nhiên, trong xu thế đó thì cũng còn tồn tại nhiều vấn đề bất cập trong hợp đồng bảo hiểm, các tranh chấp liên quan đến phạm vi bảo hiểm và loại trừ trách nhiệm bảo hiểm thường xuyên xảy ra do nhiều nguyên nhân khác nhau và cũng dẫn đến những hậu quả đáng kể. Qua đó, bài nghiên cứu cũng đưa ra thực trạng hiện nay và các kiến nghị nhằm hạn chế các tranh chấp điển hình liên quan phạm vi bảo hiểm và loại trừ trách nhiệm bảo hiểm.
*Từ khóa:* Tranh chấp; phạm vi bảo hiểm; loại trừ trách nhiệm bảo hiểm.

## 1. Cơ sở lý luận về các tranh chấp liên quan đến phạm vi bảo hiểm và các loại trừ trách nhiệm bảo hiểm

Hiện nay, ngoài bảo hiểm xã hội thì bảo hiểm thương mại cũng là một loại bảo hiểm được các cá nhân, tổ chức tham gia và dành sự quan tâm. Các rủi ro về tài sản, sức khỏe, tính mạng, trách nhiệm nghề nghiệp ... có thể xảy ra bất cứ lúc nào đối với một cá nhân, tổ chức bất kỳ. Hoặc có thể xem việc mua bảo hiểm thương mại là hình thức tập trung vốn, tích lũy tiền sinh lời giống như việc gửi tiền vào ngân hàng . Vậy cho nên việc mua bảo hiểm thương mại đang là xu thế được quan tâm tìm hiểu vì nó vừa là phương pháp phòng ngừa rủi ro mà còn là hình thức tích lũy sinh lời của người mua bảo hiểm.

Khái niệm về bảo hiểm thương mại không được quy định cụ thể trong luật, tuy nhiên có thể hiểu bảo hiểm thương mại là loại hình bảo hiểm được tạo ra bởi các doanh nghiệp được cấp phép kinh doanh bảo hiểm thông qua hợp đồng bảo hiểm. Theo đó, người tham gia bảo hiểm phải có trách nhiệm đóng các khoản phí để duy trì hợp đồng. Đối với doanh nghiệp bảo hiểm sẽ có nghĩa vụ bồi thường khi xảy ra rủi ro đối với bảo hiểm phi nhân thọ và hoàn trả một khoản tiền theo hợp đồng khi xảy ra sự kiện đối với bảo hiểm nhân thọ.

Trên thực tế, các đối tượng được bảo hiểm có thể bị ảnh hưởng bởi rất nhiều yếu tố rủi ro, tổn thất, chi phí dẫn đến xảy ra sự kiện bảo hiểm chính vì vậy mà các doanh nghiệp bảo hiểm phải đưa các trường hợp nhất định để bồi thường, gọi là phạm vi bảo hiểm. Phạm vi bảo hiểm có thể được hiểu là phạm vi giới hạn những rủi ro, loại tổn thất nhất định và các chi phí phải bồi thường theo thỏa thuận cho người được bảo hiểm nếu các rủi ro, tổn thất đó xảy ra. Việc hiểu rõ phạm vi bảo hiểm nhằm giúp người mua bảo hiểm hiểu rõ được những trường hợp nào mình sẽ được chi trả bảo hiểm, đồng thời hạn chế những trường hợp tranh chấp xảy ra giữa bên bảo hiểm và bên mua bảo hiểm về vấn đề bồi thường.

Để hiểu rõ các trường hợp quy định trong hợp đồng mà bên mua bảo hiểm sẽ được bảo hiểm ngoài phạm vi bảo hiểm thì còn phải hiểu thêm về loại trừ trách nhiệm bảo hiểm. Loại trừ trách nhiệm bảo hiểm được hiểu là những trường hợp tổn thất, rủi ro mà doanh nghiệp bảo hiểm sẽ không có trách nhiệm phải bồi thường cho người được bảo hiểm. Theo khoản 1 điều 19 Luật Kinh doanh bảo hiểm 2022: "Điều khoản loại trừ trách nhiệm bảo hiểm quy định các trường hợp doanh nghiệp bảo hiểm, chi nhánh doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ nước ngoài không phải bồi thường, trả tiền bảo hiểm." Nghĩa là mặc dù sự kiện bảo hiểm xảy ra nhưng bên mua bảo hiểm sẽ không nhận được bất kỳ khoản thanh toán nào từ bên bán bảo hiểm. Thông thường sẽ có hai trường hợp loại trừ trách nhiệm đó là loại trừ tuyệt đối – hoàn toàn không được bồi thường bảo hiểm và loại trừ tương đối – có thể được bồi thường với một số điều kiện nhất định.

Bên cạnh những điều khoản bắt buộc trong hợp đồng bảo hiểm, điều khoản loại trừ là một điều khoản cơ bản và bắt buộc phải có, phải được thể hiện cụ thể trong hợp đồng bảo hiểm. Điều khoản loại trừ trách nhiệm được quy định nhằm mục đích đảm bảo khả năng chi trả của doanh nghiệp bảo hiểm. Khi các sự kiện lớn xảy ra như động đất, sống thần... sẽ kéo theo hàng loạt các thiệt hại về tài sản, tính mạng, sức khỏe trên phạm vi vô cùng rộng. Khi này doanh nghiệp bảo hiểm có thể rơi vào tình trạng mất khả năng tài chính để chi trả cho các tiền bảo hiểm, bồi thường các tổn thất cho người mua bảo hiểm. Thậm chí doanh nghiệp bảo hiểm có thể rơi vào tình trạng phá sản khi mất khả năng chi trả. Vì vậy điều khoản loại trừ trách nhiệm là cần thiết cho sự tồn tại của doanh nghiệp bảo hiểm.

Mục đích của điều khoản loại trừ trách nhiệm bảo hiểm nhằm để bảo vệ doanh nghiệp bảo hiểm thoát khỏi tình trạng mất khả năng thanh toán, phá sản khi có sự kiện bảo hiểm xảy ra trên diện rộng do một rủi ro gây thiệt hại lớn; Bảo vệ các giá trị đạo đức của xã hội để tránh tình trạng người mua bảo hiểm trục lợi trên bảo hiểm; Đảo bảo một mức phí bảo hiểm hợp lý với từng loại bảo hiểm, phù hợp với khả năng tài chính của nhiều người (Trần Linh Huân & Đoàn Thị Thu Hiền).

**2. Các nguyên nhân và hậu quả của tranh chấp liên quan đến phạm vi bảo hiểm và loại trừ trách nhiệm bảo hiểm**

Trong một hợp đồng bảo hiểm các điều khoản loại trừ trách nhiệm và phạm vi bảo hiểm là nội dung quan trọng nhưng không được chú ý nhiều trước khi giao kết hợp đồng. Cho nên đây thường xuyên là lý do xảy ra tranh chấp giữa bên bán bảo hiểm và bên mua bảo hiểm. Phần lớn các vụ tranh chấp bảo hiểm đều phát sinh từ việc doanh nghiệp bảo hiểm áp dụng điều khoản loại trừ trách nhiệm bảo hiểm để từ chối chi trả các khoản bồi thường.

*Thứ nhất*, nguyên nhân của tranh chấp thường là do sự mơ hồ, khó hiểu, thiếu minh bạch của các điều khoản trong hợp đồng bảo hiểm. Các doanh nghiệp bảo hiểm thường ghi các điều khoản loại trừ trách nhiệm mơ hồ, không giải thích rõ ràng, đầy đủ nội dung chi tiết cho bên mua bảo hiểm để khi người mua bảo hiểm xảy ra sự kiện bảo hiểm họ có thể áp dụng điều khoản loại trừ trách nhiệm dễ hơn. Như vậy, khi này các doanh nghiệp bảo hiểm đã vi phạm điểm b khoản 2 điều 20 Luật Kinh doanh bảo hiểm 2022: " Giải thích rõ ràng, đầy đủ cho bên mua bảo hiểm về quyền lợi bảo hiểm, điều khoản loại trừ trách nhiệm bảo hiểm, quyền và nghĩa vụ của bên mua bảo hiểm khi giao kết hợp đồng bảo hiểm." Điều khoản loại trừ trách nhiệm bảo hiểm sẽ đưa doanh nghiệp bảo hiểm thoát khỏi nghĩa vụ trả tiền bồi thường, nhưng sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến quyền lợi của bên mua bảo hiểm. Đa phần người mua bảo hiểm khởi kiện doanh nghiệp bảo hiểm xuất phát từ khách hàng cảm thấy không được bồi thường thỏa đáng hoặc cách giải quyết bồi thường chưa kịp thời và hợp lý.

*Thứ hai*, tính trung thực và sự tôn trọng giữa các bên tham gia hợp đồng bảo hiểm cũng là một nguyên nhân dẫn đến tranh chấp. Khi tư vấn doanh nghiệp bảo hiểm đã cố tình hoặc không đủ kiến thức để không cung cấp đầy đủ các thông tin về phạm vi bảo hiểm cũng như điều khoản loại trừ trách nhiệm trong hợp đồng. Phạm vi bảo hiểm thì rất hẹp còn điều khoản loại trừ trách

nhiệm bảo hiểm lại rất nhiều mà lại không được hai bên tìm hiểu rõ và thống nhất với nhau nên tranh chấp xảy ra là điều khó tránh khỏi.

*Thứ ba*, hoạt động kinh doanh bảo hiểm cũng là một hoạt động thương mại nên đều có mục đích lợi nhuận trong đó, các bên đều mong muốn phần lợi nhuận cao hơn về phía mình, từ đó hình thành xung đột về lợi ích giữa các bên. Vì doanh nghiệp bảo hiểm cũng muốn nghiêng lợi ích về phía mình cho nên dẫn đến tình trạng không tôn trọng quyền lợi của khách hàng. Các doanh nghiệp bảo hiểm có thể đưa ra chỉ tiêu bán hàng, lấy phần trăm hoa hồng dựa trên doanh số bán hàng nếu không đủ chỉ tiêu thì không có hoa hồng, tiền thưởng. Việc này dẫn đến khi tư vấn các doanh nghiệp bảo hiểm không còn chú trọng vào chất lượng hay tính chất của bảo hiểm có phù hợp với người mua hay không mà ưu tiên đạt được chỉ tiêu được đề ra, như vậy lợi ích của khách hàng đã bị ảnh hưởng, đó là xung đột lợi ích dẫn đến tranh chấp.

Các tranh chấp bảo hiểm liên quan đến phạm vi bảo hiểm thường xuyên xảy ra đã gây ảnh hưởng không nhỏ đến bảo hiểm thương mại. Sự uy tính của bảo hiểm thương mại đang ngày càng giảm sút tỷ lệ thuận với các tranh chấp bảo hiểm liên quan đến phạm vi bảo hiểm và các điều khoản loại trừ trách nhiệm. Niềm tin vào các hợp đồng bảo hiểm thương mại cũng giảm dần vì sự mơ hồ trong điều khoản và không trung thực của các doanh nghiệp bảo hiểm. Dẫn đến tình trạng số lượng bảo hiểm thương mại được bán ra ngày càng ít, mà bảo hiểm thương mại không chỉ mang lại lợi ích cho người mua bảo hiểm khỏi những rủi ro không mong muốn mà còn đóng góp cho sự phát triển của xã hội vì bảo hiểm giúp đẩy mạnh tín dụng, huy động vốn để đầu tư sinh lời trong những dự án, tạo công ăn việc làm cho người lao động qua đó làm giảm gánh nặng ngân sách nhà nước trong giải quyết thất nghiệp. Cho nên khi bảo hiểm thương mại bị ảnh hưởng, bị mất niềm tin của người mua bảo hiểm, mất uy tính thì đã kéo theo nhiều hệ lụy cho sự phát triển của kinh tế xã hội.

Như đã trình bày, bảo hiểm là một hình thức huy động vốn để đầu tư sinh lời, giúp phát triển kinh tế xã hội thì những ảnh hưởng tiêu cực của tranh chấp sẽ ảnh hưởng trực tiếp lên hoạt động kinh doanh bảo hiểm cũng như sự phát triển của ngành bảo hiểm.

Hơn thế nữa, khi xảy ra tranh chấp liên quan đến phạm vi bảo hiểm và loại trừ trách nhiệm bảo hiểm giữa bên bán bảo hiểm và bên mua bảo hiểm, cả hai bên đều sẽ lãng phí thời gian, công sức và tiền bạc để giải quyết tranh chấp. Bên cạnh đó, vì để đạt đủ chỉ tiêu mà doanh nghiệp bảo hiểm đã đề ra, các nhân viên tư vấn bán bảo hiểm đã vì lợi ích cá nhân mà đã tư vấn không đầy đủ các phạm vi bảo hiểm và điều khoản loại trừ trách nhiệm hoặc thậm chí là nói sai các thông tin này, dẫn đến nhiều trường hợp khi khách hàng xảy ra sự kiện bảo hiểm lại không được doanh nghiệp bảo hiểm bồi thường. Nhiều khách hàng không còn niềm tin vào bảo hiểm đã phải chấp nhận lỗ để rút số tiền bảo hiểm còn lại trước thời hạn.

**3. Thực trạng các tranh chấp điển hình liên quan đến phạm vi bảo hiểm và loại trừ trách nhiệm bảo hiểm**

Trong cuộc sống, những rủi ro mang tính khách quan hay chủ quan luôn luôn có thể xảy bất cứ lúc nào. Do đó, có rất nhiều các sản phẩm bảo hiểm ra đời để đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Đặc biệt là trong bối cảnh hiện nay, khi mà ý thức và kiến thức của người dân ngày càng nâng cao thì việc tìm đến một hợp đồng bảo hiểm để giảm thiểu rủi ro cho bản thân, gia đình, tài sản ... là xu hướng được lựa chọn như một biện pháp dự phòng tài chính cho rủi ro hay tích lũy sinh lời. Và vấn đề quan trọng cần lưu ý cân nhắc khi mua bảo hiểm là trong mỗi một hợp đồng bảo hiểm là phạm vi bảo hiểm và điều khoản loại trừ trách nhiệm bảo hiểm để hiểu rõ các trường hợp mà người mua bảo hiểm được và không được bồi thường. Tuy phạm vi bảo hiểm và điều khoản loại trừ là điều khoản bắt buộc trong hợp đồng bảo hiểm nhưng vẫn còn tồn tại nhiều bất cập.

Không có giới hạn rõ ràng cho những gì được loại trừ khỏi trách nhiệm bảo hiểm trong điều khoản loại trừ trách nhiệm và cũng không có quy định nào bảo vệ bên bán bảo hiểm khi họ đưa ra

những điều khoản loại trừ trách nhiệm bất lợi cho bên mua bảo hiểm. Vì vậy, khi ký kết hợp đồng bảo hiểm, bên mua bảo hiểm phải chấp nhận tất cả các điều khoản do doanh nghiệp bảo hiểm quyết định mà không có sự đàm phán. Doanh nghiệp bảo hiểm có thể tận dụng sự thiếu sót của quy định điều khoản loại trừ trách nhiệm bảo hiểm để gây bất lợi cho bên mua bảo hiểm và thu lợi cho mình trong nhiều trường hợp về nghĩa vụ bảo hiểm. Nếu người mua bảo hiểm muốn được bảo hiểm thêm các rủi ro khác, họ phải đồng ý với doanh nghiệp bảo hiểm và được chấp thuận, lúc đó họ phải trả thêm một khoản phí để biến rủi ro loại trừ thành rủi ro được bảo hiểm.

Trên thực tế vẫn luôn tồn tại tình trạng tư vấn không đúng, không đầy đủ các nội dung về phạm vi bảo hiểm và các điều khoản loại trừ trách nhiệm bảo hiểm.

Ví dụ điển hình cho loại trừ trách nhiệm bảo hiểm là Bản án số 02/2022/KDTM-PT, ngày 12/01/2022 về việc tranh chấp hợp bảo hiểm tại Tòa án Nhân dân cấp cao tại Thành phố Hồ Chí Minh. Tại đơn khởi kiện ngày 11 tháng 8 năm 2017 đã nêu bên khởi kiện là công ty Cổ phần Quốc tế T (gọi tắt là T) bán hàng đông lạnh là xoài (1.000 thùng/5.000kg) cho Công ty X (gọi tắt là X) theo phương thức CIF. T đã mua bảo hiểm cho lô hàng trên tại Công ty B1 Chợ Lớn (gọi tắt là B1). Sau đó khi dỡ hàng tại kho, X phát hiện hàng bị hư hỏng nên từ chối nhận hàng. T đã yêu cầu B1 bồi thường cho lô hàng nhưng bên B1 đã từ chối bồi thường cho T và cho rằng X mới là bên được nhận bồi thường (Bản án số 02/2022/KDTM-PT, ngày 12/01/2022 về việc tranh chấp hợp bảo hiểm ).

B1 đã xếp sự kiện rủi ro này vào điều khoản loại trừ bảo hiểm tuy nhiên B1 trước đó đã vi phạm nghĩa vụ giải thích rõ ràng, cung cấp đầy đủ thông tin về điều kiện loại trừ trách nhiệm bảo hiểm cho khách hàng. Do bên B1 đã không ghi rõ các điều khoản loại trừ trách nhiệm bảo hiểm vào hợp đồng bảo hiểm và B1 cũng đã không đưa ra được chứng cứ để chứng minh rằng B1 đã cung cấp hay đính kèm các điều khoản loại trừ trách nhiệm bảo hiểm và cũng không chứng minh được là đã giải thích rõ ràng, đảm bảo tính chính xác của các điều khoản cho bên T theo quy định tại khoản 2 điều 16 Luật kinh doanh bảo hiểm năm 2000. Tòa án cho rằng B1 đã vi phạm nghĩa vụ này và vì X đã đồng ý cho T khởi kiện nên C phải có nghĩa vụ bồi thường cho T.

Đối với trường hợp của vụ án này là điển hình của tranh chấp liên quan đến loại trừ trách nhiệm bảo hiểm. Các điều khoản loại trừ trách nhiệm cần được ghi cụ thể hơn và cần có sự xác nhận đồng ý của các bên khi giao kết hợp đồng. Việc điều khoản loại trừ trách nhiệm không được thỏa thuận trong hợp đồng hoặc không có căn cứ để thấy rằng bên mua bảo hiểm đã được giải thích rõ ràng các quy định này. Thì các điều khoản loại trừ trách nhiệm bảo hiểm này nên không được xem xét áp dụng khi sự kiện bảo hiểm xảy ra.

Hiện trạng áp dụng điều khoản loại trừ trách nhiệm bảo hiểm đang bộc lộ một số hạn chế, bất cập. Nổi bật nhất là sự thiếu vắng quy định về áp dụng điều khoản này trong trường hợp bên mua bảo hiểm vi phạm pháp luật do vô ý trong Luật Kinh doanh Bảo hiểm năm 2022 (Trần Linh Huân & Đoàn Thị Thu Hiền).

Ví dụ cho điều này là Bản án về tranh chấp hợp đồng bảo hiểm (bảo hiểm tàu cá) số 216/2023/DS-PT tại Tòa án Nhân dân tỉnh Bến Tre. Ông Trịnh Văn T có mua bảo hiểm của công ty cổ phần M cho tàu cá của mình. Tàu các của ông T xảy ra sự cố và bị chìm mặc dù đã tìm mọi cách để khắc phục. Ông T yêu cầu công ty M bồi thường thiệt hại nhưng công ty M từ chối với lý do nguyên nhân gây chìm tàu không thuộc phạm vi trường hợp rủi ro được bảo hiểm (Bản án về tranh chấp hợp đồng bảo hiểm số 216/2023/DS-PT, ngày 25 tháng 5 năm 2023 của Tòa án nhân dân tỉnh Bến Tre).

Trường hợp của ông T không được bảo hiểm là nguyên nhân đến từ phạm vi bảo hiểm trong hợp đồng không rõ ràng. Có ý kiến cho rằng trường hợp này ông T vẫn được bồi thường thiệt hại, vẫn thuộc các trường hợp được bảo hiểm mặc dù nguyên nhân chìm tàu không thuộc trường hợp được bảo hiểm, lúc tàu chìm ông T cùng các thuyền viên đã cố gắng đẩy nước ra ngoài, các điều khoản về phạm vi bảo hiểm trong hợp đồng bảo hiểm cũng không rõ ràng nên căn

cứ theo điều 21 Luật kinh doanh bảo hiểm năm 2022 quy định: "Trong trường hợp hợp đồng bảo hiểm có điều khoản không rõ ràng thì điều khoản đó được giải thích theo hướng có lợi cho người mua bảo hiểm". Nhưng cũng có ý kiến cho rằng nguyên nhân chìm tàu của ông T không thuộc phạm vi bảo hiểm vì nước tràn vào qua các đường xảm trét bị hở không phải là rủi ro bảo hiểm vì đây là lỗi của chủ tàu không kiểm tra tàu chứ không phải các nguyên nhân khách quan làm cho nước tràn vào tàu.

Như vậy, có thể thấy phạm vi bảo hiểm và các điều khoản loại trừ trách nhiệm bảo hiểm đóng một vai trò rất quan trọng trong hợp đồng bảo hiểm. Việc hiểu rõ giới hạn của phạm vi bảo hiểm và loại trừ trách nhiệm bảo hiểm là thật sự cần thiết để thực đúng các quy định, không mắc phải sai lầm khi xảy ra sự kiện bảo hiểm thì có thể được hưởng bồi thường mà không xảy ra tranh chấp.

**4. Kiến nghị nhằm hạn chế tranh chấp điển hình về phạm vi bảo hiểm và loại trừ trách nhiệm bảo hiểm**

Một là, người mua bảo hiểm cần hiểu rõ bản chất của bảo hiểm là sự phòng ngừa về tài chính khi có rủi ro bất ngờ xảy ra. Do đó, việc hiểu rõ về bảo hiểm, cũng như các điều khoản trong hợp đồng bảo hiểm là rất quan trọng.

Hai là, cần có thêm quy định về giới hạn của các trường hợp loại trừ trách nhiệm mà doanh nghiệp bảo hiểm có thể đưa ra. Doanh nghiệp bảo hiểm cần có văn bản thể hiện rằng doanh nghiệp đã tư vấn và giải thích một cách rõ ràng, đầy đủ và chính xác các nội dung trong hợp đồng, có mục lưu ý về phạm vi bảo hiểm và các điều khoản loại trừ trách nhiệm bảo hiểm gửi cho người mua bảo hiểm và được ký xác nhận vào văn bản này thì hợp đồng mới có hiệu lực. Điều này giúp cho người mua bảo hiểm và doanh nghiệp bảo hiểm có thể kiểm soát các nội dung trong hợp đồng và có ý thức trách nhiệm hơn.

Ba là, tăng mức phạt đối với các hành vi đưa ra tài liệu giới thiệu sản phẩm không phản ánh trung thực các thông tin cơ bản tại quy tắc, điều khoản của sản phẩm bảo hiểm, không nêu rõ các quyền lợi bảo hiểm và loại trừ trách nhiệm bảo hiểm.

Bốn là, đối với các doanh nghiệp bảo hiểm cần điều chỉnh lại chỉ tiêu bán hàng để tránh tình trạng nhân viên vì doanh số bán hàng mà tư vấn bất chấp để bán được sản phẩm. Đào tạo nhân viên tư vấn có đủ khả năng kiến thức để tư vấn một cách đầy đủ và chính xác các nội dung trong hợp đồng cho khách hàng.

Năm là, tập trung tư vấn dựa trên nhu cầu của khách hàng. Doanh nghiệp bảo hiểm cũng cần lắng nghe ý kiến của khách hàng để hiểu rõ về nhu cầu của họ, từ đó tạo ra nhiều sản phẩm có ưu điểm phù hợp với nhiều đối tượng khách hàng khác nhau.

**5. Kết luận**

Bảo hiểm thương mại đóng vai trò quan trọng trong việc phòng ngừa và giảm thiểu tác động của rủi ro trong tương lai. Nhờ khả năng bồi thường kịp thời và chính xác khi rủi ro xảy ra, bảo hiểm giúp bên được bảo hiểm khắc phục hậu quả một cách nhanh chóng và hiệu quả.

Việc bồi thường bảo hiểm mang lại nhiều lợi ích thiết thực. Nó giúp bên được bảo hiểm bảo toàn vốn, duy trì hoạt động sản xuất kinh doanh, hỗ trợ người được bảo hiểm hồi phục sức khỏe và khả năng lao động. Nhờ những lợi ích này, mua bảo hiểm thương mại đang trở thành xu hướng tất yếu cho bản thân, gia đình và tài sản.

Tuy nhiên, để tối ưu hóa hiệu quả của bảo hiểm, người tham gia cần trang bị kiến thức về các quy định trong hợp đồng bảo hiểm, đặc biệt là phạm vi bảo hiểm và các điều khoản loại trừ trách nhiệm bảo hiểm. Việc hiểu rõ những quy định này giúp đảm bảo an toàn cho khoản tiền đầu tư vào bảo hiểm và mang lại lợi ích tối đa khi rủi ro xảy ra.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Ths. Trần Linh Huân - Đoàn Thị Thu Hiền (2023). "Thực hiện điều khoản loại trừ trách nhiệm bảo hiểm trong hợp đồng bảo hiểm". *Tạp chí tòa án.* https://tapchitoaan.vn/thuc-hien-dieu-khoan-loai-tru-trach-nhiem-bao-hiem-trong-hop-dong-bao-hiem9889.html.
2. Nguyễn Ngân. *"Hạn chế phát sinh tranh chấp trong tương lai".* Báo điện tử đại biểu nhân dân, tại địa điểm: https://daibieunhandan.vn/phap-luat-va-doi-song/han-che-phat-sinh-tranh-chap-trong-tuong-lai-i288920/. Truy cập 19h20, 15/01/2024.
3. Đỗ Phương Thảo (2018). "Loại trừ trách nhiệm bảo hiểm trong hợp đồng kinh doanh bảo hiểm". *Tạp chí tài chính.* https://tapchitoaan.vn/bai-viet/kinh-doanh/loai-tru-trach-nhiem-bao-hiem-trong-hop-dong-kinh-doanh-bao-hiem. Truy cập 18h, 16/01/2024.
4. Quốc hội (2022), Luật Kinh doanh bảo hiểm năm 2022, Hà Nội.
5. Tòa án Nhân dân cấp cao tại Thành phố Hồ Chí Minh. Bản án số 02/2022/KDTM-PT, ngày 12/01/2022 về việc tranh chấp hợp bảo hiểm. https://anle.toaan.gov.vn/webcenter/ShowProperty?nodeId=/UCMServer/TAND284322.
6. Tòa án Nhân dân tỉnh Bến Tre. Bản án về tranh chấp hợp đồng bảo hiểm số 216/2023/DS-PT, Ngày 25 tháng 5 năm 2023. https://thuvienphapluat.vn/banan/ban-an/ban-an-ve-tranh-chap-hop-dong-bao-hiem-bao-hiem-tau-ca-so-2162023dspt-293655.

# THỰC TRẠNG VÀ KIẾN NGHỊ NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG VÀ HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG CỦA ĐẠI LÝ BẢO HIỂM

**Lê Phạm Hoàng Phát*, Phan Lê Khánh Trang, Bùi Thị Yến Nhi**
Viện Đào tạo Sau đại học, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: hoangphat007008@gmail.com.

## TÓM TẮT

Đại lý bảo hiểm đóng vai trò quan trọng trong việc kết nối khách hàng với các công ty bảo hiểm. Họ giúp khách hàng hiểu rõ các sản phẩm bảo hiểm, đưa ra lời khuyên và hỗ trợ trong quá trình mua bảo hiểm. Tuy nhiên, để đảm bảo quyền lợi của khách hàng và hoạt động công bằng, minh bạch trong ngành bảo hiểm, việc quản lý đại lý bảo hiểm theo quy chế pháp lý là vô cùng cần thiết. Bài nghiên cứu sẽ đề cập đến những thách thức và khó khăn mà đại lý bảo hiểm phải đối mặt trong việc tuân thủ quy chế pháp lý, cũng như đưa ra một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ và bảo vệ quyền lợi của khách hàng.
*Từ khóa:* Bảo hiểm; đại lý; pháp lý; quy chế; quyền lợi.

## 1. Tổng quan về hoạt động Đại lý bảo hiểm

Khái niệm đại lý bảo hiểm được xây dựng dựa trên khái niệm đại lý chung trong Luật Thương mại 2005. Theo đó, đại lý bảo hiểm là tổ chức hoặc cá nhân được doanh nghiệp bảo hiểm, chi nhánh doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ nước ngoài, tổ chức tương hỗ cung cấp bảo hiểm vi mô (gọi chung là bên cung cấp bảo hiểm) ủy quyền thực hiện hoạt động đại lý bảo hiểm theo hợp đồng đại lý bảo hiểm.

Điều 124 Luật Kinh doanh Bảo hiểm 2022 (LKDBH 2022) định nghĩa đại lý bảo hiểm là tổ chức, cá nhân được bên cung cấp bảo hiểm ủy quyền thực hiện một hoặc một số hoạt động sau:

- **Tư vấn sản phẩm bảo hiểm:** cung cấp thông tin, giải thích các quyền lợi, nghĩa vụ, điều khoản và điều kiện của hợp đồng bảo hiểm cho khách hàng.
- **Giới thiệu sản phẩm bảo hiểm:** thông tin về các sản phẩm bảo hiểm của bên cung cấp bảo hiểm đến khách hàng tiềm năng.
- **Chào bán sản phẩm bảo hiểm:** thuyết trình, giới thiệu về sản phẩm bảo hiểm và thuyết phục khách hàng mua bảo hiểm.
- **Thu xếp việc giao kết hợp đồng bảo hiểm:** hỗ trợ khách hàng trong việc hoàn thiện thủ tục và ký kết hợp đồng bảo hiểm.
- **Thu phí bảo hiểm:** thu tiền phí bảo hiểm từ khách hàng theo quy định của hợp đồng bảo hiểm.
- **Thu thập hồ sơ để phục vụ việc giải quyết bồi thường, trả tiền bảo hiểm:** hỗ trợ khách hàng trong việc thu thập hồ sơ để yêu cầu bồi thường hoặc trả tiền bảo hiểm.

Khái niệm đại lý bảo hiểm trong LKDBH 2022 có một số điểm mới so với Luật Kinh doanh Bảo hiểm 2008:

- **Mở rộng phạm vi đại lý bảo hiểm:** LKDBH 2022 cho phép tổ chức tương hỗ cung cấp bảo hiểm vi mô ủy quyền cho đại lý bảo hiểm.
- **Quy định cụ thể các hoạt động của đại lý bảo hiểm:** LKDBH 2022 liệt kê cụ thể các hoạt động mà đại lý bảo hiểm được phép thực hiện.

- **Nâng cao yêu cầu đối với đại lý bảo hiểm:** LKDBH 2022 quy định về trình độ chuyên môn, năng lực tài chính và đạo đức nghề nghiệp của đại lý bảo hiểm.

Việc quy định cụ thể về đại lý bảo hiểm trong LKDBH 2022 góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh bảo hiểm, bảo vệ quyền lợi của người tham gia bảo hiểm và thúc đẩy sự phát triển của thị trường bảo hiểm Việt Nam.

Để thực hiện các hoạt động này phải tuân thủ chặt chẽ nguyên tắc hoạt động mà nhà nước đã đề ra tại Điều 127 LKDBH 2022 như sau:

Thứ nhất không được làm đại lý cho nhiều bên cung cấp bảo hiểm cùng lúc. Cá nhân và tổ chức không được đồng thời làm đại lý cho nhiều doanh nghiệp bảo hiểm, chi nhánh doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ nước ngoài cùng loại hình bảo hiểm. Cá nhân đang làm đại lý cho tổ chức tương hỗ cung cấp bảo hiểm vi mô không được đồng thời làm đại lý cho tổ chức tương hỗ cung cấp bảo hiểm vi mô khác. Trường hợp ngoại lệ: Tổ chức được phép làm đại lý cho nhiều bên cung cấp bảo hiểm nếu có sự chấp thuận bằng văn bản của các bên.

Thứ hai chỉ được bán sản phẩm bảo hiểm đã được đào tạo. Cá nhân hoạt động đại lý bảo hiểm và nhân viên trong tổ chức hoạt động đại lý chỉ được bán những sản phẩm bảo hiểm mà họ đã được đào tạo.

Thứ ba phải đăng ký thông tin vào cơ sở dữ liệu. Thông tin của cá nhân hoạt động đại lý và nhân viên trong tổ chức hoạt động đại lý trực tiếp thực hiện hoạt động đại lý bảo hiểm phải được đăng ký và cập nhật tại cơ sở dữ liệu về hoạt động kinh doanh bảo hiểm.

Thứ tư phải thi lại chứng chỉ đại lý bảo hiểm sau 3 năm không hoạt động. Cá nhân đã được cấp chứng chỉ đại lý bảo hiểm nhưng không hoạt động đại lý bảo hiểm trong thời hạn 03 năm liên tục phải thi lại chứng chỉ đại lý bảo hiểm trước khi hoạt động đại lý.

Việc thực hiện các hạn chế này giúp đảm bảo. Đại lý bảo hiểm có đủ năng lực và chuyên môn để tư vấn và bán sản phẩm bảo hiểm phù hợp với nhu cầu của khách hàng. Hoạt động đại lý bảo hiểm được thực hiện một cách minh bạch và công bằng. Quyền lợi của người tham gia bảo hiểm được bảo vệ.

Việc phải áp dụng nguyên tắc để đảm bảo được vai trò mà quy chế pháp lý của Đại lý bảo hiểm mang lại bởi vì như bao hoạt động thương mại khác, ĐLBH cũng sẽ đóng vai trò quan trọng đối với các bên tham gia và nền kinh tế. Đối với Bên cung cấp bảo hiểm thì vai trò đóng là một lực lượng bán hàng trọng yếu, cũng là bên trực tiếp nhận các thông tin phản hồi về sản phẩm bảo hiểm từ phía khách hàng và trung gian liên kết chặt chẽ giữ bên cung cấp bảo hiểm với khách hàng bằng hợp đồng ủy quyền. Đối với bên khách hàng vai trò của quy chế đại lý bảo hiểm giúp cho khách hàng dễ dàng, nhanh chóng trong việc ký kết hợp đồng bảo hiểm. Bên cạnh đó việc có quy chế bảo hiểm sẽ đảm bảo khách hàng được hỗ trợ và đồng hành bảo vệ quyền lợi của họ khi có rủi ro xảy ra. Đặc biệt, Điều này còn đóng vai trò vô cùng đặc biệt trong nền kinh tế - xã hội vì hoạt động này cũng như bao ngành khác đều giúp cho nhà nước ta giải quyết các vấn đề an sinh xã hội, thất nghiệp,… Đồng thời, khi các thương nhân hoạt động Đại lý bảo hiểm đều góp phần tăng ngân sách nhà nước thông qua việc đóng thuế và các chi phí khác khi hoạt động giúp tăng trưởng nền kinh tế. Điều khiển Đại lý bảo hiểm trở nên khác biệt đó vì đây còn là công cụ, phương tiện nâng cao sự đảm bảo an toàn xã hội, giảm thiểu rủi ro làm suy giảm năng lực tài chính của từng cá nhân, tổ chức,…

**2. Thực trạng hoạt động của Đại lý bảo hiểm**

Hiện nay, khi hoạt động đại lý bảo hiểm phát sinh rất nhiều vấn đề mà bên Đại lý bảo hiểm phải đối mặt. Trong đó, xung đột quyền lợi là vấn đề lớn trong hoạt động đại lý vì nó là sự tổng hợp từ các yếu tố tác động như việc mà các doanh nghiệp đề cao lợi nhuận bản thân hạ thấp quyền lợi của khách hàng chấp nhận đánh đổi cả danh tiếng và uy tín và khi có rủi ro xảy ra lại trốn tránh trách nhiệm bằng biện pháp hợp lý vì lý do khách hàng đã đồng ý với điều khoản của hợp đồng. Vấn đề này không thể nào trách mỗi chính sách bán hàng, chính sách hưởng hoa hồng

của bên giao đại lý (hay còn gọi là bên cung ứng) mong muốn đẩy mạnh doanh thu tập trung vào một sản phẩm không được ưa chuộng lắm nhưng vì hoa hồng mà bên cung ứng đưa lại quá cao nên dẫn tới khi tư vấn sẽ không chọn loại bảo hiểm tốt nhất mà chỉ ưu tiên đạt được chỉ tiêu đã được đề ra trước đó. Có thể hiểu mặc dù đáp ứng đúng lợi ích mà Bên giao đại lý đề ra nhưng lại làm ảnh hưởng đến lợi ích của NTD khi tham gia BH. Ngoài ra, việc xung đột này có thể do chính các chuyên viên của đại lý khi tư vấn cố tình tư vấn thiếu minh bạch có thể một phần do thiếu chuyên môn nên khi cung cấp các thông tin về phạm vi bảo hiểm dẫn tới những hiểu lầm và gây ra các hậu quả tài chính khi rủi ro xảy đến với khách hàng.

Khi hoạt động Đại lý bảo hiểm người tham gia và bên cung cấp thường sẽ có nguy cơ vi phạm nguyên tắc trung thực tuyệt đối thuộc 5 nguyên tắc giao kết hợp đồng tại Điều 16 LKDBH 2022. Việc sai lệch thông tin này có thể trước mắt sẽ không xuất hiện hậu quả nhưng khi xảy ra rủi ro thì lại nói không thuộc phạm vi mặc dù trước đó đã khẳng định mọi rủi ro. Hoặc việc thiếu trung thực đến từ việc chèo kéo, lừa dối để bán cho khách hàng các hợp đồng bảo hiểm mà họ không cần hoặc không phù hợp với nhu cầu của họ và chủ yếu gian lận hoa hồng bằng hình thức bán hợp đồng BH cho khách chỉ để kiếm hoa hồng, mà không quan tâm đến lợi ích của khách hàng.

Hoặc các tình huống tranh chấp quyền lợi phát sinh thì khashc hàng luôn phải chịu sự thái độ hoặc nghiệp vụ tư vấn sơ xài,…chủ yếu quá đề cáp lợi nhuần, quyền lợi cá nhân nên luôn tìm cách gây khó dễ người khác.

Hiện nay Đại lý Bảo hiểm đang được rất nhiều sự hậu thuẫn và nhận được nhiều những dấu hiệu tích cực khi mà Thị trường bảo hiểm Việt Nam đã thực sự sôi động và được dự báo là sẽ phát triển trong những năm 2024 vì Thị trường bảo hiểm Việt Nam đã duy trì tốc độ tăng trưởng khá trong năm 2022. Tổng tài sản của thị trường bảo hiểm ước đạt 811.312 tỷ đồng, tăng 14,51% so với cùng kỳ năm trước. Đồng thời, các doanh nghiệp bảo hiểm đã tăng cường đầu tư cho công nghệ thông tin và chuyển đổi số nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ và trải nghiệm của khách hàng. Các doanh nghiệp đã mở rộng các kênh phân phối, nhất là kênh bán bảo hiểm qua ngân hàng, đẩy mạnh các hình thức phân phối bảo hiểm trực tuyến, tăng cường giao dịch online với khách hàng. Điều đáng quan tâm thị trường đã sự hỗ trợ của Chính phủ và Bộ Tài chính, thị trường bảo hiểm Việt Nam được dự báo sẽ tiếp tục tăng trưởng mạnh mẽ trong những năm tới.

Nhưng kèm theo đó là những thách thức mà hoạt động này phải đối mặt đó là:

- Cạnh tranh cao: Ngành bảo hiểm ngày càng phát triển, dẫn đến sự cạnh tranh gia tăng giữa các đại lý.
- Rủi ro từ yếu tố thiên tai, thời tiết khắc nghiệt, dịch bệnh: Những yếu tố này có thể ảnh hưởng đến khả năng thanh toán bảo hiểm của khách hàng.
- Thiếu nguồn nhân lực chất lượng cao, có hiểu biết rõ ràng về thị trường bảo hiểm: Để trở thành đại lý bảo hiểm, bạn cần phải trải qua các buổi học do công ty bảo hiểm nhân thọ tổ chức, sau đó vượt qua bài thi có các câu hỏi liên quan đến những quy định trong luật kinh doanh bảo hiểm, sản phẩm, quyền lợi bảo hiểm.
- Hạ tầng Công nghệ thông tin bất cập: Trong thời đại số hóa, việc không cập nhật công nghệ mới có thể làm cho đại lý bảo hiểm bị tụt hậu so với đối thủ.
- Thông tin tiêu cực về kênh bancassurance: Thông tin tiêu cực này có thể ảnh hưởng đến quyết định của khách hàng khi mua bảo hiểm.
- Người dân thắt chặt chi tiêu: Khi thu nhập của khách hàng giảm sút, họ có thể cắt giảm chi tiêu cho bảo hiểm.
- Người tiêu dùng chưa thực sự hiểu về các chính sách bảo hiểm: Điều này có thể gây khó khăn cho việc bán hàng.

Đặc biệt cái nguyên nhân chủ chốt khiên nhiều Đại lý bảo hiểm khó có thể hoạt động hiểu quả vì bản thân các Đại lý đó đã liên tục sai phạm điển hình như gần đây nhất khi mà Hiệp hội

Bảo hiểm Việt Nam sau khi trao đổi với truyền thông thì nêu ra đến 3.100 trường hợp Đại lý bảo hiểm nhân thọ sai phạm với nhiều mức độ có thể bị rút giấy phép hoặc nặng hơn là có sự tham gia xử lý của cơ quan công an. Nhưng đấy chỉ mới là một loại, một hình thức kinh doanh bảo hiểm trong khi còn muôn hình muôn dạng khác và con số này chắc chắn sẽ càng lớn hơn. Đấy cũng chính là lý do khiến cho niềm tin của người dân về các nơi cung cấp, mua bán bảo hiểm bị suy giảm trầm trọng.

**3. Kiến nghị nâng cao hiệu quả hoạt động của Đại lý bảo hiểm**

Để có thể hoạt động Đại lý bảo hiểm trở nên phát triển mạnh mẽ phải có sự tham gia từ nhiều phía và cũng nỗ lực vì nhiều mục tiêu khác nhau.

Đối với Đại lý bảo hiểm cần:

Đào tạo và phát triển kỹ năng: Đại lý bảo hiểm cần được đào tạo về các sản phẩm bảo hiểm, quy định pháp luật liên quan và kỹ năng tư vấn. Điều này giúp họ cung cấp thông tin chính xác và hữu ích cho khách hàng.

Tư vấn dựa trên nhu cầu của khách hàng: Thay vì chỉ tập trung vào việc bán sản phẩm, đại lý bảo hiểm nên tư vấn dựa trên nhu cầu và hoàn cảnh cụ thể của khách hàng. Điều này giúp khách hàng lựa chọn sản phẩm phù hợp nhất.

Minh bạch và trung thực: Đại lý bảo hiểm cần phải minh bạch về các điều khoản và điều kiện của hợp đồng bảo hiểm, cũng như các rủi ro có thể xảy ra. Điều này giúp khách hàng hiểu rõ hơn về quyền lợi và nghĩa vụ của mình.

Hỗ trợ khách hàng sau khi mua bảo hiểm: Đại lý bảo hiểm cũng cần phải hỗ trợ khách hàng sau khi họ mua bảo hiểm, bao gồm việc giải đáp thắc mắc, hỗ trợ khi có sự cố xảy ra và giúp khách hàng hiểu rõ quy trình bồi thường.

Tham dự các khóa đào tạo: Các công ty bảo hiểm thường tổ chức các khóa đào tạo cho đại lý của mình về các sản phẩm mới, quy định mới và kỹ năng tư vấn. Đại lý bảo hiểm nên tham dự những khóa đào tạo này để cập nhật kiến thức và kỹ năng của mình.

Tự học và nghiên cứu: Đại lý bảo hiểm cũng nên tự học và nghiên cứu về ngành bảo hiểm. Họ có thể đọc sách, báo cáo, nghiên cứu và các nguồn thông tin trực tuyến để hiểu rõ hơn về ngành bảo hiểm và các xu hướng mới.

Tham gia các hội thảo và hội nghị: Việc tham gia các hội thảo và hội nghị về bảo hiểm cũng là một cách tốt để cập nhật kiến thức và kỹ năng. Tại đây, ĐLBH có thể gặp gỡ và học hỏi từ các chuyên gia trong ngành.

Nhận phản hồi từ khách hàng: Đại lý bảo hiểm cũng nên lắng nghe phản hồi từ khách hàng để hiểu rõ hơn về nhu cầu và mong đợi của họ. Điều này giúp đại lý bảo hiểm cải thiện dịch vụ và tư vấn tốt hơn cho khách hàng.

Tính minh bạch: Tăng cường tính minh bạch trong hoạt động đại lý, đặc biệt là hoạt động đại lý thông qua các tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài.

Cung cấp thông tin rõ ràng: Đại lý bảo hiểm cần cung cấp thông tin rõ ràng và chính xác về các sản phẩm bảo hiểm, bao gồm các điều khoản và điều kiện, mức phí và các rủi ro có thể xảy ra.

Báo cáo định kỳ: Đại lý bảo hiểm nên cung cấp các báo cáo định kỳ cho khách hàng về tình hình hợp đồng bảo hiểm của họ. Điều này giúp khách hàng theo dõi và hiểu rõ hơn về hợp đồng bảo hiểm của mình.

Tuân thủ quy định pháp luật: Đại lý bảo hiểm cần tuân thủ tất cả các quy định pháp luật liên quan đến hoạt động kinh doanh bảo hiểm. Điều này bao gồm việc tuân thủ các quy định về bảo mật thông tin khách hàng và quy định về cung cấp dịch vụ bảo hiểm trên môi trường mạng.

Đối với Cơ sở dữ liệu:

Để nâng cao hoạt động ĐLBH và kiểm soát chung một cách nhanh chóng mà không cần làm các thao tác thủ công mà thay vào đó cần có phương hướng ứng dụng công nghệ. Điều này

không chỉ giúp cải thiện hiệu suất và hiệu quả của hoạt động kinh doanh bảo hiểm, mà còn giúp nâng cao trải nghiệm của khách hàng và đáp ứng nhu cầu ngày càng phức tạp của họ. Dựa vào nghiên cứu tác giả cho rằng việc ứng dụng như sau:

Bán bảo hiểm trực tuyến: Các công ty bảo hiểm có thể sử dụng trang web hoặc ứng dụng di động để bán sản phẩm bảo hiểm trực tiếp cho khách hàng. Điều này giúp tiết kiệm thời gian và chi phí cho cả khách hàng và công ty bảo hiểm.

Tự động hóa quy trình: Công nghệ có thể được sử dụng để tự động hóa các quy trình như xử lý hồ sơ bảo hiểm, giải quyết khiếu nại và thanh toán bồi thường. Điều này giúp cải thiện hiệu quả và giảm thiểu lỗi.

Phân tích dữ liệu: Công nghệ cũng giúp công ty bảo hiểm phân tích dữ liệu để đưa ra quyết định kinh doanh tốt hơn. Ví dụ, họ có thể sử dụng dữ liệu để xác định mức độ rủi ro của một khách hàng cụ thể hoặc để xác định giá cả phù hợp cho một sản phẩm bảo hiểm cụ thể.

Tăng cường tương tác với khách hàng: Công nghệ như trí tuệ nhân tạo và chatbox có thể được sử dụng để tăng cường tương tác với khách hàng, cung cấp thông tin và hỗ trợ cho khách hàng một cách nhanh chóng và thuận tiện.

## 4. Kết luận

Bài nghiên cứu cho thấy hoạt động Đại lý bảo hiểm đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo hoạt động của ngành bảo hiểm diễn ra một cách minh bạch, công bằng và hiệu quả. Quy chế này không chỉ bảo vệ quyền lợi của người mua bảo hiểm, mà còn giúp đại lý bảo hiểm hoạt động trong khuôn khổ pháp luật, đồng thời góp phần vào sự phát triển bền vững của ngành bảo hiểm. Tuy nhiên, cũng cần phải nhận thức rằng quy chế pháp lý luôn cần được cập nhật và hoàn thiện để phù hợp với thực tế hoạt động của thị trường bảo hiểm, đặc biệt trong bối cảnh hội nhập quốc tế và phát triển của công nghệ thông tin hiện nay. Vì vậy, việc nghiên cứu và đề xuất những cải tiến cho quy chế pháp lý của đại lý bảo hiểm là điều cần thiết, nhằm tạo ra một môi trường kinh doanh lành mạnh, minh bạch và cạnh tranh, đồng thời bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Báo Sài Gòn giải phóng (2023). *Phát hiện 3.100 trường hợp đại lý bảo hiểm nhân thọ sai phạm*. https://www.sggp.org.vn/phat-hien-3100-truong-hop-dai-ly-bao-hiem-nhan-tho-sai-pham-post687006.html. *Truy cập ngày 15h30 ngày 01/03/2024.*
2. Bảo Minh. *Phát triển bền vững thị trường bảo hiểm Việt Nam.* https://www.baominh.com.vn/phat-trien-ben-vung-thi-truong-bao-hiem-viet-nam. *Truy cập 17h, 14/01/2024.*
3. Đại học kinh tế quốc dân (2023). *Thị trường bảo hiểm Việt Nam: Phát triển an toàn, bền vững*, hiệu quả, tại địa chỉ: https://khoabaohiem.neu.edu.vn/vi/tin-tuc-thi-truong-bao-hiem/thi-truong-bao-hiem-viet-nam-phat-trien-an-toan-ben-vung-hieu-qua. *Truy cập 16h30, 16/01/2024.*
4. JobsGo (2023), Ngành bảo hiểm & tiềm năng phát triển trong tương lai, tại địa chỉ: https://jobsgo.vn/blog/tiem-nang-phat-trien-nganh-bao-hiem/. *Truy cập 17h30, 14/01/2024.*
5. Nguyễn Hồng Hoàng Nam (2022), Nghiên cứu Kinh tế Châu Á – Thái Bình Dương, Thực trạng thị trường bảo hiểm Việt Nam và một số giải pháp phát triển, tại địa chỉ: https://sti.vista.gov.vn/tw/Lists/TaiLieuKHCN/Attachments/342772/CVv168S6072022016.pdf. *Truy cập 22h, 16/01/2024.*
6. The Bank (2020). *Cơ hội và thách thức của nghề đại lý bảo hiểm nhân thọ.* https://thebank.vn/blog/18466-co-hoi-va-thach-thuc-cua-nghe-dai-ly-bao-hiem-nhan-tho.html. *Truy cập 23h, 15/01/2024.*
7. Thời báo ngân hàng (2020). *3 cơ hội, 4 thách thức, 5 chiến lược với ngành bảo hiểm trong bối cảnh "bình thường mới"*. https://thoibaonganhang.vn/3-co-hoi-4-thach-thuc-5-chien-

luoc-voi-nganh-bao-hiem-trong-boi-canh-binh-thuong-moi-103915.html. *Truy cập 17h, 16/01/2024.*

8. VietnamBiz (2023). *4 thách thức doanh nghiệp bảo hiểm phải đối mặt trong năm 2023.* https://vietnambiz.vn/bon-thach-thuc-doanh-nghiep-bao-hiem-phai-doi-mat-trong-nam-2023-2023623154111860.htm. *Truy cập 19h30, 16/01/2024.*
9. VnEconomy (2021). *Thách thức bủa vây ngành bảo hiểm ở nửa cuối năm 2021.* https://vneconomy.vn/thach-thuc-bua-vay-nganh-bao-hiem-o-nua-cuoi-nam-2021.htm. *Truy cập 19h, 16/01/2024.*
10. Chính phủ (2023). *Thông tư hướng dẫn một số điều của luật kinh doanh bảo hiểm, nghị định số 46/2023/nđ-cp ngày 01 tháng 7 năm 2023 của chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của luật kinh doanh bảo hiểm được.* Số: 67/2023/TT-BTC, ngày 02 tháng 11 năm 2023.
11. Quốc Hội (2020). Luật Đầu tư. Luật số 61/2020/QH14, ngày 17/06/2020.
12. Quóc Hội (2020). Luật Doanh nghiệp. Luật số 59/2020/QH14, ngày 17/06/2020.
13. Quốc Hội (2022). Luật Kinh doanh bảo hiểm, Luật số 08/2022/QH15. ngày 16/06/2022.
14. Diễm Ngọc - Hoàng Oanh (2023). Nâng cao chất lượng hoạt động đại lý bảo hiểm. *Tạp chí diễn đàn doanh nghiệp*. https://diendandoanhnghiep.vn/nang-cao-chat-luong-hoat-dong-dai-ly-bao-hiem-254175.html.

# THỰC TIỄN THỰC HIỆN CHÍNH SÁCH TIỀN TỆ QUỐC GIA CỦA NGÂN HÀNG NHÀ NƯỚC VIỆT NAM TRONG NĂM 2018 ĐẾN NAY– KHUYẾN NGHỊ

**Phan Lê Khánh Trang*, Bùi Thị Yến Nhi, Lê Phạm Hoàng Phát**
Viện Đào tạo Sau đại học, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: khanhtrangphanle6@gmail.com.

**TÓM TẮT**

Chính sách tiền tệ là một trong những công cụ để Chính phủ Việt Nam nói riêng và thế giới nói chung điều chỉnh chính sách kinh tế vĩ mô. Đây là chính sách nắm giữ vai trò quan trọng, then chốt trong việc ổn định thị trường tiền tệ và phát triển nền kinh tế nước nhà. Vì thế, bài viết này nhằm làm rõ một vài khái niệm xoay quanh chính sách tiền tệ quốc gia; đồng thời nêu lên thực tiễn mà Chính phủ Việt Nam đang thực hiện chính sách suốt thời gian từ năm 2018 đến nay. Từ những khó khăn và bất cập đưa ra những khuyến nghị nhằm tăng hiệu quả của chính sách tiền tệ.
*Từ khóa:* Chính sách; chính phủ; vĩ mô; thị trường; tiền tệ.

## 1. Tổng quan về chính sách tiền tệ quốc gia

Căn cứ theo khoản 1 Điều 3 Luật Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (LNHNNVN) 2010. Chính sách tiền tệ quốc gia là tập hợp các quyết định về tiền tệ mang tầm quốc gia được ban hành bởi cơ quan nhà nước có thẩm quyền. Nội dung của chính sách tiền tệ quốc gia bao gồm, mục tiêu ổn định giá trị đồng tiền, thể hiện qua chỉ tiêu lạm phát được đề ra. Công cụ và biện pháp, sử dụng để thực hiện mục tiêu ổn định giá trị đồng tiền.

Cơ chế pháp lý hiện nay khi giải thích về chính sách tiền tệ bằng cách thông qua các công cụ điều chỉnh chính sách tiền tệ quốc gia và điều này cũng được thể hiện rất rõ trong Điều 10 LNHNNVN 2010:

- Tái cấp vốn: Đây là hình thức mà Ngân hàng nhà nước (NHNN) cấp tín dụng cho các tổ chức tín dụng (TCTD) nhằm cung ứng vốn ngắn hạn và phương tiện thanh toán theo khoản khoản 1 Điều 11 LNHNNVN 2010.
- Lãi suất: NHNN công bố lãi suất tái cấp vốn, lãi suất cơ bản và các loại lãi suất khác để điều hành chính sách tiền tệ, chống cho vay nặng lãi (tín dụng đen).
- Tỷ giá hối đoái: là tỷ lệ trao đổi giữa hai đơn vị tiền tệ (sau đây gọi tắt là tỷ giá). Đây khái niệm khá cũ quy định tại khoản 3 Điều 2 Thông tư 179/2012/TT-BTC nhưng đã hết hiệu lực từ ngày 11 tháng 07 năm 2021 đến nay đã không còn hiệu lực tức khái niệm này chưa được quy định mà chỉ ngầm hiểu theo thói quen.
- Dự trữ bắt buộc: Số tiền mà tổ chức tín dụng phải gửi tại Ngân hàng Nhà nước để thực hiện chính sách tiền tệ quốc gia. *(khoản 1 Điều 14 LNHNNVN 2010).*
- Nghiệp vụ thị trường mở: NHNN thực hiện nghiệp vụ thị trường mở bằng cách mua, bán giấy tờ có giá đối với TCTD. *(khoản 1 Điều 2 Thông tư 42/2015/TT-NHNN)*

Chính sách tiền tệ tiền tệ quốc gia ảnh hưởng mọi mặt của nền kinh tế, bất cứ một động tác nào cũng có thể ảnh hưởng tích cực hoặc tiêu tục đến nền kinh tế. Chính vì thế mà có thể nói đây chính là vấn đề quan trọng quyết định đến sự thành bại của nhà đầu tư và sự phát triển của nền kinh tế. Các nhân tố lớn chịu ảnh của chính sách này như sau:

Đầu tiên, thị trường chứng khoán và tâm lý của các nhà đầu tư, nhân tố này cực kỳ quan trọng khi là kênh dẫn vốn và thu hút vốn đầu tiềm năng từ công chúng. Và trong trường hợp chính sách tiền tệ được thực hiện sẽ gây ra các biến động lớn đến công cuộc đầu tư chứng khoán; đồng nghĩa với việc làm thay đổi tình hình kinh tế tại thời điểm đó. Chính vì thế mà nhân tố này là điều mà nhà đầu tư cần bám sát và theo dõi liên tục để kịp thời điều chỉnh hướng đầu tư hiệu quả và đúng đắn nhằm mang lại lợi nhuận cho chính nhà đầu tư đó. Ví dụ như vào thời kỳ chính sách tiền tệ mở rộng, lãi suất giảm khiến nguồn vốn có xu hướng chảy từ kênh tiết kiệm ngân hàng sang đầu tư chứng khoán. Đồng thời, các doanh nghiệp được khuyến khích vay tiền để mở rộng kinh doanh. Đây là một cơ hội để nhà đầu tư nhìn nhận cổ phiếu công ty nào có tiềm năng phát triển trong tương lai để mua vào với mức giá phù hợp.

Thứ hai, nhân tố cạnh tranh trong thị trường tài chính cũng chịu ảnh hưởng lớn từ chính sách tiền tệ khi mà điều chỉnh nguồn tài chính không để bị thụ động tại một thị phần duy nhất lầ ngân hàng mà thay vào đó sẽ điều tiết nhằm đa dạng hóa và giảm đi sự phụ thuộc của chính sách tiền tệ đến hệ thống ngân hàng nếu như có những rủi ro xảy ra.

Thứ ba, chính sách tiền tệ sẽ điều chỉnh trực tiếp đến mức độ tài chính của các cá nhân, hộ gia đinh và doanh nghiệp khi đây chính là công cụ điều chỉnh hành vi tiêu dùng và đầu tư của các đối tượng trên bằng cách thông qua việc đánh giá mức độ khả năng tiếp cận vốn để nhận sự tài trợ  qua hệ thống tài chính. Hay tác động của chính sách tiền tệ đến giá tài sản thông qua giao dịch như cổ phiếu, bất động sản… sẽ phụ thuộc vào cơ cấu các danh mục đầu tư tài chính mà các cá nhân, doanh nghiệp nắm giữ. Ngoài ra, sự tác động của chính sách tiền tệ còn thể hiện ở một phần từ trạng thái tài chính ban đầu của cá nhân hay doanh nghiệp. Cho nên, các nước có quá trình tiêu dùng và đầu tư chủ yếu dựa trên khoản tiết kiệm hoặc tái đầu tư từ lợi nhuận, chịu tác động chủ yếu của chính sách tiền tệ thì khả năng bị hạn chế sẽ lớn hơn những nước phụ thuộc vào nguồn vốn tín dụng.

Mà các nhân tố trên đến từ nhiều yếu tố mà các yếu tố này có thể khiến cho Chính Phủ gặp nhiều khó khăn trong vấn đề giải quyết thị trường tiền tệ quốc gia. Các yếu tố đó bao gồm:

Thứ nhất, yếu tố về sự kiện bất khả kháng là một vấn đề mà bất cứ ai cũng khó lòng lường trước được nên có thể làm ảnh hưởn nghiêm trọng đến thị trường tiền tệ trong nước. Điển hình như tình hình dịch bệnh Covid-19, khi mà nền kinh tế phải phụ thuộc vào nền y tế nước nhà (tỷ lệ tiêm phủ vaccine); bởi vì tại thời điểm đó vấn đề này có thể quyết định đến việc giữ ổn định phục hồi tăng trưởng của từng quốc gia lẫn triển vọng tăng trưởng toàn cầu, và chi phối chính sách tiền tệ.

Thứ hai, yếu tố lạm phát đến từ việc tăng phát và giảm phát đây là yếu tối làm chi phối chính sách tiền tệ của quốc gia lẫn các nền kinh tế đang phát triển, kém phát triển.

Thứ ba, chính sách ngoại hối hay khả năng thay thế giữa những tài sản có giá trị trong nước và tài sản nước ngoài là một yếu tố quan trọng quyết định đến tính hiệu quả của chính sách tiền tệ trong điều kiện giao dịch vốn tự do như hiện nay. Chính sách này giúp tăng khả năng doanh nghiệp tiếp cận vốn nước ngoài và giảm sự phụ thuộc vào tín dụng trong nước và giảm tác động của chính sách tiền tệ lên tổng cầu.

Cuối cùng theo nhóm nghiên cứu cho rằng tình trạng đô là hóa là yếu tố quan trọng không kém bởi tình trạng này đang diễn ra khá phổ biến tại nước ta. Điều này có thể đe dọa rất lớn đến đồng tiền Việt Nam khi mà nguy cơ gây ra rủi ro mất cân đối kỳ hạn và chênh lệch giữa đồng tiền quốc nội với đồng đô la. Yếu tố này đòi hỏi các cơ quan chức năng phải thống kê tổng lượng tiền và xác định các mục đích sử dụng nguồn tiền sao cho hợp lý nhất tránh đi việc lạm dụng đô la làm mất giá trị của tiền trong nước.

**2. Thực trạng chính sách tiền tệ của Ngân hàng nhà nước Việt Nam trong năm 2018 đến năm 2023**

Hiện nay, nền kinh tế của thế giới và cả Việt Nam đang rơi vào trạng thái suy thoái kinh tế "tàn khốc" theo như ông Jeremy Grantham - Nhà đầu tư kỳ cựu của Mỹ thì cuộc suy thoái này vẫn tiếp tục diễn ra trong năm 2024. Và số liệu cụ thể nhất mà chính phủ cung cấp được thể hiện một cách tổng quan như sau:

Trong năm 2018, công cụ kiểm soát lạm phát đã phát huy hiệu quả khi mà tình trạng làm phát đã có thể giữ ổn định dưới 4% mặc dù tại thời điểm này Việt Nam đang phải chịu ảnh hưởng nghiêm trọng từ áp lực giá cả thế giới do cuộc chiến tranh thương mại Mỹ - Trung gây ra. Điều này mang đến cho nước ta khá nhiều thành tựu to lớn khi tăng 7,08% so với năm 2017, với sự phát triển mạnh mẽ từ các khu vực nông nghiệp, công nghiệp và dịch vụ; ngoài ra ổn định được thị trường tiền tệ khi mà lãi suất và tỷ giá luôn được giữ ở mức hợp lý. Chính sách tiền tệ trong thời gian này đã hỗ trợ cho quá trình tăng trưởng kinh tế bằng cách ưu tiên dòng vốn cho sản xuất và nông nghiệp, cũng như thu hút vốn đầu tư nước ngoài.

Năm 2019, chính sách tiền tệ đã thể hiện sự chủ động, linh hoạt và thận trọng khi phối hợp chặt chẽ với chính sách tài khóa và các chính sách kinh tế vĩ mô khác. Nhờ đó, lạm phát được kiểm soát ở mức cơ bản bình quân 2,01%, tạo tiền đề thuận lợi cho việc điều chỉnh giá các mặt hàng do Nhà nước quản lý, góp phần ổn định kinh tế vĩ mô.

Cùng với việc hỗ trợ tăng trưởng kinh tế ở mức hợp lý và đảm bảo an toàn hoạt động của hệ thống ngân hàng, chính sách tiền tệ năm 2019 đã thực hiện một số điều chỉnh cụ thể:

Giảm đồng bộ 0,25%/năm các mức lãi suất điều hành từ ngày 16/9/2019.

Giảm 0,2-0,5%/năm trần lãi suất huy động các kỳ hạn dưới 6 tháng và 0,5%/năm trần lãi suất cho vay đối với các lĩnh vực ưu tiên từ ngày 19/11/2019.

Giảm 0,75%/năm lãi suất nghiệp vụ thị trường mở.

Nhờ những điều chỉnh này, người dân và doanh nghiệp có điều kiện thuận lợi hơn trong việc tiếp cận tín dụng, đáp ứng nhu cầu hợp pháp và góp phần hạn chế "tín dụng đen".

Năm 2020, dịch bệnh Covid-19 bùng phát và tác động tiêu cực đến nền kinh tế. Tuy nhiên, chính sách tiền tệ vẫn giữ được sự chủ động, linh hoạt và thận trọng.

Ngân hàng Nhà nước đã có những chỉ đạo kịp thời cho các tổ chức tín dụng triển khai các biện pháp ứng phó với dịch bệnh, hỗ trợ doanh nghiệp và người dân tháo gỡ khó khăn, đồng thời tiếp tục đẩy mạnh công tác cơ cấu lại gắn với xử lý nợ xấu.

Năm 2020 cũng chứng kiến nhiều lần điều chỉnh lãi suất, với tổng mức giảm lãi suất điều hành lên đến 1,5-2,0%/năm. Nhờ những nỗ lực này, Việt Nam đã đạt được nhiều kết quả tích cực trên các mặt hoạt động.

Trong năm 2022, đây là năm chứng kiến nhiều biến động kinh tế toàn cầu, ảnh hưởng đến giá cả và lạm phát, tác động lớn đến kinh tế Việt Nam nhưng may mắn thay tại thời điểm này Việt Nam đã sử dụng chính sách tiền tệ kịp thời bằng cách điều chỉnh lãi suất và tỷ giá để ứng phó với tình hình (bao gồm việc tăng lãi suất tái cấp vốn và tái chiết khấu); thể hiện ở việc sau nhiều lần giảm lãi thì quyết định tăng lãi suất của FED đã dẫn tới việc tăng lãi suất 9 lần liên tục kể từ than tháng 03. Nhưng may mắn thay tại thời điểm này nhờ vào các biện pháp của NHNN đã góp phần kiểm soát lạm phát, can thiệp thị trường ngoại tệ và ổn định kinh tế vĩ mô, với tăng trưởng kinh tế và tín dụng ổn định. Cải thiện xếp hạng tín nhiệm quốc gia, thu hút vốn đầu tư quốc tế, và duy trì một trong những nền kinh tế tăng trưởng cao nhất khu vực với tăng trưởng kinh tế đạt khoảng 8% và lạm phát được kiểm soát ở mức 4%.

Và gần nhất là năm 2023, đây là một năm mà nền kinh tế Việt Nam đã đối mặt với vô vàng những thách thức của việc điều hành chính sách tiền tệ theo mục tiêu của Chính phủ trong tình hình kinh tế thế giới đang rơi vào tình trạng sụt giảm nghiêm trọng của thị trường kéo theo cuộc suy thoái "tàn khốc" châm ngòi cho năm 2024 theo như ông Jeremy Grantham - Nhà đầu tư kỳ cựu của Mỹ phát biểu. Trong năm vừa qua, may mắn thay nước ta vẫn đảm bảo được an ninh tiền tệ dù tỷ giá Việt Nam có dấu hiệu chênh lệch và có những thời điểm tăng mạnh bởi chênh lệch lãi

suất USD và VND thấp trên thị trường liên ngân hàng, gây ra hiện tượng đầu cơ tỷ giá cũng như nhu cầu rút vốn ròng của khối ngoại. Tăng trưởng tín dụng trong năm này có sự sụt giảm lớn khi nhu cầu tiêu dùng và nhu cầu đầu tư kinh doanh và điều đặc biệt của năm này chính là xuất hiện tình trạng thừa tiền của các ngân hàng thương mại Việt Nam làm lãi suất huy động tại một số ngân hàng lớn có khi chỉ còn 1,9%. Vì nền tỉ lệ tăng trưởng của nền kinh tế khá ì mặc dù các TCTD đã chủ động đưa ra mức lãi suất vay 0% trong những tháng đầu thế nhưng vẫn không kích được nhu cầu của nhà đầu tư, tình trạng này đã từng xuất hiện gần 15 năm trước khi xảy ra cuộc khùng hoảng tài chính toàn cầu 2007-2009. Hiện tại, Việt Nam đang trung lập để ổn định tỷ giá bằng việc cung tiền kích thích kinh tế nhưng hiện tại Việt Nam lại chọn kiểm soát lạm phát.

**3. Khuyến nghị trong điều hành chính sách tiền tệ của Ngân hàng nhà nước Việt Nam**

Trước xu hướng tăng lãi suất của nhiều quốc gia trên thế giới, áp lực lạm phát lên nền kinh tế Việt Nam cũng gia tăng. Do đó, việc điều hành chính sách tiền tệ trong thời gian tới cần đảm bảo chủ động, linh hoạt, phối hợp hài hòa và chặt chẽ với các chính sách vĩ mô khác. Dưới đây là một số kiến nghị về điều hành chính sách tiền tệ:

Thứ nhất sử dụng linh hoạt các công cụ chính sách tiền tệ gián tiếp: như nghiệp vụ thị trường mở: Giúp NHNN điều chỉnh nhanh chóng sự biến động mang tính mùa vụ của cầu tiền trong ngắn hạn. Chiết khấu, hoán đổi ngoại tệ, thấu chi: Góp phần hỗ trợ thanh khoản cho các tổ chức tín dụng. Điều chỉnh dự trữ bắt buộc: Nâng cao khả năng kiểm soát tiền tệ của NHNN.

Thứ hai đổi mới khuôn khổ điều hành chính sách tiền tệ: Hướng đến mục tiêu ưu tiên cao nhất là kiểm soát lạm phát, ổn định giá trị đồng tiền. Thúc đẩy tăng trưởng kinh tế bền vững. Cân đối mục tiêu ổn định giá trị đồng tiền và hỗ trợ tăng trưởng kinh tế.

Thứ ba kiên trì định hướng điều hành ổn định tỷ giá: Chống đô la hóa nền kinh tế.Điều hành tỷ giá hai chiều. Tăng cường quỹ dự trữ ngoại hối quốc gia.

Thứ tư tập trung đẩy mạnh công tác cơ cấu lại hệ thống các tổ chức tín dụng (TCTD): Xử lý các TCTD yếu kém. Phát triển hệ thống TCTD hoạt động lành mạnh, chất lượng, hiệu quả, công khai, minh bạch. Đáp ứng các chuẩn mực về an toàn hoạt động ngân hàng TCTD theo quy định của pháp luật và thông lệ quốc tế. Tăng cường công tác thanh tra, giám sát. Tạo điều kiện thuận lợi cho việc mua bán sáp nhập các TCTD.

Thứ năm nâng cao năng lực tài chính của các thành viên trên thị trường tiền tệ: Đẩy mạnh cơ cấu lại toàn diện, triệt để các TCTD với trọng tâm nâng cao năng lực tài chính và quản trị. Cơ cấu lại hoạt động theo hướng tới an toàn, hiệu quả và bền vững, phù hợp với chuẩn mực và thông lệ quốc tế. Áp dụng rộng rãi Basel II giai đoạn 2020-2030 và Basel III giai đoạn 2030-2045.

Thứ sáu tăng cường vai trò của hệ thống TCTD: Mở rộng và đa dạng hóa các sản phẩm cho vay sản xuất và tiêu dùng. Hạn chế tín dụng đen. Đảm bảo người dân có thể tiếp cận được với các dịch vụ tín dụng, đặc biệt là tín dụng tiêu dùng.

Việc thực hiện các kiến nghị trên sẽ góp phần đảm bảo hiệu quả của chính sách tiền tệ, kiểm soát lạm phát, ổn định kinh tế vĩ mô và thúc đẩy tăng trưởng kinh tế bền vững.

Điều đáng quan tâm nhất hiện tại theo PGS.TS Nguyễn Hữu Huân thì Việt Nam chọn cách đánh đổi trong một khoản thời gian ngắn khi chấp nhận đổi chính sách tiền tệ bằng cách thực hiện mục tiêu lạm phát thay vì áp dụng biện pháp an toàn như những năm trước là thực hiện cả hai mục tiêu tăng trưởng và kiểm soát lạm phát. Và nên hạn chế việc tuyệt đối hóa chính sách tiền tệ mà phải tập trung và các yếu tố thực như là nguồn vốn, công nghệ, trình độ lao động, năng suất lao động…Nên đưa chính sách tiền tệ về đúng vai trò của nó là cung ứng tiền theo nhu cầu thực tế của nền kinh tế.

**4. Kết luận**

Qua báo cáo, nhóm nghiên cứu muốn người đọc hiểu được tầm quan trọng về chính sách tiền tệ của Ngân hàng nhà nước Việt Nam. Đồng thời, nêu lên thực trạng của chính sách tiền tệ Việt Nam hiện nay để người đọc có cái nhìn tổng quan nhất thông qua các số liệu cụ thể mà chính

sách đã áp dụng các công cụ để thực hiện và thành tựu, khó khăn mà chính sách đó đã nhận được trong các năm từ 2018 đến năm 2023. Từ đó đưa ra hướng kiến nghị điều chỉnh, củng cố được sự bền vững của nền kinh tế và ổn định tình hình tài chính trong và ngoài nước.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Quốc hội (2010), *Luật Ngân hàng nhà nước Việt Nam*. Luật số 46/2010/QH12 ngày 16 tháng 06 năm 2010.
2. Agribank (2020). *Điều hành chính sách tiền tệ và hoạt động ngân hàng đạt nhiều kết quả tích cực. https://www.agribank.com.vn/vn/ve-agribank/tin-tuc/dtl/!ut/p/z0/fczBCsIwDAbgp9kxtNM58SgiUw8yEWHrRWJX2jjJnLbDx7dDwZu3_0_yRShRCcU4kEVPHeMt9lrl50m6zjbZUZbFbL2Qh3xenParciq3qdgJ9f8gfqBr36ulULpjb15eVGgvyG0iBwNoH_Qpnhh80DEggXbEDtgig0O2iWzIhDG67-qJ2oEnE42BAcF16KHp2P4QNHHEboSt8dAHjCAqHbS4t6p-A5k4pTU!/. Truy cập: 18h30, ngày 17/01/2024.*
3. Chính phủ (2023). *Năm 2023, NHNN điều hành tiền tệ, tín dụng như thế nào?*. https://xaydungchinhsach.chinhphu.vn/nam-2023-nhnn-dieu-hanh-chinh-sach-tien-te-tin-dung-nhu-the-nao-119221228072831584.htm. *Truy cập: 22h30, ngày 16/01/2024.*
4. Đảng Cộng sản (2023). *Kinh tế vĩ mô năm 2022 tiếp tục duy trì ổn định*. https://dangcongsan.vn/kinh-te/kinh-te-vi-mo-nam-2022-tiep-tuc-duy-tri-on-dinh-629584.html. *Truy cập: 22h30, ngày 16/01/2024.*
5. Đầu tư chứng khoán (2021). *Chính sách tiền tệ 2021: Chủ động, linh hoạt hỗ trợ phục hồi nền kinh tế*. truy cập tại địa chỉ: https://www.tinnhanhchungkhoan.vn/chinh-sach-tien-te-2021-chu-dong-linh-hoat-ho-tro-phuc-hoi-nen-kinh-te-post285807.html. *Truy cập: 17h00, ngày 16/01/2024.*
6. Học viên tài chính (2018). *Vai trò của chính sách tiền tệ đối với nền kinh tế*. https://hocvientaichinh.com.vn/vai-tro-cua-chinh-sach-tien-te-doi-voi-nen-kinh-te.html. *Truy cập: 18h30, ngày 15/01/2024.*
7. Lao động (2023). *Chứng khoán Mỹ đỏ rực, khớp với dự báo suy thoái*. https://laodong.vn/kinh-doanh/chung-khoan-my-do-ruc-khop-voi-du-bao-suy-thoai-1231026.ldo. *Truy cập: 17h30, ngày 14/01/2024.*
8. TS. Đỗ Thị Thủy (2023). *Chính sách tiền tệ với kiểm soát lạm phát, ổn định kinh tế vĩ mô ở Việt Nam Tài Chính thị trường tài chính tiền tệ*. https://thitruongtaichinhtiente.vn/chinh-sach-tien-te-voi-kiem-soat-lam-phat-on-dinh-kinh-te-vi-mo-o-viet-nam-44049.html. *Truy cập: 19h00, ngày 16/01/2024.*
9. Thời báo Ngân Hàng (2019). *Chính sách tiền tệ năm 2019: Chủ động, linh hoạt, bám sát diễn biến kinh tế vĩ mô*. https://thoibaonganhang.vn/chinh-sach-tien-te-nam-2019-chu-dong-linh-hoat-bam-sat-dien-bien-kinh-te-vi-mo-96615.html. *Truy cập: 19h30, ngày 17/01/2024.*
10. ThS. Dương Văn Bôn, Ths. Lê Minh Hoàng Long (2023) thuộc Khoa Quản trị Kinh doanh - Trường Đại học Ngân hàng TP. Hồ Chí Minh. Điều hành chính sách tiền tệ góp phần ổn định kinh tế vĩ mô. *Tạp chí Kinh tế và Dự báo Số 10 - tháng 4/2023*. https://kinhtevadubao.vn/dieu-hanh-chinh-sach-tien-te-gop-phan-on-dinh-kinh-te-vi-mo-27516.html
11. TS. Nguyễn Thị Hiền Phó Viện trưởng Viện Chiến lược ngân hàng (Ngân hàng Nhà nước Việt Nam) (2021). Nhìn lại 35 năm đổi mới chính sách tiền tệ và hoạt động của hệ thống ngân hàng Việt Nam. *Tạp chí Ngân Hàng kỳ 1 tháng 9/2022*. https://tapchinganhang.gov.vn/nhin-lai-35-nam-doi-moi-chinh-sach-tien-te-va-hoat-dong-cua-he-thong-ngan-hang-viet-nam.htm

12. TS. Nguyễn Thị Hiền Phó Viện trưởng Viện Chiến lược ngân hàng (Ngân hàng Nhà nước Việt Nam) (2022). Điều hành chính sách tiền tệ trong bối cảnh mới. *Tạp chí tài chính kỳ 1 tháng 9/2022.* https://tapchitaichinh.vn/dieu-hanh-chinh-sach-tien-te-trong-boi-canh-moi.html
13. Nguyễn Hữu Huân (2024). Chính sách tiền tệ nên thực thi theo mục tiêu lạm phát. *Tạp chí kinh tế Việt Nam.* https://vneconomy.vn/chinh-sach-tien-te-nen-thuc-thi-theo-muc-tieu-lam-phat.htm
14. Nguyễn Văn Lịch - Phùng Huy Hoàng (2019). Nhìn lại kinh tế thế giới năm 2019. *Tạp chí Cộng sản.* https://www.tapchicongsan.org.vn/web/guest/the-gioi-van-de-su-kien/-/2018/815754/nhin-lai-kinh-te-the-gioi-nam-2019.aspx
15. Nhóm chuyên gia Học viện Ngân hàng (2023). 5 khuyến nghị đổi mới điều hành chính sách tiền tệ. *Tạp chí kinh tế và dự báo.* https://diendandoanhnghiep.vn/5-khuyen-nghi-doi-moi-dieu-hanh-chinh-sach-tien-te-224969.html
16. Phong Sơn (2023). Khó khăn và thách thức trong công tác điều hành chính sách tiền tệ hiện nay. *Tạp chí ngân hàng.* https://tapchinganhang.gov.vn/kho-khan-va-thach-thuc-trong-cong-tac-dieu-hanh-chinh-sach-tien-te-hien-nay.htm
17. Vương Thị Hương Giang - Đại học Ngân hàng TP. Hồ Chí Minh (2023). Tác động của làn sóng COVID-19 lần thứ tư đến biến động tỷ giá hối đoái USD/VN. Tạp chí Ngân Hàng. https://tapchitaichinh.vn/tac-dong-cua-lan-song-covid-19-lan-thu-tu-den-bien-dong-ty-gia-hoi-doai-usd-vnd.html
18. TS. Nguyễn Thị Kim Thanh (2019). Chính sách tiền tệ năm 2018 với những hiệu quả đạt được. *Tạp chí Ngân Hàng*. https://tapchinganhang.gov.vn/chinh-sach-tien-te-nam-2018-voi-nhung-hieu-qua-dat-duoc.htm
19. Vũ Xuân Thanh (2023). Điều hành chính sách tiền tệ của ngân hàng trung ương sau khủng hoảng. *Tạp chí ngân hàng.* https://tapchinganhang.gov.vn/dieu-hanh-chinh-sach-tien-te-cua-ngan-hang-trung-uong-sau-khung-hoang.htm

# PHÂN BAN
# KHOA HỌC XÃ HỘI

# VẬN DỤNG CHIẾN THUẬT ĐỌC "SQ3R" VÀO DẠY HỌC ĐỌC HIỂU CHO HỌC SINH THPT THEO ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN NĂNG LỰC

**Trịnh Văn Sỹ***
Trường Đại học FPT (FPT University).
*Tác giả liên hệ, Email: sytv6@fpt.edu.vn.

**TÓM TẮT**

Hiện nay, Chương trình giáo dục phổ thông 2018 được thực hiện nhằm phát triển năng lực và phẩm chất cho học sinh. Ngoài ra, Chương trình yêu cầu việc đổi mới các phương pháp, kĩ thuật dạy học nhằm phát triển toàn diện năng lực và phẩm chất cho học sinh. Hiện nay, phát triển kĩ năng Đọc là điều vô cùng quan trọng và cấp thiết. Với học sinh, kĩ năng đọc còn yếu và khó tiếp cận, chưa hiểu sâu về văn bản và thông tin bài học. Chiến thuật đọc "SQ3R" là một kĩ năng đọc nổi tiếng vận dụng cho học sinh một số thao tác cụ thể và hữu ích cho từng giai đoạn đọc. Chiến thuật đọc "SQ3R" phù hợp với mọi đối tượng học sinh bởi nó đem lại tính hiệu quả cao để cảm thụ, trải nghiệm cùng văn bản, thông tin và tài liệu cũng như rèn luyện thao tác tư duy và kĩ năng đọc. "SQ3R" là chiến thuật mà giáo viên có thể tổ chức dạy học đọc theo quy trình, học sinh đọc chủ động, tích cực hơn trong giờ học đọc hiểu.
*Từ khóa:* Chương trình GDPT 2018; Chiến thuật đọc; Năng lực; Xã hội.

## 1. Tổng quan

Điểm cốt yếu trong mục tiêu của Chương trình Giáo dục phổ thông 2018 là phát triển năng lực, phẩm chất và các kĩ năng cho HS [1]. Để đạt được mục tiêu đó thì đổi mới phương pháp dạy học là một khâu quan trọng. Một trong các biện pháp góp phần phát triển các kĩ năng cho HS là vận dụng chiến thuật đọc "SQ3R". Chiến thuật đọc "SQ3R" là một kĩ thuật đọc tích cực trong việc phát triển kĩ năng đọc theo giai đoạn trong dạy học. Ngoài ra, chiến thuật rất phù hợp với đối tượng HS trung học vì đặc điểm tâm sinh lí, năng lực các em đang dần phát triển. Bởi nó đem lại tính hiệu quả cao về kĩ năng đọc để cảm thụ, trải nghiệm cùng văn bản và thông tin bài học, tài liệu cũng như rèn luyện thao tác tìm kiếm, truy xuất thông tin.

Ở chiến thuật đọc"SQ3R", GV có thể tổ chức dạy học đọc theo quy trình, HS đọc chủ động, tích cực và phù hợp với mọi thể loại văn học. Ngoài ra, hình thành năng lực tự chủ, tự học, kĩ năng tìm kiếm thông tin, kĩ năng đặt câu hỏi giúp cho HS tích cực và chủ động trong học tập. Đồng thời, nếu GV sử dụng kĩ thuật trong hoạt động nhóm, chiến thuật còn giúp học sinh phát triển năng lực hợp tác với các bạn trong nhóm và lớp. Sử dụng chiến thuật đọc "SQ3R" là một chiến thuật dạy học tích cực, tuy nhiên, chiến thuật chưa được nhiều GV vận dụng vào dạy học. Với chiến thuật này, ngoài đặc thù môn Ngữ văn có thể sử dụng hiệu quả trong dạy học đọc hiểu văn bản thì chiến thuật cũng mang lại hiệu quả cao khi vận dụng vào các môn về xã hội như: Lịch sử, Địa lý, Giáo dục kinh tế và pháp luật.

Đã có công trình khoa học nghiên cứu và đề cập tới chiến thuật đọc "SQ3R" trong dạy học đọc có thể nhắc tới nhóm nghiên cứu Trần Thị Huệ và Phan Thị Thơm (2023) với đề tài *Vận dụng kĩ thuật SQ3R để dạy học- đọc các văn bản nghị luận ở bài 3 "Nghệ thuật thuyết phục trong văn nghị luận" (Ngữ văn 10- Kết nối tri thức với cuộc sống) theo định hướng phát triển năng lực cho học sinh* [2].Trong đề tài nghiên cứu trên, các tác giả đã khái quát về chiến thuật "SQ3R" và chứng minh qua văn bản nghị luận ở lớp 10 bộ sách *Kết nối tri thức với cuộc sống*. Nhưng trong bài nghiên cứu, chúng tôi nhận thấy nhóm tác giả mới chỉ dừng lại ở việc

vận dụng vào một loại văn bản chứ chưa có đa dạng hoá các bài. Ngoài ra, chiến thuật đọc "SQ3R" là một kĩ thuật mới nên rất ít công trình nghiên cứu vào quá trình dạy học. Đã có một vài tác giả nghiên cứu và ứng dụng trong môn Ngữ văn nhưng chưa có nhiều nhà nghiên cứu thực nghiệm chiến thuật đọc vào các môn khác.

Vậy nên, trong bài nghiên cứu, chúng tôi tiến hành nghiên cứu khái niệm, cách thức tổ chức và thực hiện chiến thuật đọc "SQ3R". Đồng thời chúng tôi cũng tiến hành vận dụng, thực nghiệm vào các môn học xã hội trong nhà trường trung học phổ thông theo Chương trình 2018 hiện hành.

## 2. Phương pháp

Trong bài nghiên cứu, chúng tôi sử dụng phương pháp khái quát hóa nhằm khái quát lại cơ sở lí luận về chiến thuật đọc "SQ3R". Ngoài ra, để đảm bảo bài nghiên cứu có tính xác thực chúng tôi còn sử dụng phương pháp khảo sát và thực nghiệm, so sánh đối chiếu số liệu thống kê định lượng ở nhiều góc độ trong giờ học có vận dụng chiến thuật đọc "SQ3R" ở các lớp 10,11 năm học 2023-2024. Hệ thống hóa kết quả nghiên cứu về cách tổ chức chiến thuật vào một số giờ học trong môn Ngữ văn cho HS.

## 3. Kết quả và thảo luận

### *3.1 Khái quát về vấn đề*

*3.1.1 Quan niệm về đọc- đọc hiểu và các giai đoạn của đọc hiểu*

** Quan niệm về đọc và đọc hiểu*

Đọc hiểu là hoạt động cơ bản của con người để chiếm lĩnh văn hóa. Khái niệm đọc hiểu (comprehension reading) có nội hàm khoa học phong phú có nhiều cấp độ gắn liền với lí luận dạy học văn, lí thuyết tiếp nhận tâm lí học nghệ thuật, lí thuyết giao tiếp thi pháp học, tường giải học văn bản học. **Đọc** là một hoạt động của con người, dùng mắt để nhận biết các kí hiệu và chữ viết, dùng trí óc để tư duy và lưu giữ những nội dung mà mình đã đọc và sử dụng bộ máy phát âm phát ra âm thanh nhằm truyền đạt đến người nghe. **Hiểu** là phát hiện và nắm vững mối liên hệ của sự vật, hiện tượng, đối tượng nào đó và ý nghĩa của mối quan hệ đó. Hiểu còn là sự bao quát hết nội dung và có thể vận dụng vào đời sống. Hiểu là phải trả lời được các câu hỏi Cái gì? Như thế nào? Làm thế nào?

**Đọc hiểu** là đọc kết hợp với sự hình thành năng lực giải thích, phân tích, khái quát, biện luận đúng- sai về logic, nghĩa là kết hợp với năng lực, tư duy và biểu đạt. Mục đích trong tác phẩm văn chương, đọc hiểu là phải thấy được: Nội dung của văn bản; mối quan hệ ý nghĩa của văn bản do tác giả tổ chức và xây dựng; ý đồ, mục đích [3].

Theo quan niệm về đọc của nhà nghiên cứu Trần Đình Sử được chia thành mười quan điểm hiểu về đọc như: *Đọc là giải thích, giải mã; đọc là phi giải thích; đọc là khai thông nối liền; đọc là viết lại; đọc là kiến tạo, trò chơi, là tìm cái không có ở trong văn bản; đọc là phát hiện ra giá trị; đọc là đối thoại, giao lưu với văn hoá; đọc là giải cấu trúc; đọc là phản ứng trước hành động của câu văn; đọc là "đọc nhầm*"[4]. Tuy nhiên, không phủ nhận vai trò của tác giả, không phủ nhận vai trò tổ chức ý nghĩa của văn bản, không phủ nhận vai trò kiến tạo của người đọc. Đọc là quá trình đi tìm nghĩa. Ý nghĩa là sản phẩm tương tác giữ văn bản với người đọc mà thành nên luôn biến đổi và vô hạn Theo nhà nghiên cứu Nguyễn Thanh Hùng: *Hành động đọc là cơ bản và có tầm quan trọng hết sức to lớn cần phải giải quyết thấu đáo. Còn "hiểu" chỉ là kết quả mong muốn và tất yếu của hoạt động đọc. Hiểu cũng là mục đích cuối cùng và cao nhất của bất cứ hành động đọc nào*" [5]. Còn theo tác giả Phạm Thị Thu Hương: *Đọc hiểu văn bản thực chất là một quá trình người đọc kiến tạo ý nghĩa văn bản đó thông qua hệ thống các hoạt động, hành động, thao tác nhất định.* Theo nhà nghiên cứu Đỗ Ngọc Thống: *Đọc hiểu ở đây được hiểu một cách khá toàn diện. Đó là một quá trình bao gồm việc tiếp xúc với văn bản, thông hiểu cả nghĩa đen, nghĩa bóng, nghĩa hàm ẩn cũng như thấy được vai trò, tác dụng của các hình thức, biện pháp nghệ thuật ngôn từ, các thông điệp tư tưởng, tình cảm, thái độ của người viết và cả các giá trị tự thân của hình tượng nghệ thuật* [6].

Nói tóm lại, các quan điểm trên đều hướng tới việc dạy cho học sinh cách kiến tạo nghĩa văn bản đồng thời phải phù hợp với quan điểm dạy học phát triển năng lực cho học sinh theo Chương trình hiện hành.

** Các giai đoạn của đọc hiểu*

- Theo các nhà giáo dục Úc, đọc chia thành 3 giai đoạn:

+ Đọc chia sẻ (đọc mẫu): Giáo viên làm mẫu và hình thành kĩ năng đọc cho học sinh.

+ Đọc có hướng dẫn: Học sinh tự đọc và thực hành các kĩ thuật đọc.

+ Đọc độc lập: Học sinh tự đọc với các văn bản khó hơn.

- Bộ Giáo dục Canada: 3 giai đoạn: Trước khi đọc - Trong khi đọc - Sau khi đọc

- Theo nhà nghiên cứu Trần Đình Sử, đọc hiểu chia thành 3 giai đoạn:

+ Giai đoạn 1: Đọc thông tin (nhận diện, truy xuất thông tin)

+ Giai đoạn 2: Đọc ý nghĩa, thông điệp (tích hợp, diễn giải)

+ Giai đoạn 3: Đọc liên hệ (phản ánh (kết nối ngoài văn bản), đánh giá) [3].

Trong Chương trình 2018 môn Ngữ văn, đọc hiểu văn bản thường được tổ chức theo quy trình, cụ thể: Đọc hiểu nội dung; đọc hiểu hình thức; đọc liên hệ, so sánh, kết nối và đọc mở rộng. Tóm lại, nhìn chung đọc hiểu thường được tổ chức cụ thể như: Quy trình đọc (3 giai đoạn...): phát huy vai trò tích cực của học sinh; quy trình cảm thụ văn học; quy trình phát triển năng lực [4].

Trong quá trình công tác tại Trường Trung học phổ thông FPT Đà Nẵng, chúng tôi thường tổ chức đọc hiểu cho học sinh theo 3 giai đoạn: Trước khi đọc, trong khi đọc và sau khi đọc để phát triển năng lực và kĩ năng cho học sinh trong các tiết đọc hiểu văn bản.

*3.1.2 Dạy học đọc hiểu cho học sinh THPT theo định hướng phát triển năng lực*

Khái niệm "*năng lực"* được xác định với những đặc trưng sau: "*NL là tổ hợp các thuộc tính độc đáo của cá nhân, phù hợp với yêu cầu của một hoạt động nhất định, đảm bảo cho hoạt động đó có hiệu quả"* [6]. Nhưng đó không phải là sự cộng gộp đơn thuần các thuộc tính mà là *"sự tương tác lẫn nhau giữa các thuộc tính làm thành một hệ thống, một cấu trúc nhất định"* [6].

Ngữ văn là môn học thuộc lĩnh vực Giáo dục ngôn ngữ và văn học, được học từ lớp 1 đến lớp 12. Ở cấp tiểu học, môn học này có tên là Tiếng Việt; ở cấp trung học cơ sở và cấp trung học phổ thông có tên là Ngữ văn. Mục tiêu chung của chương trình trong môn Ngữ văn ở THPT được cụ thể như sau: a) Giúp học sinh tiếp tục phát triển những phẩm chất tốt đẹp đã được hình thành ở tiểu học; nâng cao và mở rộng yêu cầu phát triển về phẩm chất với các biểu hiện cụ thể như: biết tự hào về lịch sử dân tộc và văn học dân tộc; có ước mơ và khát vọng, có tinh thần tự học và tự trọng, có ý thức công dân, tôn trọng pháp luật. b) Tiếp tục phát triển các năng lực chung, năng lực ngôn ngữ, năng lực văn học đã hình thành ở cấp tiểu học với các yêu cầu cần đạt cao hơn.

Về năng lực đọc hiểu: Năng lực và năng lực đọc hiểu văn bản là một trong những khái niệm được quan tâm, đánh giá và trao đổi trong ngành khoa học giáo dục Việt Nam nhiều năm trở lại đây. Trong đó trọng tâm của quá trình dạy học phát triển năng lực cho người học là năng lực đọc hiểu văn bản. Đọc hiểu là một quá trình tương tác giữa một người đọc với một văn bản. Mục đích của năng lực đọc hiểu đều hướng về học sinh và phát triển năng lực toàn diện, đáp ứng yêu cầu mà mục tiêu của Chương trình hiện hành. Bởi vậy, với mục tiêu của Chương trình, GV cần phải tập trung vào việc phát triển năng lực toàn diện cho HS.

Trong tiết học đọc hiểu văn bản hiện nay, HS rất khó tiếp cận, khó đọc sâu và hiểu được hết nội dung của bài học. Ngoài ra, kĩ năng đọc của HS còn hạn chế chưa thực sự cố gắng để trải nghiệm cùng văn bản. Năng lực ngôn ngữ của các em còn yếu dẫn tới việc tiếp cận cũng như hiểu văn bản rất khó. Chúng tôi đã tiến hành điều tra, khảo sát mức độ tiếp nhận văn bản, hứng thú của HS khi đọc hiểu một tác phẩm văn học như sau:

**Bảng 1. Thang đo mức độ hứng thú và tích cực tham gia vào hoạt động đọc của học sinh mức độ hứng thú và tích cực tham gia vào hoạt động đọc của học sinh**

| STT | Tiêu chí | Mức độ | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Hứng thú đọc văn bản | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2 | Tích cực tham gia | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

**Bảng 2. Kết quả khảo sát mức độ hứng thú và tích cực tham gia vào hoạt động đọc của học sinh**

| Số lượng HS | Tiêu chí | Mức độ | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **153** | Hứng thú đọc văn bản | 13 | 81 | 22 | 23 | 14 |
| | Tích cực tham gia | 21 | 23 | 67 | 25 | 17 |
| | **Tỉ lệ (%)** | 22 | 68 | 58,2 | 31,4 | 20,3 |

Quy đổi mức độ thang đo 1-5:

1- Không hứng thú; 2- Ít hứng thú; 3- Bình thường; 4- Hứng thú; 5- Rất hứng thú

1- Không tích cực; 2- Ít tích cực; 3- Bình thường; 4- Tích cực; 5- Rất tích cực

Sau khi thực hiện khảo sát 153 học sinh lớp 10 và 11 của các lớp chúng tôi giảng dạy khi HS đọc hiểu văn bản có thể thấy mức độ hứng thú và tích cực tham gia vào các tiết đọc hiểu ở tỉ lệ thấp (trên thang đo 5 mức độ). Còn tỉ lệ hứng thú và tích cực từ 4-5 thì rất thấp. Có thể thấy, tiết học đọc hiểu văn bản hiện tại rất cần các phương pháp, kĩ thuật dạy học tích cực có thể áp dụng vào bài học giúp học sinh phát triển năng lực đọc hiểu, năng lực ngôn ngữ và qua đó tạo tính hứng thú và tích cực trong giờ học. Biến giờ học thành giờ trải nghiệm cùng văn bản mang tính hiệu quả.

*3.1.3 Khái niệm, mục đích và yêu cầu cần đạt của chiến thuật đọc "SQ3R"*

** Khái niệm:* "SQ3R" được viết tắt từ các từ Survey (S), Question (Q), Read (R), Recite (R), Review (R). Đây chính là chiến thuật đọc 5 bước được Francis Robinson giới thiệu năm 1961 với mục đích giúp người học trở thành một đọc giả tích cực, sâu sắc, chủ động trong các giai đoạn của tiến trình đọc theo 3 giai đoạn: trước khi đọc- trong khi đọc- sau khi đọc [2].

** Mục đích sử dụng chiến thuật đọc "SQ3R"*

"SQ3R" là một chiến thuật đọc nổi tiếng. Nó có thể được áp dụng cho nhiều mục đích đọc vì linh hoạt và có thể thay đổi tích cực hơn cho HS về kĩ năng đọc văn bản. Kĩ thuật này có thể sử dụng vì có thể định hướng được quá trình đọc theo tiến trình, kích hoạt đọc tích cực và chủ động đặc biệt kĩ thuật này phù hợp để sử dụng cho tất cả các loại văn bản: văn bản văn học, văn bản thông tin và văn bản nghị luận. Ngoài ra, chiến thuật đọc "SQ3R" sẽ:

+ Định hướng cho HS các thao tác cụ thể, hữu ích cho từng giai đoạn đọc.

+ Học sinh sẽ biết cách tạo ra những câu hỏi hiệu quả, phát triển thói quen tìm kiếm thông tin, khả năng sử dụng các kĩ thuật đọc độc lập để hiểu văn bản sâu hơn, kiểm soát hiểu văn bản của học sinh trong quá trình đọc [2].

+ Giúp học sinh phát triển năng lực đọc hiểu văn bản và năng lực ngôn ngữ.

** Yêu cầu cần đạt khi vận dụng chiến thuật đọc "SQ3R"*

Để vận dụng kĩ thuật đọc SQ3R được hiệu quả, giáo viên cần lưu ý các yêu cầu sau: *Thứ nhất*, kĩ thuật SQ3R thực hiện phải phù hợp với mục tiêu bài học; *thứ 2*, kĩ thuật S3QR cần phù hợp với điều kiện thời gian giờ học, cơ sở và trang thiết bị dạy học; *thứ 3*, kĩ thuật cần phù hợp với mọi đối tượng học sinh; *thứ 4,* kĩ thuật thực hiện phải hấp dẫn, kích thích được hứng thú học tập của học sinh.

***3.2 Quy trình thực hiện chiến thuật đọc "SQ3R"***

** Bước 1. S- Survey, đọc lướt văn bản và thu thập thông tin*

Đối với bước này, học sinh sử dụng kĩ thuật đọc lướt, không đi sâu vào cụ thể và chi tiết của văn bản.

HS tiến hành dành khoảng 2-4 phút để xem khái quát và đọc lướt văn bản được cụ thể:

- Khảo sát nhanh nhan đề, tên tác giả, thể loại, bố cục, dung lượng, hình ảnh, hệ thống tiêu đề và bảng biểu, đồ thị (đối với văn bản thông tin)...

- HS rèn luyện được sự tập trung cho chính mình, xem lướt qua bài học trước khi đọc từng chữ:

• Xem nhan đề bài học, các thẻ câu hỏi, các tiêu đề lớn nhỏ, những chỗ đánh dấu, in nghiêng hoặc in đậm.

• Xem qua những hình vẽ hay minh họa, đồ thị hay biểu đồ. Xem qua toàn bộ bài đọc bằng cách đọc đoạn đầu và đoạn cuối, lướt nhanh qua những câu đầu của từng đoạn trong bài.

** Bước 2. Q- Question: đặt câu hỏi về tác phẩm*

- Học sinh, nhóm HS (tuỳ vào yêu cầu của giáo viên) tiến hành tạo một danh sách câu hỏi về văn bản.

- HS có thể đặt câu hỏi theo chủ đề của văn bản.

- Khảo sát thành các câu hỏi có liên quan. Cần hạn chế đưa ra các câu hỏi đóng (câu hỏi Yes -No), mà cần tập trung vào những câu hỏi mở như câu hỏi dự đoán về nội dung văn bản...

- GV có thể sử dụng kỹ thuật 5W1H (What- When- Why- Who- Which- How) hoặc kĩ thuật QAR (Question, Answer, Relationships) để tạo ra các câu hỏi hoặc sử dụng ngay các câu hỏi do tác giả đưa ra, câu hỏi ở phần đầu của bài học.

** Bước 3. R- Reading: đọc văn bản (đọc tích cực, đánh dấu và ghi chú, trả lời câu hỏi)*

Sau khi khảo sát và phát triển một số các câu hỏi, HS bắt đầu đọc một cách có định hướng và luôn bám sát các thẻ câu hỏi bên cạnh văn bản. HS tập trung đọc văn bản (Đọc sâu, đọc diễn cảm, đọc tích cực…). Đây là lúc tất cả các bước chuẩn bị của hai bước trên phát huy tác dụng. Điều này giúp HS luôn theo đúng mục tiêu của mình, tránh tình trạng đọc lan man và quá tải thông tin.Trong quá trình đọc, HS sẽ chủ động trả lời các câu hỏi đã đặt ra trước đó. Bên cạnh đó, học sinh có thể ghi nhớ thông tin bằng một số cách sau:

+ Ghi chú bên lề (Ghi chú theo các thẻ câu hỏi, nội dung chính…)

+ Vẽ sơ đồ tư duy.

+ Viết lại những ý chính, từ khóa vào giấy note và học sinh khái quát thông tin.

+ Học sinh có thể dùng bút dạ quang để tô những ý quan trọng.

+ Có thể sử dụng kỹ thuật mindmap để ghi chú các chi tiết. [2

Ngoài ra, HS chú ý đọc lại hướng dẫn về các hình ảnh, đồ họa, câu gạch chân và giảm tốc độ đọc khi gặp những đoạn khó. Học sinh có thể tạo từ khóa từ mỗi phần.

** Bước 4. R- Recite: tóm tắt, diễn giải và suy luận theo cách hiểu của mình*

Diễn giải các nội dung đã đọc bằng ngôn ngữ của chính mình. Giáo viên có thể hướng dẫn học sinh kết hợp hoạt động viết hoặc kĩ thuật- nói to suy nghĩ (think aloud) trong bước này. Học sinh đọc văn bản nếu như trong quá trình đọc có những suy nghĩ cần phản hồi, học sinh sẽ trao đổi trong lúc đọc. Sau khi đọc xong toàn bộ văn bản, học sinh đọc lại những phần quan trọng của văn bản hoặc câu chuyện mà học sinh đã đọc. Hoạt động này là điều quan trọng cần làm để làm rõ sự hiểu biết về văn bản. Có 4 giai đoạn để đánh giá một văn bản, bao gồm:

+ Hiểu kỹ bài đọc.

+ Thu thập tất cả các câu trả lời.

+ Quay lại lần nữa để kiểm tra câu trả lời.

+ Giai đoạn xem lại có thể được thực hiện nhiều lần để giúp người đọc ghi nhớ thông tin.

** Bước 5. R-Review: tổng kết, củng số sau khi đọc*

Học sinh tổng hợp các thông tin đã thu thập được và các ý tưởng quan trọng từ các bước đọc trong văn bản đã đọc. Học sinh có thể sử dụng sơ đồ tư duy hoặc các thẻ từ khóa hoặc phiếu học tập để thực hiện bước này một cách hiệu quả.

GV có thể kết hợp sử dụng phương pháp "Hỏi chuyên gia" để tổng kết lại nội dung bài học.

Trong bước 5, chiến thuật "SQ3R" giúp HS khắc sâu kiến thức và tích cực sau khi đọc xong văn bản.

Tóm lại, cả năm bước trong chiến thuật "SQ3R" sẽ giúp HS có một kĩ năng đọc văn bản hiệu quả, tận dụng được thời gian đọc văn bản của HS. Trong cách đọc truyền thống, HS tiến hành đọc văn bản nhưng không thể nhớ nội dung và chưa thao tác nhiều trên văn bản. Ở cách

đọc trong kĩ thuật SQ3R này, HS sẽ tích cực chủ động, khả năng ghi nhớ kiến thức sâu hơn trong cả 3 giai đoạn đọc văn bản.

***3.3 Những kết quả thực nghiệm thông qua một số văn bản***

*** Văn bản văn học**

**VĂN BẢN: NHỚ ĐỒNG (TỐ HỮU)**

**(SGK *Ngữ văn 11*, tập 1, Bộ *Kết nối tri thức với cuộc sống*)**

** Bước 1. S- Survey*

- GV hướng dẫn học sinh đọc khái quát văn bản Nhớ đồng (Tố Hữu).
- Học sinh thu thập thông tin về: tác giả Tố Hữu, nhan đề, cấu trúc của bài thơ (bao nhiêu khổ thơ), hình ảnh…
- Học sinh dự đoán nội dung và chủ đề của tác phẩm.

** Bước 2. Q- Question*

Giáo viên có thể hướng dẫn HS sử dụng kĩ thuật 5W1H (What- When- Why- Who- Which- How) để đặt câu hỏi. Đặt các câu hỏi liên quan tới kiến thức đã nhớ từ HS khi đọc lướt văn bản ở bước 1. Sau đây là câu hỏi mà HS đã tự đặt:

**Bảng 3. Bảng câu hỏi theo kĩ thuật 5W1H (bám sát yêu cầu cần đạt của bài)**

| Từ để hỏi | Nội dung câu hỏi |
|---|---|
| What | Qua văn bản, tứ thơ mang nội dung gì? |
| When | Bài thơ được viết khi nào? |
| Where | Yếu tố tượng trưng được thể hiện qua những câu thơ nằm ở vị trí nào trong văn bản? |
| Who | Bài thơ là cảm xúc của ai? |
| Why | Qua bài thơ, tại sao tác giả mang tâm trạng nhớ nhung về quê hương? |
| How | Cấu tứ được thể hiện như thế nào qua bài thơ? |

** Bước 3. R- Reading: đọc văn bản*

- HS tiến hành đọc văn bản theo hướng dẫn của giáo viên (đọc diễn cảm, đúng chính tả…)
- Trong khi đọc, HS chú ý, lắng nghe và tiến hành trả lời các câu hỏi mà ở bước 2 học sinh đã đặt ra.
- HS có thể vừa trả lời, vừa ghi chú bên lề, ghi chú vào giấy note, sử dụng sơ đồ tư duy để ghi chú.

** Bước 4. R- Recite: tóm tắt, diễn giải và suy luận*

- HS đọc và tóm tắt lại văn bản: nhân vật trữ tình, cảm xúc, nội dung, hình ảnh thơ,…
- Bằng cách hiểu, học sinh kiểm tra lại câu hỏi và tiến hành suy luận để trả lời cho các câu hỏi.

** Bước 5. R-Review: tổng kết, củng số sau khi đọc*

- Học sinh nhận xét bạn đọc văn bản.
- Học sinh khắc sâu ghi nhớ vào vở, giấy note, sơ đồ…
- Học sinh tìm ra cách đọc hiệu quả cho văn bản: ngắt nhịp, cảm xúc…
- Học sinh tổng kết lại cách đọc, xem lại đáp án các câu hỏi đã trả lời.

***Văn bản nghị luận**

**VĂN BẢN: CẦU HIỀN CHIẾU (NGÔ THÌ NHẬM)**

**(SGK *Ngữ văn 11*, tập 1, Bộ *Kết nối tri thức với cuộc sống*)**

** Bước 1. S- Survey*

- Giáo viên hướng dẫn học sinh đọc khái quát văn bản Cầu hiền chiếu (Ngô Thì Nhậm).
- Học sinh thu thập thông tin về: tác giả, nhan đề, cấu trúc của văn bản nghị luận (bao nhiêu luận điểm), các yếu tố bổ trợ (miêu tả, biểu cảm, thuyết minh, tự sự)
- Học sinh dự đoán nội dung và chủ đề của tác phẩm.

** Bước 2. Q- Question*

GV có thể hướng dẫn HS sử dụng kĩ thuật 5W1H để đặt câu hỏi: (Dưới đây là một số câu hỏi HS đã tự đặt câu hỏi)

**Bảng 4. Bảng câu hỏi theo kĩ thuật 5W1H (bám sát yêu cầu cần đạt của bài)**

| Từ để hỏi | Nội dung câu hỏi |
|---|---|
| **What** | Các lí lẽ được sử dụng trong văn bản có ý nghĩa gì? |
| **When** | Tác phẩm được viết khi nào? |
| **Where** | Luận điểm của văn bản được thể hiện qua các đoạn văn nào? |
| **Who** | Lời khẩn cầu các hiền tài giúp nước là lời của ai? |
| **Why** | Tại sao trong văn bản nghị luận phải có luận điểm, lí lẽ, và bằng chứng? |
| **How** | Các yếu tố bổ trợ của văn bản nghị luận được kết hợp như thế nào thông qua văn bản *Cầu hiền chiếu*? |

Ngoài ra, các kĩ thuật trên có thể thay đổi tuỳ theo tình hình năng lực của các lớp. GV có thể hướng dẫn HS đặt 2-3 câu hỏi sau khi đọc khái quát văn bản. Một số câu hỏi HS đã tự đặt sau khi GV yêu câu đặt 2 câu hỏi như sau:

*(1) Xác định luận đề của văn bản?*

*(2) Văn bản "Hiền tài là nguyên khí của quốc gia" có bao nhiêu luận điểm?*

** Bước 3. R- Reading*

- HS tiến hành đọc văn bản theo hướng dẫn của GV (HS chú ý đọc diễn cảm, đúng chính tả…)
- Trong khi đọc, HS chú ý, lắng nghe và tiến hành trả lời các câu hỏi mà ở bước 2 HS đã đặt ra.
- HS có thể vừa trả lời, vừa ghi chú bên lề, ghi chú vào giấy note, sử dụng sơ đồ tư duy để ghi chú.

** Bước 4. R- Recite*

- HS đọc và tóm tắt lại văn bản: nhân vật trữ tình, cảm xúc, nội dung, hình ảnh thơ,…
- Bằng cách hiểu, học sinh kiểm tra lại câu hỏi và tiến hành suy luận để trả lời cho các câu hỏi.

** Bước 5. R-Review*

- HS nhận xét bạn đọc văn bản.
- HS khắc sâu ghi nhớ vào vở, giấy note, sơ đồ…
- HS tìm ra cách đọc hiệu quả cho văn bản: ngắt câu, cảm xúc…
- HS tổng kết lại cách đọc, xem lại đáp án các câu hỏi đã trả lời.
- GV chốt kiến thức lại bài học.

*** Kết quả thực nghiệm**

Qua quá trình nghiên cứu và thực nghiệm ở lớp 10,11 với tổng HS 5 lớp giảng dạy là 153 đến từ Trường THPT FPT Đà Nẵng trong học kì 1 năm học 2023-2024, chúng tôi đã lập bảng điều tra, khảo sát trực tiếp học sinh về chiến thuật đọc "SQ3R" trong dạy học đọc hiểu văn bản, kết quả thu được trong bảng 5,6:

***Bảng 5. Kết quả đánh giá mức độ hứng thú của kĩ thuật đọc SQ3R của học sinh***

| Số lượng học sinh | Thái độ tham gia và hiệu quả của kĩ thuật đọc "SQ3R" (Tỉ lệ %) | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | Không hứng thú | Ít hứng thú | Bình thường | Hứng thú | Rất hứng thú |
| 153 | 0 (0%) | 0 (0%) | 0 (0%) | 64 (41,8 %) | 99 (64,7%) |

***Bảng 6. Kết quả đánh giá mức độ tích cực của kĩ thuật đọc SQ3R của học sinh***

| Số lượng học sinh | Đánh giá mức độ hiệu quả tích cực của kĩ thuật đọc "SQ3R" (Tỉ lệ %) |
|---|---|

| | Không tích cực | Ít tích cực | Bình thường | Tích cực | Rất tích cực |
|---|---|---|---|---|---|
| 153 | 0 (0%) | 0 (0%) | 0 (0%) | 66 (43,1 %) | 87 (56,9%) |

Kết quả tại Bảng 5 cho thấy, đa số học sinh (64,7%) rất hứng thú tham gia chiến thuật đọc "SQ3R" và khắc sâu được những kiến thức ở phần đọc văn bản; số học sinh hững thú, nhớ được kiến thức của bài cũng chiếm 41,8%. Qua đó có thể thấy, học sinh rất tích cực, hứng thú và rèn luyện khả năng ghi nhớ, tư duy và phát triển năng lực đọc hiểu trong quá trình đọc văn bản theo 3 giai đoạn đọc.

Với kết quả ở bảng 6, chúng ta có thể thấy tổng số lượng học sinh đánh giá khi giáo viên sử dụng kĩ thuật vào dạy học đọc hiểu với mức độ hiệu quả tích cực (43,1%) và rất tích cực (56,9%) đều chiếm tỉ lệ cao. Qua đó có thể thấy một tín hiệu tích cực khi chiến thuật đọc "SQ3R" được sử dụng vào các tiết đọc hiểu mang lại hiệu quả cao và giúp học sinh rèn luyện kĩ năng đọc, thu thập, xử lí thông tin và kĩ năng đặt câu hỏi.

So với bảng khảo sát trước khi HS tham gia kĩ thuật thì đây chính là tín hiệu đáng mừng vì khả năng áp dụng vào các văn bản đọc hiểu có thể thực hiện được. Có thể thấy, với bảng 1, số lượng HS không tích cực và chủ động tham gia cũng như hứng thú chiếm tỉ lệ rất thấp (từ 1-3 theo thang đo 5 mức độ). Đặc biệt mức độ hứng thú, rất hứng thú, tích cực, rất tích cực chiếm tỉ lệ cao (so với bảng 2).

**4. Kết luận**

Trong quá trình tổ chức kĩ thuật SQ3R cho học sinh, giáo viên cần sử dụng phối hợp các kĩ thuật với các phương pháp dạy học khác, không tổ chức đơn thuần kĩ thuật SQ3R. Những tiết học có sử dụng kĩ thuật này phải dễ tổ chức và thực hiện, phù hợp với đặc điểm và khả năng của học sinh với quỹ thời gian, với hoàn cảnh, điều kiện thực tế của lớp học. Đặc biệt, GV khi sử dụng chiến thuật đọc "SQ3R" cần đảm bảo nội dung, mục đích dạy học và nắm được yêu cầu của kĩ thuật này. Ngoài ra, HS phải nắm được cách thực hiện nhuần nhuyễn từng bước. Tạo điều kiện cho học sinh tham gia tổ chức điều khiển tất cả các khâu từ chuẩn bị, tiến hành kĩ thuật và đánh giá sau khi tổ chức kĩ thuật nhằm phát huy tính tích cực, chủ động của HS. Chiến thuật đọc "SQ3R" trong dạy học phải được sử dụng luân phiên, thay đổi một cách linh hoạt, hợp lí và không gây nhàm chán (hoạt động theo nhóm/ cá nhân) Trong khi tổ chức chiến thuật đọc "SQ3R" trong dạy học giáo viên phải thường xuyên theo dõi, quan sát và bao quát lớp học để kịp thời giúp đỡ các em HS.

**TÀI LIỆU THAM KHẢO**


1. Trịnh Văn Sỹ (09/2023). Thiết kế và sử dụng trò chơi học tập trong dạy học đọc hiểu cho học sinh lớp 10 trung học phổ thông, *Tạp chí Khoa học và Công nghệ*, 228 (12),198-205.
2. Trần Thị Huệ, Phan Thị Thơm (2023). *Vận dụng kĩ thuật SQ3R để dạy học- đọc các văn bản nghị luận ở bài 3 "Nghệ thuật thuyết phục trong văn nghị luận" (Ngữ văn 10- Kết nối tri thức với cuộc sống) theo định hướng phát triển năng lực cho học sinh,* Sáng kiến kinh nghiệm, Nghệ An.
3. Hiểu đúng về nội dung đọc hiểu, theo: https://s.net.vn/0w6e.
4. Trần Đình Sử (2011). *Văn bản văn học và đọc hiểu văn bản,* in trong *Tài liệu tập huấn giáo viên trường Chuyên- Môn Ngữ văn*, Bộ Giáo dục và Đào tạo.
5. Nguyễn Thanh Hùng (2011). *Kĩ năng đọc hiểu Văn*, NXB Đại học Sư phạm.
6. Phạm Thị Thu Hiền (2014). *So sánh vấn đề đọc hiểu văn bản trong Chương trình Giáo dục phổ thông môn Ngữ văn của Việt Nam và một số nước trên thế giới*, Viện Khoa học Giáo dục, Hà Nội.

# TIỂU THUYẾT *XA NGOÀI KIA NƠI LOÀI TÔM HÁT* VÀ PHIM ĐIỆN ẢNH CÙNG TÊN NHÌN TỪ LÝ THUYẾT VĂN HÓA ĐẠI CHÚNG

**Dương Thị Út Giàu***
Khoa Văn học, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân Văn,
Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.
*Tác giả liên hệ, Email: giauduong021099@gmail.com.

**TÓM TẮT**

Bài viết nghiên cứu tiểu thuyết *Xa ngoài kia nơi loài tôm hát* của Delia Owens và phim cải biên cùng tên của đạo diễn Olivia Newman từ lý thuyết văn hóa đại chúng. Trong bối cảnh phát triển nhanh chóng của các nền tảng kỹ thuật số, công nghệ và trí tuệ nhân tạo, sự tương tác giữa tác phẩm nghệ thuật với đối tượng tiếp nhận đã có nhiều biến đổi. Bài viết trả lời cho hai câu hỏi sau đây: Cách thức các tác phẩm văn hóa đại chúng ảnh hưởng đến phương thức tiếp nhận và thị hiếu thẩm mỹ của độc giả/khán giả với những hình thức tự sự đa dạng như thế nào? Quá trình cải biên tiểu thuyết *Xa ngoài kia nơi loài tôm hát* thành phim điện ảnh tạo ra những cuộc đối thoại đa chiều đã kiến tạo và lan truyền các diễn ngôn chính trị - xã hội (tập trung vấn đề về giới, quyền lực và môi trường) như thế nào từ góc nhìn của lý thuyết văn hóa đại chúng? Đồng thời, bài viết mở ra những hướng nghiên cứu thích ứng với các lĩnh vực năng động và đầy tiềm năng của nghiên cứu liên ngành, liên văn hóa, liên phương tiện.

*Từ khóa:* phim cải biên; văn hóa đại chúng; Xa ngoài kia nơi loài tôm hát.

## 1. Tổng quan

*Xa ngoài kia nơi loài tôm hát* (*Where the Crawdads Sing*) là cuốn tiểu thuyết đầu tay của nữ tác giả gần bảy mươi tuổi Delia Owens trở thành hiện tượng xuất bản (năm 2018), nhiều tuần liền lọt vào danh sách bán chạy (best-seller) của New York Times. Mùa hè bốn năm sau đó (2022), bộ phim cải biên cùng tên của đạo diễn Olivia Newman vừa ra mắt đã nhanh chóng trở thành hiện tượng phòng vé dành cho phim kinh phí trung bình, đạt doanh thu 116 triệu USD trong khi kinh phí sản xuất chỉ 24 triệu USD.

Câu chuyện lấy bối cảnh ở thị trấn hư cấu ở Vũng Barkley, Bắc Caroline, nước Mỹ vào giữa thế kỷ 20 và cuộc đời của Catherine Danielle Clark (Kya), một cô gái bị bỏ rơi bởi những người thân trong gia đình từ khi lên mười. Cô học cách sinh tồn và tự bảo vệ mình bằng cách làm bạn với thiên nhiên. Song song đó là vụ án ly kỳ về cái chết của Chase Andrews - một thanh niên nổi tiếng trong vùng được tìm thấy xác bên dưới tháp cứu hỏa cũ và mọi nghi ngờ đổ dồn về Kya. Đây mặc dù là các tác phẩm đương đại chưa được chú tâm nghiên cứu về mặt học thuật tại Việt Nam, song cuộc đối thoại giữa ngôn ngữ văn chương và điện ảnh về các vấn đề thiên nhiên, xã hội, con người trong tác phẩm nhìn từ lý thuyết văn hóa đại chúng sẽ đem lại nhiều gợi dẫn đầy tiềm năng cho nghiên cứu văn học và các ngành khoa học xã hội liên quan.

## 2. Phương pháp

Bài viết nghiên cứu trường hợp *Xa ngoài kia nơi loài tôm hát* và phim điện ảnh cùng tên từ lý thuyết văn hóa đại chúng. Trên cơ sở đó, đề tài sử dụng các phương pháp nghiên cứu chủ yếu sau:

Phương pháp so sánh - đối chiếu: phương pháp này được sử dụng để soi chiếu vào những thay đổi của tác phẩm điện ảnh so với tác phẩm văn học mà nó cải biên nhằm tìm ra những nguyên nhân, mục đích thay đổi của các nhà làm phim. Từ đó làm rõ những biến đổi, thích nghi

và mở rộng các vấn đề được truyền tải bởi các hình thức tự sự khác nhau.

Phương pháp nghiên cứu liên ngành: Phương pháp nghiên cứu liên ngành cho phép người nghiên cứu sử dụng những lý thuyết và phương pháp từ nhiều lĩnh vực khác nhau (điện ảnh, văn hóa học, xã hội học), từ đó soi chiếu các vấn đề thuộc về văn hóa đại chúng.

Phương pháp lịch sử - xã hội: đặt tác phẩm văn học và tác phẩm cải biên trong bối cảnh văn hóa xã hội của nó sẽ thấy được những tác động của bối cảnh xã hội, văn hóa, chính trị đến mục đích cải biên, đến quá trình tiếp nhận tác phẩm văn chương của các nhà làm phim và sự phản hồi của độc giả, khán giả. Vì vậy, phương pháp này được sử dụng để làm rõ sự vận động của các yếu tố lịch sử - xã hội và vai trò của chúng trong việc hình thành và biểu hiện các vấn đề của văn hóa đại chúng.

## 3. Kết quả và thảo luận

### *3.1 Tiểu thuyết Xa ngoài kia nơi loài tôm hát và phim điện ảnh cùng tên*

#### *3.1.1 Tiểu thuyết Xa ngoài kia nơi loài tôm hát và tác giả Delia Owens*

Tiểu thuyết đầu tay của Delia Owens - *Where the Crawdads Sing* (*Xa ngoài kia nơi loài tôm hát*) có nhan đề ấn tượng và gợi lên nhiều tò mò cho độc giả. Dù nhan đề được dịch sang tiếng Việt không thật sát với nguyên tác, song thiết nghĩ đây chính là cánh cửa đầu tiên để độc giả bước vào thế giới của tác phẩm, dễ dàng tiếp cận và nắm bắt thông điệp chính mà tác phẩm đem lại. "Xa ngoài kia" gợi lên cảm giác của sự xa xôi, bí ẩn, một không gian bên ngoài những điều quen thuộc quanh ta. Có thể nói, tên tác phẩm (dịch sang tiếng Việt) đã truyền tải các yếu tố chính của câu chuyện: sự gần gũi và kỳ diệu của thiên nhiên, cùng với sự tò mò và mong muốn khám phá của con người. Phải chăng đó cũng là một lời mời mà tác giả gửi đến độc giả: tham gia vào cuộc hành trình trở về với thiên nhiên, để nghe "tiếng hát" của loài tôm và khám phá những bí mật đang chờ đợi ở "xa ngoài kia". Nơi nào có thể nghe được tiếng tôm (crawdad) hát? Loài tôm có thật sự biết hát? Tại sao lại là loài tôm hùm đất (crawdad) chứ không phải những loài phổ biến hơn ở Mỹ là "crayfish" hay "lobster"?

Theo National Geographic (Website về địa lý, sinh học, tự nhiên của chính phủ Hoa Kỳ (www.nationalgeographic.com), "crawdad" là tên gọi loài tôm hùm đất ở vùng miền Nam Hoa Kỳ, loài vật có một màng mỏng kề mang, khi hút nước và không khí sẽ tạo ra âm thanh theo từng nhịp thở, nghe giống tiếng "tích, te" của mã Morse. Theo cơ chế sinh học, âm thanh này dùng để liên lạc với những con tôm khác để cảnh báo về sự hiện diện của những kẻ săn mồi. Ở nơi hoang sơ và thân thiện với thiên nhiên nhất, con người sẽ có cơ hội lắng nghe được "tiếng hát" của chúng, đây phải chăng cũng là lời kêu gọi về ý thức bảo tồn sự đa dạng sinh học và sống hòa hợp với thiên nhiên của tác giả? Tại Mỹ, loài tôm này được xem là giống loài cần được bảo tồn cho sự cân bằng sinh thái. Theo Cục Lâm nghiệp Hoa Kỳ (Số liệu từ National Geographic), 1/5 số loài tôm càng đang bị đe dọa tuyệt chủng và chỉ có 2% số loài xuất hiện ở các khu vực được bảo vệ. Những lý do khiến chúng gặp nguy hiểm khác nhau tùy theo địa lý, trong đó mất môi trường sống, sự phát triển đô thị và ô nhiễm là những nguyên nhân hàng đầu.

*Xa ngoài kia nơi loài tôm hát* được xuất bản lần đầu năm 2018 và nhanh chóng nhận được sự yêu mến của đông đảo độc giả. Cuốn sách đạt được sáu triệu bản bán ra trên thế giới, liên tục đứng trong danh sách bán chạy của New York Times suốt 58 tuần và dẫn đầu mục tiểu thuyết bán chạy của Amazon trong năm 2019. Tại Việt Nam, tiểu thuyết được dịch bởi Trương Hoàng Uyên Phương vào năm 2022 với văn phong mượt mà, giàu sức gợi để chuyển tải một không gian hoang vu xa vắng, văng vẳng những thanh âm nguyên sơ nhất của thiên nhiên. Nhan đề *Xa ngoài kia nơi loài tôm hát* cũng chính là một nỗ lực tuyệt vời của dịch giả và ban biên tập đã để lại ấn tượng đặc biệt đối với độc giả và truyền tải tinh thần chung sống hài hòa với thiên nhiên của tác phẩm.

Delia Owens sinh ra ở miền Nam Georgia, bà trải qua thời thơ ấu tươi đẹp ở khu rừng xung quanh Thomasville, Mỹ. Gia đình bà đã có những mùa hè nghỉ dưỡng ở vùng núi Bắc Carolina,

nên Delia có một sự gắn bó đặc biệt với những địa điểm hoang sơ và xinh đẹp ở đó - nơi mà loài tôm hùm đất (crawdad) sinh sống rất nhiều tại vùng đầm lầy ven biển. Khi bắt đầu chương trình đại học, bà đã quyết định theo đuổi sự nghiệp khoa học thay vì văn chương. Delia Owens là đồng tác giả của ba cuốn sách phi hư cấu bán chạy nhất thế giới với tư cách là một nhà khoa học về động vật hoang dã ở Châu Phi, trong đó có *Tiếng khóc của Kalahari* (*Cry of the Kalahari*) (Hoang mạc Kalahari là một khu vực lớn chứa cát bán khô cằn đến khô cằn ở miền nam châu Phi, nơi có các khu bảo tồn thiên nhiên và động vật hoang dã. Sự đa dạng sinh học và văn hóa của cộng đồng người Bushmen tạo nên một phần quan trọng trong lịch sử độc đáo của vùng đất này). Bà nhận được nhiều giải thưởng danh giá cho các công trình nghiên cứu về thiên nhiên.

Trong *Xa ngoài kia nơi loài tôm hát*, Delia Owens đặt lời ca tụng đầy tinh tế về thế giới tự nhiên bên cạnh câu chuyện sinh tồn và trưởng thành với nhiều cung bậc cảm xúc của "cô gái đồng lầy", tạo nên một bản hòa ca độc đáo. Câu chuyện cũng là lời nhắc nhở về sự hiện diện của đất Mẹ, của thiên nhiên bên trong mỗi bản thể cá nhân, dẫu chúng ta có bị buộc tách khỏi cộng đồng của mình, trong sâu thẳm những bí mật đẹp đẽ và hoang sơ về giống loài vẫn luôn chảy trong huyết mạch. Con người vì thế không bao giờ đơn độc và vì thế cũng không thể nào tách rời khỏi tự nhiên. Câu chuyện đã gợi ra nhiều cuộc đối thoại về các vấn đề xã hội gần gũi, tức thời và nhức nhối của con người bởi một thứ văn chương hết sức dung dị, tiếp cận được với nhiều đối tượng độc giả.

*3.1.2 Phim điện ảnh Xa ngoài kia nơi loài tôm hát và đạo diễn Olivia Newman*

Phim điện ảnh *Xa ngoài kia nơi loài tôm hát* cải biên từ tiểu thuyết cùng tên của Delia Owens, thuộc thể loại tâm lý, chính kịch. Kịch bản của bộ phim được chấp bút bởi Lucy Alibar và Olivia Newman giữ vai trò đạo diễn, được hợp tác sản xuất bởi Reese Witherspoon, Lauren Neudstadter và hãng phim Hello Sunshine. Bộ phim điện ảnh Mỹ này có buổi công chiếu đầu tiên tại Bảo tàng Nghệ thuật Hiện đại vào ngày 11 tháng 7 năm 2022, và được hãng Columbia Pictures của Sony Pictures Releasing phát hành tại Mỹ vào ngày 15 tháng 7 năm 2022, tại Việt Nam vào ngày 1 tháng 9 năm 2022.

Bộ phim nhanh chóng nhận được sự chú ý ngay từ khi ra mắt, song cũng nhận được nhiều ý kiến trái chiều từ giới chuyên môn. Nhiều lời khen ngợi được dành cho diễn xuất của nữ diễn viên Edgar Daisy-Jones (trong vai Kya), kỹ thuật quay phim, âm nhạc... nhưng sự thiếu nhất quán về tông màu chủ đạo của tác phẩm cũng bị chỉ trích khá nhiều. Dù vậy, sự ủng hộ nhiệt thành của đông đảo khán giả đã đem lại doanh thu 144,3 triệu USD cho bộ phim có kinh phí sản xuất khiêm tốn là 24 triệu USD.

Thật khó để không bị mê hoặc bởi những thước phim với khung cảnh hoang sơ tuyệt đẹp của bộ phim với vùng đầm lầy thơ mộng, những tán cây xanh mát và nhiều động vật hoang dã. Bộ phim với hai khoảng thời gian khác nhau nhưng đan xen vào nhau giữa thời gian Kya trưởng thành và bị xét xử bởi tòa án trong thị trấn với thời niên thiếu ở vùng đầm lầy và những mối tình của cô. Mặc dù cuốn tiểu thuyết lấy bối cảnh ở vùng đầm lầy Bắc Carolina, việc quay phim thực sự diễn ra trong và xung quanh Houma và New Orleans ở Louisiana. Các địa điểm mang tính biểu tượng khác, như cái lán trong rừng, căn lều và bến Jumpin, đã được hiện thực hóa trên các khu đất tư nhân trên khắp vùng nông thôn Louisiana. Tác phẩm không chỉ là một sự chuyển dịch từ ngôn ngữ văn chương sang ngôn ngữ điện ảnh, đây còn là lời đối thoại, là sự kiến tạo những giá trị mới, những thông điệp mới từ nữ đạo diễn Olivia Newman.

Olivia Newman được biết đến nhiều nhất với vai trò đạo diễn và biên kịch cho phim điện ảnh chính kịch *Trận đấu đầu tiên* (*First Match*) (2018). Bà sinh ra ở Hoboken, New Jersey, Mỹ. Olivia Newman có bằng Cử nhân về tiếng Pháp và nghiên cứu phụ nữ tại trường Cao đẳng Vassar và bằng MFA (Master of Fine Arts - Thạc sĩ Nghệ thuật) về điện ảnh tại Đại học Columbia. Sự nghiệp làm phim của bà đánh dấu thành công đầu tiên bởi phim ngắn *Mary mắt xanh* (*Blue-Eyed Mary*), được trình chiếu tại Liên hoan phim Phụ nữ Portland Oregon năm 2010. Một số bộ phim

khác gắn với tên tuổi của Olivia Newman có thể kể đến như: *Ngọn lửa Chicago* (*Chicago Fire)* (2012), *FBI* (2018), *Điều cuối cùng anh ấy nói với tôi* (*The Last Thing He Told Me)* (2023)... và đến gần hơn với công chúng Việt Nam qua *Xa ngoài kia nơi loài tôm hát* (2022).

***3.2 Lý thuyết văn hóa đại chúng trong nghiên cứu văn học và điện ảnh***

Từ những năm 1950 đến 1960, nghiên cứu văn hóa đại chúng trở thành một trong những phạm trù lý thuyết quan trọng trong lĩnh vực nghiên cứu văn hóa, văn học, điện ảnh. Trong trường hợp tiểu thuyết *Xa ngoài kia nơi loài tôm hát* và phim cải biên cùng tên, lý thuyết văn hóa đại chúng được ứng dụng để tập trung vào việc làm rõ cách thức sáng tạo, tái sáng tạo các sản phẩm văn hóa, sự tác động đến công chúng và quá trình kiến tạo những diễn ngôn chính trị, xã hội, con người một cách mạnh mẽ. Đồng thời, với sự tác động của công nghệ và các phương tiện truyền thông, các sản phẩm văn hóa đại chúng có sức ảnh hưởng rất lớn đến ý thức, hệ giá trị và hành vi của cộng đồng. Vì vậy, sự sáng tạo và tiếp nhận các tác phẩm văn hóa đại chúng cũng đặt ra những câu hỏi về quyền lực, sự kiểm soát thông tin và quá trình hình thành nhận thức, tư tưởng trong xã hội.

Văn hóa đại chúng là một khái niệm chỉ tất cả các hoạt động văn hóa và giải trí được tiêu thụ và chia sẻ rộng rãi bởi một nhóm lớn người dân, thường là thông qua các phương tiện truyền thông đại chúng như truyền hình, radio, internet,và các phương tiện in ấn. Văn hóa đại chúng không chỉ bao gồm những sản phẩm văn hóa như phim ảnh, âm nhạc, sách báo, mà còn bao gồm các sự kiện xã hội như thể thao, tin tức, quảng cáo, các trò chơi điện tử... Đồng thời, thường phản ánh các giá trị, niềm tin, thị hiếu và quan điểm của xã hội đương thời và có tác động ảnh hưởng nhất định đến quan điểm và hành vi của các cá nhân trong cộng đồng.

Văn hóa đại chúng là một khái niệm phức tạp, nhấn mạnh vào sự tương tác đa chiều giữa các sản phẩm văn hóa và cộng đồng xã hội. Điều này thể hiện rõ qua sự phổ biến và được ưa chuộng của các tác phẩm văn học cho đến các sản phẩm truyền thông đa dạng như phim ảnh, âm nhạc, truyền hình và Internet. Văn hóa đại chúng chịu có mối liên hệ mật thiết và chịu ảnh hưởng sâu sắc bởi các phương tiện truyền thông đại chúng. Cùng với sự đa dạng trong hình thức và phương thức truyền tải, các tác phẩm nghệ thuật "thuộc" văn hóa đại chúng là sự tổng thể của những ý tưởng trong đời sống hàng ngày, những mối quan tâm cơ bản nhất, thiết thân nhất với con người xã hội. Trong trường hợp này, sự khúc xạ mỹ học đối với tác phẩm văn học và phim điện ảnh hàm chứa những tương đồng và khác biệt. Ở đó, khi độc giả đọc tác phẩm nguồn (tiểu thuyết) đã tự xây dựng nên một thế giới trong không gian tưởng tượng của riêng họ.

Những công trình nghiên cứu nổi bật của Raymond Williams, Herber J. Gans, John Storey... đã nêu ra những quan điểm đa dạng về định nghĩa, đặc trưng, ảnh hưởng của văn hóa đại chúng trong đời sống xã hội. Song, có một điểm chung nổi bật nhất ở các công trình của họ là nỗ lực xóa nhòa ranh giới giữa văn hóa cao (high culture) hay văn hóa tinh hoa (elite culture) với văn hóa thấp (low culture) mà các tác phẩm văn hóa đại chúng được xếp vào. Thực tế cũng cho thấy, việc đánh giá phân loại đâu là các tác phẩm văn hóa đại chúng, đâu là các tác phẩm văn hóa tinh hoa không thật sự thuyết phục giới chuyên môn lẫn đại chúng. Gắn với yếu tố "đại chúng", các tác phẩm sáng tạo bị "hạ bậc" về mặt nghệ thuật. Nhưng suy cho cùng, sáng tạo khởi từ con người, với mục đích phục vụ con người và những tác phẩm thỏa được nhu cầu giải trí, thị hiếu thẩm mỹ, lan tỏa những giá trị tốt đẹp một cách gần gũi đã là một thành công lớn cho sứ mệnh của sáng tạo nghệ thuật.

Về định nghĩa của văn hóa đại chúng, theo John Storey trong công trình *Một dẫn luận về lý thuyết văn hóa và văn hóa đại chúng* (*Cultural Theory and Popular Culture. An Introduction*) (Storey, 1993, tr.6-17) có một số đặc trưng cơ bản sau: Văn hóa đại chúng đặc trưng bởi sự phổ biến trong cộng đồng, điều này phản ánh rõ nhất qua sự yêu thích, tham gia, sử dụng rộng rãi của nhiều người. Văn hóa đại chúng với các sản phẩm và thực hành văn hóa thường gắn với định kiến phổ thông, tầm thường. Trong khi đó, cái được gọi là tinh hoa, hàn lâm mang tính chuyên môn

hóa cao và có sự giới hạn trong vòng tròn những người quan tâm nhất định cần sự hứng thú mãnh liệt để tiếp nhận những kiến thức, kỹ năng chuyên biệt đó. Văn hóa đại chúng cũng được xem là văn hóa thương mại bởi các tác phẩm thường gắn với công nghiệp văn hóa (cultural industry), sản xuất hàng loạt, tiếp thị và tiêu thụ đại trà. Và sau cùng, quan trọng hơn cả, văn hóa đại chúng là những sản phẩm văn hóa do công chúng tạo nên, đáp ứng nhu cầu, phản ánh tiếng nói của chính họ. Vì vậy, đó có thể là sự phản kháng của những nhóm người yếu thế, những cộng đồng "bên lề", là không gian sáng tạo và biểu đạt đa âm, đa thanh, đa chiều kích.

***3.3 Truyền thông đại chúng trong việc quảng bá tiểu thuyết Xa ngoài kia nơi loài tôm hát và phim điện ảnh cùng tên***

Trong kỷ nguyên hậu hiện đại, sự phát triển của văn hóa nghệ thuật gắn liền với các phương tiện truyền thông, theo Marshall McLuhan, các phương tiện truyền thông đại chúng chính là thông tin. Chúng là yếu tố định hình và kiểm soát hành động, tư duy của con người. Các phương tiện truyền thông điện tử như đài phát thanh, vô tuyến truyền hình, điện ảnh, internet… đã cấu thành môi trường truyền thông đặc thù từ cuối thế kỉ 20. Đến thế kỷ 21, đặc biệt là những năm gần đây, sự bùng nổ của Internet và sau nữa là trí tuệ nhân tạo (AI) với các trải nghiệm thực tế ảo (AR - Augmented Reality, VR - Virtual Reality) đã thay đổi nhanh chóng toàn bộ cục diện sáng tạo và tiếp nhận văn hóa nghệ thuật. Phát triển trên nền tảng của những tiến bộ công nghệ không ngừng, điện ảnh được xem là loại hình nghệ thuật đa phương tiện có khả năng thách thức cao nhất, song cũng mở ra nhiều không gian đối thoại với công chúng so với các tự sự truyền thống vốn chỉ dựa vào ngôn từ. Tính trực giác của hình ảnh, chuyển động, âm thanh... khiến người xem thông qua truyền thông điện tử có thể nhanh chóng nắm bắt được thông tin mà không cần huy động quá nhiều liên tưởng như khi tiếp cận qua truyền thông chữ viết. Có thể hình dung rằng, điện ảnh và các phương tiện truyền thông, tiếp thị xoay quanh các tác phẩm văn hóa đại chúng sẽ lấp đầy dần những khoảng trắng, rút ngắn khoảng cách giữa độc giả/ khán giả với tác phẩm.

Đặc biệt, sự chuyển đổi từ tiểu thuyết sang phim điện ảnh cũng đồng nghĩa với việc thích nghi nội dung với các phương tiện truyền thông khác nhau. Phương tiện truyền thông điện tử không chỉ cung cấp thông tin đầy đủ mà còn góp phần vào quá trình biến đổi nội dung, tạo ra các trường văn hóa và không gian truyền thông đa dạng. Trong công trình *Thiên hà Gutenberg* (*The Gutenberg Galaxy*), Marshall Mcluhan đã nêu ra quan điểm chia phương tiện truyền thông thành hai loại: phương tiện truyền thông nóng và phương tiện truyền thông lạnh. Bài viết này nghiên cứu trường hợp tác phẩm thuộc cả hai loại này, với phim điện ảnh cải biên có "độ nét cao" và tiểu thuyết có "độ nét thấp", khoảng trống và mức độ tham dự khác nhau để lại cho độc giả/ khán giả trong quá trình tiếp nhận. Phương tiện truyền thông vì thế vừa là công cụ truyền tải thông tin, vừa tham gia vào quá trình sản xuất và ảnh hưởng đến nhiều mặt của các tác phẩm văn hóa đại chúng.

Tiểu thuyết *Xa ngoài kia nơi loài tôm hát* ngay khi vừa ra mắt tại Mỹ đã tạo nên dấu ấn đặc biệt với độc giả qua các phương tiện truyền thông thân thiện và sống động. Trước hết phải kể đến trang mạng (website) của tác giả Delia Owens (www.deliaowens.com ) với rất nhiều thông tin (văn bản, hình ảnh, video...) liên quan đến tiểu thuyết, những công trình khác của bà và cả phim điện ảnh cải biên. Thông qua website này, độc giả và công chúng như được mở ra một cánh cửa rộng để đọc, hiểu và thu nhận những thông điệp, giá trị mà tác phẩm truyền tải. Các cuộc đối thoại trực tiếp với độc giả cũng được thực hiện tại đây (Bookclubs), bằng cách tập hợp các câu hỏi được nhiều độc giả quan tâm và ý kiến thảo luận về chúng từ chính tác giả đem lại cái nhìn sâu và rộng hơn về các vấn đề trong tác phẩm. Đồng thời, các nền tảng thương mại điện tử (Amazon, Tiki, Shopee...), ghi nhận đánh giá (Review) từ độc giả, xếp hạng, trích dẫn (Goodreads), các hội nhóm trên mạng xã hội (Facebook, Instagram, LinkedIn...), các cuộc thi liên quan đến tác phẩm cũng góp phần vào việc lan tỏa những tầng ý nghĩa mà câu chuyện này mang lại.

Phim điện ảnh *Xa ngoài kia nơi loài tôm hát* và các phương tiện truyền thông mạnh mẽ của ngành công nghiệp điện ảnh nước Mỹ đã tham dự những phần quan trọng vào quá trình thành công của tác phẩm này. Từ các khâu tiền kỳ (chọn bối cảnh, diễn viên, phục trang...) được đưa tin rộng rãi trên các trang mạng xã hội cũng như báo chí (điện tử) đã thu hút sự chú ý của khán giả (phần lớn là những người đã đọc tác phẩm nguồn). Đến khi tiến hành quay và phát hành phim, các phương tiện truyền thông được ưu tiên sử dụng hiệu quả như: ảnh bìa phim (poster), các buổi họp báo công chiếu, phim chiếu tại rạp, sau đó là bản phim trên Netflix (Netflix Inc. là dịch vụ truyền dữ liệu video theo yêu cầu trên toàn cầu, chủ yếu là phim và các chương trình truyền hình. Công ty thành lập vào năm 1997 và có trụ sở tại Los Gatos, California)... Từ đó có thể thấy, các thông điệp của văn hóa đại chúng truyền từ chủ thể sáng tạo đến chủ thể tiếp nhận một cách đa chiều, mở ra nhiều hơn những đối thoại, sáng tạo và đồng sáng tạo. Cùng với đó là khả năng xây dựng một cộng đồng gắn kết chặt chẽ bởi những mối quan tâm chung.

Trong dòng chảy của xã hội đương đại, các phương tiện truyền thông ngày càng khẳng định vai trò của chúng trong việc bắc nhịp cầu giữa chủ thể sáng tạo với công chúng tiếp nhận. Nhịp cầu ấy càng rộng mở, đẹp đẽ bao nhiêu thì những giá trị tốt đẹp của tác phẩm văn hóa đại chúng lại càng có sức sống bền vững bấy nhiêu. "Nhịp cầu đẹp đẽ" ấy có thể được hiểu là quá trình giao tiếp, tương tác tích cực (lắng nghe chân thành và phản hồi mang tính xây dựng) giữa các sản phẩm văn hóa đại chúng, phương tiện truyền thông và công chúng tiếp nhận. Điều này có thể được thể hiện qua việc phản ánh rõ ràng và nhất quán các giá trị, ý nghĩa của tác phẩm văn hóa đại chúng. Đồng thời, khi công chúng nhận được những giá trị nhất định, họ được thỏa mãn nhu cầu, thị hiếu với những vấn đề được truyền tải trong tác phẩm thì sẽ có xu hướng ghi nhớ và lan tỏa thông điệp của nó một cách tự nhiên, tạo nên một hiệu ứng lan truyền mạnh mẽ và lâu dài. Đây là một vấn đề đáng được quan tâm nghiên cứu, với những thách thức và tiềm năng của nó trong thời đại ngày nay, đặc biệt với sự bùng nổ của trí tuệ nhân tạo.

### *3.4 Diễn ngôn chính trị - xã hội trong Xa ngoài kia nơi loài tôm hát và phim điện ảnh cùng tên*

Theo Michel Foucault, diễn ngôn không đơn giản là sự truyền dẫn hiện thực vào trong ngôn ngữ, diễn ngôn cần được nhìn nhận như một hệ thống cấu trúc nên cách thức chúng ta nhận biết về hiện thực. Mối quan hệ giữa diễn ngôn, tri thức và quyền lực là mối quan hệ bện xoắn, đan cài vào nhau. Vì vậy, phân tích diễn ngôn trên thực tế là phân tích tương quan quyền lực/ tri thức trong hoạt động kiến tạo và truyền bá diễn ngôn với văn học như là những khung tri thức. Cùng với văn học, các tác phẩm văn hóa đại chúng với hình thức biểu đạt đa dạng, trong trường hợp này là điện ảnh cũng mang những đặc điểm tương tự. Các chuẩn mực hướng dẫn hành vi xã hội là cơ chế quan trọng duy trì sự gắn kết và sự bền vững xã hội. Tuy không phải nguồn duy nhất nhưng văn hóa đại chúng với sự phổ biến rộng rãi và dễ dàng lĩnh hội của nó, trở thành một trong những nguồn quan trọng tạo nên những quy chuẩn xã hội.

Tiểu thuyết *Xa ngoài kia nơi loài tôm hát* và phim cải biên cùng tên nổi bật các vấn đề về giới và môi trường. Nghiên cứu phụ nữ với tư cách là người sáng tạo và tiếp nhận văn hóa đại chúng (trường hợp nhà văn nữ Delia Owens xây dựng nhân vật nữ chính Kya Clark cho tiểu thuyết của mình và nữ đạo diễn Olivia Newman với phim điện ảnh cải biên). Qua đó, có thể nhìn thấy nhu cầu "bước ra khỏi cuộc sống thường nhật" và tìm kiếm giải pháp, xây dựng cộng đồng, tìm kiếm sự gắn kết của những người phụ nữ với các vấn đề mà họ quan tâm. "Không có sự đối lập giữa giá trị tinh thần và giá trị vật chất. Do đó tranh đấu cho những giá trị vật chất có một ý nghĩa thiêng liêng cao cả và cũng là tranh đấu cho những giá trị tinh thần đích thực như Péguy đã quả quyết: "Cái thiêng liêng cũng là xác thịt" và "Phúc cho những kẻ chết vì đất thịt này"" (Nguyễn Văn Trung, 2021, tr.187). *Xa ngoài kia nơi loài tôm hát* chính là một cuộc đấu tranh sinh tồn không khoan nhượng giữa một cô gái bé nhỏ với một đời sống hết sức khắc nghiệt. Kya đã phải đối mặt với trách nhiệm lớn khi tự nuôi sống bản thân từ khi mới sáu tuổi. Bước vào cuộc

sống mà chỉ người lớn mới có thể hiểu, Kya đã học cách điều chỉnh, tận dụng thông tin từ má, nhận thức từ anh trai Jodie, và cảm nhận tự nhiên xung quanh mình. Kya không chỉ biết cách tự mình làm đủ mọi thứ, từ nấu ăn đến mua sắm và kiếm sống, mà còn trải qua hành trình học cách điều khiển thuyền của cha và khám phá thế giới xung quanh. Từ những nét độc đáo này, cô xây dựng một hệ thống ký hiệu và phân loại tự nhiên trước cả khi biết đọc. Cuộc sống đầy thách thức của Kya đã hình thành sự kiên nhẫn và sức mạnh tinh thần, giúp cô vượt qua cảm giác cô đơn và khám phá những niềm vui và nỗi đau đặc biệt trong cuộc sống.

Từ trang viết đến màn ảnh, các vấn đề về con người và tự nhiên đan cài vào nhau hết sức tinh tế. Một lời thoại được đặc tả hết sức day dứt của nữ diễn viên trong vai Kya (giữ gần như nguyên bản lời văn trong tiểu thuyết): "Trong tất cả các từ ngữ của sinh học, tôi đã tìm kiếm lời giải thích về lý do tại sao một người mẹ lại bỏ con của mình". Cho thấy văn hóa đại chúng vừa phản ánh vừa ảnh hưởng đến các vấn đề của con người, đặc biệt là trẻ em và phụ nữ, thiên nhiên và sự phân cấp xã hội, chính trị trong thực tế. Đó là nỗ lực sinh tồn của một cô bé yếu đuối bị chính đồng loại đẩy ra bên lề, là những xúc cảm tình yêu da diết, quyền được tiếp cận tri thức và kiến tạo tri thức đến bản chất thống trị của con người không chỉ với con người (những kẻ yếu thế hơn) mà còn là với tự nhiên. "Kya biết, không phải bầy sẽ không đầy đủ nếu thiếu một con hươu, mà một con hươu sẽ không hoàn chỉnh nếu thiếu bầy của nó" (Delia Owens, 2018, tr.373). Mặc dù đã tự lập hoàn toàn, Kya nhận ra rằng sự tự lực cũng có giới hạn và đôi khi cần đến sự giúp đỡ của người khác. Tình yêu và tương tác với Tate đã làm thay đổi cách nhìn của cô về cuộc sống và cô nhận ra rằng không thể sống một mình. Mặc dù trải qua những giai đoạn khó khăn nhất, Kya hiểu rằng sự đồng hành và chia sẻ là quan trọng, và sợi dây an toàn duy nhất của cô là chính bản thân mình.

"Trong văn học, chỉ có sự hoang dã mới lôi cuốn được chúng ta" (Thoreau, 2018, tr.68). Khi bị bỏ rơi bởi gia đình, Kya tìm thấy sự đồng hành trong những âm thanh và hình ảnh của đầm lầy. Mối quan hệ của Kya với tự nhiên không chỉ là sự tồn tại, mà còn là một phần của gia đình rộng lớn, nơi cô tìm thấy an toàn và sự chấp nhận. Hành trình sống của Kya là một minh chứng cho việc xã hội loài người thường khó hiểu và đầy những điều phi nhân tính, phi tự nhiên. Họ không hề hiểu được rằng: "Vai trò của *homo sapiens (*Người tinh khôn, thường được dùng với ý chỉ con người, loài người hay nhân loại) nên được thay đổi từ kẻ chinh phục thành thàn viên đơn giản của cộng đồng đất đai" (Leopold, 1949, tr.204). Khi Kya tiếp xúc với con người (tự cho họ là những kẻ thượng đẳng so với cô), cô thường xuyên trải qua những trải nghiệm đau đớn và khó chịu. Sự đồng hành với tự nhiên là nơi Kya cảm thấy thực sự thuộc về, nơi không có sự đánh giá hay phân biệt đối xử. Trong cuộc sống hoang dã, cô tìm thấy sự tự do và ý nghĩa. "Mấy cô nàng đom đóm đã có một người bạn tình và một bữa ăn, chỉ bằng cách thay đổi tín hiệu. Kya biết ở đây không có chỗ cho sự phán xét. Không có cái ác, chỉ là sự sống đập tiếp nhịp điệu của nó, bất kể một vài "người chơi" phải chịu tổn hại. Sinh học coi đúng và sai là cùng một màu sắc dưới ánh sáng khác nhau" (Delia Owens, 2018, tr.196). Với Kya, tự nhiên không phán xét, không giới hạn, và không đòi hỏi người khác phải tuân theo quy tắc. Nó là nơi cung cấp sinh khí, sự phát triển và sự đa dạng một cách tự nhiên. Qua những nghiên cứu và quan sát, Kya hiểu rõ về sự kết nối phức tạp trong mạng lưới tự nhiên và tìm thấy ý nghĩa sâu sắc trong sự đồng hành với nó. Sau cùng, Kya không chỉ là một nhà khoa học tự nhiên tự học, mà còn là nguồn cảm hứng cho những người phụ nữ mà bằng cách nào đó bị đẩy ra bên lề xã hội. Bằng trái tim và tâm hồn mở rộng, cô chia sẻ những câu chuyện về cuộc sống và tình yêu, mang đến những thông điệp về lòng nhân ái và kỳ diệu của sự sống. Kya đã chứng minh rằng một cuộc sống có ý nghĩa không nhất thiết phải phụ thuộc vào sự hiện diện của gia đình (người), mà có thể mở rộng để bao gồm cả tự nhiên và mọi sinh vật hoang dã, ấy thế nên thiên nhiên đã và vẫn luôn là gia đình của loài người.

"Chim biến mất phương nào không biết.
Vết cánh vẫn lưu lại chốn này.

Một trái tim vỡ chẳng thể bay.
Ai quyết định được thời khắc chết?" (Delia Owens, 2018, tr.379)

*Xa ngoài kia nơi loài tôm hát* và phim cải biên cùng tên không chỉ là các tác phẩm văn hóa đại chúng thỏa mãn tính giải trí, tức thời, dễ tiếp nhận của công chúng mà còn kiến tạo nên những diễn ngôn chính trị - xã hội vô cùng giá trị. Trong đó nổi bật những khía cạnh sâu sắc của con người và môi trường, đồng thời đưa ra những thách thức về quyền con người và chủ nghĩa chủng tộc. Cuộc sống của Kya là một hành trình khám phá sự đồng hành với tự nhiên, và thông qua đó, chúng ta nhận ra giá trị thực sự của tình yêu, nghị lực và ánh sáng lấp lánh của minh triết, của công lý. Bằng cách này, tác phẩm không chỉ là một câu chuyện cá nhân mà còn mang đến một góc nhìn sâu sắc vào cuộc sống và xã hội, thúc đẩy công chúng suy ngẫm và hành động.

**4. Kết luận**

Đặt tiểu thuyết *Xa ngoài kia nơi loài tôm hát* và phim điện ảnh cải biên cùng tên dưới ánh sáng của lý thuyết nghiên cứu văn hóa đại chúng, có thể thấy được một bức tranh sống động và đa chiều về sự tương tác giữa nghệ thuật và đời sống xã hội. Nếu phương thức tự sự bằng ngôn từ mở ra miền không gian rộng lớn trong trí tưởng tượng của độc giả thì hình thức tự sự đa phương tiện với sức hấp dẫn khó có thể chối từ của điện ảnh làm tốt việc thỏa mãn mong muốn tri nhận tức thời, dễ dàng của khán giả. Đồng thời nghiên cứu nêu bật sức mạnh của văn hóa đại chúng trong việc tạo ra một diễn ngôn phong phú và đa chiều về chính trị và xã hội. Cả tiểu thuyết và phim điện ảnh đã truyền tải những thông điệp sâu sắc về những vấn đề sinh thái, nhân quyền và đa dạng văn hóa.

Thông qua việc phân tích sự tham gia, tác động, ảnh hưởng của các phương tiện truyền thông truyền thống và hiện đại, có thể thấy rằng chúng không chỉ là công cụ truyền đạt thông điệp mà còn là một phần không thể thiếu trong quá trình diễn dịch và phản ánh các tác phẩm văn học và điện ảnh. Tiểu thuyết *Xa ngoài kia nơi loài tôm hát* và phim điện ảnh cùng tên là lời nhắc nhở về ý nghĩa của việc bảo vệ và giữ gìn môi trường tự nhiên. Dẫu cho con người từ chối sự tồn tại của thiên nhiên từ bên ngoài, thì từ trong bản chất, mỗi bản thể đều mang trong mình các yếu tính của tự nhiên để hướng tới sự cân bằng của Bản ngã, Tự ngã và Siêu ngã (Ego, Self, and Super ego). Suy cho cùng, hành trình của Kya Clark trong các tác phẩm cũng chính là hành trình tự vấn và kiếm tìm bản ngã với sự khát khao làm chủ thế giới, làm chủ chính mình của con người. Mỗi ngày sống là mỗi cuộc đi, đặt bàn chân này trước bàn chân kia, từ vô minh để khai phá và tìm về minh triết, dưới ánh sáng lấp lánh của tình thương.

**TÀI LIỆU THAM KHẢO**


1. Đào Lê Na. (2017). *Chân trời của hình ảnh.* TP Hồ Chí Minh: Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.
2. Easthope, A. (1991). *Literary into Cultural Studies.* UK: Routledge.
3. Gans, H. J. (1999). *Popular Culture & High Culture. An analysis and evaluation of taste.* US: Basic Books.
4. Leopold, A. (1949). *The Sand Country Almanac.* UK: Oxford University Press.
5. McLuhan, M. (1962). *The Gutenberg Galaxy*. Canada: University of Toronto Press.
6. Mills, S. (2021). *Michel Foucault*. (Nguyễn Bảo Trung dịch). Hà Nội: Dân Trí.
7. Nguyễn Văn Trung (2021). *Ca tụng thân xác*. TP Hồ Chí Minh: Tổng hợp Thành phố Hồ Chí Minh.
8. Phan Thị Thu Hiền. (2022). *Văn hóa đại chúng trong thời đại toàn cầu hóa*. TP Hồ Chí Minh: Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.
9. Storey, J. (2009). (fifth edition). *Cultural Theory and Popular Culture. An Introduction*. UK: Pearson Longman.
10. Thoreau, H. D. (2018). *Dạo bước.* (Trần Hoàng Thư dịch). Đà Nẵng: Đà Nẵng.

11. Williams, R. (1983). *Keywords - A Vocabulary of Culture and Society.* UK: Oxford University Press.
12. Owens, D. (2018). *Xa ngoài kia nơi loài tôm hát.* (Trương Hoàng Uyên Phương dịch). TP Hồ Chí Minh: Trẻ.

**NHÀ XUẤT BẢN GIAO THÔNG VẬN TẢI**
08 Tăng Bạt Hổ - Hai Bà Trưng - Hà Nội
ĐT: 024.39423346 * Fax: 024.38224784
Website: www.nxbgtvt.vn * Email: nxbgtvt@fpt.vn

**CHỊU TRÁCH NHIỆM XUẤT BẢN, NỘI DUNG**

***Giám đốc, Tổng Biên tập:*** **Nguyễn Minh Nhật**

BIÊN TẬP: **Trần Anh Thu**

THIẾT KẾ, TRÌNH BÀY: **Trường Đại học Công nghệ TP. HCM**

In 110 cuốn khổ 21 x 29 cm, tại Công ty cổ phần In và Thương mại Ngọc Hưng.
Địa chỉ: 296 đường Phúc Diễn, TDP số 1, phường Xuân Phương, quận Nam Từ Liêm, Hà Nội.
Số xác nhận đăng ký xuất bản: 417-2024/CXBIPH/1-12/GTVT.
Mã số sách tiêu chuẩn quốc tế - ISBN: 978-604-76-2891-9.
Quyết định xuất bản số: 16 NB/QĐ-XBGT ngày 26/3/2024.
In xong và nộp lưu chiểu Quý II/2024.

SÁCH KHÔNG BÁN

978-604-76-2891-9