

MỤC LỤC

CONTENTS

1. Lâm Ngọc Diệp – Nguyễn Ngọc Hoa Kỳ - Võ Mỹ Duyên – Vũ Thụy Diễm Chi – Ngô Lê Kiều Uyên TĂNG CƯỜNG HOẠT ĐỘNG DIGITAL MARKETING NHẪM QUẢNG BÁ THƯƠNG HIỆU VASCARA TẠI PHAN THIẾT TRONG THỜI ĐẠI SỐ ENHANCING DIGITAL MARKETING ACTIVITIES TO PROMOTE VASCARA BRAND IN PHAN THIET IN THE DIGITAL AGE	3
2. Nguyễn Thị Loan - Trương Vũ Tuấn Tú - Lê Thị Tuyết Hoa - Nguyễn Việt Hồng Anh - Tạ Hoàng Giang CÁC YẾU TỐ VỀ NGUỒN LỰC TRONG TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ TẠI VÙNG KINH TẾ PHÍA NAM CỦA VIỆT NAM RESOURCE FACTORS IN ECONOMIC GROWTH IN THE SOUTHERN ECONOMIC REGION OF VIETNAM.....	10
3. Đinh Phi Hổ - Võ Khắc Thường - Nguyễn Phước Quý Quang - Bùi Trúc Quy CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH THAM GIA ÁP DỤNG CHUẨN MỰC BÁO CÁO TÀI CHÍNH QUỐC TẾ: TRƯỜNG HỢP NGHIÊN CỨU Ở ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG FACTORS INFLUENCING THE INTENTION TO ADOPT INTERNATIONAL FINANCIAL REPORTING STANDARDS: A CASE STUDY IN THE MEKONG DELTA	18
4. Lê Bảo Quyên MỐI QUAN HỆ GIỮA VỐN TRÍ TUỆ VÀ HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG CỦA CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN NIÊM YẾT TRÊN THỊ TRƯỜNG CHỨNG KHOÁN VIỆT NAM THE RELATIONSHIP BETWEEN INTELLECTUAL CAPITAL AND FINANCIAL PERFORMANCE OF COMMERCIAL BANKS LISTED ON VIETNAM STOCK MARKET	35
5. Võ Khắc Trường Thi - Võ Khắc Trường Thanh - Lê Anh Linh - Lê Hoàng Vũ Thạnh CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN ĐỘNG LỰC LÀM VIỆC CỦA NHÂN VIÊN TẠI NHÀ MÁY NHIỆT ĐIỆN VĨNH TÂN 4, TỈNH BÌNH THUẬN FACTORS AFFECTING EMPLOYEES' WORKING MOTIVATION AT VINH TAN 4 THERMAL POWER PLANT, BINH THUAN PROVINCE	43
6. Nguyễn Hữu Tiến ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ THÔNG TIN VÀO QUẢN LÝ VĂN BẢN TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC PHAN THIẾT THE USE OF INFORMATION TECHNOLOGY IN DOCUMENT MANAGEMENT AT THE UNIVERSITY OF PHAN THIET.....	53
7. Võ Khắc Trường Thanh –Võ Khắc Trường Thi - Lê Anh Linh – Nguyễn Ngọc Hoa Kỳ CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH MUA SMARTPHONE CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI THÀNH PHỐ PHAN THIẾT FACTORS AFFECTING THE SMARTPHONE PURCHASE DECISION OF CONSUMERS LIVING IN PHAN THIET CITY.....	61

8. Võ Khắc Thường - Lê Thanh Hùng

SỰ HÀI LÒNG CỦA BỆNH NHÂN ĐIỀU TRỊ NỘI TRÚ ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ KHÁM CHỮA BỆNH BẢO HIỂM Y TẾ TẠI BỆNH VIỆN ĐA KHOA TỈNH BÌNH THUẬN

IN-PATIENTS SATISFACTION WITH THE QUALITY OF PUBLIC HEALTH INSURANCE EXAMINATION AND TREATMENT SERVICES AT BINH THUAN GENERAL HOSPITAL69

9. Phan Gia Thịnh

SỬ DỤNG CÔNG NGHỆ ĐA PHƯƠNG TIỆN ĐỂ CẢI THIỆN VIỆC GIẢNG DẠY TỪ VỰNG

USING MULTIMEDIA TECHNOLOGY TO IMPROVE VOCABULARY TEACHING.....80

10. Đinh Phi Hổ - Võ Khắc Thường - La Nữ Ánh Vân - Lê Anh Khoa

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN PHÁT TRIỂN DU LỊCH BỀN VỮNG: TRƯỜNG HỢP NGHIÊN CỨU Ở TỈNH BÌNH THUẬN

FACTORS AFFECTING SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT: A CASE STUDY IN BINH THUAN PROVINCE.....85

TĂNG CƯỜNG HOẠT ĐỘNG DIGITAL MARKETING NHẪM QUẢNG BÁ THƯƠNG HIỆU VASCARA TẠI PHAN THIẾT TRONG THỜI ĐẠI SỐ

Lâm Ngọc Diệp – Nguyễn Ngọc Hoa Kỳ - Võ Mỹ Duyên – Vũ Thụy Diễm Chi – Ngô Lê Kiều Uyên

Tóm tắt: Đề tài “Tăng cường hoạt động Digital Marketing nhằm quảng bá thương hiệu Vascara tại Phan Thiết trong thời đại số” được thực hiện với mục đích xác định các hoạt động Digital Marketing trong việc quảng bá thương hiệu nhằm gia tăng sự nhận biết thương hiệu Vascara tại Phan Thiết. Nghiên cứu sử dụng phương pháp định tính và định lượng để hoàn thiện thang đo và kiểm định mối quan hệ giữa các nhân tố. Nhóm tác giả tiến hành khảo sát 185 đáp viên tại thành phố Phan Thiết để thực hiện phân tích thống kê mô tả dữ liệu khảo sát, kiểm định chất lượng thang đo, phân tích nhân tố khám phá và cuối cùng là kiểm định mô hình lý thuyết thông qua mô hình phân tích hồi quy. Kết quả nghiên cứu cho thấy có ba yếu tố ảnh hưởng đến sự nhận biết thương hiệu của Vascara tại Phan Thiết trong thời đại số thông qua các hoạt động Digital Marketing, mức độ tác động theo thứ tự mạnh nhất tới thấp nhất như sau: (1) Công cụ tìm kiếm (CCTK); (2) Website (WEB) và (3) Truyền thông mạng xã hội (MXH). Dựa trên kết quả nghiên cứu, một số hàm ý quản trị được đề xuất nhằm duy trì, thúc tiến và phát huy một cách hiệu quả hoạt động quảng bá thương hiệu thời trang Vascara tại Phan Thiết.

Từ khóa: Công cụ tìm kiếm, Website, Truyền thông mạng xã hội, thương hiệu Vascara, Phan Thiết.

ENHANCING DIGITAL MARKETING ACTIVITIES TO PROMOTE VASCARA BRAND IN PHAN THIET IN THE DIGITAL AGE

Lam Ngoc Diep – Nguyen Ngoc Hoa Ky - Vo My Duyen – Vu Thuy Diem Chi – Ngo Le Kieu Uyen

Abstract: The topic “Enhancing Digital Marketing Activities to Promote Vascara Brand in Phan Thiet in the Digital Age” was carried out with the aim of identifying digital marketing activities in brand promotion to increase Vascara brand awareness in Phan Thiet. The study uses qualitative and quantitative methods to complete the scale and test the relationship between factors. The authors conducted a survey of 185 respondents in Phan Thiet City to perform descriptive statistical analysis of the survey data, verify the quality of the scale, analyze the exploratory factors and finally test the theoretical model through the regression analysis model. The research results show that there are three factors affecting the brand awareness of Vascara in Phan Thiet in the digital age through digital marketing activities, the level of impact is in order of strongest to lowest, as follows: (1) search engine (CCTK); (2) website (WEB) and (3) social media (MXH). Based on the research results, some managerial implications are proposed to maintain and effectively promote Vascara brand in Phan Thiet.

Keywords: Search engine, Website, Social media, Vascara brand, Phan Thiet.

1. GIỚI THIỆU

Sự kết hợp giữa quảng bá thương hiệu thông qua tiếp thị kỹ thuật số sẽ giúp doanh nghiệp dễ dàng tiếp cận khách hàng hơn bao giờ hết đặc biệt là trong thời đại công nghệ 4.0. Để nâng cao nhận biết thương hiệu, trong thời gian qua, Vascara đã thực hiện các hoạt động quảng bá sản phẩm và thương hiệu trên các nền tảng kỹ thuật số nhằm gia tăng sự nhận biết thương hiệu đến khách hàng. Từ năm 2017, Vascara đã thay đổi hướng đi bằng cách gia tăng các hoạt động công nghệ đưa vào kinh doanh cũng như gia tăng kinh doanh trực tuyến, điều này đã giúp cải thiện rất nhiều cho thương hiệu nhưng so với các thế hệ gen Y, gen Z hiện nay thì đòi hỏi nhiều yêu cầu hơn đối với một thương hiệu thời trang nữ.

Tuy nhiên, hạn chế trong các hoạt động mang tính chất quảng bá thương hiệu của Vascara vẫn tồn đọng nhiều, chưa thực sự nổi trội, chưa thu hút nhiều sự quan tâm trong việc gia tăng sự nhận diện thương hiệu của khách hàng tại Phan Thiết. Do đó, nghiên cứu này được thực hiện với mục đích xây dựng và kiểm định mô hình biểu thị mối quan hệ giữa các hoạt động trong Digital Marketing và sự nhận biết thương hiệu trong việc quảng bá thương hiệu thời trang Vascara tại Phan Thiết. Trên cơ sở đó, nhóm tác giả đưa ra một số hàm ý quản trị nhằm thúc đẩy các hoạt động Digital Marketing tăng cường quảng bá thương hiệu trong thời gian tới tại Phan Thiết.

2. TỔNG QUAN CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Cơ sở lý thuyết và khung phân tích

Philip Kotler (2007) cho rằng “Digital Marketing là quá trình lập kế hoạch sản phẩm, phân phối và xúc tiến sản phẩm, dịch vụ và ý tưởng để đáp ứng nhu cầu của tổ chức và cá nhân dựa trên các phương tiện điện tử và Internet”. Thương hiệu số là một thuật ngữ trong hoạt động quản trị thương hiệu, là

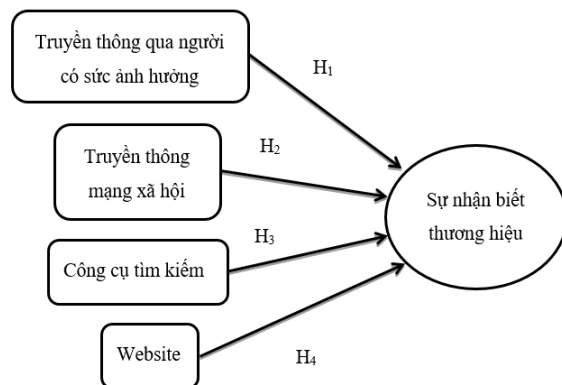
sự kết hợp giữa thương hiệu và truyền thông số, cụ thể là hoạt động quảng bá thương hiệu được thực hiện thông qua Internet, công nghệ số và các kênh kỹ thuật số.

Chuyên gia thương hiệu tại Mỹ - David Aaker đã công bố nghiên cứu về mô hình nhận diện thương hiệu Brand Identity Planning Model vào năm 1996, nhằm mục đích giúp các chuyên gia thương hiệu và các doanh nghiệp hiểu rõ các yếu tố khác nhau của thương hiệu để tạo nên sự khác biệt trong việc nhận diện thương hiệu so với các thương hiệu đối thủ.

Vào năm 1993, Keller xây dựng mô hình giá trị thương hiệu người tiêu dùng, Ông đã đưa ra quan điểm rằng giá trị thương hiệu dựa trên người tiêu dùng là các hiệu ứng khác nhau mà kiến thức về thương hiệu đó tác động lên sự đáp ứng của người tiêu dùng đối với việc tiếp thị thương hiệu đó. Theo Keller, một thương hiệu được cho là có giá trị thương hiệu đối với người tiêu dùng theo hướng tích cực nếu người tiêu dùng có những phản ứng có lợi cho việc tiếp thị của thương hiệu đó, ngược lại một thương hiệu sẽ trở nên tiêu cực thông qua sự phản ứng mang tính không có lợi đối với việc tiếp thị thương hiệu trong hoàn cảnh tương tự. Những hiệu ứng này khác nhau dựa trên sự liên tưởng đến thương hiệu đó sẽ khơi dậy một cách thích thú, mạnh mẽ và độc đáo trong tâm trí người tiêu dùng.

Cho đến nay đã có nhiều nghiên cứu trong nước được thực hiện nhằm xác định nhân tố ảnh hưởng đến sự nhận biết thương hiệu trên phương tiện truyền thông xã hội, điển hình có các nghiên cứu của Phạm Thị Liên (2015), Nguyễn Thị Hương Giang & Phan Thùy Dương (2018), Nguyễn Ngọc Anh (2018) và Trần Thị Thịnh & Lê Thùy Hương (2018).

Căn cứ vào cơ sở lý thuyết và dựa trên kế thừa có chọn lọc các nghiên cứu liên quan, mô hình nghiên cứu được nhóm tác giả đề xuất như sau:



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

2.2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng được sử dụng để hoàn thiện thang đo và kiểm định mối quan hệ giữa các nhân tố. Nghiên cứu định tính là nhằm hiệu chỉnh các thang đo được tổng hợp từ các nghiên cứu trước, sau đó, xây dựng bảng câu hỏi phù hợp với bối cảnh nghiên cứu. Nghiên cứu định lượng được thực hiện nhằm đánh giá thang đo vừa được xây dựng và kiểm định mô hình lý thuyết. Nhóm tác giả sử dụng phương pháp thống kê mô tả, kiểm định chất lượng thang, phân tích nhân tố khám phá và phân tích hồi quy đa biến.

Theo Hair & Cộng sự (2006), đối với mô hình phân tích nhân tố khám phá, cỡ mẫu tối thiểu 5×22 (tổng số biến quan sát của mô hình đo lường) = 110. Nhóm tác giả đã tiến hành khảo sát 201 khách hàng tại Phan Thiết và thu về 185 phiếu khảo sát hợp lệ được sử dụng để làm dữ liệu cho nghiên cứu. Các phát biểu trong bảng câu hỏi được thiết kế theo thang đo Likert với 5 mức độ (Hoàn toàn không đồng ý, Không đồng ý, Bình thường/Trung lập, Đồng ý, Hoàn toàn đồng ý). Dữ liệu sau khi thu thập được phân tích bằng phần mềm SPSS.

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1. Kết quả nghiên cứu

3.1.1. Thống kê mô tả đặc điểm của mẫu quan sát

Về giới tính, kết quả cho thấy sự chênh lệch giữa nam và nữ, cụ thể nữ chiếm 70,3% và nam chiếm 29,7%.

Về độ tuổi, đa số đối tượng được khảo sát chủ yếu từ 18 đến 25 tuổi chiếm 78,9%, từ 25 đến 30 tuổi là đối tượng chiếm tỷ lệ 13,5%, dưới 18 tuổi chiếm 5,9%, từ 30 đến 40 tuổi chiếm 1,6% và cuối cùng là không đối tượng nào nằm trong khoảng tuổi trên 40 tuổi.

Về thời lượng truy cập Internet trong ngày, thời lượng truy cập trên 1 giờ/ngày của các đối tượng khảo sát chiếm tỉ lệ cao 98,4% và dưới 1 giờ/ngày chiếm 1,6%.

Bảng 2. Kết quả kiểm định thang đo

STT	Thang đo	Ký hiệu	Biến quan sát bị loại	Hệ số Alpha	Kết luận
1	Truyền thông qua người có sức ảnh hưởng	TTNAH	không	9,926	Chất lượng tốt
2	Truyền thông mạng xã hội	MXH	không	0,938	Chất lượng tốt
3	Công cụ tìm kiếm	CCTK	không	0,862	Chất lượng tốt
4	Website	WEB	không	0,899	Chất lượng tốt
5	Sự nhận biết thương hiệu	SNBTH	không	0,890	Chất lượng tốt

(Nguồn: Phân tích từ dữ liệu nghiên cứu của nhóm tác giả)

3.1.2. Kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo

Sau khi kiểm định thang đo bằng phương pháp hệ số tin cậy Cronbach's Alpha (Bảng 2) cho thấy không có biến nào bị loại. Mức độ hội tụ của các biến quan sát đối với các thành phần nghiên cứu tiếp tục được đánh giá thông qua phương pháp phân tích nhân tố khám phá (EFA).

3.1.3. Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Kết quả EFA (bảng 3) đối với các biến độc lập cho thấy có 4 nhân tố được trích tại Eigenvalue có giá trị là 1,212 (>1) và phương sai trích đạt yêu cầu 76,410 (>50%) với chỉ số KMO là 0,904 và Sig.=0,000 (<0,05). Kết quả ma trận xoay cho thấy tất cả các biến quan sát đều có hệ số tải nhân tố Factor Loading lớn hơn 0,55 ngoại trừ biến CCTK2 nên bị loại ra khỏi thang đo. Phân tích EFA tương tự với biến phụ thuộc cũng cho thấy, kết quả phù hợp với tiêu chuẩn đánh giá của phương pháp phân tích yếu tố. Vì thế, kết quả EFA là đáng tin cậy và có thể sử dụng cho phân tích hồi quy ở bước tiếp theo.

Dựa vào kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA, 4 nhân tố trích ra đạt yêu cầu về giá trị thống kê và độ tin cậy. Các nhân tố được đặt tên lại để đảm bảo yêu cầu phân tích trước khi phân tích hồi quy đa biến:

- Website (WEB), gồm 4 biến: WEB1, WEB2, WEB3, WEB4;

- Mạng xã hội (MXH), gồm 5 biến: MXH1, MXH2, MXH3, MXH4, MXH5;

- Truyền thông qua người có sức ảnh hưởng (TTNAH), gồm 5 biến: TTNAH1, TTNAH2, TTNAH3, TTNAH4, TTNAH5;

- Công cụ tìm kiếm (CCTK), gồm 3 biến: CCTK1, CCTK3, CCTK4.

3.1.4. Phân tích hồi quy tuyến tính bội

Việc xem xét các yếu tố nào thật sự tác động đến biến phụ thuộc một cách trực tiếp sẽ được thực hiện bằng phương trình hồi quy tuyến tính đa biến:

$$QD = \beta_0 + \beta_1F_1 + \beta_2F_2 + \beta_3F_3 + \beta_4F_4 + \beta_5F_5 + \beta_6F_6 + ei$$

Với β_k : là hệ số hồi quy; ei : là số dư (Residual)

Kết quả bảng 4 cho thấy, tất cả các biến đều có Sig. $\leq 0,05$ ngoại trừ biến TTNAH. Như vậy, 3 biến MXH, CCTK và WEB tương quan có ý nghĩa với biến phụ thuộc với độ tin cậy 95%. Phương trình hồi quy như sau:

$$SNBTH = 0,852 + 0,341CCTK + 0,318WEB + 0,266TTNAH$$

Trong Bảng 5, R^2 hiệu chỉnh = 0,563 (Kiểm định F, Sig. $\leq 0,01$). Như vậy: 56,3% thay đổi của biến phụ thuộc được giải thích bởi các biến độc lập và đảm bảo có ý nghĩa với mức tin cậy trên 99%.

Giá trị thống kê Durbin - Watson $d = 1,839$ ($1 < d < 3$) nên kết luận: Các phần dư

Bảng 3. Kết quả EFA

Biến quan sát	Các biến độc lập				Biến phụ thuộc	
	1	2	3	4	1	
WEB3	,856				SNBTH1	,880
WEB2	,832				SNBTH2	,868
WEB4	,747				SNBTH3	,864
WEB1	,738				SNBTH4	,855
MXH4		,839				
MXH3		,815				
MXH5		,799				
MXH1		,756				
MXH2		,730				
TTNAH1			,855			
TTNAH4			,795			
TTNAH5			,767			
TTNAH2			,761			
TTNAH3			,735			
CCTK4				,774		
CCTK3				,711		
CCTK1				,599		
Hệ số KMO				,904	,767	
Sig.				0,000	0,000	
Eigenvalue				1,212	3,006	
Phương sai trích				76,410	75,138	

(Nguồn: Phân tích từ dữ liệu nghiên cứu của nhóm tác giả)

Bảng 4. Kết quả phân tích hồi quy

	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	Giá trị t	Mức ý nghĩa (Sig.)	Thông kê cộng tuyến	
	B	Sai số chuẩn	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	0,852	0,211		4,033	,000		
TTNAH	0,030	0,055	0,039	0,539	0,591	0,443	2,259
MXH	0,266	0,073	0,280	2,036	0,002	0,394	2,540
CCTK	0,341	0,088	0,376	3,870	0,000	0,252	3,973
WEB	0,318	0,082	0,328	3,859	0,000	0,328	3,047

(Nguồn: Phân tích từ dữ liệu nghiên cứu của nhóm tác giả)

Bảng 5. Tóm tắt mô hình

Mô hình	R	R ²	R ² hiệu chỉnh	Ước lượng độ lệch chuẩn	Durbin-Watson
1	0,757	0,572	0,563	0,506	1,839

(Nguồn: Phân tích từ dữ liệu nghiên cứu của nhóm tác giả)

là độc lập với nhau và tính độc lập của phần dư đã được bảo đảm. Không có hiện tượng tự tương quan trong phần dư.

trang Vascara Phan Thiết sẽ tăng thêm 0,318 điểm.

Biến TTMXH có hệ số 0,266 quan hệ cùng chiều với sự nhận biết thương hiệu (SNBTH). Khi khách hàng đánh giá yếu tố “Truyền thông

Bảng 6. Mức độ tác động của các biến độc lập

	Giá trị Beta chuẩn hóa	%	Vị trí ảnh hưởng
MXH	0,280	28,5	3
CCTK	0,376	38,2	1
WEB	0,328	33,3	2
Tổng	0,984	100%	

(Nguồn: Phân tích từ dữ liệu nghiên cứu của nhóm tác giả)

Từ kết quả bảng 6 cho thấy, mức độ tác động theo thứ tự mạnh nhất đến thấp nhất là: (1) Công cụ tìm kiếm (CCTK) chiếm 38,2%, (2) Website(WEB) chiếm 33,3% và cuối cùng là (3) Truyền thông mạng xã hội (MXH) chiếm 28,5%.

3.2. Thảo luận kết quả

Trong bảng 4, hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa:

Biến CCTK có hệ số 0,341 quan hệ cùng chiều với sự nhận biết thương hiệu (SNBTH). Khi khách hàng đánh giá yếu tố “Công cụ tìm kiếm” tăng thêm 1 điểm thì sự nhận biết thương hiệu của khách hàng đối với việc quảng bá thương hiệu của thương hiệu thời trang Vascara Phan Thiết sẽ tăng thêm 0,341 điểm.

Biến WEB có hệ số 0,318 quan hệ cùng chiều với sự nhận biết thương hiệu (SNBTH). Khi khách hàng đánh giá yếu tố “Website” tăng thêm 1 điểm thì sự nhận biết thương hiệu của khách hàng đối với việc quảng bá thương hiệu của thương hiệu thời

trên mạng xã hội” tăng thêm 1 điểm thì sự nhận biết thương hiệu của khách hàng đối với việc quảng bá thương hiệu của thương hiệu thời trang Vascara Phan Thiết sẽ tăng thêm 0,266 điểm.

4. KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ

4.1. Kết luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy có mối quan hệ tương quan giữa 3 yếu tố trong Digital Marketing với sự nhận biết thương hiệu của khách hàng đối với hoạt động quảng bá thương hiệu của Vascara tại Phan Thiết, mức độ tác động theo thứ tự từ mạnh nhất đến thấp nhất: (1) Công cụ tìm kiếm (CCTK); (2) Website (WEB) và (3) Truyền thông mạng

xã hội (MXH). Đồng thời kết quả cho ra là có sự khác biệt và có ý nghĩa thống kê của đáp viên có giới tính khác nhau và không có sự khác biệt có ý nghĩa giữa các đáp viên trong các độ tuổi khác nhau và thời lượng truy cập Internet trung bình trên ngày.

4.2. Hàm ý quản trị

Dựa trên kết quả nghiên cứu của đề tài, nhóm tác giả đề xuất một số hàm ý quản trị nhằm tăng cường các hoạt động Digital Marketing tác động đến sự nhận biết thương hiệu của khách hàng đối với việc quảng bá thương hiệu Vascara tại Phan Thiết như sau:

4.2.1. Công cụ tìm kiếm

Để đảm bảo cho hoạt động quảng bá thương hiệu ngày càng đạt nhiều kết quả tốt, ngoài những giá trị mà Vascara tạo dựng trong thời gian qua. Vascara tại Phan Thiết trong thời gian tới cần thực hiện một số vấn đề cơ bản để nâng cao công cụ tìm kiếm cho hoạt động quảng bá thương hiệu của mình đối với sự nhận biết thương hiệu của khách hàng cụ thể như sau: đa dạng quảng cáo trên các công cụ tìm kiếm, để tiếp cận được nhiều khách hàng hơn, thực hiện tối ưu hóa công cụ tìm kiếm bằng cách xây dựng nội dung các bài quảng cáo đảm bảo được sự thu hút của khách hàng, quảng cáo có trả phí cho công cụ tìm kiếm để quảng cáo của Vascara xuất hiện trong kết quả tìm kiếm có từ khóa liên quan của khách hàng, xây dựng và nâng cao đội ngũ Marketing chuyên nghiệp, nắm bắt được xu hướng phát triển của thị trường.

4.2.2. Website

Yếu tố Website đứng vị trí thứ hai tác động đến sự nhận biết thương hiệu của khách hàng đối với việc quảng bá thương hiệu Vascara tại Phan Thiết. Để gia tăng sự

nhận biết thương hiệu của khách hàng đối với thương hiệu Vascara tại Phan Thiết thì cần chú trọng đến việc mở rộng quảng bá trang Web: xây dựng khảo sát ý kiến khách hàng, mở rộng chuyên mục về kiến thức thời trang trên Website hay nói cách khác là tạo dựng Blog về kiến thức thời trang, tăng cường liên kết Website với các nền tảng kỹ thuật số khác, vì Website sẽ giúp khách hàng nắm được chi tiết hơn về nội dung cập nhật, dễ dàng tìm kiếm được những yếu tố khác của doanh nghiệp mà không chỉ là nội dung được đề cập.

4.2.3. Truyền thông trên mạng xã hội

Nhân tố cuối cùng có tác động đến sự nhận biết thương hiệu là truyền thông trên mạng xã hội. Mạng xã hội là nền tảng đa dạng và phổ biến nhất hiện nay với lượt người dùng lớn, kéo theo là hoạt động truyền thông trên mạng xã hội cũng trở nên rất phát triển, hướng đi này giúp tăng nhận thức của khách hàng về thương hiệu và quảng bá được sản phẩm đến khách hàng. Vascara tại Phan Thiết nên đầu tư các video về thời trang như giới thiệu bộ sưu tập mới, cách phối đồ phù hợp, review sản phẩm,... đặc biệt là vẫn giữ màu sắc riêng trên các mạng xã hội như Tiktok, Facebook, Instagram và Youtube. Đặc biệt là Tiktok, xu hướng với nền tảng video ngắn giúp người xem dễ dàng nắm bắt được nội dung và tiết kiệm thời gian. Ngoài ra, để tăng nhận biết thương hiệu thì việc chăm sóc và thái độ tương tác với khách hàng cũng rất quan trọng, khách hàng sẽ có thiện cảm và nhớ đến thương hiệu vì sự tử tế và nhiệt tình của nhân viên. Việc trả lời tin nhắn để hỗ trợ khách hàng, trả lời bình luận để giải đáp thắc mắc cũng là một phần quan trọng giúp cho thương hiệu được yêu quý và được khách hàng đón nhận nhiều hơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Aaker D.A (1996). Measuring brand equity across products and markets, *California Management Rev.* 38 (Spring), 102-120.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis*. Pearson Prentice Hall Upper Saddle River.

Keller K.L (1993). Conceptualizing, Measuring and Managing Customer- Based Brand Equity, *Journal of Marketing*, 57(1), 1-22.

Nguyễn Ngọc Anh (2018). Các nhân tố ảnh hưởng đến sự nhận biết thương hiệu trên phương tiện truyền thông xã hội trong ngữ cảnh Việt Nam, *Tạp chí công thương*, 3: 254-266.

Nguyễn Thị Hương Giang & Phan Thùy Dương (2018). Nhận thức của người tiêu dùng về đại diện thương hiệu là người nổi tiếng, *Tạp chí Khoa học và Đào tạo Ngân hàng*, (195): 54-63.

Phạm Thị Liên (2016). Nhận biết của khách hàng về thương hiệu doanh nghiệp viễn thông- Nghiên cứu điển hình Công ty Viettel, *Tạp chí Khoa học Đại học Quốc Gia Hà Nội*, 1: 57-65.

Philip K., Hermawan K. & Iwan S. (2017). *Marketing 4.0 Moving from Traditional to Digital*, The USA: John Wiley & Sons. Inc, Hoboken, New Jersey.

Trần Thị Thịnh & Lê Thùy Hương (2018). Ảnh hưởng của truyền thông qua mạng xã hội đến giá trị thương hiệu của doanh nghiệp bất động sản Hà Nội, *Tạp chí Khoa học & Công nghệ, số đặc biệt*: 101-106.

Ngày nhận bài: 05/10/2023

Ngày hoàn thiện biên tập: 28/10/2023

Ngày duyệt đăng: 30/10/2023

Thông tin tác giả:

ThS. Lâm Ngọc Diệp, Trường Đại học Phan Thiết, Email: Indiep@upt.edu.vn

ThS. Nguyễn Ngọc Hoa Kỳ, Trường Đại học Phan Thiết, Email: nnhky@upt.edu.vn

ThS. Võ Mỹ Duyên, Trường Đại học Phan Thiết, Email: vmduyen@upt.edu.vn

ThS. Vũ Thụy Diễm Chi, Trường Đại học Phan Thiết, Email: vtdchi@upt.edu.vn

Ngô Lê Kiều Uyên, Cựu sinh viên Khoa Quản trị Kinh doanh Trường Đại học Phan Thiết

CÁC YẾU TỐ VỀ NGUỒN LỰC TRONG TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ TẠI VÙNG KINH TẾ PHÍA NAM CỦA VIỆT NAM

Nguyễn Thị Loan - Trương Vũ Tuấn Tú - Lê Thị Tuyết Hoa - Nguyễn Việt Hồng An - Tạ Hoàng Giang

Tóm tắt: Bài viết sử dụng phương pháp phân tích thống kê, so sánh kết hợp ước lượng hồi quy Pooled OLS để đánh giá tác động của các yếu tố nguồn lực đến tăng trưởng kinh tế của vùng kinh tế phía Nam (KTTĐPN). Kết quả phân tích cho thấy vai trò của các yếu tố nguồn lực rất quan trọng trong tăng trưởng kinh tế. Tùy vào mỗi giai đoạn phát triển kinh tế, Nhà nước cần nhận biết kịp thời sự biến động của các yếu tố nguồn lực để có những giải pháp phát huy tối đa hiệu quả của chúng. Trên cơ sở đó, bài viết cũng đưa ra một số giải pháp nhằm nâng cao vai trò của các yếu tố nguồn lực để phát triển nền kinh tế khu vực phía Nam.

Từ khóa: tăng trưởng kinh tế; vùng kinh tế trọng điểm phía Nam.

RESOURCE FACTORS IN ECONOMIC GROWTH IN THE SOUTHERN ECONOMIC REGION OF VIETNAM

Nguyen Thi Loan - Truong Vu Tuan Tu - Le Thi Tuyen Hoa - Nguyen Viet Hong Anh - Ta Hoang Giang

Abstract: The paper uses statistical analysis methods, comparing methods and Pooled OLS regression in order to assess the impact of resource factors on the economic growth of the Southern Key Economic Region (KTTĐPN). The analysis shows that the resource factors play a very important role in economic growth. Depending on each stage of economic development, the state needs to identify the fluctuation of the resource factors in time to have several reasonable solutions to maximize their effectiveness. In conclusion, the article also provides some measures to enhance the role of resource factors in developing the Southern Key Economic Region.

Keywords: economic growth; the Southern Key Economic Region.

1. GIỚI THIỆU

Vùng KTTĐPN hình thành từ năm 1993. Năm 2007, Chính phủ quyết định quy hoạch vùng KTTĐPN gồm 8 tỉnh thành: Thành phố Hồ Chí Minh, Đồng Nai, Bình Dương, Bình Phước, Tây Ninh, Bà Rịa – Vũng Tàu, Long An và Tiền Giang với tổng diện tích là 30.587 km², tương đương 9,23 % diện tích cả nước (Tổng cục Thống kê, 2016). Đây là khu vực kinh tế có nhiều tiềm năng phát triển ở các lĩnh vực, thế mạnh về khai thác khoáng sản, thủy hải sản, giao thông và giao lưu với các

nước trong khu vực. Vì vậy, việc nhận biết vai trò của các yếu tố nguồn lực đóng góp vào tăng trưởng kinh tế ở vùng KTTĐPN là vô cùng quan trọng đối với nước ta trong quá trình phát triển và hội nhập kinh tế quốc tế.

Do vậy, để có thể đưa ra những giải pháp tăng trưởng kinh tế hiệu quả cho vùng KTTĐPN, Nhà nước phải đánh giá đúng vai trò của các yếu tố nguồn lực, trên cơ sở vận dụng các yếu tố này một cách hiệu quả. Bài viết sẽ tìm hiểu vai trò của các yếu tố nguồn lực đóng góp vào tăng trưởng kinh tế của

vùng KTTĐPN bằng cách ước lượng những tác động của chúng đến tổng giá trị sản phẩm hằng năm. Qua đó, bài viết sẽ phân tích thực trạng và đề xuất một số giải pháp phát triển các nguồn lực của vùng KTTĐPN. Phần tiếp theo của bài viết sẽ được chia thành các phần sau: phần 2 nêu cơ sở lý thuyết về các nguồn lực trong tăng trưởng kinh tế; phần 3 mô tả dữ liệu và mô hình nghiên cứu; kết quả nghiên cứu sẽ được trình bày ở phần 4; cuối cùng, phần 5 sẽ là kết luận và đề xuất giải pháp.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT

2.1. Tăng trưởng kinh tế

Tăng trưởng kinh tế là một thuật ngữ tương đối không mới mẻ trong xã hội ngày nay. Xét cả về mặt lý luận và thực tiễn, tăng trưởng kinh tế là điểm khởi đầu của phát triển. “Tăng trưởng kinh tế được hiểu khá thống nhất là sự tăng sản lượng thực tế của một nền kinh tế trong một khoảng thời gian. Thước đo phổ biến là mức tăng tổng sản phẩm quốc nội (GDP) trong một năm hoặc mức tăng GDP bình quân đầu người trong một năm.” (Bùi Đại Dũng & Phạm Thu Phương, 2008).

Tổng sản phẩm quốc nội (GDP) là giá trị bằng tiền của toàn bộ sản phẩm cuối cùng được sản xuất ra trên lãnh thổ của một nước, tính trong khoảng thời gian nhất định thường là một năm (Đỗ Đức Bình, 2013). Do đó, tăng trưởng kinh tế đơn thuần là đề cập đến sự gia tăng năng lực để tạo ra giá trị gia tăng thông qua các hoạt động kinh tế.

Theo mô hình tăng trưởng Tân cổ điển, tăng trưởng GDP được hình thành từ ba yếu tố: vốn, lao động và năng suất các yếu tố tổng hợp (TFP - Total Factor Productivity). Tại mô hình này, tăng trưởng kinh tế được phân thành 2 loại: tăng trưởng kinh tế theo chiều rộng, phản ánh tăng thu nhập phụ thuộc vào tăng quy mô nguồn vốn, số lượng lao động và lượng tài nguyên thiên nhiên được khai thác; và tăng trưởng kinh tế theo chiều

sâu, đó là sự gia tăng thu nhập do tác động của yếu tố TFP. Lý thuyết của Solow (1994) khẳng định tăng vốn và lao động có thể dẫn đến tăng trưởng kinh tế ngắn hạn, phù hợp với giai đoạn đầu của quá trình công nghiệp hóa, còn tăng TFP mới là nguồn gốc tăng trưởng trong dài hạn (Trần Thọ Đạt, 2002).

2.2. Các yếu tố nguồn lực trong tăng trưởng kinh tế

Theo các học thuyết kinh tế, nguồn lực là khái niệm bao hàm nhiều yếu tố vật chất vô hình và hữu hình cần thiết để tạo ra của cải vật chất cho xã hội. Nguồn lực là tổng thể các nguyên, nhiên vật liệu, tài sản các loại (vô hình và hữu hình) để sản xuất ra các loại hàng hóa và dịch vụ thỏa mãn nhu cầu con người trong từng giai đoạn phát triển.

Có thể biểu hiện mối quan hệ giữa các yếu tố nguồn lực tác động đến tăng trưởng kinh tế thông qua một lượng nhân tố đầu vào mà sự biến đổi của chúng trực tiếp làm thay đổi sản lượng đầu ra thể hiện bằng hàm số:

$$Y = F(X_i)$$

Trong đó: Y là tổng sản lượng quốc nội (GDP), còn X_i ($i = 1, 2, \dots, n$) là các biến số đầu vào thể hiện các nhân tố đều chịu sự điều tiết của mối quan hệ cung - cầu. Một số nhân tố thì ảnh hưởng tới mức cung, một số nhân tố thì ảnh hưởng tới mức cầu. Sự cân bằng cung - cầu do giá cả thị trường điều tiết sẽ tác động trở lại các nhân tố trên và dẫn tới kết quả của sự sản xuất, đó là sản lượng của nền kinh tế.

Các nhà kinh tế đặt nền móng cho các học thuyết kinh tế cổ điển nói riêng và kinh tế học nói chung như Adam Smith, Jean Baptiste Say, David Ricardo cho đến Alfred Marshall và ngay cả Karl Marx cũng đều xây dựng các lý thuyết về những yếu tố tác động đến tăng trưởng kinh tế dựa trên quan điểm nghiêng về cung chứ không phải là cầu. Trong một giai đoạn nhất định (ngắn hạn) sự khan hiếm của tài nguyên (nguồn đầu vào) hay sự thiếu cung, luôn luôn là giới hạn của

sự tăng trưởng, nhất là khi sức sản xuất còn thấp.

Còn theo trường phái kinh tế học hiện đại, mà xuất phát là Keynes thì mức sản lượng và việc làm là do cầu quyết định. Điều này được lý giải sản lượng của nền kinh tế luôn ở dưới mức tiềm năng, tức là nền kinh tế còn các nguồn lực tiềm năng, công nhân thất nghiệp ở mức tự nhiên, vốn tích lũy lớn, công suất máy móc chưa tận dụng hết... Đó là do khoa học kỹ thuật ngày càng phát triển, năng suất luôn được nâng cao. Do đó cung không phải là vấn đề giới hạn của sự gia tăng sản lượng, mà ở đây nó phụ thuộc vào cầu.

Mặc dù vậy, trên thực tế vẫn còn những nước quá nghèo, chưa đáp ứng được nhu cầu cơ bản của nhân dân. Song lại có những nước quá giàu đã đáp ứng được nhu cầu của đất nước và đang mở rộng thị trường ra khỏi biên giới để nhằm đẩy mạnh tăng trưởng. Vì vậy mỗi quan điểm trên đều có giá trị trong mỗi hoàn cảnh và điều kiện riêng biệt của mỗi quốc gia.

Theo quan điểm tân cổ điển, các yếu tố nguồn lực trong tăng trưởng bao gồm vốn, lao động và năng suất các nhân tố tổng hợp (TFP- total factor productivity), theo đó hàm sản xuất có dạng:

$$Y = F(K, L, TFP) (*)$$

Các yếu tố đưa vào hàm sản xuất (*) trên đây chỉ là những yếu tố chính, thông thường là các yếu tố mang tính kinh tế, ngoài các yếu tố này còn có những yếu tố khác nữa tác động đến tăng trưởng, đó là các yếu tố phi kinh tế và nó đóng vai trò không kém phần quan trọng so với yếu tố kinh tế. Tuy nhiên ở đây chúng ta chỉ xét đến 3 nhân tố chính là: K, L và TFP.

2.2.1. Vốn (K)

Theo Trần Thọ Đạt (2002), vốn bao gồm vốn sản xuất và vốn đầu tư.

Vốn sản xuất: Là một bộ phận của tài sản quốc dân bao gồm: (1) Tài nguyên thiên

hiên; (2) Tài sản được sản xuất ra; (3) Nguồn nhân lực.

Vốn đầu tư: được chia làm 2 loại: đầu tư cho tái sản sản xuất và đầu tư cho tài sản phi sản xuất. Vốn đầu tư cho tài sản sản xuất gọi là vốn sản xuất, đó là chi phí để thay thế tài sản cố định bị thải loại để tăng tài sản cố định mới và để tăng tài sản tồn kho. Như vậy hoạt động đầu tư là việc sử dụng vốn đầu tư để phục hồi năng lực sản xuất và tạo ra năng lực sản xuất mới, đó là quá trình chuyển hóa vốn thành các tài sản phục vụ cho quá trình sản xuất. Hoạt động đầu tư thường được tiến hành dưới 2 hình thức:

- Đầu tư trực tiếp: là hoạt động đầu tư mà người có vốn tham gia trực tiếp vào quá trình hoạt động và quản lý đầu tư, họ biết được mục tiêu đầu tư cũng như phương thức hoạt động của các loại vốn mà họ bỏ ra. Hoạt động đầu tư này có thể dưới các hình thức hợp đồng: Hợp đồng, liên doanh công ty cổ phần và công ty trách nhiệm hữu hạn.

- Đầu tư gián tiếp: Là hình thức bỏ vốn vào hoạt động kinh tế nhằm đem lại hiệu quả cho bản thân người có vốn cũng như xã hội, nhưng người có vốn không tham gia trực tiếp quản lý hoạt động đầu tư, dưới hình thức: Cổ phiếu, tín phiếu...

2.2.2. Lao động (L)

Nguồn lao động là một bộ phận của dân số có khả năng lao động bao gồm dân số trong độ tuổi lao động có khả năng lao động và dân số ngoài độ tuổi lao động đang làm việc thường xuyên trong nền kinh tế quốc dân. Một mặt, lao động tác động đến tăng trưởng kinh tế thông qua các chỉ tiêu về số lượng lao động, trình độ chuyên môn, sức khỏe. Người lao động và sự kết hợp giữa lao động với các yếu tố đầu vào khác để làm tăng mức sản lượng đầu ra. Mặt khác, lao động lại thể hiện tập trung qua mức tiền lương của người lao động. Khi tiền lương của người lao động tăng có nghĩa là chi phí sản xuất tăng, phản ánh khả năng sản xuất tăng lên. Đồng thời,

khi mức tiền tăng làm cho thu nhập có thể sử dụng của người lao động cũng tăng, do đó khả năng chi tiêu của người tiêu dùng cũng tăng lên (Trần Thọ Đạt, 2002).

2.2.3. Năng suất tổng hợp nhân tố (TFP)

Theo Trần Thọ Đạt và Đỗ Tuyết Nhung (2011), TFP cho biết mức độ đóng góp các nhân tố vô hình như khoa học công nghệ, trình độ chuyên môn kỹ thuật của lao động, trình độ tổ chức quản lý sản xuất, sức cạnh tranh của sản phẩm... tác động đến mức tăng trưởng GDP. Nâng cao TFP tức là nâng cao hơn kết quả sản xuất với cùng đầu vào. Điều này là rất quan trọng đối với người lao động, doanh nghiệp và toàn nền kinh tế. Đối với người lao động, nâng cao TFP sẽ góp phần nâng lương, nâng thưởng, điều kiện lao động được cải thiện, công việc ổn định hơn. Đối với doanh nghiệp thì có khả năng mở rộng tái sản xuất. Còn đối với nền kinh tế sẽ nâng cao sức cạnh tranh trên trường quốc tế, nâng cao phúc lợi xã hội.

Chỉ tiêu TFP rất quan trọng trong phân tích kinh tế. Sự biến động TFP được Solow (1956) sử dụng đầu tiên nhằm phản ánh sự thay đổi công nghệ và giải thích sự tăng trưởng kinh tế. Từ đó về sau, quan điểm này được các nhà kinh tế sử dụng rộng rãi và trở thành một chỉ tiêu không thể thiếu trong phân tích kinh tế. Vì vậy, nền kinh tế có mức đóng góp của TFP càng cao càng chứng tỏ sự tăng trưởng kinh tế đạt chất lượng phát triển về chiều sâu (Trần Thọ Đạt, 2002).

3. PHƯƠNG PHÁP VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

Phương pháp nghiên cứu được thực hiện chủ yếu là tổng hợp, phân tích thống kê so sánh các số liệu phản ánh thực trạng các nguồn lực đóng góp vào tăng trưởng kinh tế ở vùng KTTĐPN. Bên cạnh đó, bài viết sẽ đánh giá mức độ tác động của các yếu tố nguồn lực đến tăng trưởng kinh tế thông qua kỹ thuật hồi quy định lượng Pooled OLS.

Dựa vào khung lý thuyết của hàm sản

xuất đã được đề cập, với mục tiêu đánh giá vai trò của các nguồn lực vào tăng trưởng kinh tế, mô hình nghiên cứu được tiến hành với bộ dữ liệu thu thập từ 8 tỉnh thuộc vùng KTTĐPN trong khoảng thời gian từ năm 2008 đến năm 2016 được lấy nguồn từ niên giám thống kê của các tỉnh. Mô hình nghiên cứu có dạng như sau:

$$Y_{it} = a L_{it}^{\alpha} K_{it}^{\beta} \rightarrow \ln Y_{it} = \ln a + \alpha \ln L_{it} + \beta \ln K_{it} \quad (1)$$

- Biến độc lập: là hai biến vốn đầu tư (K) và lao động (L)

- Biến phụ thuộc: là biến tổng sản phẩm quốc nội (GDP)

- i: nhận giá trị từ 1 đến 8 đại diện cho 8 tỉnh thành thuộc vùng KTTĐPN

- t: đại diện cho năm nghiên cứu từ 2008-2016

Tất cả các biến động được chuyển thành dạng logarit tự nhiên (ln) để thực hiện hồi quy tốt hơn vì chuỗi dữ liệu kinh tế theo thời gian có đặc trưng cấp số nhân theo thời gian và thay đổi của logarit tự nhiên là thay đổi tuyến tính. Ngoài ra, biến động của (ln) sẽ dễ dàng hơn trong việc tính toán độ co giãn vì hệ số ước lượng xấp xỉ với phần trăm biến động của các biến số.

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1. Thực trạng phát triển các nguồn lực và tăng trưởng kinh tế của vùng KTTĐPN giai đoạn 2012-2020

4.1.1. Vốn đầu tư phát triển

Nhìn chung, tổng vốn đầu tư phát triển của vùng KTTĐPN qua các năm đều tăng lên, lượng vốn đầu tư năm sau cao hơn năm trước (Bảng 1).

Tỷ trọng vốn đầu tư phát triển toàn xã hội của vùng KTTĐPN trong cả nước giữ mức tương đối ổn định từ 35% đến 40% trong giai đoạn 2012 - 2020. Năm 2018, tỷ trọng có giảm đi so với những năm trước đó (39,52%) nhưng tăng dần trở lại vào các năm 2019 và

2020 giữ ở mức trên 40%.

Bảng 1: Vốn đầu tư phát triển vùng KTTĐPN theo giá hiện hành giai đoạn 2012-2020

STT	Vùng KTTĐPN	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	TP. HCM	115.246	138.835	170.098	202.937	216.945	232.631	255.662	285.160	311.110
2	Đồng Nai	26.736	28.021	32.321	34.450	37.302	44.301	48.323	76.579	80.944
3	Bình Dương	22.114	23.477	28.131	35.983	45.324	52.397	59.639	70.135	78.201
4	Bà Rịa-Vũng Tàu	28.068	32.260	37.787	39.874	37.885	37.039	39.525	39.431	39.525
5	Bình Phước	5.874	6.751	7.908	10.427	11.832	12.898	14.213	16.192	17.635
6	Tây Ninh	739	4.913	10.514	12.487	16.084	18.479	20.037	21.169	22.365
7	Long An	11.425	13.131	15.381	17.998	21.280	21.337	23.529	26.199	29.172
8	Tiền Giang	9.706	11.156	13.067	14.893	16.957	18.385	21.500	24.400	26.919

(Nguồn: Tổng hợp từ niên giám Thống kê các tỉnh thành của vùng KTTĐPN)

4.1.2. Lực lượng lao động

Tổng hợp số liệu từ Tổng cục Thống kê và niên giám Thống kê các tỉnh thành của vùng KTTĐPN Giai đoạn 2012 - 2020, nguồn lao động của vùng KTTĐPN cũng khá dồi dào với lực lượng lao động chiếm đông nhất là khu vực Thành phố Hồ Chí Minh khoảng 40% toàn vùng. Tiếp đó là Đồng Nai chiếm 14,78%; Bình Dương (10,78%); Tiền Giang (9,98%); Long An (8,43%); Tây Ninh (6,16%); Bà Rịa- Vũng Tàu (5,33%) và thấp nhất là Bình Phước chiếm 5,27% lực lượng lao động toàn vùng. Nhìn chung, số lượng lao động tại 8 tỉnh thành khu vực KTTĐPN không có nhiều thay đổi qua các năm từ 2012 đến 2020.

4.1.3. Các yếu tố về khoa học công nghệ

Việc đẩy mạnh nghiên cứu và ứng dụng khoa học công nghệ ở các tỉnh thành vùng KTTĐPN qua từng giai đoạn đã đạt những thành tựu đáng kể trong phát triển kinh tế-xã hội. So với giai đoạn trước 2010 - 2014 thì hoạt động nghiên cứu khoa học trong các tỉnh thành vùng KTTĐPN giai đoạn thực hiện 2015 - 2020 tăng mạnh với số dự án, đề tài khoa học gấp 1,3 lần và tổng kinh phí được Nhà nước cũng đầu tư gấp đôi (Báo cáo của Tổng cục Thống kê, 2020).

Do vậy, có thể thấy việc phát triển khoa

học ở các tỉnh thành vùng KTTĐPN được Nhà nước ta rất chú trọng trong giai đoạn gần đây. Các đề tài, dự án nghiên cứu cấp tỉnh, thành phố đã được triển khai và áp dụng vào sản xuất kinh doanh. Một số công trình đã được nghiệm thu và đi vào thực tế đời sống nhằm phát triển nền kinh tế.

4.2. Tác động của các nguồn lực đến tăng trưởng kinh tế vùng KTTĐPN giai đoạn 2012 - 2020

Kết quả hồi quy Pooled OLS của mô hình (1) đối với bộ dữ liệu của 8 tỉnh thành trong khu vực KTTĐPN giai đoạn 2012 - 2020 sẽ minh họa rõ nét tác động của các yếu tố nguồn lực đến tăng trưởng kinh tế của vùng (Bảng 2).

Kết quả hồi quy cho thấy hệ số co giãn của yếu tố vốn là 1,08 và hệ số co giãn của yếu tố lao động là -0,33. Tổng hệ số co giãn là: $1,08 - 0,33 = 0,75$ (75%). Do vậy, có thể thấy mức đóng góp của yếu tố vốn và nguồn lực vào tăng trưởng kinh tế là 75%.

Theo lý thuyết tân cổ điển, ngoài hai yếu tố vốn và lao động thì TFP là một nhân tố nguồn lực không thể thiếu đóng góp vào mức tăng trưởng kinh tế. Park (2012) cho rằng đa số các phương pháp đo lường TFP được giả định theo hàm sản xuất tân cổ điển cho nền kinh tế. Do đó, TFP chính là phần

Bảng 2: Kết quả hồi quy mô hình (1)

Source	SS	df	MS	Number of obs =	72
Model	66.656884	2	33.328442	F(2, 69) =	132.76
Residual	17.3217292	69	.251039553	Prob > F =	0.0000
				R-squared =	0.7937
				Adj R-squared =	0.7878
Total	83.9786132	71	1.18279737	Root MSE =	.50104

lnrgdp	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]
lnk	1.079812	.0921611	11.72	0.000	.8959558 1.263669
lnl	-.3284463	.1520563	-2.16	0.034	-.6317903 -.0251022
_cons	2.59391	.6674138	3.89	0.000	1.262456 3.925364

(Nguồn: Tính toán bộ dữ liệu từ phần mềm Stata 12.0)

đầu của hàm sản xuất Solow (1956). Theo kết quả định lượng, mức đóng góp của 2 yếu tố vốn và lao động vào tăng trưởng kinh tế vùng KTTĐPN chiếm khoảng 75% nên khoảng 25% còn lại chính là mức đóng góp của yếu tố TFP.

Từ kết quả trên, bài viết có thể rút ra một số kết luận như sau:

Thứ nhất, tăng trưởng kinh tế của vùng KTTĐPN chủ yếu dựa vào sự đóng góp của yếu tố lượng vốn đầu tư. Nói một cách khác, những thành tựu tăng trưởng kinh tế của vùng phần nhiều xuất phát từ khả năng huy động các nguồn vốn trong và ngoài nước. Trong những năm qua, môi trường đầu tư ở nước ta đã được cải thiện tích cực. Hệ thống cơ chế, chính sách, pháp luật về tài chính đã từng bước được đổi mới theo hướng tạo cơ sở sản xuất kinh doanh. Bên cạnh đó nhà nước cũng đã huy động các nguồn lực, tập trung đầu tư nâng cấp hệ thống cơ sở hạ tầng kinh tế xã hội, góp phần giảm bớt các yếu tố chi phí đầu vào, chi phí trung gian cho các doanh nghiệp. Nhờ đó môi trường đầu tư và môi trường kinh doanh ở nước ta nói chung đã cởi mở, thông thoáng, minh bạch và có tính cạnh tranh cao. Điều đó thể hiện tỷ trọng vốn dành cho đầu tư phát triển của cả nước nói chung và của vùng KTTĐPN nói riêng ngày càng tăng.

Thứ hai, tăng trưởng kinh tế của vùng còn chịu ảnh hưởng bởi yếu tố lao động. Tuy mức đóng góp của yếu tố này khá quan trọng nhưng theo số liệu cho thấy tác động của lực lượng lao động là nghịch chiều đến tăng trưởng kinh tế. Hơn nữa, thực tế số lượng lao động của các tỉnh thành trong vùng chưa có nhiều thay đổi và có biến động giảm nhẹ trong giai đoạn nghiên cứu. Điều này cho thấy lao động ở nước ta nói chung còn bộc lộ khá nhiều nhược điểm. Lực lượng lao động tuy đông về số lượng nhưng chủ yếu là lao động phổ thông, ít qua đào tạo. Do vậy, việc tăng lên trong nguồn lực lao động chưa hẳn đã góp phần tăng trưởng cho nền kinh tế của vùng KTTĐPN.

Thứ ba, sự đóng góp của yếu tố vốn đầu tư và lực lượng lao động chiếm khoảng $\frac{3}{4}$ tốc độ tăng trưởng kinh tế của vùng KTTĐPN. Điều đó chứng tỏ, sự đóng góp của yếu tố TFP đối với tổng tốc độ tăng trưởng kinh tế còn thấp. Điều đó cũng chứng tỏ, nền kinh tế của vùng vẫn đi theo hướng tăng trưởng về số lượng, chưa chuyển sang tăng trưởng về chất lượng, vẫn chủ yếu phát triển theo chiều rộng, chưa chuyển mạnh sang phát triển theo chiều sâu.

5. KHUYẾN NGHỊ GIẢI PHÁP

Qua kết quả nghiên cứu, bài viết sẽ đề

xuất một số khuyến nghị giải pháp nhằm nâng cao vai trò của các yếu tố nguồn lực trong tăng trưởng kinh tế vùng KTTĐPN:

5.1. Giải pháp liên quan đến yếu tố vốn

Theo Trần Thọ Đạt (2002), tăng lượng vốn đầu tư bằng cách tăng tích lũy từ nội bộ nền kinh tế của vùng, song song với việc tập trung thu hút nguồn vốn từ bên ngoài để tạo tiền đề cho sự tăng trưởng. Bên cạnh đó, Nhà nước cần hoàn thiện hệ thống chính sách thu hút vốn và các yếu tố đầu vào chất lượng cao. Tạo cơ hội thu hút mạnh mẽ nguồn lực ngoài vùng, nhất là các nguồn lực nước ngoài chất lượng cao. Các chính sách riêng cho vùng KTTĐPN cần xây dựng, bao gồm: Chính sách thu hút và tạo vốn, chính sách phát triển khoa học công nghệ, chính sách phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao. Chính sách cần phải được đa dạng hóa các nguồn vốn đầu tư và sử dụng hợp lý nguồn vốn, có biện pháp khuyến khích toàn xã hội và các nhà đầu tư trong nước và ngoài nước, đầu tư cho sản xuất kinh doanh và phát huy được tiềm năng, lợi thế của vùng.

Chính sách huy động nguồn vốn FDI và các địa phương khác trong nước, phải coi đây là hướng chủ đạo nhất để đảm bảo nguồn vốn cho phát triển vùng KTTĐPN. Thực hiện có hiệu quả cơ chế: tạo vốn bằng cách đấu giá chuyển quyền sử dụng đất, cho thí điểm các mô hình sinh thái đô thị theo hướng nông nghiệp công nghệ cao, du lịch sinh thái. Phát triển các hình thức đầu tư BOT và BT.

5.2. Nhóm giải pháp liên quan đến yếu tố lao động

Nhà nước cần phải xác định rõ vai trò và nhiệm vụ quan trọng của các vùng trọng điểm, trong việc đào tạo nhân lực chất lượng cao cho các vùng. Bên cạnh đó, cần phải xây dựng đội ngũ doanh nhân giỏi, có trình độ cao để hội nhập quốc tế có hiệu quả (Ngô Văn Hải, 2016). Hàng năm, Nhà nước phải chú trọng đào tạo, bồi dưỡng kiến thức cho hàng nghìn doanh nhân, kỹ thuật viên lãnh

nghe, cho các ngành kinh tế và lao động xuất khẩu.

Hơn nữa, Nhà nước cần tập trung đầu tư đồng bộ cho đào tạo các nghề, đang là thế mạnh của vùng; ưu tiên tập trung đầu tư cho đào tạo các nghề mũi nhọn, các nghề đang có nhu cầu lớn về nhân lực chất lượng cao trong vùng. Ngoài ra, Nhà nước cũng nên phát triển hệ thống trung tâm giới thiệu việc làm: chuyển từ hình thức đầu tư dàn trải sang đầu tư có trọng điểm; tổ chức các sàn giao dịch việc làm định kỳ và thường xuyên tại các trung tâm nhằm nâng cao hơn nữa hiệu quả kết nối cung cầu lao động.

Hoàn thiện chính sách tiền lương, tiền công theo hướng thị trường và tập trung xây dựng và phát triển hệ thống an sinh xã hội như là một công cụ quan trọng để góp phần ngăn ngừa và hạn chế những tiêu cực khi vùng KTTĐPN ngày càng có xu hướng hội nhập kinh tế nhằm khuyến khích và nâng cao nguồn nhân lực một cách hiệu quả.

5.3. Nhóm giải pháp liên quan đến yếu tố TFP

Nâng cao năng lực nội sinh về công nghệ tức là chúng ta đã nâng cao năng lực để có khả năng lực chọn công nghệ, tiếp nhận và sử dụng một cách hiệu quả trong sản xuất, dịch vụ, thích nghi hoá công nghệ nhập sao cho phù hợp với điều kiện địa phương. Mỗi doanh nghiệp phải xây dựng lộ trình đổi mới công nghệ, thiết bị tạo ra sản phẩm mới có tính cạnh tranh cao, cần chú ý đến lợi ích lâu dài. Hạn chế của các doanh nghiệp vừa và nhỏ dẫn đến chậm đổi mới công nghệ là thiếu thông tin về công nghệ, thiếu kiến thức, kinh nghiệm trong tìm kiếm, lựa chọn và mua bán công nghệ phù hợp với sản xuất, kinh doanh để nâng cao năng lực cạnh tranh của mình. (Trần Thọ Đạt & Đỗ Tuyết Nhung, 2012).

Hơn nữa, vùng KTTĐPN cần có những chính sách chuyển giao công nghệ mới từ nước ngoài, nhằm tạo sức bật về công nghệ, nâng cao năng lực cạnh tranh, lựa chọn

được công nghệ mới mang lại mức TFP cao hơn. Bên cạnh đó, chính sách đa dạng hóa các hình thức chuyển giao công nghệ như: khuyến khích nhập khẩu công nghệ, mua thiết bị mới, đầu tư trực tiếp nước ngoài, mua giấy phép sử dụng công nghệ sản xuất sản phẩm mới trong nước, hoặc những quy trình sản xuất mới cần được phát triển. Nhà nước cũng cần xây dựng đội ngũ cán bộ nghiên cứu và chuyển giao công nghệ mạnh, sáng chế công nghệ và tiếp thu sáng tạo công nghệ tiên tiến của nước ngoài, đáp ứng nhu cầu của quá trình phát triển, tiến hành việc lập kế hoạch tổng thể, kế hoạch chi tiết ở các

cấp về phát triển khoa học công nghệ, phát triển các dịch vụ về sở hữu trí tuệ, tư vấn, thực hiện các dịch vụ mua bán công nghệ, giám định đánh giá chuyển giao công nghệ trong vùng.

Nhìn chung, việc phát triển các nguồn lực vùng KTTĐPN hiện nay vẫn rất cần có các chính sách riêng mang tính đặc thù cho sự phát triển bền vững. Các chính sách phải hướng tới mục tiêu chính là tạo đòn bẩy cho vùng chủ động tự thân vận động để phát triển, phải đảm bảo toàn diện, hệ thống nhưng cần có sự chú trọng khác nhau trong từng giai đoạn phát triển của vùng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Bùi Đại Dũng & Phạm Thu Phương (2008). Tăng trưởng kinh tế và công bằng xã hội. *Tạp chí Khoa học Đại học Quốc gia Hà Nội, Kinh tế và Kinh doanh*, 25, 82-91

Stiglitz J., Ocampo J., Spiegel S., French-Davis R. và Nayyar D. (2006). *Ổn định với tăng trưởng kinh tế: Kinh tế học vĩ mô, Tự do hóa, và Phát triển*. NXB Đại học Oxford.

Tổng cục Thống kê (2020). *Tình hình kinh tế xã hội*.

Trần Thọ Đạt & Đỗ Tuyết Nhung (2012). *Vai trò của Năng suất các yếu tố tổng hợp (TFP) trong chất lượng tăng trưởng của nền kinh tế quốc dân*. Trường Đại học Kinh tế Quốc dân.

Trần Thọ Đạt & Đỗ Tuyết Nhung (2011). Vai trò của năng suất tổng hợp nhân tố trong tăng trưởng kinh tế ở Việt Nam. *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 169.

Trần Thọ Đạt (2002). *Determinants of TFP growth in Vietnam in the period 1986-2000. Survey Report – APO*

Ngô Văn Hải (2016). *Phát triển các nguồn lực vùng kinh tế trọng điểm phía Nam trong tiến trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế*. Luận án tiến sĩ kinh tế, Trường Đại học Kinh tế Luật TP.HCM

Ngày nhận bài: 05/10/2023

Ngày hoàn thiện biên tập: 28/10/2023

Ngày duyệt đăng: 30/10/2023

Thông tin tác giả:

PGS.TS. Nguyễn Thị Loan, Trường Đại học Ngân hàng TP.Hồ Chí Minh

TS. Trương Vũ Tuấn Tú, Trường Đại học Đà Lạt

PGS.TS. Lê Thị Tuyết Hoa, Trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng

TS. Nguyễn Việt Hồng Anh, Trường Đại học Tài chính - Marketing

TS. Tạ Hoàng Giang, Trường Đại học Phan Thiết

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH THAM GIA ÁP DỤNG CHUẨN MỰC BÁO CÁO TÀI CHÍNH QUỐC TẾ: TRƯỜNG HỢP NGHIÊN CỨU Ở ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

Đinh Phi Hồ - Võ Khắc Thường - Nguyễn Phước Quý Quang - Bùi Trúc Quy

Tóm tắt: Hiện nay, Việt Nam đang áp dụng Chuẩn mực Kế toán Việt Nam (VAS) trong việc lập và trình bày Báo cáo Tài chính với 26 chuẩn mực. Tuy nhiên, với nền kinh tế đang phát triển nhanh ngày càng đòi hỏi Việt Nam phải hòa nhập với các tiêu chuẩn báo cáo tài chính quốc tế nhằm thu hút các nhà đầu tư nước ngoài đầu tư vào thị trường vốn và doanh nghiệp (DN) ở Việt Nam. Mục tiêu chính của nghiên cứu và tìm hiểu các yếu tố tác động đến ý định của các DN tham gia áp dụng Chuẩn mực báo cáo tài chính quốc tế ở Việt Nam. Nghiên cứu sử dụng mô hình cấu trúc tuyến tính với dữ liệu khảo sát 375 doanh nghiệp ở đồng bằng sông Cửu Long. Kết quả cho thấy các yếu tố tác động đến ý định của các DN bao gồm: Thái độ và Chuẩn chủ quan của các nhà quản trị doanh nghiệp. “Thái độ” với 03 thành phần: Đánh giá sự phản hồi xã hội, Tin cậy vào lợi ích đem lại và Nhận thức rủi ro. “Chuẩn chủ quan” bị tác động bởi Sự tin tưởng và Động lực.

Từ khóa: Chuẩn mực báo cáo tài chính quốc tế; Thái độ; Chuẩn chủ quan; Ý định áp dụng; Mô hình phân tích cấu trúc tuyến tính; Đồng bằng sông Cửu Long.

FACTORS INFLUENCING THE INTENTION TO ADOPT INTERNATIONAL FINANCIAL REPORTING STANDARDS: A CASE STUDY IN THE MEKONG DELTA

Đinh Phi Hồ - Võ Khắc Thường - Nguyễn Phước Quý Quang - Bùi Trúc Quy

Abstract: Currently, Vietnam is applying Vietnamese Accounting Standards (VAS) in the preparation and presentation of financial statements with 26 standards. However, the rapidly growing economy increasingly requires Vietnam to integrate with international financial reporting standards in order to attract foreign investors to invest in capital markets and enterprises in Vietnam. The main objective of the study is to find out the factors affecting the intention of enterprises participating in applying International Financial Reporting Standards (IFRS) in Vietnam. The study uses Partial Least Squares-Structural Equation Modeling with survey data from 375 enterprises in the Mekong Delta. The results show that the factors affecting the intentions of enterprises include the attitudes and subjective norms of business managers. “Attitude” has three components: social feedback assessment, belief in benefits and risk perception. The “subjective norms” are influenced by belief and motivation.

Key words: International Financial Reporting Standards; Attitude; Subjective norm; Intention to apply; Partial Least Squares-Structural Equation Modeling; the Mekong Delta, Vietnam.

1. GIỚI THIỆU

Trong bối cảnh hội nhập quốc tế ngày càng mở rộng, Chuẩn mực báo cáo tài chính quốc tế (International Financial Reporting Standards, IFRS) đã được nhiều nước trên thế giới áp dụng và mang lại nhiều lợi ích thiết thực cho các DN. Đặc biệt, một quốc gia có nhiều khả năng áp dụng IFRS nếu các đối tác thương mại hoặc quốc gia trong khu vực địa lý của mình áp dụng IFRS (Ramanna & Sletten, 2009). Hiện nay, Việt Nam đang áp dụng Chuẩn mực Kế toán Việt Nam (VAS) trong việc lập và trình bày Báo cáo Tài chính với 26 chuẩn mực. Tuy nhiên, với nền kinh tế đang phát triển nhanh ngày càng đòi hỏi Việt Nam phải hòa nhập với các tiêu chuẩn báo cáo tài chính quốc tế nhằm thu hút các nhà đầu tư nước ngoài đầu tư vào thị trường vốn và DN ở Việt Nam. Chính phủ cũng quan tâm đến điều này, Bộ Tài chính đã ban hành Quyết định 345/QĐ-BTC (Bộ Tài chính, 2020) về việc phê duyệt lộ trình thực hiện IFRS tại Việt Nam được chia thành ba giai đoạn sau: Chuẩn bị sẵn sàng cho IFRS, từ 2019 đến 2021; Thực hiện thí điểm IFRS trên cơ sở tự nguyện, từ năm 2022 đến năm 2025; Bắt buộc thực hiện IFRS, từ năm 2025 trở đi. Để giải quyết vấn đề này, trước hết phải biết được yếu tố nào tác động đến ý định của các DN tham gia áp dụng IFRS. Nghiên cứu này tập trung vào: (i) Xác định các yếu tố ảnh hưởng đến ý định áp dụng IFRS; (ii) Mô hình định lượng cho mối liên hệ trên; (iii) Hàm ý chính sách từ kết quả nghiên cứu. Nghiên cứu tiến hành khảo sát 400 doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) ở Đồng bằng sông Cửu Long nhằm tạo cơ sở thực tiễn cho mô hình đo lường. Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) luôn được xem là khu vực có sự phát triển về kinh tế đáng kể so với cả nước. Với 55.089 doanh nghiệp, tổng số vốn đăng ký trên 768.000 tỷ đồng. Trong số doanh nghiệp trong khu vực ĐBSCL, doanh nghiệp có quy mô vừa chiếm 28,3%, doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ chiếm đến 68,4% (Bộ Kế hoạch và Đầu tư, 2020). Do khoảng

cách địa lý rộng lớn, nghiên cứu chọn mẫu 5 tỉnh - thành trong vùng Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL): Thành phố Cần Thơ, tỉnh Long An, An Giang, Đồng Tháp, Cà Mau, đây cũng là các địa phương có số lượng các DNNVV đang hoạt động nhiều hơn so với các tỉnh thành khác trong khu vực.

2. TỔNG QUAN LÝ THUYẾT

2.1. Khái niệm

Chuẩn mực báo cáo tài chính quốc tế: Chuẩn mực báo cáo tài chính quốc tế (International financial reporting standards, IFRS) là các chuẩn mực kế toán do Tổ chức IFRS và Hội đồng Chuẩn mực Kế toán Quốc tế (International Accounting Standard Board, IASB) ban hành. IFRS như là một khung kế toán quốc tế cho việc lập và trình bày thông tin tài chính, mô tả tình hình hoạt động và vị thế tài chính của công ty để các báo cáo tài chính của công ty dễ hiểu và theo quy tắc chung của quốc tế nhằm cung cấp thông tin toàn diện, đúng đắn, kịp thời và từ đó nhà đầu tư có nhiều thông tin về thị trường vốn, giảm rủi ro trong việc đưa ra quyết định đầu tư (Posner, 2020).

Thái độ: Theo Robbins (2001), thái độ (attitude) là những đánh giá liên quan đến đối tượng, con người hoặc sự kiện nhất định. Thái độ là một trong những đánh giá và cho phép một người phản hồi theo cách có lợi hoặc không đối với đối tượng được đánh giá. Thái độ đóng vai trò chính trong việc hình thành hành vi, là thái độ hữu ích để đánh giá hiệu quả của hoạt động tiếp thị. Thái độ cũng có nghĩa là khuynh hướng học được đối với phản ứng lại một cách nhất quán thuận lợi hoặc bất lợi đối với một đối tượng (Peter & Olson, 2005). Thái độ cũng thể hiện một cá nhân đánh giá, tình cảm gắn bó, nhận thức rủi ro và xu hướng hành động đối với một số đối tượng hoặc ý tưởng (Schiffman & Kanuk, 2007). Như vậy, thái độ là đánh giá tổng thể, thể hiện sự tin cậy vào lợi ích sản phẩm, sự phản hồi và nhận thức rủi ro của

khách hàng khi quan tâm hướng đến lựa chọn sản phẩm/ dịch vụ.

Chuẩn chủ quan: Theo Ajzen & Fishbein (1980), chuẩn chủ quan (subjective norm) được định nghĩa như nhận thức của một người mà ảnh hưởng bởi môi trường xã hội đến hành vi anh ta khi ra quyết định mua một sản phẩm hay dịch vụ. Nhận thức đó bị tác động bởi ảnh hưởng xã hội, bao gồm: (i) Người thân trong gia đình, bạn bè (Cialdini và cộng sự, 1990); (ii) Đồng nghiệp, dư luận xã hội (Smith & Louis, 2008). Như vậy, tác động ảnh hưởng xã hội sẽ tăng thêm niềm tin và động lực cho khách hàng đối với hành vi ra quyết định mua một sản phẩm hay dịch vụ.

Ý định mua: Ý định mua hàng là xu hướng mua một sản phẩm nhất định của khách hàng (Ajzen & Fishbein, 1980). Mức độ sẵn sàng mua sản phẩm cao hơn cho thấy xác suất mua hàng cao hơn, nhưng không có nghĩa là họ sẽ thực sự mua sản phẩm. Ý định mua đó là kế hoạch cá nhân được tiến hành một cách có ý thức trong việc cố gắng mua một thương hiệu, nói cách khác, ý định mua là khách hàng sẽ mua sản phẩm sau khi đánh giá sản phẩm và dịch vụ mà công ty cung cấp (Bolton & Drew, 1991). Ý định mua là kết quả của việc đánh giá so sánh giữa kỳ vọng với nhận thức về trải nghiệm sản phẩm (Oliver, 1980). Ý định mua thường liên quan đến hành vi, nhận thức và thái độ của người tiêu dùng (Urban & Polona, 2015). Theo Kotler (2003), thái độ cá nhân và tình huống không thể đoán trước sẽ ảnh hưởng đến ý định mua hàng. Thái độ cá nhân liên quan đến cá nhân ưu tiên đối với sản phẩm hoặc dịch vụ nào đó theo kỳ vọng của mình. Tình huống không thể đoán trước cho thấy rằng người tiêu dùng thay đổi ý định mua hàng vì một tình huống nhất định xảy ra, như khi giá sản phẩm cao hơn mức giá mà người tiêu dùng mong đợi làm cho mức độ ý định mua hàng thay đổi.

2.2. Lý thuyết nền tảng

Lý thuyết về hành động hợp lý (Theory of reasoned action, TRA): Ajzen & Fishbein (1980) cho rằng ý định hành vi dẫn đến hành vi và ý định được quyết định bởi thái độ cá nhân, cùng sự ảnh hưởng của chuẩn chủ quan (Sự tác động của người khác cũng dẫn tới thái độ của họ). Trong đó, Thái độ và Chuẩn chủ quan có tầm quan trọng trong ý định hành vi. Mô hình này được sử dụng để dự đoán cách mà cá nhân sẽ hành xử dựa trên thái độ và ý định hành vi đã có từ trước của họ. Mỗi tương quan cao giữa ý định hành vi và hành vi đã được xác nhận trong nhiều nghiên cứu (Sheppard & cộng sự, 1988). Tuy nhiên, vẫn còn nhiều tranh luận về mối quan hệ gắn kết giữa ý định hành vi và hành vi thực tế, vì trong hoàn cảnh nhất định, ý định hành vi không phải lúc nào cũng dẫn đến hành vi thực tế.

Lý thuyết hành vi hoạch định (The Theory of Planned Behaviour, TPB): Ajzen (1991) cho rằng ý định thực hiện hành vi sẽ chịu ảnh hưởng bởi ba nhân tố như thái độ đối với hành vi, tiêu chuẩn chủ quan và nhận thức về kiểm soát hành vi. Như vậy, lý thuyết hành vi hoạch định (TPB) được phát triển từ lý thuyết hành động hợp lý và khắc phục được hạn chế về việc cho rằng hành vi của con người là hoàn toàn do kiểm soát lí trí. Ba yếu tố quyết định cơ bản trong lý thuyết này: (i) Yếu tố cá nhân là thái độ cá nhân đối với hành vi về việc tích cực hay tiêu cực của việc thực hiện hành vi; (ii) Về ý định nhận thức áp lực xã hội của người đó, vì nó đối phó với nhận thức của áp lực hay sự bắt buộc có tính qui tắc nên được gọi là chuẩn chủ quan; và (iii) Cuối cùng là yếu tố quyết định về sự tự nhận thức (self-efficacy) hoặc khả năng thực hiện hành vi, được gọi là kiểm soát nhận thức hành vi. Lý thuyết cho thấy tầm quan trọng của thái độ đối với hành vi, chuẩn chủ quan và kiểm soát nhận thức hành vi dẫn đến sự hình thành của một ý định hành vi.

Lý thuyết thống nhất về việc chấp nhận và sử dụng công nghệ (The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology,

UTAUT): Davis và cộng sự (1989) giải thích về các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi sử dụng thông tin của cá nhân. Có bốn yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến hành vi: mong đợi về hiệu suất (Các nhà quản lý tin rằng việc sử dụng thông tin kế toán quản trị sẽ mang lại lợi ích cho họ đối với công việc); mong đợi về nỗ lực (đánh giá mức độ dễ dàng để kết hợp các thông tin sử dụng trong công việc quản lý); ảnh hưởng xã hội (nhà quản lý biết rằng những người khác tin rằng họ nên sử dụng quản lý thông tin kế toán); và tạo điều kiện thuận tiện (hiện trạng của cơ sở hạ tầng và công nghệ để hỗ trợ quản lý sử dụng thông tin).

Lý thuyết tiết lộ (The Disclosure Theory): Ahmed và Courtis (1999) giải thích các hiện tượng liên quan đến công bố thông tin tài chính tác động lên chi phí đi vay. Công bố thông tin được phân loại theo các mô hình để tìm hiểu hiện tượng công bố thông tin kế toán: công bố thông tin kế toán trong thái độ của nhà đầu tư, đặc biệt là khối lượng giao dịch của cổ phiếu; công bố thông tin minh bạch, không che giấu thông tin; và cuối cùng là tính hiệu quả của thông tin. Như vậy giảm bớt sự bất cân xứng thông tin liên quan đến hành vi của nhà đầu tư khi họ thiếu thông tin. Một số tổ chức tài chính phân loại khu vực tín dụng của họ theo quy mô của người vay, bởi vì giảm bớt rủi ro, do đó chi phí tín dụng có khả năng thấp hơn (Verrecchia, 2001).

Các khái niệm và lý thuyết trên có liên quan đến nghiên cứu này, trong đó điều quan trọng là giải thích bản chất ý định hành vi và gợi ý các yếu tố ảnh hưởng đến ý định hành vi áp dụng Chuẩn mực báo cáo tài chính quốc tế.

2.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định áp dụng IFRS

Từ thập niên 2000, nhiều nghiên cứu trên thế giới về ý định mua một sản phẩm/ dịch vụ cho biết các yếu tố ảnh hưởng đến ý định hành vi bao gồm: các thuộc tính sản phẩm, sức mạnh tài chính, thái độ và sự tin tưởng của người tiêu dùng đối với sản phẩm, thái

độ hướng tới sản phẩm, chuẩn chủ quan, tiếp cận thông tin, giá cả, chính sách khuyến mãi, động lực, kiến thức về sản phẩm, thái độ đối với rủi ro (Liyue & Yu, 2006; Rahim & Amind, 2011; Amin & cộng sự, 2011; Gnanadevan & Singu, 2017; Krajaechun & Praditbatuga, 2019; Ha Hong Nguyen và cộng sự, 2019; Nomi & Sabbir, 2020; Nursiana và cộng sự, 2021). Đặc biệt là thái độ và chuẩn chủ quan tác động tích cực đến ý định hành vi mua sản phẩm trong nghiên cứu của Albarracín và cộng sự (2001).

Trong lĩnh vực Kế toán quản trị, nghiên cứu ở các nước đang phát triển, Zeghal & Mhedhbi (2006) cho thấy các yếu tố có thể giải thích cho việc áp dụng IFRS bao gồm: tăng trưởng kinh tế của quốc gia, trình độ dân trí, mức độ mở cửa kinh tế đối ngoại, và có hiện diện của thị trường vốn. Nghiên cứu của ở Nigeria cho thấy áp dụng IFRS đem lại nhiều lợi ích cho DN và cả những đối tác DN; đòi hỏi những nỗ lực của chính phủ, các cơ quan chuyên môn và các cơ quan quản lý cung cấp các chương trình đào tạo và khung kế toán; và quan tâm đến các hành vi phi đạo đức của người lập báo cáo tài chính (Iyoha & Faboyede, 2011; Alkali & Lode, 2012). Nghiên cứu ở Africa của Owolabi và Iyoha (2012) cho biết các yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến áp dụng IFRS bao gồm: Trình độ chuyên môn của đội ngũ kế toán; Chất lượng đào tạo kế toán viên; Môi trường đạo đức lành mạnh; Khung pháp lý đối với ứng dụng IFRS. Nghiên cứu ở Turkey của Senyigi (2012) cho biết quy mô DN, mức độ tiếp cận quốc tế và năng lực đội ngũ kế toán là các yếu tố quan trọng. Nghiên cứu ở Yemen của Al-Absy và Ismail (2019) tìm thấy yếu tố quan trọng nhất ảnh hưởng tới áp dụng báo cáo tài chính quốc tế là nhận thức của đội ngũ kế toán của doanh nghiệp. Nghiên cứu ở Somalia của Mohamed và Ramli (2022) cho biết nghề nghiệp kế toán và hệ thống giáo dục, hệ thống pháp luật và văn hóa ảnh hưởng đến việc áp dụng báo cáo tài chính quốc tế. Nghiên cứu của Verriest và cộng sự (2012) ở các quốc gia Châu Âu cho thấy

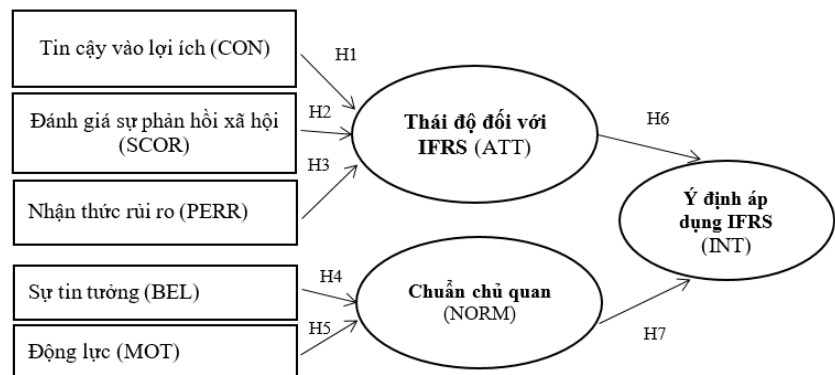
năng lực quản trị DN tác động tích cực đến áp dụng IFRS. Nghiên cứu ở India, Pakistan và Bangladesh của Ali & Ahmed (2017) cho thấy áp dụng IFRS đem lại lợi ích các tiêu chuẩn kế toán có một số tính linh hoạt, điều này có thể cho phép các nhà quản lý sử dụng các phương pháp tăng/ giảm thu nhập, cải thiện chất lượng báo cáo tài chính của các DN. Nghiên cứu 84 quốc gia bao gồm cả các nước phát triển và đang phát triển, cho biết các yếu tố ảnh hưởng đến áp dụng IFRS đối với các DNNVV bao gồm: Các DN niêm yết trên thị trường chứng khoán, hệ thống pháp lý áp dụng IFRS, trình độ học vấn, hỗ trợ nước ngoài về xây dựng các chuẩn mực kế toán tài chính quốc gia và mối quan hệ giữa các chuẩn mực kế toán và các quy tắc thuế (Bonito & Pais, 2018). Nghiên cứu ở Trung Quốc (Cai & cộng sự, 2020) về quá trình áp dụng IFRS cho thấy thực hiện IFRS đem lại kết quả: nâng cao chất lượng báo cáo tài chính, hạ giá vốn, thu hút nhiều nhà đầu tư nước ngoài hơn và nâng cao hiệu suất quản trị doanh nghiệp. Nghiên cứu ở Việt Nam về ý định áp dụng IFRS của các DN cho biết các yếu tố ảnh hưởng bao gồm: quy mô DN, kỳ vọng hiệu suất quản trị, kỳ vọng nỗ lực, quy chuẩn chủ quan, điều kiện thuận tiện, môi trường kinh doanh, văn hóa tổ chức, chất lượng nhân lực kế toán, công nghệ thông tin của DN, cơ sở pháp lý cho hoạt động kế toán, năng lực đội ngũ kế toán và quản trị doanh nghiệp (Hung Quoc Nguyen & Oanh Thi Tu Le, 2020; Dung Thi Doan & cộng sự, 2020; Trang Thu & cộng sự, 2021; Tung Dao, Nguyen, 2022).

Dựa trên khung phân tích Lý thuyết hành vi hoạch định (Ajzen, 1991) và tổng hợp các nghiên cứu thực nghiệm từ thập niên 2000 đến nay, các yếu tố ảnh hưởng đến ý định

áp dụng IFRS bao gồm: Thái độ của doanh nghiệp đối với IFRS và Chuẩn chủ quan của nhà quản trị doanh nghiệp.

3. MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

Tổng quan lý thuyết và nghiên cứu thực nghiệm là cần thiết để nghiên cứu thêm nhằm mở rộng lý thuyết, cung cấp thêm bằng chứng thực nghiệm và các hàm ý quản lý liên quan đến các yếu tố ảnh hưởng đến ý định hành vi. Các nghiên cứu trước đây nêu bật những hiểu biết sâu sắc về tác động của các mối quan hệ trên và đo lường các mối quan hệ bằng cách sử dụng các mô hình định lượng khác nhau, độc lập như phân tích nhân tố khám phá, hồi quy tuyến tính, hồi quy dữ liệu Bảng hoặc hồi quy Binary logistic và kiểm định thống kê riêng biệt, nhưng chưa cung cấp cơ sở đầy đủ cho một khung phân tích toàn diện về ý định áp dụng IFRS. Do đó, mục đích của nghiên cứu này là mở rộng các phát hiện từ các nghiên cứu trước đây về mối quan hệ giữa các yếu tố ảnh hưởng đến ý định hành vi và phân tích tích hợp các mối quan hệ trong mô hình cấu trúc tuyến tính. Nhóm nghiên cứu lựa chọn mô hình nghiên cứu cho Đồng bằng sông Cửu Long như sau:



Hình 1: Mô hình nghiên cứu

Giả thuyết nghiên cứu:

H1: Tin cậy và lợi ích ảnh hưởng đến Thái độ nhà quản trị đối với IFRS;

H2: Đánh giá sự phản hồi xã hội ảnh hưởng đến Thái độ nhà quản trị đối với IFRS;

H3: Nhận thức rủi ro ảnh hưởng đến Thái

độ nhà quản trị đối với IFRS;

H4: Sự tin tưởng ảnh hưởng đến Chuẩn chủ quan nhà quản trị đối với IFRS;

H5: Động lực ảnh hưởng đến Chuẩn chủ quan nhà quản trị đối với IFRS;

H6: Thái độ tác động tích cực đến ý định áp dụng IFRS;

H7: Thái độ tác động tích cực đến ý định áp dụng IFRS;

4. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Đo lường: Tất cả các thang đo được điều chỉnh từ các nghiên cứu trước để phù hợp với bối cảnh nghiên cứu tại Việt Nam. Chúng tôi thiết kế 3 quy trình để tiến hành cuộc khảo sát. Đầu tiên, chúng tôi khảo sát bằng phương pháp chuyên gia trao đổi với các chuyên gia quản lý khối DN bao gồm 10 người có ít nhất 5 năm kinh nghiệm làm việc tại các cơ quan có liên quan đến quản lý DN, là lãnh đạo các sở, cơ quan, ban ngành và nhóm 10 chuyên gia là quản lý kế toán DN ở thành phố Cần Thơ. Sau đó, họ đề xuất một số điều chỉnh để đảm bảo bảng câu hỏi phù hợp với bối cảnh Việt Nam. Thứ hai, một cuộc khảo sát thí điểm với 20 người trả lời đang tham gia quản lý DN với tư cách là đại diện DN có ý định áp dụng IFRS nhằm kiểm tra lại bảng câu hỏi khảo sát không có sai sót và nội dung phù hợp. Mẫu được chọn dựa trên mức độ sẵn sàng tham gia nghiên cứu của người trả lời. Thứ ba, khảo sát toàn bộ với đối tượng là những DN chưa áp dụng IFRS và người trả lời là nhà quản lý và chuyên viên kế toán của DN. Tổng số có 400 người trả lời đã điền vào bảng câu hỏi.

Thang đo Likert 5 khoảng cách bắt đầu từ “hoàn toàn không đồng ý” đến “hoàn toàn đồng ý” được sử dụng để đo lường tất cả biến quan sát. Để đo lường các thang đo “Thái độ hướng tới áp dụng IFRS”, “Nhận thức rủi ro”, “Động lực”, “Chuẩn chủ quan”, “Ý định áp dụng IFRS”, 17 biến quan sát đã được đưa vào bảng câu hỏi. Các yếu tố đo lường dựa trên thang đo của Nomi & Sabbir

(2020) và Hung Quoc Nguyen & Oanh Thi Tu Le (2020) và các tác giả phát triển cho phù hợp với bối cảnh Việt Nam, là kết quả của các cuộc thảo luận chuyên gia. Để đo lường “Tin cậy vào lợi ích đem lại”, “Đánh giá sự phản hồi xã hội”, “Sự tin tưởng”, 12 biến quan sát được đưa vào bảng câu hỏi. Các yếu tố đo lường thang đo này dựa trên thang đo của Davis & cộng sự (1986) và Ha Hong Nguyen & cộng sự (2019) và được các tác giả phát triển là kết quả của các cuộc thảo luận chuyên gia. Bảng đo lường chi tiết thang đo và các biến quan sát có ở phần phụ lục.

Thu thập và xử lý dữ liệu: Chúng tôi đã tiến hành khảo sát bằng bảng câu hỏi tại đồng bằng sông Cửu Long. Tất cả những người trả lời được xác định là đối tượng chưa áp dụng IFRS. Khảo sát tiến hành từ tháng 10/2020 đến tháng 6/2021. Sau khi thực hiện xử lý dữ liệu, đã có 375 quan sát đảm bảo phù hợp và sử dụng để phân tích dữ liệu.

Do mô hình lý thuyết với một tập hợp các quan hệ đan xen, mô hình cấu trúc tuyến tính (Partial Least Square - Structural Equation Model, PLS-SEM) được sử dụng để kiểm định các giả thuyết trên (Anderson & Gerbing, 1988; Kline, 2011). Phân tích cấu trúc tuyến tính được thực hiện theo quy trình bao gồm 4 bước: (i) Kiểm định tin cậy thang đo (Reliability test of scale); (ii) Phân tích nhân tố khám phá (Exploratory Factor Analysis-EFA); (iii) Phân tích nhân tố khẳng định (Confirmatory Factor Analysis-CFA) và (iv) Phân tích cấu trúc tuyến tính (Structural Equation Modeling-SEM). Phân tích dữ liệu dựa vào phần mềm SPSS và AMOS phiên bản 20.0.

5. KẾT QUẢ

5.1. Mô tả đặc điểm đối tượng khảo sát

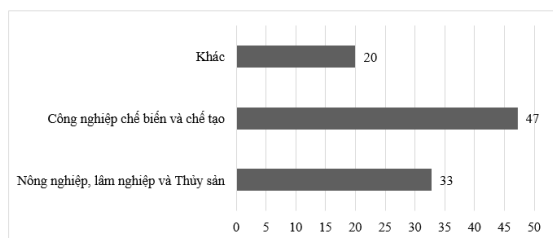
- Lĩnh vực sản xuất - kinh doanh: Trong 375 doanh nghiệp khảo sát, các DN thuộc các ngành Công nghiệp chế biến, chế tạo chiếm chủ yếu (47%).

- Quy mô vốn: Phần lớn các doanh nghiệp có quy mô vốn 51 - 100 tỷ đồng (38%).

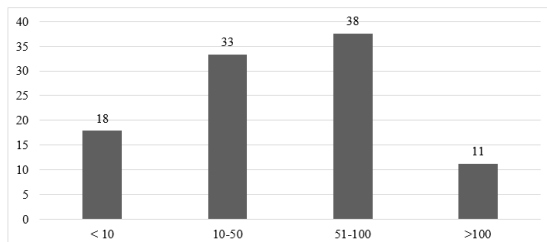
- Độ tuổi và giới tính của người được khảo sát: Độ tuổi chủ yếu là từ 26 - 35, chiếm 49,6 %. Giới tính nam là 53% và nữ 47%.

- Trình độ chuyên môn và chức danh của người được khảo sát: Trình độ chủ yếu là đại học và cao đẳng (86%). Đối tượng khảo sát là kế toán (60%) và giám đốc/ quản lý doanh nghiệp (40%).

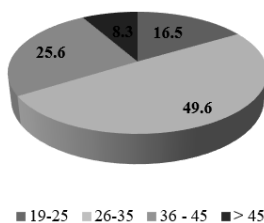
- Số năm hoạt động của DN: Chủ yếu từ 4 năm trở lên (77%).



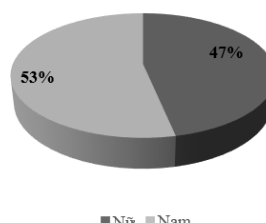
Hình 2: Ngành sản xuất – kinh doanh của DN (%)



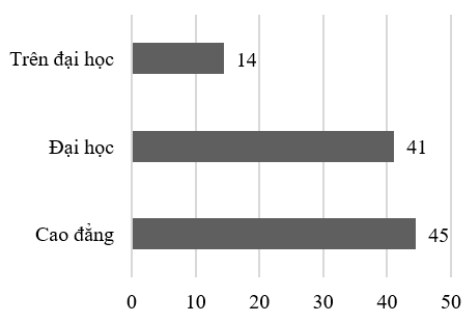
Hình 3: Quy mô vốn DN (Tỷ đồng)



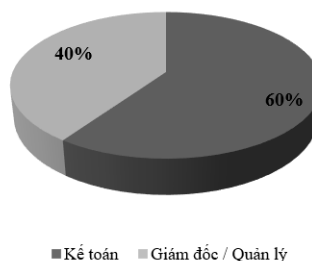
Hình 4: Độ tuổi (%)



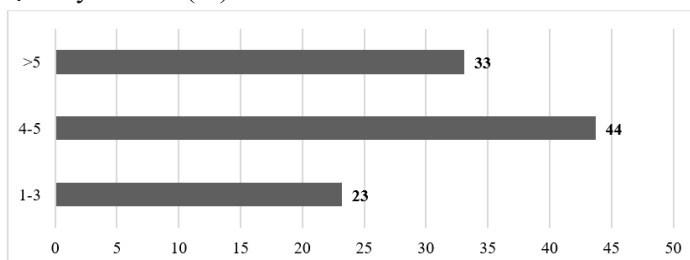
Hình 5: Giới tính (%)



Hình 6: Trình độ chuyên môn (%)



Hình 7: Chức danh (%)



Hình 8: Số năm hoạt động của DN (%)

5.2. Phân tích độ tin cậy

Kết quả thể hiện trong bảng 1 cho thấy: Các biến quan sát đều thỏa mãn các điều kiện trong phân tích độ tin cậy của thang đo thông qua hệ số Alpha $> 0,6$ và tương quan biến – tổng $> 0,3$ (Nunnally & Burnstein, 1994).

5.3. Phân tích nhân tố khám phá

Ghi chú: $0,5 < KMO < 1$; kiểm định Bartlett có mức ý nghĩa nhỏ hơn 0,05; hệ số tải nhân tố của các biến quan sát (Factor Loading) $> 0,5$; phương sai trích $> 50\%$ và Eigenvalue > 1 (Hair & Cộng sự, 2006).

Kết quả được trình bày trong bảng 2 cho thấy: các yếu tố của Thái độ được trích thành 03 yếu tố tương ứng với các biến đo lường của mô hình lý thuyết với tổng phương sai trích là 76,581% tại Eigenvalue là 2,079; EFA của Thái độ được trích thành 03 biến quan sát với phương sai trích là 76,581% tại Eigenvalue là 2,297. EFA của yếu tố của Chuẩn chủ quan được trích thành 02 yếu tố với phương sai trích là 66,797% tại Eigenvalue là 1,832. EFA của yếu tố của Chuẩn chủ quan được trích thành 03 biến quan sát với phương sai trích là 75,566% tại Eigenvalue là 2,267. EFA của Ý định áp dụng IFRS được trích thành 03 biến quan sát với phương sai trích là 74,983% tại Eigenvalue là 2,218. Kết quả EFA được sử dụng bằng phương pháp xoay Promax.

Bảng 1. Tin cậy thang đo và biến quan sát bị loại

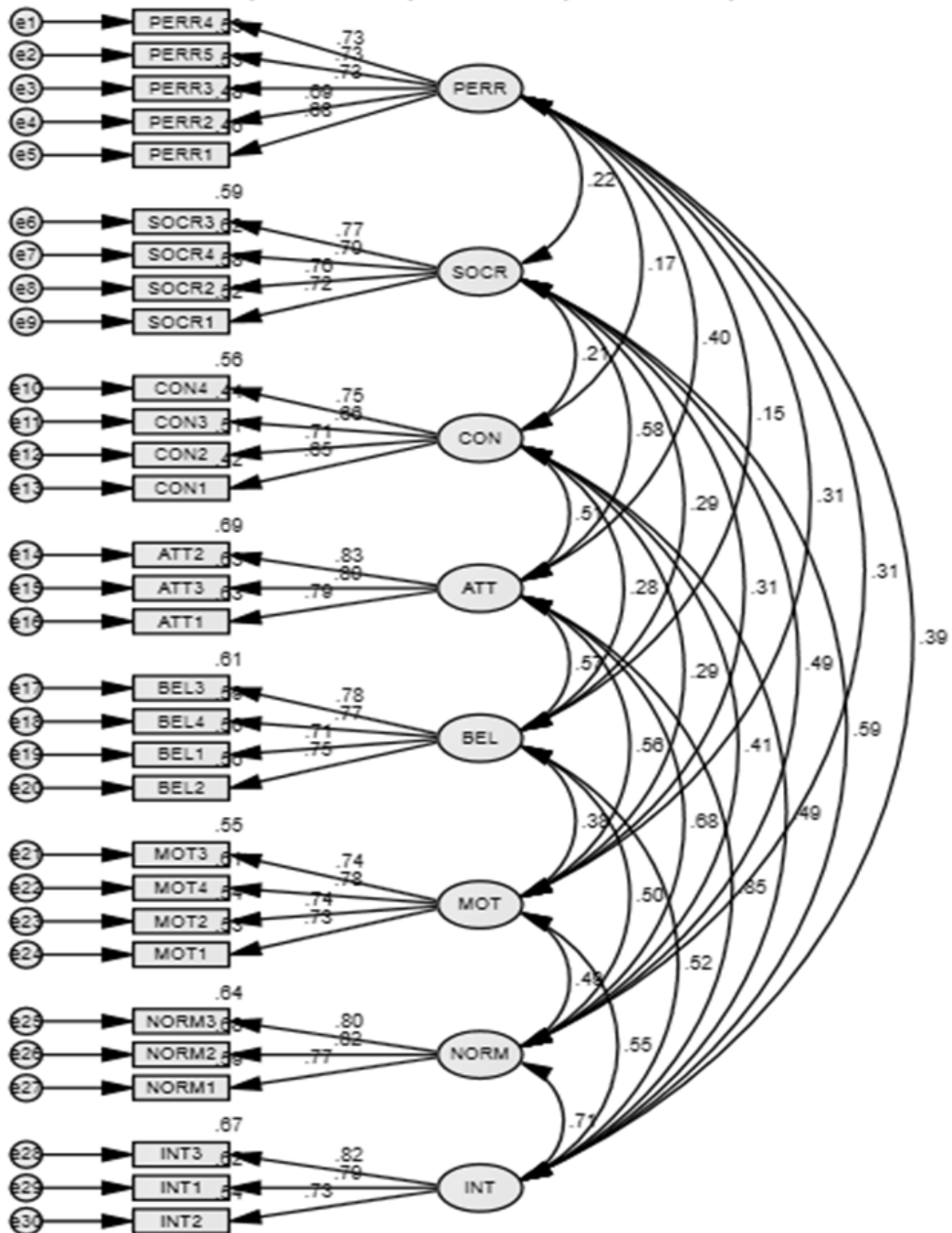
Thang đo	Biến quan sát	Hệ số Alpha	Kết luận
CON	Không	0.734	Chất lượng
SOCR	Không	0.839	Chất lượng tốt
BEL	Không	0.832	Chất lượng tốt
MOT	Không	0.831	Chất lượng tốt
PERR	Không	0.847	Chất lượng tốt
ATT	Không	0.856	Chất lượng tốt
NORM	Không	0.838	Chất lượng tốt
INT	Không	0.823	Chất lượng tốt

Bảng 2. Ma trận nhân tố

	Nhân tố							
	1	2	3	4	5	6	7	8
PERR4	0.799							
PERR5	0.797							
PERR3	0.790							
PERR2	0.777							
PERR1	0.719							
SOCR3		0.844						
SOCR4		0.842						
SOCR2		0.819						
SOCR1		0.776						
CON4			0.804					
CON3			0.800					
CON2			0.784					
CON1			0.602					
ATT2				0.898				
ATT3				0.865				
ATT1				0.862				
BEL3					0.860			
BEL4					0.828			
BEL1					0.794			
BEL2					0.781			
MOT3						0.853		
MOT4						0.814		
MOT2						0.799		
MOT1						0.791		
NORM3							0.879	
NORM2							0.870	
NORM1							0.858	
INT3								0.873
INT1								0.861
INT2								0.845
Kaiser-Meyer-Olkin Measure (Thước đo KMO)			0.801	0.720		0.827	0.725	0.718
Kiểm định Bartlett (Mức ý nghĩa)			0.000	0.000		0.000	0.000	0.000
Eigenvalues (Giá trị Eigen)			2.079	2.297		1.832	2.267	2.218
% of Variance (Phương sai trích, %)			76.581	76.581		66.797	75.566	73.938

5.4. Phân tích nhân tố khẳng định

CMIN/df=1.425; TLI=.964; CFI=.969; NFI=.904; RMSEA=.034



Hình 9: Kết quả phân tích CFA

Mô hình đo lường phù hợp với dữ liệu thực tế phải đảm bảo phù hợp với 5 thước đo: (i) Cmin/df; (ii) TLI, (iii) CFI, (iv) NFI; (v) RMSEA (Gefen và cộng sự, 2011).

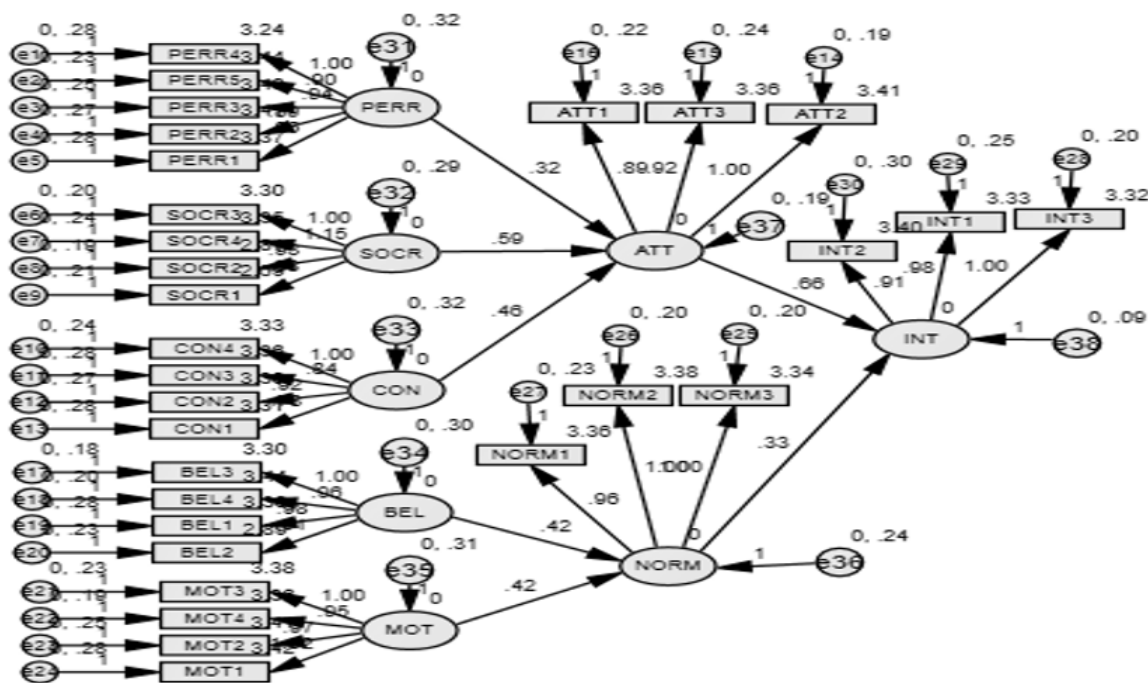
Bảng 3 cho thấy, mô hình đo lường phù hợp với dữ liệu thực tế.

Bảng 3: Kết quả giá trị các thước đo

TT	Thước đo	Giá trị tiêu chuẩn	Giá trị mô hình	Kết quả
1	Chi bình phương điều chỉnh theo bậc tự do (Cmin/df)	$\chi^2/\text{d.f.} \leq 5$ (Bentler & Bonett, 1980; Bagozzi & Jy, 1988)	1,425	Tốt
2	Chỉ số TLI (Tucker-Lewis Index)	TLI càng tiến về 1 càng phù hợp; TLI > 0,90 Phù hợp; TLI $\geq 0,95$ phù hợp tốt. (Hu & Bentler, 1998)	0,964	Tốt
3	Chỉ số thích hợp so sánh CFI (Comparative Fit Index),	CFI càng tiến về 1 càng phù hợp; CFI > 0,90 Phù hợp; TLI $\geq 0,95$ phù hợp tốt. (Hu & Bentler, 1998).	0,969	Tốt
4	Chỉ số NFI (Normal Fit Index)	NFI càng tiến về 1 càng phù hợp; NFI gần bằng 0,90 Phù hợp; NFI > 0,95 Phù hợp tốt. (Chin & Todd, 1995; Hu & Bentler, 1998)	0,904	Tốt
5	Chỉ số RMSEA (Root Mean Square Error Approximation).	RMSEA < 0,05, mô hình phù hợp tốt; RMSEA < 0,08, Phù hợp; Càng nhỏ càng tốt (Browne & Cudeck, 1993)	0,034	Tốt

Ghi chú: *** (Sig. = 0.000).

5.5. Phân tích cấu trúc tuyến tính



CMIN/df=2.182; TLI=.900; CFI=.909; NFI=.845; RMSEA=.056

Hình 10: Kết quả của phân tích cấu trúc tuyến tính

Kết quả được trình bày trong Hình 10 cho thấy: mô hình có giá trị Cmin/df = 2,182; TLI = 0,900; CFI = 0,909; NFI = 0,845 và RMSEA = 0,056. Như vậy, mô hình tích hợp phù hợp với dữ liệu thực tế.

Kết quả được trình bày trong bảng 4 cho thấy: các giả thuyết đều được chấp nhận ở mức tin cậy trên 95%.

Bảng 4: Kết quả giả thuyết

Giả thuyết	Tác động			Estimate	S.E.	C.R.	P	Kết luận
H3	ATT	<---	PERR	0.357	0.065	5.499	***	Phù hợp
H2	ATT	<---	SOCR	0.577	0.066	8.769	***	Phù hợp
H1	ATT	<---	CON	0.467	0.062	7.476	***	Phù hợp
H4	NORM	<---	BEL	0.405	0.063	6.45	***	Phù hợp
H5	NORM	<---	MOT	0.409	0.063	6.533	***	Phù hợp
H6	INT	<---	ATT	0.627	0.053	11.741	***	Phù hợp
H7	INT	<---	NORM	0.335	0.048	6.943	***	Phù hợp

Ghi chú: *** (Sig. = 0.000).

5.6. Kiểm định BOOTSTRAP

Trong nghiên cứu này cỡ mẫu là 375 quan sát, trong khi phương pháp phân tích cấu trúc tuyến tính thường đòi hỏi mẫu lớn (Anderson & Gerbing, 1988), nên cần tiến hành phương pháp Bootstrap để đánh giá tin cậy của các ước lượng (Schumacker & Lomax, 2006).

Bảng 5: Kết quả Bootstrap

Parameter			SE	SE-SE	Mean	Bias	SE-Bias	C.R. (Độ chệch, trị tuyệt đối)
ATT	<---	PERR	0.062	0.001	0.3	0.00	0.002	1.500
ATT	<---	SOCR	0.067	0.001	0.6	0.00	0.002	2.000
ATT	<---	CON	0.066	0.001	0.5	0.00	0.002	0.500
NORM	<---	BEL	0.076	0.002	0.4	0.00	0.002	1.000
NORM	<---	MOT	0.066	0.001	0.4	0.00	0.002	0.500
INT	<---	ATT	0.060	0.001	0.7	0.00	0.002	0.500
INT	<---	NORM	0.055	0.001	0.3	0.00	0.002	2.000

Ghi chú: Bootstrap với 1000 quan sát.

CR = Bias/(SE – Bias)

C.R, Composite Reliability, độ chệch / độ tin cậy tổng hợp (Davison & Hinkley, 1997)

Trị tuyệt đối CR rất nhỏ so với 1,96 (Mức tin cậy 95% trở lên) độ chệch là rất nhỏ, rất tốt (Hair và cộng sự, 2006); $CR \leq 2.49$ (mức tin cậy 90% trở lên), chấp nhận (Green, 1991).

Bảng 5 cho thấy C.R < 2.49, khoảng chênh lệch giữa giá trị trung bình ước lượng các hệ số hồi quy bằng Bootstrap và ước lượng mô hình với mẫu ban đầu nhỏ cho phép kết luận các ước

Bảng 6. Mức độ tác động

Mức độ tác động đến ATT			Hệ số hồi quy	%	Vị trí
ATT = f(PERR, SOCR, CON)					
ATT	<---	PERR	0.357	25	3
ATT	<---	SOCR	0.577	41	1
ATT	<---	CON	0.467	33	2
Tổng			1.401	100	
Mức độ tác động đến NORM					
NORM = f(BEL, MOT)					
NORM	<---	BEL	0.405	49.8	2
NORM	<---	MOT	0.409	50.2	1
Tổng			0.814	100	
Mức độ tác động đến INT					
NINT = f(ATT, NORM)					
INT	<---	ATT	0.627	65	1
INT	<---	NORM	0.335	35	2
TỔNG			0.962	100	

lượng mô hình có thể tin cậy được.

Các yếu tố tác động đến “Thái độ” theo thứ tự ảnh hưởng từ cao xuống thấp: SOCR, CON và PERR. Các yếu tố tác động đến “Chuẩn chủ quan” theo thứ tự ảnh hưởng: MOT, BEL. Các yếu tố tác động đến “Ý định áp dụng IFRS” theo thứ tự ảnh hưởng: ATT, NORM.

6. THẢO LUẬN VÀ HÀM Ý CHÍNH SÁCH

Một là, nghiên cứu đã xác định “Thái độ” với 03 thành phần: Đánh giá sự phản hồi xã hội, Tin cậy vào lợi ích đem lại và Nhận thức rủi ro. Kết quả này phù hợp với giả thuyết đo lường các thành phần của “Thái độ”. Tương tự như kết quả nghiên cứu về mua Bảo hiểm ở Indonesia của Nursiana và cộng sự (2021). Để nâng cao “Thái độ thái độ hướng tới áp dụng IFRS” của các DN, nên tập trung vào: (i) Quan tâm tới đánh giá phản hồi của xã hội; (ii) Làm rõ lợi ích đem lại từ áp dụng IFRS và (iii) nâng cao nhận thức về những rủi ro cho các DN áp dụng IFRS.

Hai là, “Chuẩn chủ quan bị tác động bởi “Sự tin tưởng” và “Động lực”. Tương tự như kết quả nghiên cứu về bảo hiểm xã hội ở Indonesia của Alamsyah & and Ruswanti (2017). Như vậy, để khai thác “Chuẩn chủ quan”, cần quan tâm đến tổ chức hội thảo quốc gia, quốc tế về hiệu quả áp dụng IFRS, công bố rõ ràng các chính sách hỗ trợ các DN áp dụng IFRS, phổ biến kết quả điển hình DN tự nguyện áp dụng IFRS.

Ba là, “Thái độ” và “Chuẩn chủ quan” tác động tích cực đến ý định áp dụng IFRS.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Ahmed, K. & Courtis, J. K. (1999). Associations between corporate characteristics and disclosure levels in annual reports: a meta-analysis. *British Accounting Review*, 1, 35-61.

Albarracín, D., Johnson, B.T., Fishbein, M. & Muellerleile, P.A. (2001). Theories of Reasoned Action and Planned Behavior as Models of Condom Use: A Meta-Analysis. *Psychol Bull*, 127(1), 142-161.

Ajzen, I. & Fishbien, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Tương tự như kết quả nghiên cứu về bảo hiểm xã hội ở Indonesia của Nursiana và cộng sự (2021) và nghiên cứu ý định DN áp dụng IFRS ở Việt Nam của Hung Quoc Nguyen & Oanh Thi Tu Le (2020). Để thu hút DN tham gia áp dụng IFRS, “Thái độ” và “Chuẩn chủ quan” là “chìa khóa” cho các chính sách phát triển áp dụng IFRS ở Việt Nam.

7. KẾT LUẬN VÀ HẠN CHẾ NGHIÊN CỨU

Nghiên cứu hiện tại nhằm mục đích mở rộng khung lý thuyết và cung cấp bằng chứng trong các kết quả thực nghiệm về ý định áp dụng IFRS bằng chứng từ đồng bằng sông Cửu Long. Các phát hiện làm nổi bật vai trò mạnh mẽ của “Thái độ” và “Chuẩn chủ quan” tác động đến ý định áp dụng IFRS. Nghiên cứu cũng cung cấp một số hiểu biết sâu sắc về mối quan hệ đan xen giữa các yếu tố thông qua mô hình phân tích cấu trúc tuyến tính.

Nghiên cứu có một số hạn chế nhất định. Các đối tượng khảo sát chỉ lấy từ 5 tỉnh/TP ở ĐBSCL, điều này hạn chế tính khái quát của nghiên cứu. Nghiên cứu trong tương lai nên khảo sát nhiều tỉnh/thành phố, khu vực khác và so sánh để nâng cao tính khái quát của các phát hiện. Hơn nữa, nghiên cứu này chỉ xem xét quan hệ “Thái độ” và “Chuẩn chủ quan” và ý định áp dụng IFRS vì có những yếu tố khác nữa ảnh hưởng đến ý định mà nghiên cứu này chưa đề cập đến.

- Ajzen, I. (1991). *From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior*. Springer, Berlin, Heidelberg.
- Al-Absy, M.S.M. & Ismail, K.N.I.K (2019). Accountants' Perception on the Factors Affecting the Adoption of International Financial Reporting Standards in Yemen. *International Journal of Financial Research*, 10(4), 128-142.
- Ali, M.J. & Ahmed, K. (2017). Determinants of accounting policy choices under international accounting standards: Evidence from South Asia. *Accounting Research Journal*, 30(4), 430-446.
- Alkali, M.Y. & Lode, N.A. (2012). Efforts and Challenges in Adopting International Financial Reporting Standards (IFRS) in Nigeria. *Journal of Business and Management and Accounting*, 2, 1-15.
- Amin, H., Rahim Abdul Rahman, A., Laison Sondoh Jr, S. & Magdalene Chooi Hwa, A. (2011). Determinants of customers' intention to use Islamic personal financing: The case of Malaysian Islamic banks. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 2(1), 22-42.
- Anderson, J. C. & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411-423.
- Bagozzi, R.B. & Jy, I. (1988). On the evaluation of structural equation model. *J. Acad Mark Sci*, 16, 74-94.
- Bentler, P. M. & Bonett, D. G. (1980). Significance tests and goodness of fit in the analysis of covariance structures. *Psychological Journal*.
- Bonito, A. & Pais, C. (2018). The macroeconomic determinants of the adoption of IFRS for SMEs. *Spanish Accounting Review*, 21(2), 116-127.
- Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2020). *Sách Trắng: Doanh nghiệp Việt Nam năm 2020*. NXB Thống Kê.
- Bộ Tài Chính (2020). *Quyết định: phê duyệt đề án áp dụng chuẩn mực báo cáo tài chính tại Việt Nam*. Truy xuất từ <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Tai-chinh-nha-nuoc/Quyết-dinh-345-QD-BTC-2020-phe-duyet-De-an-ap-dung-chuan-muc-bao-cao-tai-chinh-tai-Viet-Nam>.
- Bolton, R.N. & Drew, J.H. (1991). A Multistage Model of Customers' Assessments of Service Quality and Value. *Journal of Consumer Research*, 17(4), 375-384
- Bonito, A. & Pais, C. (2018). The macroeconomic determinants of the adoption of IFRS for SMEs. *Spanish Accounting Review*, 21(2), 116-127.
- Browne, M. W. & Cudeck, R. (1993). "Alternative Ways of Assessing Model Fit" in *Testing Structural Equation Models*, K. A. Bollen and J. S. Long (eds.), Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Cai, M., Theodore T. Y. Chen, T.T.Y. & Zhou, G. (2020). Progress of and Obstacles to IFRS Implementation in an Emerging Economy: Auditors' Perspective. *China Accounting and Finance Review*, 22(1), 1-29.
- Chin, W. W. & Todd, P. A. (1995). On the Use, Usefulness, and Ease of Use of Structural Equation Modeling in MIS Research: A Note of Caution. *MIS Quarterly*, 19(2), 237-246.

Cialdini, R. B., Reno, R. R. & Kallgren, C. A. (1990). A focus theory of normative conduct: Recycling the concept of norms to reduce littering in public places. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, 1015–1026.

Davis, F. D. (1986). *A Technology Acceptance Model for Empirical Testing New End-User Information System: Theory and Results*. Massachusetts Institute of Technology.

Davis, F.D., Bagozzi, R.P. & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982-1003.

Davison, A.C. & Hinkley, D.V. (1997). *Bootstrap methods and their application*. Cambridge. UK: Cambridge University Press.

Dung Thi Doan, Lan Ngoc Thi Nguyen & Hai Phan Thanh (2020). Factors affecting the application of IFRS through the perceptions of business managers and auditors in Vietnam. *Business Perspectives*, 18(1), 371-384.

Green, W.H. (1991). *Econometric Analysis*. Upper Saddle River NJ: Prentice-Hall.

Gefen, D., Rigdon, E.E. & Straub, D. (2011). An Update and Extension to SEM Guidelines for Administrative and Social Science Research. *MIS Quarterly*, 35(2), iii-xiv.

Gnanadevan, J. & Singu, B.H. (2017). Customer awareness towards life insurance investment with special reference to Coimbatore city. *International Journal of Applied and Advanced Scientific Research*, 2(2), 57-61.

Ha Hong Nguyen, Trung Thanh Nguyen & Phong Thanh Nguyen (2019). The Factors Affecting the Decision to Participate in Voluntary Social Insurance of Vietnamese Employees: The Case of Tra Vinh Province. *Research in World Economy*, 10(3), 431-437.

Hair, J., Aderson, R., Tatham, P. & Black, W. (2006). *Multivariate Data Analysis*, 6ed. Prentice- Hall, Upper Saddle River, N.J.

Hu, L.T. * Bentler, P. M. (1995). Evaluating model fit. In R. H. Hoyle (Ed.), *Structural equation modeling: Concepts, issues, and applications* (pp. 76-99). Thousand Oaks, CA: Sage.

Hung Quoc Nguyen & Oanh Thi Tu Le (2020). Factors Affecting the Intention to Apply Management Accounting in Enterprises in Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7 (6), 95-106.

Iyoha, F.O. & Faboyede, S.O. (2011), Adopting International Financial Accounting Standards (IFRSs): A Focus on Nigeria. *International Journal of Research in Commerce & Management*, 2 (1), 0976-2183.

Kline, R. B. (2011). *Principles and practices of structural equation modeling*. New York: Guilford Press.

Kotler, P. (2003). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice-Hall.

Krajaechun, S. & Praditbatuga, P. (2019). Factors related to insurance purchase intention in Thailand. *Asumption University e-Journal of Interdisciplinary Research*, 4(2), 112-128.

Liyue, L. & Yu, Z. (2006). *A multi-level analysis on the determinants of social insurance participation of China's floating population: a case study of six cities*. China: Center for Population and Development Research, Fujian Normal University. From <https://iussp2009>.

princeton.edu/papers/90785.

Mohamed, A.N. & Ramli, A. (2022). Factors influencing the Adoption of Financial Reporting among Small and Medium-Sized Enterprises in Mogadishu –Somalia. *Journal of Positive School Psychology*, 6(4), 2275-2287.

Nomi, M. & Sabbir, M.M. (2020). Investigating the factors of consumers' purchase intention towards life insurance in Bangladesh: An application of the Theory of Reasoned Action. *Asian Academy of Management Journal*, 25(2), 135–165.

Nunnally, J. C. & Burnstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory*. New York: McGraw – Hill.

Nursiana, A., Budhijono, F. & Fuad, M. (2021). Critical Factors Affecting Customers' Purchase Intention of Insurance Policies in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 123-133.

Oliver, R.L. (1980) A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17, 460-469.

Owolabi, A. & Iyoha, F.O. (2012). Adopting International Financial Reporting Standards (IFRS) in Africa: benefits, prospects and challenges. *African J. Accounting, Auditing and Finance*, 1(1), 77–86.

Peter, J. P. & Olson, J. C. (2005). *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. New York: McGraw-Hill / Irwin.

Posner, E. (2020). Sequence as Explanation: The International Politics of Accounting Standards. *Review of International Political Economy*, 17(4), 639-664.

Rahim, F.A. & Amin, H. (2011). Determinants of Islamic insurance acceptance: An empirical analysis. *International Journal of Business and Society*, 12(2), 37-54.

Ramanna, K. & Sletten, E. (2009). *Why do countries adopt International Financial Reporting Standards?* Working Paper, 09-102. Harvard Business School.

Robbins, S.P. (2001). *Organizational Behavior*. New York: Prentice-Hall, Inc.

Senyigi, Y.B. (2012). Determinants of voluntary IFRS adoption in an emerging market: Evidence from Turkey. *Journal of Accounting and Management Information Systems*, 13(3), 449-465

Schiffman, L.G. and Kanuk, L.L. (2007). *Consumer Behavior*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Sheppard, B.H., Hartwick, J. and Warshaw, P.R. (1988). The theory of reasoned action: A meta-analysis of past research with recommendations for modifications and future research. *Journal of Consumer Research*, 15, 325–343.

Smith, J.R. and Louis, W.R. (2008). Do as we say and as we do: The interplay of descriptive and injunctive group norms in the attitude-behavior relationship. *British Journal of Social Psychology*, 47(4), 647- 666.

Trang Thu, T., Cuong Duc, P., , Anh Huu, N., Nga Thanh, D., Hang Thuy, D., Giang Hoang, D. & Truong Hong, P.(2021). Factors Affecting the Adoption of IFRS: The Case of Listed Companies on Ho Chi Minh Stock Exchange. *Journal of Asian Finance, Economics*

and Business, 8(2), 0873–0882.

Tung Dao, Nguyen (2022). Factors affecting the application of international financial reporting standards in Vietnamese small and medium-sized enterprises. *Journal of Positive School Psychology*, 6(4), 6032 – 6042.

Urban, S. & Polona, T. (2015). Conceptual Model of Relationships among Customer Perceptions of Components of Insurance Service. *South East European Journal of Economics and Business*, 10(1), 32-44.

Verrecchia, R. E. (2001). Essays on disclosure. *Journal of Accounting & Economics*, 32(1), 97-180.

Verriest, A., Gaeremynck, A. & Thomson, D.B. (2012). *Corporate governance and properties of IFRS adoption*. Working paper. [http://www.econtrack.nl/uploads/document/corporate%](http://www.econtrack.nl/uploads/document/corporate%20governance%20and%20properties%20of%20IFRS%20Adoption.pdf)

[20governance% 20and% 20properties% 20of% 20IFRS% 20Adoption.pdf](http://www.econtrack.nl/uploads/document/corporate%20governance%20and%20properties%20of%20IFRS%20Adoption.pdf). [Links].

Zeghal, D. & Mhedhbi, K. (2006). An analysis of the factors affecting the adoption of international accounting standards by developing countries. *The International Journal of Accounting*, 41(4), 373-386.

PHỤ LỤC

Bảng 7. Thang đo và các biến quan sát

No	Thang đo và biến quan sát	Code
I	Tin cậy vào lợi ích đem lại (Confidence in benefits)	CON
1	Áp dụng IFRS sẽ giúp tôi quản lý và theo dõi tốt hơn các hoạt động kinh doanh	CON1
2	Áp dụng IFRS sẽ giúp tôi quyết định chính xác và hiệu quả	CON2
3	Áp dụng IFRS sẽ tăng khả năng cạnh tranh của công ty tôi và thu hút đầu tư	CON3
4	Áp dụng IFRS sẽ giúp tôi lập báo cáo tài chính nhanh chóng và chất lượng hơn	CON4
II	Đánh giá sự phản hồi xã hội (Evaluation of social response)	SOCR
5	Những DN đã áp dụng IFRS tác động đến ý định áp dụng IFRS của tôi	SOCR1
6	Tôi đã được nghe nói về RFIS thông qua hệ thống thông tin của Bộ tài chính	SOCR2
7	Chính phủ có các chính sách hỗ trợ huấn luyện cho đội ngũ kế toán DN	SOCR3
8	Các DN đối tác cho rằng áp dụng IFRS rất hiệu quả và chính xác trong việc lập báo cáo tài chính	SOCR4
III	Nhận thức rủi ro (Perceived Risk)	PERR
9	Tôi không sợ rằng quá phức tạp để áp dụng và dễ gây ra lỗi	PERR1
10	Tôi không sợ rằng công ty của tôi thiếu nguồn lực để áp dụng IFRS	PERR2
11	Tôi không sợ IFRS sẽ không phù hợp với nền kinh tế Việt Nam.	PERR3
12	Tôi cảm thấy chắc chắn rằng hiệu suất lợi nhuận sẽ tăng khi áp dụng IFRS	PERR4
13	Tôi cảm thấy chắc chắn rằng chi phí hoạt động của DN sẽ tăng lên khi áp dụng IFRS	PERR5
IV	Thái độ hướng tới áp dụng IFRS (Attitude toward application of IFRS)	ATT
14	Áp dụng IFRS là việc làm hoàn toàn đúng đắn phù hợp với hội nhập	ATT1
15	Nhà nước có lộ trình áp dụng IFRS cho các DN	ATT2
16	Tôi nghĩ rằng áp dụng IFRS có lợi cho DN	ATT3
V	Sự tin tưởng (Belief)	BEL

17	Học cách sử dụng IFRS thật không khó khăn đối với tôi.	BEL1
18	Đội ngũ làm việc trong hệ thống kế toán DN rất chuyên nghiệp	BEL2
19	Tôi thấy IFRS được sử dụng linh hoạt.	BEL3
20	Bộ phận thông tin của DN đã trang bị phần mềm sẵn sàng áp dụng IFRS	BEL4
VI	Động lực (Motivation)	MOT
21	Áp dụng IFRS sẽ dễ dàng thu hút các nhà đầu tư trong nước và nước ngoài	MOT1
22	Áp dụng IFRS sẽ tăng tín cậy khi giao dịch với ngân hàng	MOT2
23	Áp dụng IFRS sẽ tăng khả năng quản lý cho HĐQT	MOT3
VII	Chuẩn chủ quan (Subjective norms)	NORM
24	Các đồng nghiệp trong DN muốn tôi áp dụng IFRS	NORM1
25	Chính phủ đang khuyến khích các DN tự nguyện áp dụng IFRS	NORM2
26	Hầu hết DN đối tác đều mong muốn áp dụng IFRS ngay	NORM3
VII	Ý định ứng dụng IFRS (Intention to apply IFRS)	INT
27	Tôi có kế hoạch áp dụng IFRS cho DN của mình	INT1
28	Tôi muốn tham gia ứng dụng IFRS ngay từ bây giờ	INT2
29	Tôi sẽ giới thiệu DN đối tác tham gia ứng dụng IFRS	INT3

Ngày nhận bài: 08/10/2023

Ngày hoàn thiện biên tập: 20/10/2023

Ngày duyệt đăng: 02/11/2023

Thông tin tác giả:

PGS.TS. Đinh Phi Hổ, Trường Đại học Phan Thiết, Email: dinhphiho@gmail.com

PGS.TS. Võ Khắc Thường, Trường Đại học Phan Thiết, Email: thuong@upt.edu.vn

TS. Bùi Thị Trúc Quy, Trường Đại học Công nghiệp TPHCM, Email: buithitrucquy1979@gmail.com

TS. Nguyễn Phước Quý Quang, Trường Đại học Phan Thiết, Email: npqquang@upt.edu.vn

MỐI QUAN HỆ GIỮA VỐN TRÍ TUỆ VÀ HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG CỦA CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN NIÊM YẾT TRÊN THỊ TRƯỜNG CHỨNG KHOÁN VIỆT NAM

Lê Bảo Quyên

Tóm tắt: Mục tiêu bài báo là nghiên cứu mối quan hệ giữa vốn trí tuệ và hiệu quả hoạt động của 30 Ngân hàng Thương mại Cổ phần (NHTMCP) niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam trong giai đoạn 2019-2022, sử dụng phương pháp GMM (Generalized Method Of Moments). Kết quả cho thấy vốn trí tuệ (IC) có tác động tích cực đến hiệu quả hoạt động của các NHTMCP Việt Nam. Ngoài ra, khi quan sát các thành phần của IC, kết quả nghiên cứu cho thấy hiệu quả sử dụng vốn (CEE), hiệu quả sử dụng nguồn nhân lực (HCE) và cơ cấu vốn (SCE) có tác động tích cực đến hiệu quả hoạt động của các NHTMCP Việt Nam. Trong đó, tác động của CEE là đáng kể trong hiệu quả hoạt động của các NHTMCP. Dựa trên những phát hiện của nghiên cứu này, một số hàm ý chính sách được đề xuất với mục đích mở rộng và nâng cao vai trò quan trọng của vốn trí tuệ trong tương lai.

Từ khóa: Vốn trí tuệ, Hiệu quả hoạt động, Ngân hàng thương mại Việt Nam

THE RELATIONSHIP BETWEEN INTELLECTUAL CAPITAL AND FINANCIAL PERFORMANCE OF COMMERCIAL BANKS LISTED ON VIETNAM STOCK MARKET

Le Bao Quyen

Abstract: This study aims to study the impact of intellectual capital and financial performance of 30 Vietnamese commercial banks in the period from 2019-2022, using the system generalized method of moments (GMM). The find shows the positive impacts of that intellectual capital (VAIC) on the financial performance of the joint stock commercial banks. In addition, when observing the components of VAIC, it can be seen that capital efficiency (CEE), efficiency in using human resources (HCE) and capital structure (SCE) have a positive effect on efficiency financial performance of banks. In particular, the influence of CEE is significant in the financial performance of banks. Policy implications have emerged based on the findings of this study.

Keywords: Intellectual Capital, Financial performance, Commercial Bank of Vietnam

1. GIỚI THIỆU

Khi chuyển đổi từ nền kinh tế công nghiệp sang nền kinh tế tri thức, nhận thức đúng vai trò của hoạt động phát triển nguồn tài nguyên tri thức sẽ giúp công ty hiểu cách các nhân viên, các bên liên quan và các quy trình hoạt động đóng góp vào việc tạo ra giá trị. Bởi lẽ, việc sử dụng hiệu quả IC là nhân tố rất quan

trọng đóng góp vào sự thành công của ngân hàng (Goh, 2005 và Kamath, 2007). Do đó, nghiên cứu về mối quan hệ của thực hành IC với hiệu quả tài chính của ngân hàng đã và đang được tiến hành, trên khắp thế giới. Đi theo xu hướng đó, giá trị của các NHTMCP ngày càng được đánh giá dựa trên giá trị tài sản vô hình, ví dụ giá trị về nguồn nhân

lực, quan hệ khách hàng, hoặc quản trị kiến thức. Trong đó, nguồn nhân lực hay nói cách khác là vốn trí tuệ của một tổ chức đóng vai trò then chốt trong việc nâng cao giá trị của NHTMCP. Chính vì vậy, nâng cao hiệu quả sử dụng vốn trí tuệ đang trở thành một đề tài hấp dẫn thu hút quan tâm của không chỉ các nhà lãnh đạo doanh nghiệp mà cả các nhà nghiên cứu kinh tế.

Các nghiên cứu thực nghiệm về tác động vốn trí tuệ ở các quốc gia trên thế giới đều nhận thấy rằng việc quản lý vốn trí tuệ hiệu quả có tác động đến việc cải thiện hiệu quả ngân hàng. Trong đó, một số nghiên cứu điển hình phải kể đến như Meles và cộng sự (2016). Tuy nhiên, kết quả nghiên cứu của Haris và cộng sự (2019) lại cho thấy rằng tác động IC đến lợi nhuận của các tổ chức tài chính Pakistan là tuyến tính và phi tuyến tính (mối quan hệ hình chữ U ngược). Ngoài ra, nghiên cứu của Vo (2018) không tìm thấy mối quan hệ giữa IC và hiệu quả hoạt động tài chính của các ngân hàng ở Thái Lan. Tuy nhiên, tại Việt Nam tính đến nay, số lượng các đề tài nghiên cứu về chủ đề IC còn khá khiêm tốn. Do đó, nghiên cứu về mối quan hệ giữa vốn trí tuệ và hiệu quả hoạt động của các NHTMCP niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam là một vấn đề cần thiết.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Cơ sở lý thuyết

Dean và Kretschmer (2007) xem vốn trí tuệ là nguồn lực vô hình. Nguồn lực này góp phần tạo lập giá trị cạnh tranh và nâng cao hiệu quả hoạt động của tổ chức và công ty. Vốn trí tuệ phản ánh năng lực cạnh tranh của các tổ chức đến từ tài sản dựa trên tri thức (Pirozzi & Ferulano (2016).

Vốn trí tuệ bao gồm 3 thành phần chính: Vốn con người, vốn cấu trúc và vốn khách hàng (Steward, 1997). Vốn con người là kiến thức, kỹ năng, kinh nghiệm, khả năng

thích nghi và hoạt động của mỗi nhân viên trong doanh nghiệp (Schultz, 1961). Vốn con người quan trọng, vì đó là nguồn lực cho sự sáng tạo và đổi mới mang tính chiến lược (Bontis, 1998).

Nazari và Herremans (2007) cho rằng IC có ba khía cạnh: hiệu quả vốn con người (human capital efficiency), hiệu quả vốn cấu trúc (structural capital efficiency – bao gồm cả hiệu quả vốn nội bộ và hiệu quả vốn quan hệ) và hiệu quả sử dụng vốn (bao gồm cả vốn tài chính và vốn vật chất). Vốn con người là thành phần có giá trị nhất của vốn trí tuệ, bao gồm kỹ năng, kiến thức, năng lực và kinh nghiệm của các cá nhân trong tổ chức. Vốn con người có thể được sử dụng để hoàn thành các mục tiêu và tăng hiệu quả của công ty (Henry, 2013 và Steward, 1997). Năng lực và kiến thức của nhân viên hoặc phòng/ban của công ty là một phần của vốn con người (Swart, 2006). Vốn cấu trúc được thể hiện thông qua sự hỗ trợ hoặc cơ sở hạ tầng cần thiết cho vốn con người để tạo ra giá trị bằng cách chia sẻ, sử dụng và chuyển giao kiến thức hiện có trong một công ty (Sullivan, 2000). Ngoài ra, vốn cấu trúc có thể được phân loại thành hai nhóm. Thứ nhất là cơ sở dữ liệu và tài sản trí tuệ, chẳng hạn như bằng sáng chế, bản quyền, nhãn hiệu. Nhóm thứ hai bao gồm các cơ sở hạ tầng phục vụ cho hoạt động của tổ chức (Goh, 2003). Vốn con người sử dụng kiến thức và thực tiễn để biên soạn, tổ chức và nâng cao tất cả các cấu trúc, thủ tục và khía cạnh văn hóa trong toàn công ty. Vốn con người có thể được sử dụng để tạo thành tài sản trí tuệ và xây dựng vốn cấu trúc của công ty (Bontis, 1998). Bên cạnh đó các nghiên cứu thực nghiệm chỉ ra rằng IC là thước đo hiệu quả dùng để đo lường mối quan hệ giữa vốn trí tuệ và hiệu quả hoạt động trong lĩnh vực ngân hàng (Pulic, 2004). Theo đó, hầu hết các nghiên cứu đều tìm thấy mối tương quan thuận giữa IC và kết quả tài chính.

2.2. Khung phân tích và giả thuyết nghiên cứu

Meles và cộng sự (2016) đã khẳng định vốn trí tuệ tác động tích cực đến hoạt động tài chính của các ngân hàng Hoa Kỳ. Ngoài ra, kết quả cho thấy hiệu quả sử dụng vốn con người (HC), một thành phần phụ của hiệu quả IC, được cho là có tác động đến hiệu quả tài chính hơn các thành phần phụ IC khác. Trái lại, Vo (2018) nghiên cứu tác động của IC và các thành phần của nó (HCE, CEE, SCE) về hoạt động của ngân hàng. Kết quả nghiên cứu không tìm thấy mối tương quan giữa IC và khả năng sinh lời của ngân hàng ở Thái Lan.

Quan điểm trên tiếp tục được khẳng định bởi Joshi & cộng sự (2013), Ozkan, Cakan & Kayacan (2017) và Singh & cộng sự (2016) khi nghiên cứu ở các quốc gia như Úc, Thổ Nhĩ Kỳ và Ấn Độ. Phát hiện của họ cũng chứng minh rằng hiệu quả sử dụng vốn (CEE) và hiệu quả sử dụng vốn nhân lực (HCE) ảnh hưởng tích cực đến tài chính của các ngân hàng. Trong đó, CEE có nhiều ảnh hưởng hơn so HCE. Ngoài ra, Haris và cộng sự (2019) xác nhận mối quan hệ hình chữ U ngược giữa IC và ngân hàng lợi nhuận ở Pakistan. Trong đó, HCE và CEE có tác động tích cực đến khả năng sinh lời ngân hàng nhưng SCE lại có mối tương quan nghịch biến. Tuy nhiên, Joshi và cộng sự (2010) chỉ ra rằng khả năng tạo ra giá trị của các ngân hàng chỉ phụ thuộc vào HCE. CEE và SCE được phát hiện là không hoặc ít ảnh hưởng đến hiệu quả chung của các ngân hàng tại Úc. Kết quả nghiên cứu trên là phù hợp với các nghiên cứu của Goh (2005) ở Malaysia, Kamath (2007) ở Ấn Độ, và Mavridis (2004) ở Nhật Bản nơi mà các ngân hàng hoạt động hiệu quả do sử dụng tốt IC hoặc HCE và ít sử dụng CEE hơn trong ngân hàng của họ. Hơn nữa, một nghiên cứu của Poh, Kilicman, và Ibrahim (2018) cho thấy rằng tác động tích cực của IC có thể phụ thuộc vào các thước đo khác nhau về khả năng sinh lời của ngân hàng trong từng giai đoạn khác nhau. Mondal và Ghosh (2012) sử dụng dữ liệu của Ấn Độ cho thấy rằng mối quan hệ giữa IC và các

chỉ số hoạt động tài chính rất đa dạng. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng HCE ảnh hưởng tích cực đến ROA và ROE và kết luận rằng SCE không đóng vai trò quan trọng trong lợi nhuận của ngân hàng. Ngoài ra, kết quả nghiên cứu cũng chỉ ra rằng vốn trí tuệ của các ngân hàng rất quan trọng cho lợi thế cạnh tranh của họ. Như vậy, giả thuyết nghiên cứu được xây dựng như sau:

H1. Hiệu quả sử dụng vốn trí tuệ có tác động cùng chiều với hiệu quả hoạt động của các NHTM CP Việt Nam

H1a. Hiệu quả sử dụng vốn nhân lực có tác động cùng chiều với hiệu quả hoạt động của các NHTM CP Việt Nam

H1b. Hiệu quả sử dụng vốn tài chính có tác động cùng chiều với hiệu quả hoạt động của các NHTM CP Việt Nam

H1c. Hiệu quả sử dụng vốn cấu trúc có tác động cùng chiều với hiệu quả hoạt động của các NHTM CP Việt Nam

3. DỮ LIỆU VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1. Mẫu dữ liệu

Mẫu nghiên cứu lấy từ báo cáo thường niên được kiểm toán của các NHTMCP tại 2 Sở Giao dịch chứng khoán ở TP. Hồ Chí Minh (HOSE) và ở TP. Hà Nội (HNX), nguồn Bankscope, giai đoạn thu thập dữ liệu từ năm 2019 đến năm 2022. Sau khi loại trừ các ngân hàng thiếu dữ liệu, các ngân hàng bị hợp nhất, sáp nhập, dữ liệu nghiên cứu bao gồm 30 ngân hàng tạo thành bộ dữ liệu bảng cân bằng.

3.2. Phương pháp nghiên cứu

Mô hình nghiên cứu kế thừa từ Ozkan và cộng sự (2017), phát biểu dưới dạng tổng quát như sau:

$$Y_{it} = \alpha_0 + \beta \cdot IC_{it} + \gamma \cdot control_{it} + \epsilon_{it}$$

Trong đó:

Y_{it} là hiệu quả tài chính của NHTMCP,

được đo lường bằng tỷ suất lợi nhuận trên tổng tài sản (ROA) và tỷ suất sinh lợi trên vốn chủ sở hữu (ROE), đại diện cho hiệu quả hoạt động NHTMCP. Khi dùng ROE, nhà đầu tư đánh giá cách đầu tư của họ tạo thu nhập, trong khi, ROA giúp nhà đầu tư đo lường cách quản lý sử dụng tài sản hoặc tài nguyên của mình để tạo thêm thu nhập.

IC_{it} là vốn trí tuệ, được đo lường bằng hệ số giá trị gia tăng trí tuệ (VAIC) và các thành phần của nó, lần lượt là CEE, HCE và SCE.

Control it là tập hợp các biến kiểm soát.

i và t đại diện cho quan sát tương ứng với NHTM thứ i trong năm t .

α , β , γ lần lượt là các hệ số hồi quy; còn ε là phần dư.

Bảng 2 cho thấy tỷ suất sinh lợi trên tổng tài sản của các NHTMCP bình quân tương đối thấp (0,8%), tỷ suất sinh lợi trên vốn chủ sở hữu bình quân (8,1%). Hệ số giá trị gia tăng trí tuệ IC bình quân mang giá trị dương, nhưng dao động lớn giữa các NHTM; HCE có biến động tương tự như IC, trong khi hai thành phần còn lại CEE và SCE biến động không lớn.

3.1.2. Kết quả phân tích

Các kiểm định đa cộng tuyến và phương sai sai số thay đổi được thực hiện cho thấy không có hiện tượng đa cộng tuyến trong mô hình nhưng có hiện tượng phương sai sai số thay đổi. Cụ thể, kết quả kiểm định cho thấy rằng có mối tương quan thuận đáng kể giữa ROA, ROE với IC, CEE và HCE. Trong đó, hệ số cao nhất thể hiện

Bảng 1. Mô tả biến trong mô hình		
Tên biến	Ký hiệu	Đo lường
Biến phụ thuộc		
Tỷ suất sinh lợi trên tổng tài sản	ROA	Lợi nhuận sau thuế/ tổng tài sản
Tỷ suất sinh lợi trên vốn chủ sở hữu	ROE	Lợi nhuận sau thuế/ Tổng vốn chủ sở hữu
Biến độc lập		
Hệ số giá trị gia tăng trí tuệ	VAIC	$VAIC_{it} = CEE_{it} + HCE_{it} + SCE_{it}$
Hiệu quả vốn sử dụng	CEE	$CEE_{it} = VA_{it} / CE_{it}$
Hiệu quả vốn con người	HCE	$HCE_{it} = VA_{it} / HC_{it}$
Hiệu quả cấu trúc vốn	SCE	$SCE_{it} = SC_{it} / VA_{it}$
Biến kiểm soát		
Tỷ lệ vốn chủ sở hữu	CAP	Vốn chủ sở hữu/tổng tài sản
Quy mô	LNTA	Logarit tổng tài sản
Tốc độ tăng trưởng	GDP	GDP hằng năm
Tỷ lệ lạm phát	INF	INF hằng năm

(Nguồn: Tổng hợp từ tác giả)

Bảng 2. Thống kê mô tả dữ liệu

Tên biến	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất
ROA	0.008	0.008	-0.055	0.060
ROE	0.086	0.081	-0.820	0.363
VAIC	4.783	2.279	-2.452	19.784
CEE	0.298	0.138	-0.047	0.827
HCE	3.776	2.148	-0.737	18.636
SCE	0.669	0.280	-2.768	2.356
CAP	0.106	0.072	0.029	0.808
LNTA	31.975	1.347	27.520	34.938
GDP	0.062	0.007	0.052	0.071
INF	0.076	0.063	0.006	0.231

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ phần mềm STATA

lần lượt mối quan hệ giữa ROE (0.363) và CEE (0.827) và mối tương quan giữa ROA (0.060) và HCE (18.636). Các hệ số tương quan khác xấp xỉ 10%. Ngoài ra, kết quả kiểm định Breusch và Pagan cho kết quả P-value = 0,000 chứng minh rằng có hiện

tượng phương sai sai số thay đổi trong mô hình. Do đó, kết quả ước lượng được thực hiện dựa trên phương pháp GMM là thích hợp để xử lý những vấn đề trên.

Bảng 3. Kiểm định phương sai sai số thay đổi - Breusch và Pagan

	ROA		ROE	
	VAIC	VAIC Components	VAIC	VAIC Components
Chi-square	41.67	19.27	40.46	123.3
P-value	0.000	0.000	0.000	0.000

Nguồn: Kết quả thu thập được từ phân tích dữ liệu trên STATA

Bảng 3 trình bày kết quả ước lượng của mô hình hồi quy GMM với hai biến phụ thuộc ROA và ROE. Giá trị P-Value của kiểm định Hansen có nghĩa là tất cả các điều kiện cho các khoảng khắc đều được thỏa mãn và các công cụ được chấp nhận. Hơn nữa, giả thuyết về sự không tồn tại của tự tương quan bậc nhất giữa các chênh lệch phần dư đầu tiên bị bác bỏ. Tuy nhiên, điều này không có nghĩa là các ước tính không nhất quán. Sự không nhất quán sẽ được kết luận nếu có hiện tượng tự tương quan bậc hai (Arellano & Bond, 1991). Vì giá trị P-Value cho thấy rằng các điều kiện thời điểm của mô hình được đáp ứng. Nói chung, chúng tôi kết luận rằng mô hình ước tính đáp ứng các kiểm tra chẩn đoán.

Theo Bảng 4, Hệ số π^{t-1} dương và có ý nghĩa thống kê ở tất cả các mô hình cho thấy rằng lợi nhuận của ngân hàng là không đổi theo thời gian. Kết quả này phù hợp với Goddard, Molyneux và Wilson (2004). Hệ số CAP (tỷ lệ tổng vốn chủ sở hữu/ tổng tài sản) dương và có ý nghĩa thống kê ở mức 10%, chỉ ra mối tương quan thuận giữa vốn hóa với lợi nhuận của ngân hàng. Phát hiện này phù hợp với kết quả của Le và cộng sự (2020).

Hệ số quy mô ngân hàng (LNTA) dương và có ý nghĩa lần lượt ở mức 5% và 1% đối với hai chỉ số ROA, ROE chỉ ra mối tương quan thuận giữa quy mô và khả năng sinh lợi (ROA và ROE) của ngân hàng. Điều này

ngụ ý rằng quy mô ngân hàng tác động tích cực đến cả ROA và ROE của các NHTMCP.

Hệ số IC có dấu dương và có ý nghĩa ở mức 1% đối với khả năng sinh lợi (ROA và ROE) cho thấy rằng vốn trí tuệ có liên quan tích cực và đáng kể đến khả năng sinh lời của ngân hàng. Tuy nhiên, hệ số IC2 âm và có ý nghĩa ở mức 1%, cho thấy rằng IC và khả năng sinh lời của các NHTMCP có tồn tại mối quan hệ phi tuyến tính. Điều này ngụ ý rằng tác động của IC còn phụ thuộc vào việc sử dụng và quản lý hiệu quả các nguồn lực vô hình khác. Phát hiện này phù hợp với kết quả của Haris & cộng sự (2019), và Britto & cộng sự (2014).

Ngoài ra, kết quả nghiên cứu của mô hình GMM còn tìm thấy ảnh hưởng của các yếu tố vĩ mô đến khả năng sinh lợi của các NHTMCP Việt Nam như là: GDP và INF. Cụ thể hệ số GDP có dấu dương và có ý nghĩa đối với khả năng sinh lợi ROA và ROE cho thấy tăng trưởng kinh tế (GDP) có mối tương quan thuận với khả năng sinh lời của NHTMCP Việt Nam. Cuối cùng, Hệ số INF có dấu dương và có ý nghĩa thống kê chỉ ra mối tương quan thuận giữa lạm phát và ROA, ngụ ý rằng tỷ lệ lạm phát cao hơn sẽ dẫn đến lãi suất cho vay cao hơn, do đó lợi nhuận của ngân hàng lớn hơn. Tuy nhiên, hệ số này lại âm và có ý nghĩa thống kê ở mức 1% khi hồi quy với ROE, cho thấy lạm phát có tác động tiêu cực đến ROE.

Bảng 4. Kết quả ước lượng của mô hình hồi quy GMM

π	ROA			ROE		
π^{t-1}	0.147***	0.106***	0.056*	0.130***	0.139***	0.123***
	(0.025)	(0.019)	(0.032)	(0.030)	(0.015)	(0.031)
VAIC	0.003***	0.006***	0.002***	0.039***	0.057***	0.014***
	(0.000)	(0.001)	(0.000)	(0.005)	(0.005)	(0.003)

VAIC2		-0.001***			-0.002***	
		(0.002)			(0.000)	
CAP	0.059***	0.063***	0.073***	0.309***	0.327***	0.043**
	(0.009)	(0.004)	(0.010)	(0.077)	(0.050)	(0.118)
LNTA	0.001	0.003*	0.005***	-0.010	0.034***	0.014**
	(0.002)	(0.001)	(0.001)	(0.013)	(0.009)	(0.023)
GDP	0.085**	0.053	-0.085	1.914	1.347***	-0.715
	(0.038)	(0.041)	(0.082)	(1.161)	(0.384)	(1.233)
INF	-0.007	0.001	0.006***	-0.229	0.248***	0.065*
	(0.006)	(0.004)	(0.002)	(0.049)	(0.068)	(0.036)
Constant	-0.069	-0.127	-0.182	-0.124	-1.566	-0.479
	(0.048)	(0.027)	(0.037)	(0.356)	(0.266)	(0.754)
No. of Obs	355	355	355	355	355	355
P - Value	0.941	0.563	0.345	0.160	0.763	0.209
Hansen test (P – Value)	0.400	0.223	0.879	0.135	0.584	0.831

Ghi chú: *, ** và *** chỉ các mức ý nghĩa 10%, 5%, và 1% tương ứng.

Bảng 5. Mối quan hệ giữa các thành phần VAIC và lợi nhuận của ngân hàng

π	ROA					ROE				
$\pi^{(t-1)}$	0.151***	0.138***	0.130**	0.164***	0.126***	0.094***	0.075***	0.131***	0.106***	0.101**
	(0.050)	(0.032)	(0.058)	(0.047)	(0.033)	(0.019)	(0.027)	(0.037)	(0.036)	(0.040)
SCE	0.005**	0.003	0.008**	0.006	-0.004	-0.077*	0.081***	0.005	0.062**	-0.041
	(0.002)	(0.003)	(0.003)	(0.004)	(0.003)	(0.038)	(0.018)	(0.031)	(0.029)	(0.045)
SCE2		-0.007*				-0.097***				
		(0.002)				(0.008)				
HCE	0.000***	0.003***	0.001***	0.002***	0.002***	0.016***	0.042***	0.009**	0.009**	0.012**
	(0.000)	(0.001)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.003)	(0.003)	(0.003)	(0.003)	(0.005)
HCE2		-0.000***					-0.001***			
		(0.000)					(0.000)			
CEE	0.038***	0.077**	0.034***	0.036***	0.037***	0.495***	0.688***	0.470***	0.462***	0.533***
	(0.005)	(0.018)	(0.005)	(0.007)	(0.007)	(0.031)	(0.102)	(0.056)	(0.053)	(0.067)
CEE2		-0.063**					-0.300**			
		(0.021)					(0.143)			
Constant	0.119	0.024	0.074	0.124**	0.051	0.522**	0.835*	1.106***	0.851***	1.124***
	(0.034)	(0.039)	(0.053)	(0.059)	(0.072)	(0.252)	(0.429)	(0.280)	(0.274)	(0.340)
No.of Obs	355	355	355	355	355	355	355	355	355	355
AR1 (p-value)	0.012	0.078	0.022	0.021	0.080	0.022	0.017	0.014	0.017	0.014
AR2 (p-value)	0.295	0.364	0.652	0.529	0.361	0.981	0.297	0.712	0.845	0.397
Hansen test (p-value)	0.652	0.851	0.264	0.552	0.274	0.541	0.921	0.816	0.746	0.924

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu trên STATA

Ghi chú: *, ** và *** chỉ các mức ý nghĩa 10%, 5%, và 1% tương ứng.

Bảng 5 đối với các thành phần IC, hệ số π^{t-1} dương và có ý nghĩa thống kê ở tất cả các mô hình cho thấy rằng lợi nhuận của ngân hàng là không đổi theo thời gian, kết quả cho thấy tác động của SCE, HCE và CEE là tích cực đối với ROA và ROE. Trong đó,

ảnh hưởng của CEE là đáng kể đối với khả năng sinh lợi của ngân hàng. Tuy nhiên, mối quan hệ giữa các thành phần IC với ROA và ROE là mối quan hệ hình chữ U ngược (phi tuyến tính). Kết quả này là phù hợp với Haris (2019).

4. KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ

NHTMCP Việt Nam.

4.1. Kết luận

Nghiên cứu này nhằm đánh giá tác động của vốn trí tuệ đến khả năng sinh lợi của NHTMCP Việt Nam trong giai đoạn 2019 – 2022. Kết quả cho thấy suất sinh lợi của ngân hàng (ROA, ROE) có mối tương quan thuận IC. Tuy nhiên, kết quả cũng nhấn mạnh rằng mối quan hệ giữa IC và hiệu quả hoạt động của ngân hàng là mối quan hệ phi tuyến (hình chữ U). Ngoài ra, khi quan sát các thành phần của IC, có thể nhận thấy rằng hiệu quả sử dụng vốn (CEE), hiệu quả sử dụng nguồn nhân lực (HCE) và cơ cấu vốn (SCE) có ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả hoạt động tài chính của các ngân hàng. Trong đó, ảnh hưởng của CEE là đáng kể trong hiệu quả hoạt động tài chính của các

4.2. Khuyến nghị

Mặc dù những phát hiện trên cho thấy tầm quan trọng của IC trong việc cải thiện khả năng sinh lời của NHTMCP Việt Nam, tác giả khuyến nghị các NHTMCP Việt Nam nên thận trọng theo đuổi việc đầu tư mạnh vào IC vì những tác động tích cực có thể tồn tại ở một mức độ nhất định. Bên cạnh đó, chú trọng hoàn thiện vốn cấu trúc thông qua việc hoàn thiện hệ thống quy định, quy trình, văn hóa, nhằm hỗ trợ cho hoạt động kinh doanh ngân hàng truyền thống và hiện đại. Ngoài ra, ứng dụng công nghệ thông tin để giảm chi phí nhân sự trong các hoạt động truyền thông, phát huy vốn nhân lực để nghiên cứu phát triển các sản phẩm mới, phù hợp với xã hội thông tin.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Arellano, M., & Bond, S. (1991). Some tests of specification for panel data: Monte Carlo evidence and an application to employment equations. *The review of economic studies*, 58(2), 277-297.
- Bontis, N. (1998). Intellectual capital: An exploratory study that develops measures and models. *Management Decision*, 36(2), 63-76.
- Pitelli Britto, D., Monetti, E., & da Rocha Lima Jr, J. (2014). Intellectual capital in tangible intensive firms: the case of Brazilian real estate companies. *Journal of Intellectual Capital*, 15(2), 333-348.
- Dean, A., & Kretschmer, M. (2007). Can ideas be capital? Factors of production in the postindustrial economy: A review and critique. *Academy of Management Review*, 32(2), 573-594.
- Goddard, J., Molyneux, P., & Wilson, J. O. (2004). Dynamics of growth and profitability in banking. *Journal of money, credit and banking*, 1069-1090.
- Chen Goh, P. (2005). Intellectual capital performance of commercial banks in Malaysia. *Journal of intellectual capital*, 6(3), 385-396.
- Haris, M., Yao, H., Tariq, G., Malik, A., & Javaid, H. M. (2019). Intellectual capital performance and profitability of banks: Evidence from Pakistan. *Journal of Risk and Financial Management*, 12(2), 56.
- Henry, L. (2013). Intellectual capital in a recession: Evidence from UK SMEs. *Journal of Intellectual Capital*, 14(1), 84-101.
- Joshi, M., Cahill, D., Sidhu, J., & Kansal, M. (2013). Intellectual capital and financial performance: an evaluation of the Australian financial sector. *Journal of intellectual capital*, 14(2), 264-285.

Joshi, M., Cahill, D., & Sidhu, J. (2010). Intellectual capital performance in the banking sector: An assessment of Australian owned banks. *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, 14(2), 151-170.

Barathi Kamath, G. (2007). The intellectual capital performance of the Indian banking sector. *Journal of intellectual capital*, 8(1), 96-123.

Le, T. D., & Nguyen, D. T. (2020). Capital Structure and Bank Profitability in Vietnam: A Quantile Regression Approach. *Journal of Risk and Financial Management*, 13(8), 168.

Mavridis, D. G. (2004). The intellectual capital performance of the Japanese banking sector. *Journal of Intellectual capital*, 5(1), 92-115.

Mondal, A., & Ghosh, S. K. (2012). Intellectual capital and financial performance of Indian banks. *Journal of intellectual capital*, 13(4), 515-530.

Meles, A., Porzio, C., Sampagnaro, G., & Verdoliva, V. (2016). The impact of the intellectual capital efficiency on commercial banks performance: Evidence from the US. *Journal of Multinational Financial Management*, 36, 64-74.

Nazari, J., & Herremans, I. (2007). Extended VAIC model: Measuring intellectual capital components. *Journal of Intellectual Capital*, 8(4), 595-609.

Ozkan, N., Cakan, S., & Kayacan, M. (2017). Intellectual capital and financial performance: A study of the Turkish Banking Sector. *Borsa Istanbul Review*, 17(3), 190-198.

Pirozzi, M. G., & Ferulano, G. P. (2016). Intellectual capital and performance measurement in healthcare organizations. *Journal of Intellectual Capital*, 17(2), 320-350.

Pulic, A. (2004). Intellectual capital—does it create or destroy value? Measuring business excellence, 8(1), 62-68.

Poh, L. T., Kilicman, A., & Ibrahim, S. N. I. (2018). On intellectual capital and financial performances of banks in Malaysia. *Cogent Economics & Finance*, 6(1), 1453574.

Steward, T. A. (1997). *Intellectual capital. The New Wealth of Nations*. London: Nicholas Brealey.

Schultz, T. W. (1961). Investment in human capital. *The American economic review*, 51(1), 1-17.

Sullivan, P. H. (2000). *Value driven intellectual capital: how to convert intangible corporate assets into market value*. John Wiley & Sons, Inc..

Singh, S., Sidhu, J., Joshi, M., & Kansal, M. (2016). Measuring intellectual capital performance of Indian banks: A public and private sector comparison. *Managerial Finance*, 42(7), 635-655.

Tran, D. B., & Vo, D. H. (2018). Should bankers be concerned with Intellectual capital? A study of the Thai banking sector. *Journal of Intellectual Capital*, 19(5), 897-914.

Ngày nhận bài: 10/10/2023

Ngày hoàn thiện biên tập: 17/11/2023

Ngày duyệt đăng: 08/11/2023

Thông tin tác giả:

ThS. Lê Bảo Quyên, Trường Đại học Phan Thiết, Email: lbquyen@upt.edu.vn

CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN ĐỘNG LỰC LÀM VIỆC CỦA NHÂN VIÊN TẠI NHÀ MÁY NHIỆT ĐIỆN VĨNH TÂN 4, TỈNH BÌNH THUẬN

Võ Khắc Trường Thi - Võ Khắc Trường Thanh - Lê Anh Linh - Lê Hoàng Vũ Thanh

Tóm tắt: Tại nhà máy Nhiệt điện Vĩnh Tân 4, tính ổn định và hiệu quả của hoạt động vận hành sản xuất là rất quan trọng và chịu sự ảnh hưởng rất lớn từ sự ổn định của nguồn nhân lực và động lực làm việc của người lao động trong nhà máy. Nghiên cứu tiến hành khảo sát 279 đáp viên nhằm xác định các yếu tố tác động đến động lực làm việc của nhân viên hiện đang làm việc tại nhà máy Nhiệt điện Vĩnh Tân 4 và áp dụng mô hình phân tích nhân tố khám phá. Kết quả nghiên cứu cho thấy có sáu yếu tố tác động đến động lực làm việc của nhân viên với mức độ tác động theo thứ tự mạnh nhất tới thấp nhất như sau: (1) Bản chất công việc (BCCV); (2) Mối quan hệ với đồng nghiệp (QHDN); (3) Cơ hội đào tạo và thăng tiến (DTTT); (4) Mối quan hệ với cấp trên (QHCT); (5) Lương, thưởng và phúc lợi (LTPL) và (6) Môi trường làm việc (MTLV).

Từ khóa: động lực làm việc, nhà máy Nhiệt điện Vĩnh Tân 4, tỉnh Bình Thuận.

FACTORS AFFECTING EMPLOYEES' WORKING MOTIVATION AT VINH TAN 4 THERMAL POWER PLANT, BINH THUAN PROVINCE

Vo Khắc Trường Thi - Vo Khắc Trường Thanh - Le Anh Linh - Le Hoàng Vũ Thanh

Abstract: The stability and efficiency of production operations at Vinh Tan 4 Thermal Power Plant are very important and greatly influenced by the stability of human resources and the working motivation of employees. The study surveyed 279 respondents to identify the factors that affect the work motivation of employees currently working at Vinh Tan 4 Thermal Power Plant and applied an exploratory factor analysis model. The research results revealed six factors that impact employees' work motivation, ranked from strongest to weakest as follows: (1) Nature of work (BCCV); (2) Relationship with colleagues (QHDN); (3) Opportunities for training and promotion (DTTT); (4) Relationship with superiors (QHCT); (5) Salary, bonus and benefits (LTPL); and (6) Working environment (MTLV).

Keywords: working motivation, Vinh Tan 4 Thermal Power Plant, Binh Thuan Province.

1. GIỚI THIỆU

Nhà máy Nhiệt điện Vĩnh Tân 4 chính thức hoạt động từ ngày 01/01/2019, trên lĩnh vực sản xuất và kinh doanh điện năng, với mục tiêu đảm bảo cung cấp điện an toàn,

ổn định, liên tục cho các hoạt động kinh tế, chính trị, xã hội, an ninh, quốc phòng cũng như đảm bảo an ninh năng lượng Quốc gia. Với tính chất đặc điểm của hoạt động sản xuất điện năng, tốc độ tăng trưởng và quy

mô nền kinh tế ngày càng tăng mạnh như hiện nay, nên nhu cầu sử dụng điện ngày càng lớn. Do đó, tính ổn định và hiệu quả của hoạt động vận hành sản xuất là rất quan trọng và chịu sự ảnh hưởng rất lớn từ sự ổn định của nguồn nhân lực và động lực làm việc của người lao động trong nhà máy. Bên cạnh đó, với sự phát triển và cạnh tranh mạnh mẽ của các Nhà máy điện khác (vốn đầu tư trong nước và nước ngoài), tiềm lực kinh tế cũng như chế độ đãi ngộ, phúc lợi cao và hấp dẫn tất cả các ứng viên trong thời gian gần đây, hiện tượng chảy máu chất xám đang diễn ra rất phổ biến và làm thế nào để giữ chân người tài, gắn bó với Nhà máy đang là mục tiêu quan trọng hàng đầu và sống còn của Nhà máy.

Ngoài ra, theo kết quả khảo sát của phòng nhân sự tại nhà máy đã thực hiện vào cuối năm 2021, một bộ phận nhân viên cảm thấy họ có vấn đề với động lực làm việc của bản thân dẫn đến năng suất công việc không đạt như mong muốn. Điều đó được phản ánh qua thái độ trong công việc của người lao động như: thiếu đam mê trong công việc, làm vì trách nhiệm, đối phó, đùn đẩy trách nhiệm, nhiều vấn đề giải quyết công việc chậm trễ và nhiều bức xúc nhưng chưa được giải quyết thỏa đáng... Đây là những vấn đề nếu không được giải quyết kịp thời sẽ gây ra tình trạng chán nản của người lao động, góp phần tăng cao khả năng rời bỏ tổ chức của người lao động và ảnh hưởng rất lớn đến sự thành công của tổ chức.

Với những lý do trên, đề tài “Các yếu tố tác động đến động lực làm việc của nhân viên tại nhà máy Nhiệt điện Vĩnh Tân 4, tỉnh Bình Thuận” mang tính cấp thiết. Nghiên cứu nhằm xác định các yếu tố tác động đến động lực làm việc của nhân viên tại nhà máy Nhiệt điện Vĩnh Tân 4, tỉnh Bình Thuận. Từ đó, đề xuất một số hàm ý quản trị nhằm giúp các nhà quản lý trong việc nâng cao động lực làm việc của nhân viên.

2. TỔNG QUAN CƠ SỞ LÝ THUYẾT

VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1 Cơ sở lý thuyết và khung phân tích

Theo học thuyết cấp bậc nhu cầu, Maslow (1943) cho rằng hành vi của con người bắt nguồn từ nhu cầu của con người và những nhu cầu này được sắp xếp theo một thứ tự ưu tiên từ thấp tới cao. Theo tầm quan trọng, cấp bậc nhu cầu được sắp xếp thành năm bậc sau:

- Những nhu cầu cơ bản hay nhu cầu sinh học;
- Những nhu cầu về an ninh và an toàn;
- Những nhu cầu xã hội hay nhu cầu liên kết và chấp nhận;
- Những nhu cầu được tôn trọng;
- Những nhu cầu tự thể hiện hay tự thân vận động.

Lý thuyết về nhu cầu của Maslow đã đạt được sự phổ biến trong các lý thuyết về động lực. Mức độ hài lòng có thể trở thành nguyên nhân gây ra động lực, nó làm cho con người tìm thấy hoặc phát triển các yêu cầu hành động lặp đi lặp lại tương tự cho đến khi thu được thành công. Do đó, thông qua yếu tố này các nhân viên sẽ đạt được động lực và hiệu quả tốt nhất (Dennis & Randall, 2004).

Thuyết ERG do học giả về hành vi tổ chức Alderfer (1969) đề xướng để khắc phục những vấn đề gặp phải trong lý thuyết của Maslow. Lý thuyết này chia nhu cầu con người thành 3 nhóm: tồn tại (Existence), quan hệ (Relatedness) và phát triển (Growth). Thuyết ERG đã chỉ ra rằng để gia tăng động lực làm việc của nhân viên cần thỏa mãn các nhu cầu về tồn tại, quan hệ và phát triển. Các nhà quản trị cần quan tâm đến chính sách lương thưởng, xây dựng các mối quan hệ và tạo dựng cơ hội, điều kiện để nhân viên phát triển công việc.

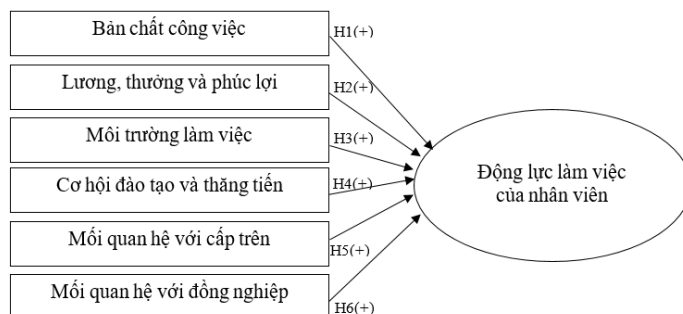
Thuyết hai nhân tố của Herzberg (1968) phát triển thuyết động viên của mình không dựa vào việc thỏa mãn nhu cầu, sự

mong đợi hay sự công bằng mà phân tích mối quan hệ của cá nhân đối với công việc và thái độ hướng đến công việc, điều này sẽ xác định được sự thành công hay thất bại đối với cá nhân đó.

Trong thuyết mong đợi của mình, Vroom (1964) cho rằng hành vi và động lực làm việc của con người không nhất thiết được quyết định bởi việc thực hiện mà nó được quyết định bởi nhận thức của con người về những kỳ vọng của họ trong tương lai. Khác với Maslow và Herzberg, Vroom không tập trung vào nhu cầu của con người mà tập trung vào kết quả. Vì lý thuyết này được xây dựng trên sự nhận thức của người lao động nên có thể xảy ra trường hợp là cùng làm ở một công ty và cùng một vị trí như nhau nhưng một người có động lực làm việc, còn người kia thì không do nhận thức của họ về các khái niệm là khác nhau.

Cho đến nay đã có nhiều nghiên cứu trong và ngoài nước được thực hiện nhằm xác định các yếu tố tác động đến động lực làm việc của nhân viên, có thể kể đến các nghiên cứu thực nghiệm của Vũ Minh Hùng (2017), Nguyễn Tiến Dũng & Cộng sự (2021), Trương Đức Thao (2020), Phan Thị Mỹ Hằng (2016), Hossain (2012), Lưu Thị Bích Ngọc & cộng sự (2013), Popovici (2010), Dimre (2018) và Simons & Enz (1995).

Căn cứ vào cơ sở lý thuyết và dựa trên cơ sở kế thừa có chọn lọc các nghiên cứu liên quan, mô hình nghiên cứu các yếu tố tác động đến động lực làm việc của nhân viên tại nhà máy Nhiệt điện Vĩnh Tân 4, tỉnh Bình Thuận được đề xuất như sau:



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng được sử dụng để hoàn thiện thang đo và kiểm định mối quan hệ giữa các nhân tố. Nghiên cứu định tính ban đầu nhằm tìm hiểu và khẳng định mô hình lý thuyết dự kiến trước khi đưa vào nghiên cứu.

Nghiên cứu định lượng chính thức được thực hiện bằng việc gửi và thu thập bảng khảo sát. Mẫu khảo sát được nhóm tác giả thu thập theo phương pháp chọn mẫu phi xác suất, tiếp cận đối tượng khảo sát dựa trên tính thuận tiện. Hình thức phỏng vấn gián tiếp (Google Form) được áp dụng đối với các đối tượng khảo sát bằng bảng khảo sát chính thức; đối tượng khảo sát là các nhân viên hiện đang làm việc tại nhà máy Nhiệt điện Vĩnh Tân 4, tỉnh Bình Thuận. Kết quả thu về được chọn lọc lại và đưa vào phân tích định lượng.

Để tiến hành phân tích hồi quy một cách tốt nhất thì kích thước mẫu cần được đảm bảo. Theo Hair & Cộng sự (2006), đối với mô hình phân tích nhân tố khám phá, cỡ mẫu (Sample size, n) được xác định dựa vào:

$$n = k \sum_{j=1}^m P_j$$

Trong đó: k = 5 hoặc 10, tùy nguồn lực có thể khảo sát; P_j: số biến quan sát của thang đo thứ j; m: số thang đo (từ 1 đến m).

Mô hình nghiên cứu có 7 thang đo với 30 biến quan sát. Chọn k = 5; n = 5 (30) = 150 (mức tối thiểu). Như vậy, tiêu chuẩn kích thước mẫu cần thiết đảm bảo độ chính xác phải thỏa mãn n ≥ 150 (mức tối thiểu). Kết quả là có 279 bảng khảo sát hợp lệ được sử dụng để làm dữ liệu cho nghiên cứu.

Các phát biểu trong bảng câu hỏi được thiết kế theo thang đo Likert với 5 mức độ (Hoàn toàn không đồng ý, không đồng ý, Bình thường/ trung lập, đồng ý, Hoàn toàn đồng ý). Mục

đích nhằm thu thập, phân tích thống kê mô tả dữ liệu khảo sát, khẳng định lại các thành phần cũng như giá trị và độ tin cậy của thang đo và kiểm định mô hình lý thuyết. Thang đo được đánh giá thông qua việc kiểm định chất lượng thang đo và phân tích nhân tố khám phá. Mô hình nghiên cứu lý thuyết được kiểm tra thông qua mô hình phân tích hồi qui đa biến kèm với việc thông qua các kiểm định cần thiết; đồng thời thực hiện kiểm định sự khác biệt theo từng nhóm đối tượng khảo sát.

2.3. Thang đo nghiên cứu

Bảng 1. Bảng tổng hợp thang đo

TT	Mã Hóa	Biến Quan Sát
I	BCCV	Bản chất công việc
	BCCV1	Công việc phù hợp với năng lực của tôi
	BCCV2	Khối lượng công việc mà tôi phải thực hiện trong ngày là phù hợp
	BCCV3	Tôi được phân công công việc rõ ràng và nắm rõ quy trình làm việc
	BCCV4	Tôi cảm thấy thích thú khi thực hiện công việc của mình
II	LTPL	Lương, thưởng và phúc lợi
	LTPL1	Mức lương hiện tại của tôi tương xứng với năng lực làm việc
	LTPL2	Công ty tôi có mức thưởng xứng đáng với sự đóng góp của tôi
	LTPL3	Phúc lợi công ty tôi hợp lý và thỏa đáng
	LTPL4	Lương, thưởng và phúc lợi được trả đúng hạn
III	MTLV	Môi trường làm việc
	MTLV1	Được trang bị đầy đủ thiết bị cho công việc
	MTLV2	Được trang bị bảo hộ lao động đầy đủ
	MTLV3	Môi trường làm việc tại công ty là tốt
	MTLV4	Tôi cảm thấy sức khỏe của tôi không bị ảnh hưởng từ khi làm việc ở công ty
IV	DTTT	Cơ hội đào tạo và thăng tiến
	DTTT1	Công ty tôi rất quan tâm đến công tác đào tạo nhân viên
	DTTT2	Tôi được tham gia các chương trình đào tạo hàng năm theo yêu cầu công việc
	DTTT3	Mọi người đều được biết các điều kiện cần thiết để thăng tiến trong công việc
	DTTT4	Tôi luôn được đào tạo để thích ứng với những thay đổi trong doanh nghiệp
IV	QHCT	Mối quan hệ với cấp trên
	QHCT1	Cấp trên cung cấp những thông tin phản hồi giúp tôi cải thiện hiệu suất công việc
	QHCT2	Tôi dễ dàng thảo luận công việc với cấp trên của mình
	QHCT3	Tôi nhận được sự sẻ chia của cấp trên về cuộc sống
	QHCT4	Cấp trên có thái độ đối xử công bằng giữa các nhân viên
VI	QHCT5	Cấp trên bảo vệ quyền lợi chính đáng của tôi
	QHDN	Mối quan hệ với đồng nghiệp
	QHDN1	Đồng nghiệp sẵn sàng hỗ trợ tôi khi cần thiết
	QHDN2	Đồng nghiệp đáng tin cậy
	QHDN3	Đồng nghiệp có sự tận tâm với công việc
VII	QHDN4	Đồng nghiệp phối hợp làm việc nhóm tốt
	QHDN5	Đồng nghiệp thoải mái, vui vẻ, hòa đồng
	DLLV	Động lực làm việc
	DLLV1	Tôi thường cảm thấy hăng say khi làm việc
	DLLV2	Tôi được truyền cảm hứng trong công việc
	DLLV3	Tôi thường thực hiện công việc với nỗ lực cao nhất
	DLLV4	Tôi có đủ động lực để làm việc trong tổ chức

(Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp)

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1. Kết quả nghiên cứu

3.1.1. Thống kê mô tả đặc điểm của mẫu quan sát

Bảng 2. Thống kê đặc điểm nhân khẩu của quan sát

Thông tin mẫu		Tần số	Tỷ lệ %	Tổng %
Giới tính	Nữ	25	9,0	100
	Nam	254	91,0	
Độ tuổi	Dưới 20 tuổi	1	0,4	100
	21 - 30 tuổi	144	51,6	
	31 - 40 tuổi	129	46,2	
	Trên 40 tuổi	5	1,8	
Trình độ học vấn	Lao động phổ thông	3	1,1	100
	Trung cấp, cao đẳng	134	48,0	
	Đại học	135	48,4	
	Sau đại học	7	2,5	

(Nguồn: Số liệu phỏng vấn 279 đáp viên, năm 2023)

3.1.2 Kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo

Sau khi kiểm định thang đo bằng phương pháp hệ số tin cậy Cronbach's Alpha (Bảng 3) cho thấy không có biến nào bị loại. Mức độ hội tụ của các biến quan sát đối với các thành phần nghiên cứu tiếp tục được đánh giá thông qua phương pháp phân tích nhân tố khám phá (EFA).

Bảng 3. Kết quả kiểm định thang đo

STT	Thang Đo	Biến Quan Sát bị loại	Hệ số Alpha	Kết luận
1	Bản chất công việc	không	0,871	Chất lượng tốt
2	Lương, thưởng và phúc lợi	không	0,842	Chất lượng tốt
3	Môi trường làm việc	không	0,842	Chất lượng tốt
4	Cơ hội đào tạo và thăng tiến	không	0,808	Chất lượng tốt
5	Mối quan hệ với cấp trên	không	0,831	Chất lượng tốt
6	Mối quan hệ với đồng nghiệp	không	0,865	Chất lượng tốt
7	Động lực làm việc	không	0,842	Chất lượng tốt

3.1.3. Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Kết quả EFA (Bảng 4) các biến độc lập cho thấy có 6 nhân tố được trích tại Eigenvalue có giá trị là 1,232 (> 1) và phương sai trích đạt yêu cầu 66,592 ($> 50\%$) với chỉ số KMO là 0,879 ($0,5 \leq KMO \leq 1$), Sig. = 0,00 ($< 0,05$). Kết quả ma trận xoay cho thấy tất cả các biến quan sát đều có hệ số tải nhân tố Factor Loading lớn hơn 0,55. Như vậy, phân tích nhân tố EFA phù hợp và đạt được độ tin cậy về mặt thống kê. Phân tích EFA tương

(Nguồn: Phân tích từ dữ liệu nghiên cứu của nhóm tác giả) tự với biến phụ thuộc cũng cho thấy, kết quả phù hợp với tiêu chuẩn đánh giá của phương pháp phân tích yếu tố. Vì thế, kết quả EFA là đáng tin cậy và có thể sử dụng cho phân tích hồi quy ở bước tiếp theo.

3.1.4. Phân tích hồi quy tuyến tính bội

Việc xem xét các yếu tố nào thật sự tác động đến biến phụ thuộc một cách trực tiếp sẽ được thực hiện bằng phương trình hồi quy tuyến tính đa biến:

Bảng 5, cột mức ý nghĩa (Sig.) cho thấy: tất cả các biến còn lại đều có Sig. < 0,01. Như vậy, tất cả các biến độc lập tương quan có ý nghĩa với biến phụ thuộc với độ tin cậy 99%.

Bảng 4. Kết quả EFA

Biến quan sát	Các biến độc lập						Biến phụ thuộc	
	1	2	3	4	5	6	1	
QHDN3	0,802						DLLV1	0,861
QHDN5	0,795						DLLV3	0,854
QHDN2	0,794						DLLV2	0,792
QHDN1	0,766						DLLV4	0,791
QHDN4	0,734							
QHCT4		0,780						
QHCT2		0,765						
QHCT3		0,758						
QHCT5		0,751						
QHCT1		0,718						
LTPL3			0,813					
LTPL2			0,805					
LTPL4			0,795					
LTPL1			0,789					
MTLV2				0,810				
MTLV4				0,805				
MTLV3				0,804				
MTLV1				0,727				
BCCV4					0,767			
BCCV2					0,761			
BCCV3					0,749			
BCCV1					0,731			
DTT4						0,819		
DTT2						0,788		
DTT3						0,758		
DTT1						0,731		
Hệ số KMO				0,879				0,813
Sig.				0,000				0,000
Eigenvalue				1,232				2,724
Phương sai trích				66,592				68,095

(Nguồn: Phân tích từ dữ liệu nghiên cứu của nhóm tác giả)

Bảng 5. Kết quả phân tích hồi quy

	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	Giá trị t	Mức ý nghĩa (Sig.)	Thống kê cộng tuyến	
	B	Sai số chuẩn	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-0,715	0,249		-2.869	0,004		
BCCV	0,307	0,055	0,307	5,622	0,000	0,553	1,810
LTPL	0,171	0,050	0,154	3,449	0,001	0,828	1,208
MTLV	0,148	0,051	0,137	2,927	0,004	0,755	1,325
DTT	0,193	0,051	0,169	3,804	0,000	0,838	1,194
QHCT	0,189	0,050	0,165	3,759	0,000	0,857	1,166
QHDN	0,222	0,053	0,193	4,162	0,000	0,768	1,301

(Nguồn: Phân tích từ dữ liệu nghiên cứu của nhóm tác giả)

Trong bảng 6, R^2 hiệu chỉnh (Adjusted R Square) = 0,541 (Kiểm định F, Sig. $\leq 0,01$). Như vậy: 54,1% thay đổi của biến phụ thuộc được giải thích bởi các biến độc lập và đảm bảo có ý nghĩa với mức tin cậy trên 99%.

Bảng 6. Tóm tắt mô hình

Mô hình	R	R^2	R^2 hiệu chỉnh	Ước lượng độ lệch chuẩn	Change Statistics	Durbin-Watson
					Sig. F Change	
1	0,742	0,551	0,541	0,44439	0,000	2,231

(Nguồn: Phân tích từ dữ liệu nghiên cứu của nhóm tác giả)

Trong Bảng 7, mô hình hồi quy (Regression Model) có Sig. = 0,000 $\leq 0,01$. Như vậy, về tổng thể, các biến độc lập có tương quan tuyến tính với biến phụ thuộc với độ tin cậy 99%. Do đó, mô hình hồi quy tuyến tính đưa ra phù hợp với dữ liệu thực tế.

Bảng 7. Phân tích phương sai (ANOVA)

Mô hình		Tổng bình phương	Df	Bình phương trung bình	F	Mức ý nghĩa
1	Hồi quy	65,877	6	10,979	55,596	0,000
	Phần dư	53,716	272	0,197		
	Tổng	119,593	278			

(Nguồn: Phân tích từ dữ liệu nghiên cứu của nhóm tác giả)

Trong bảng 5, tất cả các biến độc lập đều có giá trị VIF $< 2 < 10$. Như vậy, mô hình không có hiện tượng đa cộng tuyến.

Giá trị thống kê Durbin-Watson $d = 2,231$ ($1 < d < 3$). Kết luận: Các phần dư là độc lập với nhau và tính độc lập của phần dư đã được bảo đảm. Không có hiện tượng tự tương quan trong phần dư.

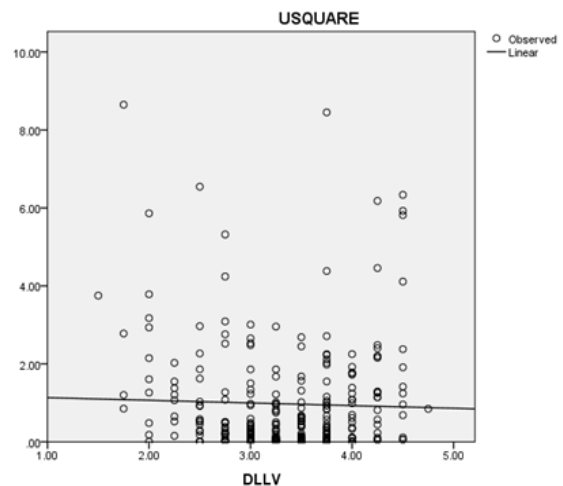
Dựa theo kết quả hình 2, đường biểu diễn của tương quan USQUARE và biến phụ thuộc có hình dáng theo đường thẳng, không có hiện tượng phương sai phần dư thay đổi.

Bên cạnh đó, kết quả cũng cho thấy không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về động lực làm việc của những đáp viên thuộc các nhóm giới tính, độ tuổi, trình độ học vấn khác nhau.

3.2. Thảo luận kết quả

Trong bảng 5, hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa cho kết quả:

Biến F1 (QHĐN): có hệ số 0,222; quan hệ cùng chiều với động lực làm việc. Khi đối tượng khảo sát đánh giá yếu tố “Môi quan hệ với đồng nghiệp” tăng thêm 1 điểm thì động lực làm việc sẽ tăng thêm 0,222 điểm.



Hình 2: Đồ thị tương quan giữa biến phần dư bình phương và biến phụ thuộc

Biến F2 (QHCT): có hệ số 0,189; quan hệ cùng chiều với động lực làm việc. Khi đối tượng khảo sát đánh giá yếu tố “Môi quan hệ với cấp trên” tăng thêm 1 điểm thì động lực làm việc sẽ tăng thêm 0,189 điểm.

Biến F3 (LTPL): có hệ số 0,171; quan hệ cùng chiều với động lực làm việc. Khi đối tượng khảo sát đánh giá yếu tố “Lương, thưởng và phúc lợi” tăng thêm 1 điểm thì động lực làm việc sẽ tăng thêm 0,171 điểm.

Biến F4 (MTLV): có hệ số 0,148; quan hệ

cùng chiều với động lực làm việc. Khi đối tượng khảo sát đánh giá yếu tố “Môi trường làm việc” tăng thêm 1 điểm thì động lực làm việc sẽ tăng thêm 0,148 điểm.

Biến F5 (BCCV): có hệ số 0,307; quan hệ cùng chiều với động lực làm việc. Khi đối tượng khảo sát đánh giá yếu tố “Bản chất công việc” tăng thêm 1 điểm thì động lực làm việc sẽ tăng thêm 0,307 điểm.

Biến F6 (DTT): có hệ số 0,193; quan hệ cùng chiều với động lực làm việc. Khi đối tượng khảo sát đánh giá yếu tố “Cơ hội đào tạo và thăng tiến” tăng thêm 1 điểm thì động lực làm việc sẽ tăng thêm 0,193 điểm.

Trong Bảng 5, hệ số hồi quy chuẩn hóa cho biết tầm quan trọng của các biến độc lập trong mô hình. Kết quả cho thấy mức độ tác động theo thứ tự mạnh nhất tới thấp nhất như sau: (1) Bản chất công việc (BCCV); (2) Mỗi quan hệ với đồng nghiệp (QHĐN); (3) Cơ hội đào tạo và thăng tiến (DTT); (4) Mỗi quan hệ với cấp trên (QHCT); (5) Lương, thưởng và phúc lợi (LTPL); và (6) Môi trường làm việc (MTLV).

4. KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ

4.1. Kết luận

Kết quả nghiên cứu đã xác định được mức độ quan trọng của các nhân tố tác động đến động lực làm việc của nhân viên tại nhà máy Nhiệt điện Vĩnh Tân 4, tỉnh Bình Thuận, mức độ tác động theo thứ tự mạnh nhất tới thấp nhất như sau: (1) Bản chất công việc (BCCV); (2) Mỗi quan hệ với đồng nghiệp (QHĐN); (3) Cơ hội đào tạo và thăng tiến (DTT); (4) Mỗi quan hệ với cấp trên (QHCT); (5) Lương, thưởng và phúc lợi (LTPL) và (6) Môi trường làm việc (MTLV). Bên cạnh đó, kết quả cũng cho thấy không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về động lực làm việc của những đáp viên thuộc các nhóm giới tính, độ tuổi, trình độ học vấn khác nhau.

4.2. Hàm ý quản trị

Từ kết quả nghiên cứu, một số hàm ý quản trị được đề xuất nhằm giúp các nhà quản lý trong việc nâng cao động lực làm việc của nhân viên tại nhà máy Nhiệt điện Vĩnh Tân 4. Cụ thể như sau:

4.2.1. Cải thiện thang đo Bản chất công việc

Kết quả nghiên cứu cho thấy nhân tố bản chất công việc ảnh hưởng mạnh nhất đến động lực làm việc của nhân viên. Vì vậy, cần tiếp tục phát huy nhân tố này để tạo thêm động lực làm việc cho nhân viên. Đối với nhân tố bản chất công việc, để nâng cao động lực làm việc của nhân viên cần: (1) Doanh nghiệp cần có hệ thống bảng mô tả công việc, lưu đồ phối hợp xử lý công việc của các phòng ban/bộ phận; (2) Khối lượng công việc mà phân bổ trong ngày là phù hợp với nhân viên; (3) Đồng thời cần phân công công việc hợp lý, rõ ràng để nhân viên thực hiện tốt công việc, giúp họ hiểu rõ quy trình làm việc, trách nhiệm và quyền hạn của mình trong công việc; (4) Ngoài ra, các nhà quản trị cần có các cơ chế động viên, cần hoàn thiện hệ thống đánh giá nhân viên, công nhận kết quả và khen thưởng kịp thời một cách chính xác, công bằng, minh bạch giúp nhân viên cảm thấy vai trò và đóng góp của mình cho Nhà máy từ đó giúp nhân viên thích thú hơn khi thực hiện công việc của mình.

4.2.2. Cải thiện thang đo Mỗi quan hệ với đồng nghiệp

Kết quả nghiên cứu cho thấy nhân tố Mỗi quan hệ với đồng nghiệp ảnh hưởng mạnh thứ hai đến động lực làm việc của nhân viên. Quan hệ đồng nghiệp tốt, làm việc nhóm cảm giác thoải mái, thân thiện, không có áp lực tâm lý căng thẳng khi làm việc trong tổ chức là yếu tố làm tăng sự thỏa mãn, hài lòng trong công việc, tăng động lực làm việc, tăng mức độ động lực làm việc. Không phải nhân viên nào cũng có tinh thần thép, đề sẵn sàng đương đầu với những khó khăn áp lực trong công việc, thông thường khi áp lực quá lớn

để làm cho người lao động bị trầm cảm, kiệt sức, giảm hiệu quả công việc và dễ dẫn đến tình trạng rời bỏ công việc. Do đó, cần phải giảm áp lực không khí tâm lý trong tổ chức, như bố trí thời gian nghỉ ngơi cho nhân viên nếu công việc quá căng thẳng và kéo dài, tìm cách giải quyết các mâu thuẫn và sự cạnh tranh giữa các nhân viên, tránh tạo cho nhân viên có cảm giác luôn phải cảnh giác với chính các đồng nghiệp của mình, tạo sự hợp tác phối hợp trong công việc, tạo nên một bầu không khí làm việc vui tươi, thoải mái và hiệu quả.

4.2.3. Cải thiện thang đo Cơ hội đào tạo và thăng tiến

Theo kết quả nghiên cứu, nhân tố Cơ hội đào tạo và thăng tiến ảnh hưởng mạnh thứ ba đến động lực làm việc của nhân viên; vì vậy, để tiếp tục phát huy nhân tố này để tạo thêm động lực làm việc cho nhân viên cần: (1) Tổ chức công tác đào tạo thường xuyên nhằm cập nhật kiến thức mới cho nhân viên; nhân viên được đào tạo tích lũy được kiến thức, tự tin hơn trong công việc; (2) Tổ chức đào tạo với nhiều hình thức: đào tạo tập trung, bán thời gian hay đào tạo từ xa, cũng như doanh nghiệp tạo thêm điều kiện hỗ trợ về tài chính, thời gian để nhân viên học tập theo yêu cầu công việc; (3) Thông tin rõ ràng, minh bạch các điều kiện cần thiết để thăng tiến trong công việc cho tất cả nhân viên nắm rõ; (4) Tổ chức đào tạo để nhân viên thích ứng với những thay đổi trong doanh nghiệp.

4.2.4. Cải thiện thang đo Mối quan hệ với cấp trên

Theo kết quả nghiên cứu, nhân tố Mối quan hệ với cấp trên ảnh hưởng mạnh thứ tư đến động lực làm việc của nhân viên; vì

vậy, để tiếp tục phát huy nhân tố này để tạo thêm động lực làm việc cho nhân viên cần: (1) Cấp trên cần cung cấp những thông tin phản hồi giúp nhân viên cải thiện hiệu suất công việc; (2) Cấp trên cần thường xuyên dành thời gian thảo luận công việc với cấp dưới của mình; (3) Cấp trên cần quan tâm, chia sẻ với nhân viên về cuộc sống; (4) Cấp trên cần có thái độ đối xử công bằng giữa các nhân viên; (5) Cấp trên cần bảo vệ quyền lợi chính đáng của nhân viên.

4.2.5. Cải thiện thang đo Lương, thưởng và phúc lợi

Kết quả nghiên cứu cho thấy nhân tố Mối quan hệ với cấp trên ảnh hưởng mạnh thứ năm đến động lực làm việc của nhân viên; vì vậy, để tiếp tục phát huy nhân tố này để tạo thêm động lực làm việc cho nhân viên. (1) Cần trả lương tương xứng với năng lực làm việc của nhân viên; (2) Cần có mức thưởng xứng đáng với sự đóng góp của nhân viên; (3) Phúc lợi Nhà máy cần hợp lý và thỏa đáng; (4) Nhà máy cần trả lương, thưởng và phúc lợi đúng hạn cho nhân viên.

4.2.6. Cải thiện thang đo Môi trường làm việc

Kết quả nghiên cứu cho thấy nhân tố Môi trường làm việc ảnh hưởng thấp nhất đến động lực làm việc của nhân viên; vì vậy, để tiếp tục phát huy nhân tố này để tạo thêm động lực làm việc cho nhân viên, cần: (1) Trang bị đầy đủ thiết bị cần thiết cho công việc của nhân viên; (2) Trang bị bảo hộ lao động đầy đủ nhằm đảm bảo an toàn cho nhân viên; (3) Tạo môi trường làm việc tốt, thuận lợi cho nhân viên; (4) Tổ chức khám sức khỏe định kỳ cho nhân viên để đảm bảo sức khỏe của nhân viên không bị ảnh hưởng từ khi làm việc ở nhà máy.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Alderfer, C. P. (1969). *An empirical test of a new theory of human needs*. Organizational behavior and human performance, 4(2), 142-175.

Dennis, R. & Randall, S. (2004), *International Human Resource Management*, 2ndEd,

Routledge

Dimre, T. (2018). *Factors affecting employee motivation in commercial bank of ethiopia: the case of addis ababa city special grade-4 branches* (Doctoral dissertation, St. Mary's University).

Hair & cộng sự (2006). *Multivariate data analysis* (Vol. 6). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.

Herzberg, F. (1968). *One more time: How do you motivate employees* (Vol. 65). Boston, MA: Harvard Business Review.

Hossain, M. K. (2012). Factors affecting employee's motivation in the fast food industry: The case of KFC UK Ltd. *Research Journal of Economics, business and ICT*, 5.

Lưu Thị Bích Ngọc & cộng sự, (2013), Những nhân tố tác động đến động lực làm việc của nhân viên trong khách sạn, *Tạp chí khoa học đại học sư phạm thành phố Hồ Chí Minh*, số 49, năm 2013.

Maslow, A. H., (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*. 370-396.

Nguyễn Tiến Dũng, Nguyễn Trung Trí & Nguyễn Thị Lua (2021). Các nhân tố ảnh hưởng đến động lực làm việc của nhân viên khối văn phòng tại Công ty Cổ phần Kết cấu kim loại và Lắp máy dầu khí – thành phố Vũng Tàu. *Tạp chí Nghiên cứu khoa học và Phát triển kinh tế Trường Đại học Tây Đô*. 11: 1-17.

Phan Thị Mỹ Hằng (2016). Các yếu tố ảnh hưởng đến động lực làm việc của nhân viên tại các công ty giao nhận vận tải hàng hóa xuất nhập khẩu trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh. *Luận văn Thạc sĩ Trường Đại học Mở Tp.HCM*.

Popovici (2010). *Motivating the employees within Uniqa insurance public limited*. Company –Constanta.

Simons, T., & Enz, C. A. (1995). Motivating hotel employees: Beyond the carrot and the stick. *Cornell hotel and restaurant administration quarterly*, 36(1), 20-27.

Trương Đức Thao (2020). Nghiên cứu về một số nhân tố tác động đến động lực làm việc của nhân viên bán hàng. Truy cập tại <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/nghien-cuu-ve-mot-so-nhan-to-tac-dong-den-dong-luc-lam-viec-cua-nhan-vien-ban-hang-69664.htm> ngày 19/9/2022.

Vroom, V. H. (1964), *Work and Motivation*, New York: Wiley, 1964, p.331.

Vũ Minh Hùng (2017). Các yếu tố ảnh hưởng đến động lực làm việc của nhân viên tại công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên dịch vụ công ích quận Phú Nhuận, Tp. Hồ Chí Minh. *Luận văn Thạc sĩ trường ĐH Ngoại ngữ - tin học Tp.HCM*.

Ngày nhận bài: 01/10/2023

Ngày hoàn thiện biên tập: 19/11/2023

Ngày duyệt đăng: 20/11/2023

Thông tin tác giả:

TS. Võ Khắc Trường Thi, Trường Đại học Phan Thiết, Email: vktthi@upt.edu.vn

TS. Võ Khắc Trường Thanh, Trường Đại học Phan Thiết, Email: vktthanh@upt.edu.vn

ThS. Lê Anh linh, Trường Đại học Phan Thiết, Email: lalinh@upt.edu.vn

ThS. Lê Hoàng Vũ Thạnh, nhà máy nhiệt điện Vĩnh Tân 4, Email: lehoang.group@gmail.com

ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ THÔNG TIN VÀO QUẢN LÝ VĂN BẢN TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC PHAN THIẾT

Nguyễn Hữu Tiến

Tóm tắt: Trong thời đại 4.0 hiện nay, việc ứng dụng công nghệ thông tin vào quản lý tại các doanh nghiệp, trường học ngày càng được phát triển, để thực hiện mục tiêu số hóa công việc quản lý văn bản tại Trường Đại học Phan Thiết, phần mềm “Quản lý văn bản” được nghiên cứu và phát triển. Phần mềm được thiết kế bằng công cụ Visual Studio 2022 và SQL Server Management Studio 2014 và bộ thư viện hỗ trợ giao diện DevExpress. Phần mềm “Quản lý văn bản” đã đáp ứng được một số nhu cầu cơ bản của công tác Văn thư, giúp cho việc lưu trữ và quản lý văn bản dễ dàng, nhanh chóng, chính xác và tiết kiệm thời gian.

Từ khóa: Quản lý văn bản, văn thư, văn bản đi, văn bản đến, ứng dụng Công nghệ thông tin.

THE USE OF INFORMATION TECHNOLOGY IN DOCUMENT MANAGEMENT AT THE UNIVERSITY OF PHAN THIET

Nguyen Huu Tien

Abstract: In the current 4.0 era, the use of information technology in managing organizations and institutions is increasingly being developed. In order to digitize the document management process at the University of Phan Thiet, the “Document Management” software is currently under research and development. This software is being designed using Visual Studio 2022 and SQL Server Management Studio 2014 tools, along with the DevExpress interface that supports memory libraries. The “Document Management” software aims to meet basic administrative needs by simplifying and accelerating document storage and management, ensuring accuracy and saving time.

Keywords: document management, documents, sent documents, incoming documents, IT application.

1. MỞ ĐẦU

Hiện nay việc ứng dụng công nghệ thông tin vào hoạt động của các cơ quan, trường học được đẩy mạnh và đã đạt được những kết quả nhất định (Bộ nội vụ, 2012). Việc ứng dụng CNTT trong quản lý văn bản đi, văn bản đến và quản lý hồ sơ, tài liệu còn hạn chế hoặc chưa thực hiện. Đối với công tác văn thư, nhiệm vụ đặt ra là phải đổi mới và hợp lý hóa các khâu nghiệp vụ văn thư, lưu trữ. Bởi vì, công tác văn thư có chức năng đảm bảo thông tin bằng văn bản cho

hoạt động quản lý. Chính vì vậy, việc ứng dụng CNTT vào công tác này là một yêu cầu mang tính tất yếu để tiến tới tin học hóa công tác hành chính văn phòng. Tuy nhiên, hiện nay ở nhiều cơ quan, đơn vị, cán bộ văn thư vẫn phải cập nhật văn bản đến, văn bản đi bằng tay vào sổ công văn đi, đến gây trở ngại cho việc tìm kiếm văn bản nhanh chóng, chính xác, kịp thời. Để khắc phục những bất cập trên, việc ứng dụng công nghệ thông tin vào trong công tác quản lý văn bản đi, văn bản đến là điều hết sức cần thiết nhằm giúp

cho cán bộ văn thư trong việc quản lý văn bản được khoa học, thuận lợi, kịp thời và chính xác.

Ngoài ra, rất nhiều doanh nghiệp đã và đang sử dụng các sản phẩm phần mềm của nhiều công ty phần mềm khác nhau, mỗi phần mềm mang đặc thù riêng của từng cơ quan, nó đáp ứng tốt ở cơ quan này nhưng lại không tốt ở cơ quan khác, hơn nữa giá thành sản phẩm phần mềm rất cao và chi phí bảo trì tốn kém (ReportLinker, 2020). Vì thế việc tạo ra phần mềm đáp ứng công tác quản lý văn bản của chính đơn vị là rất cần thiết. Phần mềm “Quản lý văn bản” được thiết kế theo nhu cầu sử dụng của người trực tiếp quản lý văn bản. Việc cài đặt cũng như bảo trì phần mềm sẽ đơn giản và nhanh chóng hơn.

2. KHẢO SÁT HIỆN TRẠNG QUẢN LÝ VĂN BẢN CỦA BỘ PHẬN VĂN THƯ TRƯỜNG ĐẠI HỌC PHAN THIẾT

Theo Quyết định 176/QĐ-ĐHPT, ngày 01/07/2020 của Trường Đại học Phan Thiết về Ban hành Quy chế công tác văn thư lưu trữ, quy trình quản lý văn bản được thực hiện như sau:

2.1. Đối với văn bản đi, quyết định đi

Các đơn vị trong trường có liên quan được giao nhiệm vụ soạn văn bản sẽ tiến hành soạn thảo văn bản, sau đó in ra giấy, trình lên bộ phận Văn thư. Bộ phận Văn thư kiểm tra kỹ thuật trình bày văn bản, nếu sai thì phải đem về sửa lại và trình tiếp, nếu văn bản trình bày đúng sẽ được đánh số vào văn bản. Văn bản được đánh số sẽ đưa trình lãnh đạo nhà trường ký. Văn bản có chữ ký của lãnh đạo trường được chụp dấu (thông thường 3 bản có chữ ký trực tiếp của lãnh đạo trường). Văn thư đăng ký vào dữ liệu tự thiết kế bằng excel trên máy tính, lưu 1 bản chính tại phòng Văn thư. Các văn bản lưu sắp xếp theo tháng. Các đơn vị trong trường tự photo văn bản gửi đến các đơn vị có liên

quan đối với văn bản nội bộ, viên chức văn thư làm thủ tục chuyển phát đến cơ quan, tổ chức nhận văn bản đối với văn bản đi.

2.2. Đối với văn bản đến, quyết định đến

Bộ phận Văn thư sẽ tiếp nhận văn bản, kiểm tra và phân loại văn bản, bóc bì văn bản, đóng dấu đến (đối với văn bản chuyển đến bằng con đường bưu điện). Tái văn bản về máy tính của phòng văn thư, in ra giấy, đóng dấu đến (đối với văn bản cập nhật qua mạng internet). Đăng ký văn bản đến: Việc đăng ký văn bản đến của trường Đại học Phan Thiết được thực hiện bằng sổ theo mẫu của Thông tư số 07/2012/TT-BNV. Trình văn bản đến: Viên chức văn thư trình văn bản đến lãnh đạo nhà trường để xin chỉ đạo phân phối. Lãnh đạo ghi ý kiến chỉ đạo phân phối vào phía trên lề trái văn bản. Căn cứ vào ý kiến chỉ đạo của lãnh đạo trường, viên chức văn thư photo văn bản gửi đến lãnh đạo các đơn vị hoặc cá nhân có liên quan giải quyết.

2.3. Nhận xét thực trạng quản lý văn bản đi, đến của trường Đại học Phan Thiết

a. Ưu điểm:

- Với quy trình trên, bộ phận văn thư có thể tham gia vào quá trình giải quyết văn bản ngay cả khi sử dụng máy tính không thành thạo.

- Dễ cho việc chèn số văn bản đi trong tình hình thực tế xảy ra việc phải chèn số nhiều.

b. Nhược điểm:

- Không phù hợp với thời kỳ hiện nay, thời kỳ công nghiệp hoá tự động hoá. Các thao tác công kênh, chậm trễ, không chính xác dễ dẫn đến sai sót, mất mát hư hỏng.

- Tìm kiếm, phân loại, thống kê công văn mất thời gian, khó khăn.

- Lưu trữ công văn trên giấy tờ sổ sách, bảo quản không tốt dễ dẫn đến hư hỏng làm mất thông tin.

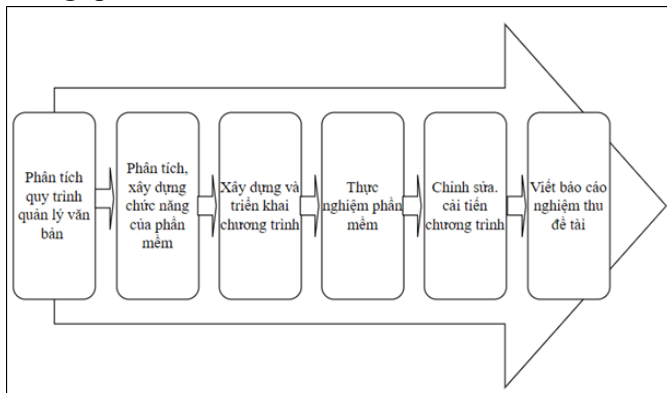
- Không kiểm tra và đôn đốc được việc

giải quyết văn bản.

3. THIẾT KẾ PHẦN MỀM “QUẢN LÝ VĂN BẢN” HỖ TRỢ VIỆC QUẢN LÝ VĂN BẢN CỦA BỘ PHẬN VĂN THƯ

3.1. Quy trình nghiên cứu hệ thống quản lý văn bản

Quy trình thiết kế hệ thống được mô tả thông qua sơ đồ sau:



Hình 1. Quy trình thiết kế hệ thống

Bước 1: Phân tích quy trình quản lý văn bản

Ở giai đoạn đầu tiên trong quá trình thiết kế phần mềm “Quản lý văn bản”, nhóm tác giả đã liên hệ và làm việc với bộ phận Văn thư của nhà Trường để tìm hiểu về nghiệp vụ quản lý văn bản, thu thập thông tin từ biểu mẫu lưu trữ văn bản trong tập tin excel để tiến hành phân tích và thiết kế cơ sở dữ liệu cho phần mềm.

Bước 2: Phân tích, xây dựng chức năng của phần mềm

Sau khi thu thập được các thông tin cần thiết để thiết kế phần mềm, nhóm tác giả tiến hành xây dựng cơ sở dữ liệu và thiết kế giao diện chức năng cho phần mềm.

Bước 3: Xây dựng và triển khai chương trình

Ở giai đoạn này, nhóm tác giả sử dụng các phần mềm chuyên ngành CNTT để thực hiện viết code cho phần mềm.

Bước 4 và 5: Thực nghiệm phần mềm, chỉnh sửa và cải tiến

Sau khi đã hoàn thiện các chức năng của phần mềm, nhóm tác giả tiến hành cài đặt phần mềm cho bộ phận Văn thư của nhà Trường, tiến hành nhập dữ liệu và hướng dẫn nhân viên Văn thư sử dụng chương trình.

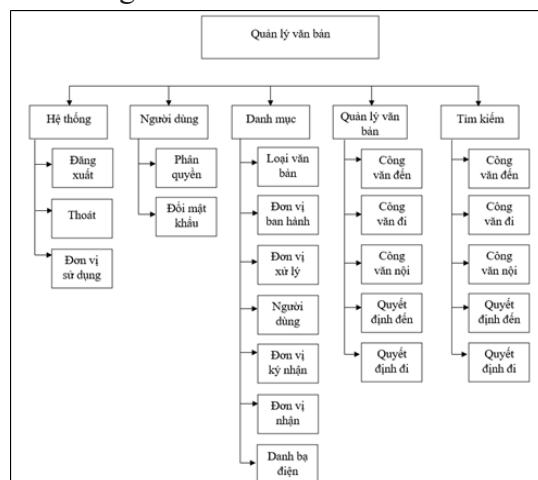
Trong giai đoạn thử nghiệm chương trình, đã tiến hành sửa các lỗi xuất hiện trong quá trình sử dụng phần mềm đồng thời thêm vào các chức năng mới theo yêu cầu của nhân viên Văn thư.

3.2. Thiết kế về mặt chức năng của hệ thống

Trong phạm vi bài viết, nhóm tác giả tập trung vào nghiệp vụ nhập thông tin và lưu trữ văn bản của bộ phận văn thư, chính vì thế hệ thống quản lý văn bản sẽ bao gồm tác nhân chính là văn bản (trong đó có văn bản đến, văn bản đi...).

Khi một văn bản được nhập thông tin vào hệ thống, văn bản này phải được đảm bảo đầy đủ các thông tin trong nghiệp vụ quản lý văn bản của Nhà trường. Sau khi người dùng nhập đầy đủ thông tin của một văn bản thì văn bản đó sẽ được lưu trữ trong hệ thống.

Tên cơ sở phân tích quy trình quản lý văn bản của bộ phận văn thư, mô hình chức năng hệ thống của phần mềm “Quản lý văn bản” có thể mô tả bằng biểu đồ phân cấp chức năng như hình 2.



Hình 2. Sơ đồ phân cấp chức năng của hệ thống

Mô tả các chức năng:

- Chức năng Quản lý người dùng: Giúp người quản trị phân quyền sử dụng phần mềm, phân quyền là việc kiểm soát quyền truy cập và hoạt động của những người dùng trên phần mềm. Việc phân quyền phần mềm rất quan trọng trong việc bảo mật, kiểm soát và quản lý hệ thống như: Cho phép người quản trị phần mềm xác định ai có quyền truy cập và chỉnh sửa dữ liệu, điều này giúp bảo vệ dữ liệu quan trọng khỏi việc sửa đổi, xóa hoặc truy cập trái phép; cho phép xác định quyền truy cập cho từng phần của ứng dụng, ví dụ: phân quyền chỉ cho phép người dùng quản lý được các danh mục cơ bản mà không được phép xem thông tin của những người dùng khác.

- Chức năng Quản lý danh mục: Quản lý các danh mục như Loại văn bản, Đơn vị ban hành văn bản, Đơn vị xử lý văn bản... Các thông tin này là nguồn dữ liệu cho các Văn bản đi và văn bản đến. Quản lý danh mục bao gồm các chức năng thêm, sửa, xóa thông tin của một danh mục.

- Chức năng Quản lý văn bản: Đây là chức năng chính của phần mềm, giúp nhân viên Văn thư nhập và lưu trữ thông tin của những văn bản đến, văn bản đi vào hệ thống. Kèm theo tính năng đính kèm tập tin vào văn bản, giúp cho việc quản lý và lưu trữ tập tin văn bản một cách khoa học và giúp cho việc truy xuất đến tập tin của văn bản một cách nhanh chóng và chính xác.

- Chức năng Tìm kiếm văn bản: Một trong những nhiệm vụ quan trọng của nghiệp vụ quản lý văn bản là chức năng tìm kiếm. Đây là chức năng giúp nhân viên Văn thư tìm kiếm thông tin văn bản theo nhiều tiêu chí khác nhau, có thể tìm kiếm theo từng tiêu chí cụ thể hoặc kết hợp nhiều tiêu chí như: Tìm văn bản theo khoảng thời gian, tìm theo loại văn bản, tìm theo số/ ký hiệu văn bản hoặc theo trích yếu nội dung... Giúp cho việc trích lọc dữ liệu diễn ra nhanh chóng và chính xác.

- Ngoài các chức năng chính, phần mềm còn một số chức năng hỗ trợ người dùng như: đổi mật khẩu, xuất dữ liệu ra excel, hiển thị danh bạ số điện thoại nhân viên trong Nhà trường...

3.3. Thiết kế cơ sở dữ liệu

Cơ sở dữ liệu phục vụ công tác Văn thư lưu trữ tại Trường Đại học Phan Thiết phải đảm bảo thống nhất theo quy định chung của Bộ Nội Vụ về công tác lưu trữ và quản lý văn bản tại cơ quan (Chính phủ, 2010). Dựa trên các biểu mẫu và danh mục cần quản lý của Thông tư số 07/2012/TT-BVN về Hướng dẫn quản lý văn bản, lập hồ sơ và nộp hồ sơ, tài liệu vào Lưu trữ cơ quan và sổ lưu trữ văn bản của bộ phận văn thư Trường Đại học Phan Thiết, có thể xác định các thực thể mà hệ thống cần quản lý bao gồm các bảng chính chứa các thông tin:

- Bảng CoQuanBanHanh: Lưu trữ các cơ quan ban hành văn bản gửi đến Nhà trường, ví dụ: Bộ Giáo dục và Đào tạo, Tỉnh Ủy Bình Thuận, UBND Thành phố Phan Thiết...

- Bảng LoaiVanBan: Lưu trữ các loại văn bản mà một văn bản có thể thuộc về, ví dụ: quyết định, thư mời, thông báo, công văn, thông tư...

- Bảng DonViXuLy: Lưu trữ các đơn vị xử lý văn bản đến, ví dụ: Ban giám hiệu, Hội đồng Trường, Phòng Tổ chức – hành chính...

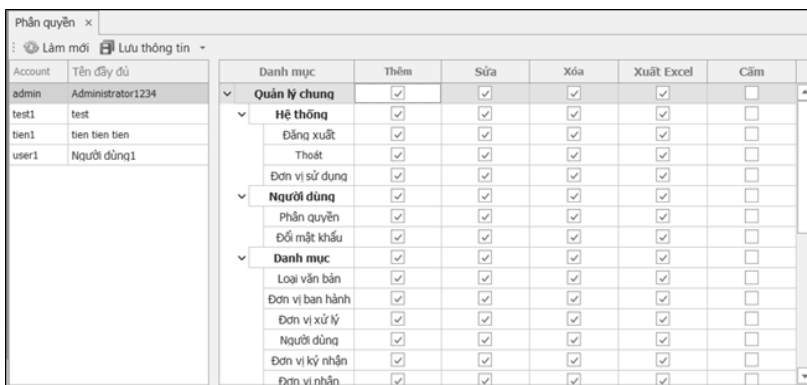
- Bảng CoQuanNhan: Lưu trữ các cơ quan/ đơn vị nhận văn bản đi, quyết định đi (được gửi từ Trường Đại học Phan Thiết), các cơ quan nhận có thể là: Tỉnh Ủy Bình Thuận, Tổng cục Thống kê Bình Thuận, Công an tỉnh Bình Thuận...

- Bảng CongVanDen: Lưu trữ các văn bản gửi đến Trường Đại học Phan Thiết, mỗi công văn đến gồm các thông tin như: số văn bản, loại văn bản, số/ ký hiệu, cơ quan ban hành, ngày ban hành, trích yếu nội dung, đơn vị xử lý...

- Bảng CongVanDi: Lưu trữ các văn bản

được gửi đi từ Trường Đại học Phan Thiết, mỗi văn bản đi bao gồm các thông tin như: số văn bản, loại văn bản, số/ ký hiệu, cơ quan nhận...

- Ngoài ra còn một số bảng phụ lưu trữ thêm các thông tin danh bạ, phân quyền chức năng, lưu trữ người dùng...



Hình 4. Giao diện chức năng phân quyền

3.4. Giới thiệu một số chức năng của hệ thống

Sau quá trình thu thập thông tin nghiệp vụ quản lý văn bản từ bộ phận Văn thư, nhóm tác giả đã đề xuất và mô hình hóa các chức năng của nghiệp vụ quản lý văn bản, từ đó thiết kế, xây dựng các chức năng cho hệ thống và kiểm thử với các bộ dữ liệu mẫu. Sau một thời gian cài đặt và chạy thử phần mềm, tôi nhận thấy rằng phần mềm hoạt động ổn định và hiệu quả.

Các chức năng xây dựng cơ bản đã đáp ứng được các yêu cầu của nghiệp vụ quản lý văn bản. Các chức năng đã giải quyết của đề tài bao gồm:

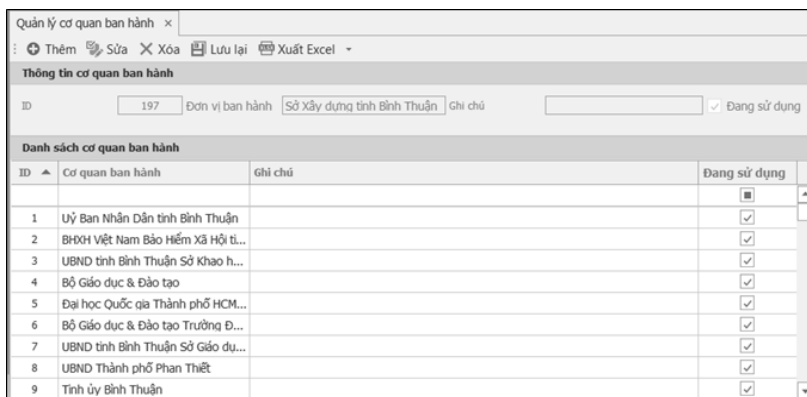
Đăng nhập hệ thống: Trước khi sử dụng được phần mềm, người dùng cần đăng nhập vào hệ thống với tài khoản và mật khẩu thông qua chức năng đăng nhập như hình, chức năng đăng nhập còn hỗ trợ người dùng ghi nhớ mật khẩu hoặc tự động đăng nhập khi khởi động phần mềm.



Hình 3. Giao diện form đăng nhập hệ thống

Phân quyền hệ thống: Giúp người quản trị phần mềm phân chia quyền sử dụng cho nhiều tài khoản trên hệ thống, các tài khoản chỉ được sử dụng các chức năng tương ứng trong màn hình chức năng phân quyền như hình 4.

Quản lý các danh mục: Loại văn bản, cơ quan ban hành, cơ quan nhận, đơn vị xử lý văn bản, đây là các mẫu dữ liệu cần thiết cho các văn bản đến, văn bản đi. Việc quản lý các danh mục này giúp dữ liệu được lưu trữ một cách nhất quán, tránh các sai sót hoặc trùng lặp dữ liệu như việc lưu trữ trên tập tin excel.



Hình 5. Giao diện chức năng quản lý danh mục Cơ quan ban hành

Quản lý văn bản đến, văn bản đi: Văn bản đến, văn bản đi là những đối tượng chính của phần mềm, người dùng có thể thêm thông tin các văn bản đến, văn bản đi, đính kèm tập tin và lưu trữ vào hệ thống. Giao diện quản lý văn bản được mô tả như hình 6.

Tìm kiếm văn bản đến, văn bản đi: Tìm kiếm văn bản là chức năng giúp người dùng tìm đến văn bản cần xem một cách nhanh chóng và chính xác, người dùng có thể tìm kiếm văn bản theo một hoặc nhiều tiêu chí như tìm theo khoảng thời gian, tìm theo loại văn bản hoặc theo bất kỳ mục danh mục nào mà người dùng cần tìm. Giao diện chức năng tìm kiếm văn bản được mô tả như hình 7.

Hình 6. Giao diện chức năng quản lý văn bản

Tìm kiếm công văn đến

Từ ngày

01/01/2000

-

Khoảng

Tất cả

-

Loại văn bản

---Xem tất cả---

-

Nội dung

-

Đến ngày

01/01/2099

-

Tìm

Cơ quan ban hành

Xem tất cả---

-

Xuất Excel

Mở thư mục

Kéo và thả vào đây để gom nhóm dữ liệu

ID	Số CV	Đơn ban hành	Loại văn bản	Số/ ký hiệu	Ngày ban hành	Ngày đến	Hạn xử lý	Trích yếu nội dung	Ký nhận	Ghi chú	Số bản	Mức độ bảo mật	Trạng thái
4443	85	Ủy Ban Nhân Dân t...	Khác	917/BGDĐT-G...	06/03/2023	06/03/2023	07/04/2023		Phòng TC...		1	Bình thường	Không xử lý
4442	84	Ủy Ban Nhân Dân t...	Khác		14/01/2023	14/01/2023	13/02/2023		Phòng TC...		1	Bình thường	Không xử lý
4441	83	Ủy Ban Nhân Dân t...	Kế hoạch	134/NH-BGD	13/01/2023	13/01/2023	12/02/2023	v/v Kế hoạch công tá...	Phòng TC...		1	Bình thường	Không xử lý
4440	82	Ủy Ban Nhân Dân t...	Hướng dẫn	163/HĐ-BGD	17/01/2023	17/01/2023	16/02/2023	v/v Hướng dẫn xây d...	Phòng TC...		1	Bình thường	Không xử lý
4439	81	BỘ GD&ĐT	Khác	666/BGDĐT-G...	22/02/2023	22/02/2023	24/03/2023	v/v Tham dự hội ng...	Phòng TC...		1	Bình thường	Không xử lý
4438	80	BỘ GD&ĐT	Thông báo	233/TB-BGDĐT	22/02/2023	22/02/2023	24/03/2023	v/v Thông báo kết t...	Phòng TC...		1	Bình thường	Không xử lý
4437	79	Cty TNHH Đào tạo t...	Khác	38A	30/01/2023	30/01/2023	01/03/2023	V/v thư mời tập huấn...	Phòng TC...		1	Bình thường	Không xử lý
4436	78	UBND tỉnh- VP	Khác	727/VP-KGVX...	20/02/2023	20/02/2023	22/03/2023	v/v tham mưu tiếp n...	Phòng TC...		1	Bình thường	Không xử lý
4435	77	BỘ GD&ĐT	Kế hoạch	228/NH-BGDĐT	21/02/2023	21/02/2023	23/03/2023	v/v Kế hoạch tổ chứ...	Phòng TC...		1	Bình thường	Không xử lý
4434	76	Sở VH, TT & DL	Kế hoạch	436/NH-SVNT...	22/02/2023	22/02/2023	24/03/2023	v/v Kế hoạch thực h...	Phòng TC...		1	Bình thường	Không xử lý
4433	75	BỘ GD&ĐT	Thông báo	221/TB-BGDĐT	20/02/2023	20/02/2023	22/03/2023	v/v Thông báo kết q...	Phòng TC...		1	Bình thường	Không xử lý
4432	74	BỘ GD&ĐT	Kế hoạch	225/NH-BGDĐT	21/02/2023	21/02/2023	23/03/2023	v/v Kế hoạch khảo sá...	Phòng TC...		1	Bình thường	Không xử lý
4429	71	Trường ĐH Tây Đô	Khác	116/DHĐT	15/02/2023	15/02/2023	17/03/2023	v/v cử giảng viên b...	Phòng TC...		1	Bình thường	Không xử lý
4428	70	Hội chữ thập đỏ	Giấy mời	69/QM-HCTĐ	14/02/2023	14/02/2023	16/03/2023	v/v tổ chức Hội nghi...	Phòng TC...		1	Bình thường	Không xử lý

Record 1 of 4264

Hình 7. Giao diện chức năng tìm kiếm văn bản

- Ngoài các chức năng trên, phần mềm còn hỗ trợ một số chức năng hỗ trợ để người dùng thuận tiện hơn trong quá trình quản lý văn bản như: đổi mật khẩu, hiển thị danh bạ của các nhân sự trong nhà Trường.

4. KẾT QUẢ THỰC NGHIỆM PHẦN MỀM “QUẢN LÝ VĂN BẢN” VÀO CÔNG TÁC QUẢN LÝ VĂN BẢN TẠI BỘ PHẬN VĂN THƯ TRƯỜNG ĐẠI HỌC PHAN THIẾT.

Sau một thời gian phần mềm được cài đặt và thử nghiệm tại bộ phận Văn thư Trường Đại học Phan Thiết, bộ phận Văn thư cho biết phần mềm hoạt động ổn định, đáp ứng

được nhu cầu sử dụng cơ bản trong công tác quản lý bản bản của Nhà trường, giúp cho quá trình nhập dữ liệu văn bản diễn ra nhanh chóng và chính xác, hạn chế các vấn đề trùng lặp dữ liệu. Kết quả thực nghiệm phần mềm được bộ phận văn thư đánh giá theo mẫu trong bảng 1.

Ngoài ra chức năng tra cứu và tìm kiếm văn bản hỗ trợ cho việc tìm kiếm văn bản diễn ra thuận tiện hơn, giúp người dùng dễ dàng tìm kiếm những văn bản theo những tiêu chí nào đó. Bên cạnh những ưu điểm thì phần mềm vẫn còn tồn tại một số hạn chế như thời gian tải dữ liệu còn chậm, và phần mềm chưa có chức năng sao lưu dữ liệu.

Bảng 1. Biểu mẫu đánh giá phần mềm “Quản lý văn bản” cho nhân viên văn thư

BIỂU MẪU ĐÁNH GIÁ PHẦN MỀM “QUẢN LÝ VĂN BẢN” DÀNH CHO BỘ PHẬN VĂN THƯ TRƯỜNG ĐẠI HỌC PHAN THIẾT							
Họ và tên người đánh giá: Nguyễn Văn A			Bộ phận: Văn thư				
STT	Tiêu chí		Hoàn toàn không đồng ý	Không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý
1	Chức năng: Phần mềm có thể thực hiện nhiệm vụ cơ bản các chức năng mà nó được thiết kế.		1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☒	5 ☐
2	Hiệu suất	Tốc độ: Tốc độ thực hiện nhiệm vụ, đáp ứng thời gian phản hồi của người dùng	1 ☐	2 ☐	3 ☒	4 ☐	5 ☐
		Tải trọng: Chịu được tải trọng công việc và dữ liệu lớn.	1 ☐	2 ☐	3 ☒	4 ☐	5 ☐
3	Độ tin cậy	Ổn định: Chạy liên tục mà không gặp sự cố nghiêm trọng	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☒	5 ☐
		Bảo mật: Bảo mật thông tin và chặn các lỗ hổng bảo mật	1 ☐	2 ☐	3 ☒	4 ☐	5 ☐
4	Tương tác người dùng	Giao diện người dùng: Dễ sử dụng	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☒	5 ☐
		Trải nghiệm người dùng: Hài lòng khi sử dụng phần mềm	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☒	5 ☐
5	Bảo trì và hỗ trợ	Sửa lỗi: Sửa lỗi nhanh chóng và hiệu quả	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☒	5 ☐
		Cập nhật: Dễ dàng nâng cấp và cập nhật	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☒	5 ☐
6	Tài liệu và hướng dẫn	Tài liệu hướng dẫn: Có sẵn tài liệu hướng dẫn cho người dùng	1 ☐	2 ☒	3 ☐	4 ☐	5 ☐
		Đào tạo: Đào tạo người sử dụng phần mềm	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☒	5 ☐
7	Tuân thủ tiêu chuẩn: Tuân thủ các quy định pháp luật liên quan đến hoạt động của nó		1 ☐	2 ☐	3 ☒	4 ☐	5 ☐

5. KẾT LUẬN

Thông qua quá trình nghiên cứu và phát triển, phần mềm “Quản lý văn bản” đã phần nào giúp tin học hóa nghiệp vụ quản lý văn bản của bộ phận văn thư của Trường Đại học Phan Thiết, tạo điều kiện thuận lợi hơn cho nhân viên văn thư trong quá trình quản lý văn bản, giúp cho quá trình xử lý, lưu trữ

văn bản của nhà trường đảm bảo chính xác và hiệu quả hơn, qua đó rút ngắn thời gian thực hiện. Về mặt lý thuyết, nghiên cứu này sử dụng các thành phần thư viện Devexpress trong thiết kế giao diện phần mềm. Xây dựng được cơ sở dữ liệu phục vụ cho nghiệp vụ quản lý văn bản của nhà trường theo Thông tư số 07/2012/TT-BVN về Hướng dẫn quản lý văn bản, lập hồ sơ và nộp hồ sơ, tài liệu

vào Lưu trữ cơ quan. Hoàn thiện được hệ thống quản lý văn bản trên nền Winform theo đúng yêu cầu của Thông tư số 07/2012/TT-BNV và bộ phận Văn thư của nhà trường, đáp ứng được cơ bản các yêu cầu đề ra.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Bộ nội vụ (2012). Thông tư số 07/2012/TT-BVN, ngày 22/11/2012 về *Hướng dẫn quản lý văn bản, lập hồ sơ và nộp hồ sơ; tài liệu vào Lưu trữ cơ quan*.

Chính phủ (2004). Nghị định số 110/2004/NĐ-CP, ngày 08/04/2004 về *Công tác văn thư*.

Chính phủ (2007). Nghị định số 64/2007/NĐ-CP, ngày 10/04/2007 về *Ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động của cơ quan nhà nước*.

Chính phủ (2010). Nghị định số 09/2010/NĐ-CP, ngày 08/02/2010 về *Sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định 110/2004/NĐ-CP ngày 08 tháng 04 năm 2004 của Chính phủ về công tác Văn thư*.

Nguyễn Văn Ba (2005). *Phân tích và thiết kế hệ thống thông tin*. NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.

Nguyễn Văn Vy (2010). *Giáo trình phân tích thiết kế các hệ thống thông tin*. NXB Giáo Dục

ReportLinker (2020). *Document Management Systems Market - Growth, Trends, Forecasts (2020 - 2025)*. Truy cập từ nguồn: <https://www.globenewswire.com/news-release/2020/12/16/2146175/0/en/.html>

Thủ tướng chính phủ (2005). Quyết định số 246/2005/QĐ-TTĐ, ngày 06/10/2005 về *Phê duyệt Chiến lược phát triển công nghệ thông tin và truyền thông Việt Nam đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020*.

Trường Cao đẳng Sư phạm Trung ương (2015). *Đề tài Quản lý văn bản trường Cao đẳng Sư phạm Trung Ương*.

Trường Đại học Phan Thiết (2020). Quyết định số 176/QĐ-ĐHPT, ngày 01/07/2020 về *Ban hành quy chế công tác văn thư lưu trữ*.

Vương Đình Quyền (2006). *Lý luận và phương pháp công tác văn thư*, NXB Đại học Quốc gia Hà nội.

Ngày nhận bài: 25/09/2023

Ngày hoàn thiện biên tập: 10/10/2023

Ngày duyệt đăng: 20/10/2023

Thông tin tác giả:

ThS. Nguyễn Hữu Tiến, Trường Đại học Phan Thiết, Email: nhtien@upt.edu.vn

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH MUA SMARTPHONE CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI THÀNH PHỐ PHAN THIẾT

Võ Khắc Trường Thanh – Võ Khắc Trường Thi - Lê Anh Linh – Nguyễn Ngọc Hoa Kỳ

Tóm tắt: Thị trường smartphone hiện nay đang cạnh tranh rất quyết liệt với sự tham gia của nhiều hãng sản xuất điện thoại danh tiếng trên thế giới. Đối với các nhà cung cấp, để tăng cường vị thế cạnh tranh thì sự thấu hiểu về các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua smartphone của người tiêu dùng là rất quan trọng. Nghiên cứu tiến hành khảo sát 210 đáp viên đang sử dụng smartphone tại thành phố Phan Thiết và áp dụng mô hình phân tích nhân tố khám phá. Kết quả nghiên cứu cho thấy có sáu yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua smartphone của người tiêu dùng tại thành phố Phan Thiết, mức độ tác động theo thứ tự mạnh nhất tới thấp nhất như sau: (1) Thương hiệu của sản phẩm (TH); (2) Giá trị chất lượng (CL); (3) Giá của sản phẩm (G); (4) Giá trị nhân sự (NS); (5) Dịch vụ hậu mãi (DV) và (6) Giá trị xã hội (XH).

Từ khóa: Smartphone, quyết định mua, thành phố Phan Thiết.

FACTORS AFFECTING THE SMARTPHONE PURCHASE DECISION OF CONSUMERS LIVING IN PHAN THIET CITY

Vo Khắc Trường Thanh –Vo Khắc Trường Thi - Lê Anh Linh – Nguyễn Ngọc Hoa Kỳ

Abstract: The smartphone market is currently very competitive with the participation of many famous phone manufacturers in the world. For suppliers, to strengthen their competitive position, understanding the factors that influence consumers' smartphone purchase decisions is very important. The study conducted a survey of 210 respondents who are using smartphones in Phan Thiet City and applied an exploratory factor analysis model. The research results show that there are six factors affecting the smartphone purchase decisions of consumers in Phan Thiet City, the level of impact, in order to strongest to lowest, is as follows: (1) Brand of the product; (2) Quality value; (3) Price of the product; (4) Human value; (5) After-sales service and (6) Social values.

Keywords: smartphone, purchase decision, Phan Thiet City.

1. GIỚI THIỆU

Thị trường smartphone ở Việt Nam hiện nay đang cạnh tranh rất quyết liệt với sự tham gia của nhiều hãng sản xuất điện thoại danh tiếng trên thế giới như: Apple, Samsung, Nokia, Sony, LC, Oppo,... liên tục ra mắt

với những kiểu dáng và thông số phần cứng đa dạng. Điều này làm cho người tiêu dùng thông thường không có nhiều kiến thức về công nghệ cảm thấy rất phân vân khi quyết định mua cho mình một điện thoại mới. Đối với các nhà cung cấp, để tăng cường vị thế

cạnh tranh thì sự thấu hiểu về các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua smartphone của người tiêu dùng là rất quan trọng (Nguyễn Văn Quân & Lê Nguyễn Đoàn Khôi, 2020).

Bên cạnh đó, diễn biến thị trường công nghệ, đặc biệt là smartphone ở thành phố Phan Thiết khá sôi động, không kém các thành phố lớn khác với lượng người tiêu dùng smartphone khá lớn cùng nhiều lựa chọn khác nhau. Mặc dù đã có nhiều nghiên cứu trước đây về đề tài này nhưng chưa tìm thấy nghiên cứu cho việc phát triển thị trường smartphone ở thành phố Phan Thiết. Nghiên cứu này tập trung vào việc xác định các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua smartphone của người tiêu dùng tại Thành phố Phan Thiết. Từ đó làm cơ sở đưa ra một số hàm ý quản trị nhằm duy trì tốc độ tăng trưởng và tăng cường vị thế cạnh tranh cho các nhà sản xuất và phân phối smartphone tại thị trường thành phố Phan Thiết.

2. TỔNG QUAN CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1 Cơ sở lý thuyết và khung phân tích

Mô hình hành vi của người tiêu dùng đề xuất rằng hành vi mua hàng của người tiêu dùng thường trải qua 5 giai đoạn trước và sau khi mua bao gồm nhận biết nhu cầu, tìm kiếm thông tin, đánh giá các lựa chọn thay thế, quyết định mua hàng và hành vi mua hàng (Kotler, 2020). Hành vi mua sắm của người tiêu dùng là một quá trình được hình thành từ khi người tiêu dùng nhận thức được nhu cầu của bản thân. Trải qua các giai đoạn thu thập thông tin của sản phẩm, ý kiến của bạn bè, người thân, những người xung quanh, kể cả tham khảo thông tin từ các diễn đàn trên Internet. Sau đó tất cả các thông tin được đưa vào hộp đen của người tiêu dùng để phân tích, đánh giá và đưa ra quyết định cuối cùng dựa trên kết quả đánh giá các lựa chọn có sự ràng buộc giữa sở thích và khả năng chi trả cho phép nhằm đạt được lợi ích tiêu dùng cao nhất. Tuy nhiên quá trình ra

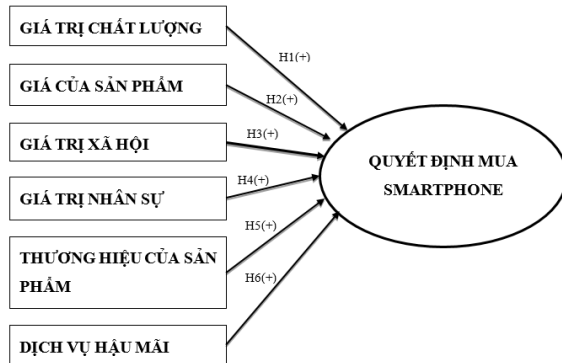
quyết định mua sắm của người tiêu dùng không chỉ dừng lại ở việc ra quyết định mua mà còn tiếp tục ở hành vi sau mua. Như vậy, quyết định mua của người tiêu dùng đã bắt đầu trước khi việc mua thực sự diễn ra và và còn kéo dài sau khi mua. Hai yếu tố có thể dẫn đến sự khác biệt giữa ý định mua và quyết định mua, đó là: thái độ và hoàn cảnh. Thái độ của những người khác và gia đình, bạn bè, đồng nghiệp... Các yếu tố của hoàn cảnh như hy vọng về thu nhập gia tăng, mức giá dự tính, sản phẩm thay thế... Hai yếu tố này có thể làm thay đổi quyết định mua, hoặc không mua hoặc mua một nhãn hiệu khác mà không phải là nhãn hiệu tốt nhất như đã đánh giá.

Mô hình thuyết hành động hợp lý của Fishbein & Ajzen năm 1975 cho thấy, xu hướng tiêu dùng là nhân tố dự đoán tốt nhất về hành vi tiêu dùng. Theo đó, ý định hành vi là nhân tố quan trọng nhất dự đoán hành vi tiêu dùng. Ý định hành vi bị ảnh hưởng bởi hai nhân tố: thái độ và chuẩn chủ quan. Thuyết hành động hợp lý thể hiện sự bao hàm và sắp đặt phối hợp các thành phần của thái độ trong một cấu trúc được thiết kế để dự đoán, cũng như giải thích tốt hơn cho hành vi người tiêu dùng trong xã hội dựa trên 2 khái niệm cơ bản: thái độ của người tiêu dùng đối với việc thực hiện hành vi; các chuẩn mực chủ quan của người tiêu dùng (Nickerson, 2022).

Cho đến nay đã có nhiều nghiên cứu trong và ngoài nước được thực hiện nhằm xác định các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua smartphone của người tiêu dùng; điển hình có các nghiên cứu thực nghiệm của Nghiên cứu của Nguyễn Thu Trang (2014), Nguyễn Thị Thủy Tiên (2016), Nguyễn Văn Quân & Lê Nguyễn Đoàn Khôi (2020), Min & cộng sự (2012), Huang & Cộng sự (2013) và Chang & Hsiao (2011).

Căn cứ vào cơ sở lý thuyết và dựa trên kế thừa có chọn lọc các nghiên cứu liên quan, mô hình nghiên cứu các yếu tố tác động đến

quyết định mua smartphone của người tiêu dùng tại thành phố Phan Thiết được đề xuất như sau:



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng được sử dụng để hoàn thiện thang đo và kiểm định mối quan hệ giữa các nhân tố. Nghiên cứu định tính được thực hiện thông qua phỏng vấn chuyên gia nhằm sửa đổi, bổ sung thang đo do nhóm tác giả đề xuất cho phù hợp với tình hình thực tế.

Để định lượng được các nhân tố ảnh hưởng đến biến phụ thuộc cần tiến hành 3 bước:

- Kiểm định chất lượng thang đo phù hợp với dữ liệu thực tiễn (kiểm định Cronbach's Alpha);

- Sử dụng mô hình phân tích nhân tố khám phá (Exploratory factor analysis, EFA) để xác định mô hình đo lường phù hợp với thực tiễn;

- Sử dụng mô hình hồi quy (Regression Analysis) để xác định các yếu tố ảnh hưởng và mức độ tác động đến biến phụ thuộc.

Cả ba bước được tiến hành với sự hỗ trợ của phần mềm SPSS 20.0.

Theo Hair & Cộng sự (2006), đối với mô hình EFA, cỡ mẫu tối thiểu 5×29 (tổng số biến quan sát của mô hình đo lường) = 145. Nghiên cứu chọn cỡ mẫu 210 quan sát. Nghiên cứu định lượng chính thức được thực hiện bằng việc gửi và thu thập bảng khảo sát từ những người đang sử dụng smartphone tại thành phố Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận. Mẫu khảo sát được nhóm tác giả thu thập theo phương pháp chọn mẫu phi xác suất, tiếp cận đối tượng khảo sát dựa trên tính thuận tiện. Các thang đo được thiết kế theo thang đo Likert với thang điểm từ 1 đến 5.

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1. Kết quả nghiên cứu

3.1.1. Thống kê mô tả đặc điểm của mẫu quan sát

Bảng 1: Thống kê đặc điểm nhân khẩu quan sát

Thông tin mẫu		Tần số	Tỷ lệ %	Tổng %
Giới tính	Nữ	101	48,1	100
	Nam	109	51,9	
Độ tuổi	Dưới 18 tuổi	22	10,5	100
	Từ 18 đến 24 tuổi	112	53,3	
	Từ 25 đến 30 tuổi	42	20,0	
	Trên 30 tuổi	34	16,2	
Thu nhập	Dưới 6 triệu	90	42,9	100
	Từ 6 đến 10 triệu	69	32,9	
	Từ 10 đến 15 triệu	29	13,8	
	Từ 15 đến 20 triệu	13	6,2	
	Trên 20 triệu	9	4,3	

(Nguồn: Số liệu phỏng vấn 210 đáp viên sử dụng smartphone tại thành phố Phan Thiết, năm 2022)

3.1.2. Kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo

Bảng 2: Kết quả kiểm định thang đo

Stt	Thang Đo	Biến Quan Sát bị loại	Hệ số Alpha	Kết luận
1	Giá trị chất lượng	không	0,800	Chất lượng tốt
2	Giá của sản phẩm	không	0,848	Chất lượng tốt
3	Thương hiệu của sản phẩm	không	0,802	Chất lượng tốt
4	Giá trị xã hội	không	0,799	Chất lượng
5	Giá trị nhân sự	không	0,837	Chất lượng tốt
6	Dịch vụ hậu mãi	không	0,791	Chất lượng
7	Quyết định mua smartphone	không	0,899	Chất lượng tốt

(Nguồn: Phân tích từ dữ liệu nghiên cứu của nhóm tác giả)

Sau khi kiểm định thang đo bằng phương pháp hệ số tin cậy Cronbach's Alpha (Bảng 2) cho thấy, không có biến nào bị loại. Mức độ hội tụ của các biến quan sát đối với các thành phần nghiên cứu tiếp tục được đánh giá thông qua phương pháp phân tích nhân tố khám phá (EFA).

3.1.3. Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Kết quả EFA (Bảng 3) đối với các biến độc lập cho thấy có 6 nhân tố được trích tại Eigenvalue có giá trị là 1,063 (>1) và phương sai trích đạt yêu cầu 64,309 ($>50\%$) với chỉ số KMO là 0,856 và Sig.=0,000 ($<0,05$). Kết quả ma trận xoay cho thấy tất cả các biến quan sát đều có hệ số tải nhân tố Factor Loading lớn hơn 0,3. Như vậy, phân tích nhân tố EFA phù hợp và đạt được độ tin cậy về mặt thống kê. Phân tích EFA tương tự với biến phụ thuộc cũng cho thấy, kết quả phù hợp với tiêu chuẩn đánh giá của phương pháp phân tích yếu tố. Vì thế, kết quả EFA là

đáng tin cậy và có thể sử dụng cho phân tích hồi quy ở bước tiếp theo.

Dựa vào kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA, có 6 nhân tố trích ra đạt yêu cầu về giá trị thống kê và độ tin cậy. Các nhân tố được đặt tên lại để đảm bảo yêu cầu phân tích trước khi phân tích hồi quy đa biến:

- F1: Giá trị chất lượng, gồm 5 biến: CL1, CL2, CL3, CL4, CL5;
- F2: Giá của sản phẩm, gồm 4 biến: G1, G2, G3, G4, G5;
- F3: Dịch vụ hậu mãi, gồm 4 biến: XH1, XH2, XH3, XH4;
- F4: Giá trị xã hội, gồm 4 biến: TH1, TH2, TH3, TH4;
- F5: Giá trị nhân sự, gồm 4 biến: DV1, DV2, DV3, DV4;
- F6: Giá trị thương hiệu, gồm 4 biến: NS1, NS2, NS3, NS4.

Bảng 3: Kết quả EFA

Biến quan sát	Các biến độc lập						Biến phụ thuộc	
	1	2	3	4	5	6	1	
CL1	0,755						QD4	0,895
CL2	0,743						QD2	0,876
CL3	0,711						QD1	0,874
CL4	0,705						QD3	0,859
CL5	0,602							
G3		0,831						
G4		0,776						
G1		0,756						
G2		0,713						
XH4			0,784					
XH1			0,779					
XH2			0,664					
XH3			0,616					
TH1				0,826				
TH3				0,767				
TH2				0,757				
TH4				0,728				
DV3					0,749			

DV1					0,746		
DV2					0,726		
DV4					0,694		
NS1						0,829	
NS4						0,725	
NS2						0,664	
NS3						0,622	
Hệ số KMO					0,856		0,846
Sig.					0,000		0,000
Eigenvalue					1,063		3,071
Phương sai trích					64,309		76,768

(Nguồn: Phân tích từ dữ liệu nghiên cứu của nhóm tác giả)

3.1.4. Phân tích hồi quy tuyến tính bội

Việc xem xét các yếu tố yếu tố nào thật sự tác động đến biến phụ thuộc một cách trực tiếp sẽ được thực hiện bằng phương trình hồi quy tuyến tính đa biến:

$$QD = \beta_0 + \beta_1F1 + \beta_2F2 + \beta_3F3 + \beta_4F4 + \beta_5F5 + \beta_6F6 + e_i$$

Với β_k : là hệ số hồi quy ; e_i : là số dư (Residual).

Bảng 4, cột mức ý nghĩa (Sig.) cho thấy: Tất cả các biến đều có $\text{Sig.} \leq 0,05$. Như vậy, 6 biến F1, F2, F3, F4, F5, F6 tương quan có ý nghĩa với biến phụ thuộc với độ tin cậy 95%.

Bảng 4. Kết quả phân tích hồi quy

	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	Giá trị t	Mức ý nghĩa (Sig.)	Thống kê cộng tuyến	
	B	Sai số chuẩn	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-0,591	0,300		-1,972	0,050		
F1	0,215	0,055	0,206	3,936	0,000	0,704	1,420
F2	0,209	0,058	0,195	3,605	0,000	0,660	1,516
F3	0,152	0,054	0,165	2,830	0,005	0,566	1,767
F4	0,114	0,050	0,110	2,268	0,024	0,821	1,217
F5	0,188	0,053	0,193	3,571	0,000	0,658	1,519
F6	0,271	0,058	0,275	4,670	0,000	0,554	1,805

(Nguồn: Phân tích từ dữ liệu nghiên cứu của nhóm tác giả)

Trong Bảng 5, R2 hiệu chỉnh (Adjusted R Square) = 0,597 (Kiểm định F, $\text{Sig.} \leq 0,01$). Như vậy: 59,7% thay đổi của biến phụ thuộc được giải thích bởi các biến độc lập và đảm bảo có ý nghĩa với mức tin cậy trên 99%.

Bảng 5: Tóm tắt mô hình

Mô hình	R	R ²	R ² Hiệu chỉnh	Ước lượng độ lệch chuẩn	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	0,780	0,609	0,597	0,397	0,609	52,662	6	203	0,000	2,096

(Nguồn: Phân tích từ dữ liệu nghiên cứu của nhóm tác giả)

Trong Bảng 6, mô hình hồi quy (Regression Model) có $\text{Sig.} = 0,000 \leq 0,01$. Như vậy, về tổng thể, các biến độc lập có tương quan tuyến tính với biến phụ thuộc với độ tin cậy 99%. Do đó, mô hình hồi quy tuyến tính đưa ra phù hợp với dữ liệu thực tế.

Trong bảng 4, tất cả các biến độc lập đều có $\text{VIF} < 2$. Như vậy, mô hình không có hiện tượng đa cộng tuyến.

Giá trị thống kê Durbin - Watson $d = 2,096$ ($1 < d < 3$) nên kết luận: Các phần dư là độc lập với nhau và tính độc lập của phần dư đã được bảo đảm. Không có hiện tượng tự tương quan trong phần dư.

Dựa theo kết quả hình 2, đường biểu diễn của tương quan USQUARE và biến phụ thuộc có hình dáng theo đường thẳng, không có hiện tượng phương sai phần dư thay đổi.

Bên cạnh đó, các kiểm định về sự khác biệt giữa các thuộc tính phân nhóm đến biến phụ thuộc bao gồm phương pháp kiểm định trung bình với mẫu độc lập (Independent samples T-Test) và Phân tích phương sai một yếu tố (One-Way ANOVA) được thực hiện, kết quả cho thấy không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về quyết định mua smartphone của đáp viên có giới tính, độ tuổi và thu nhập khác nhau.

3.2. Thảo luận kết quả

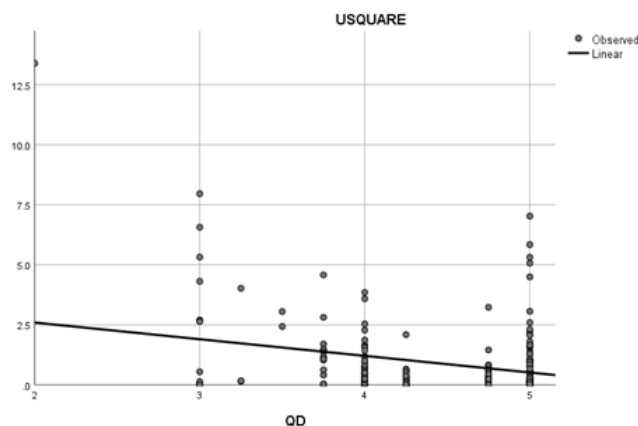
Trong bảng 4, hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa:

Biến F1: có hệ số 0,215; quan hệ cùng chiều với QD. Khi đối tượng khảo sát đánh giá yếu tố “Giá trị chất lượng” tăng thêm 1 điểm thì quyết định mua smartphone sẽ tăng

Bảng 6. Phân tích phương sai (ANOVA)

ANOVA						
Mô hình		Tổng bình phương	Df	Bình phương trung bình	F	Mức ý nghĩa
1	Hồi quy	49,688	6	8,28	52,662	0,000
	Phần dư	21,922	203	0,157		
	Tổng	81,610	209			

(Nguồn: Phân tích từ dữ liệu nghiên cứu của nhóm tác giả)



Hình 2: Đồ thị tương quan giữa biến phần dư bình phương và biến phụ thuộc thêm 0,215 điểm.

Biến F2: có hệ số 0,209; quan hệ cùng chiều với QD. Khi đối tượng khảo sát đánh giá yếu tố “Giá của sản phẩm” tăng thêm 1 điểm thì quyết định mua smartphone sẽ tăng thêm 0,209 điểm.

Biến F3: có hệ số 0,152; quan hệ cùng chiều với QD. Khi đối tượng khảo sát đánh giá yếu tố “Dịch vụ hậu mãi” tăng thêm 1 điểm thì quyết định mua smartphone sẽ tăng thêm 0,152 điểm.

Biến F4: có hệ số 0,114; quan hệ cùng chiều với QD. Khi đối tượng khảo sát đánh giá yếu tố “Giá trị xã hội” tăng thêm 1 điểm thì quyết định mua smartphone sẽ tăng thêm 0,114 điểm.

Biến F5: có hệ số 0,188; quan hệ cùng chiều với QD. Khi đối tượng khảo sát đánh giá yếu tố “Giá trị nhân sự” tăng thêm 1 điểm thì quyết định mua smartphone sẽ tăng thêm 0,188 điểm.

Biến F6: có hệ số 0,271; quan hệ cùng

chiều với QD. Khi đối tượng khảo sát đánh giá yếu tố “Giá trị thương hiệu” tăng thêm 1 điểm thì quyết định mua smartphone sẽ tăng thêm 0,271 điểm.

Trong Bảng 5, hệ số hồi quy chuẩn hóa cho biết tầm quan trọng của các biến độc lập trong mô hình. Kết quả cho thấy mức độ tác động theo thứ tự mạnh nhất tới thấp nhất: (1) Thương hiệu của sản phẩm (TH); (2) Giá trị chất lượng (CL); (3) Giá của sản phẩm (G); (4) Giá trị nhân sự (NS); (5) Dịch vụ hậu mãi (DV) và (6) Giá trị xã hội (XH).

4. KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ

4.1. Kết luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy có mối quan hệ tương quan giữa 6 nhân tố trên với quyết định mua smartphone của người tiêu dùng tại thành phố Phan Thiết, mức độ tác động theo thứ tự mạnh nhất tới thấp nhất như sau: (1) Thương hiệu của sản phẩm (TH); (2) Giá trị chất lượng (CL); (3) Giá của sản phẩm (G); (4) Giá trị nhân sự (NS); (5) Dịch vụ hậu mãi (DV) và (6) Giá trị xã hội (XH). Bên cạnh đó, kết quả cũng cho thấy không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về quyết định mua smartphone của đáp viên có giới tính, độ tuổi và thu nhập khác nhau.

4.2. Hàm ý quản trị

Dựa trên kết quả nghiên cứu của đề tài, nhóm tác giả đề xuất một số hàm ý quản trị nhằm thúc đẩy, nâng cao quyết định mua smartphone theo thứ tự ưu tiên của các giải pháp theo mức độ ảnh hưởng của các nhân tố.

4.2.1. Thương hiệu của sản phẩm

Đối với nhân tố Thương hiệu của sản phẩm, thì một thương hiệu mạnh mẽ cần có những yếu tố gồm: (1) Phải là một thương hiệu có uy tín; (2) Là một thương hiệu nổi tiếng được nhiều người biết đến; (3) Tạo được sự yêu thích của người tiêu dùng với thương hiệu điện thoại smartphone và (4) Tạo cảm giác an tâm với thương hiệu smartphone mà

người tiêu dùng đang sử dụng.

4.2.2. Giá trị chất lượng

Đối với nhân tố Giá trị chất lượng, thì những giá trị về chất lượng mà một smartphone cần có gồm: (1) Smartphone có khả năng kết nối không dây (3G, 4G, Wifi, Bluetooth,..) cao; (2) Smartphone có cấu hình cao; (3) Smartphone có chất lượng camera cao; (4) Smartphone có chất lượng đảm bảo và (5) Smartphone có dung lượng pin cao.

4.2.3. Giá của sản phẩm

Đối với nhân tố Giá của sản phẩm, thì những yêu cầu về giá cần đáp ứng các tiêu chí gồm: (1) Smartphone có mức giá hợp lý với chất lượng sản phẩm; (2) Smartphone có giá hợp lý với nhu cầu của người tiêu dùng; (3) Smartphone mà người tiêu dùng đã mua có mức giá rẻ hơn các sản phẩm của thương hiệu khác và (4) Smartphone có mức giá phù hợp với thu nhập của người tiêu dùng.

4.2.4. Giá trị nhân sự

Đối với nhân tố Giá trị nhân sự, thì những yêu cầu về nhân sự của một thương hiệu smartphone cần có gồm: (1) Nhân viên phục vụ hỗ trợ kịp thời; (2) Nhân viên luôn luôn sẵn sàng giúp đỡ khách hàng; (3) Nhân viên có đủ kiến thức để tư vấn cho khách hàng và (4) Nhân viên cung cấp những thông tin có giá trị cho khách hàng.

4.2.5. Dịch vụ hậu mãi

Đối với nhân tố Dịch vụ hậu mãi, thì những dịch vụ hỗ trợ người tiêu dùng cần có gồm: (1) Có dịch vụ chăm sóc khách hàng tốt khi người tiêu dùng mua smartphone; (2) Chính sách bảo hành tốt dành cho các sản phẩm smartphone; (3) Có các phụ kiện tặng kèm khi mua điện thoại smartphone và (4) Hỗ trợ các chương trình trả góp khi khách hàng mua điện thoại smartphone.

4.2.6. Giá trị xã hội

Đối với nhân tố Giá trị xã hội, những yếu tố xã hội có sự ảnh hưởng to lớn đến

quyết định mua smartphone của người tiêu dùng, gồm có: (1) Chiếc smartphone tạo nên sự sang trọng quý phái khi người tiêu dùng sử dụng; (2) Chiếc smartphone được quảng cáo rộng khắp trên các phương tiện truyền

thông; (3) Tạo nên cảm giác tự tin khi người tiêu dùng sử dụng smartphone và (4) Chiếc smartphone được nhiều người biết đến và sử dụng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Chang Tsung-Sheng, Hsiao Wei-Hung (2011). Consumers' automotive purchase decisions: The significance of vehicle-based infotainment systems. *African Journal of Business Management*. Vol.5 (11), pp. 4152–4163.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis (Vol. 6)*: Pearson Prentice Hall Upper Saddle River.

Huang, W. E., Cheng, H. Y., Lum, S. Y., & Tan, Y. J. (2013). *Factors that influences purchasing behavior on smartphone among undergraduates* (Doctoral dissertation, UTAR).

Kotler, P., & Armstrong, G. (2004). *Principle of Marketing*: 10th Edition.

Min, C. M., Hong, C. L., Ai, Y. J., & Wah, W. P. (2012). Conceptual paper: Factors affecting the demand of smartphone among young adult. *International Journal on Social Science, Economics and Art*, 2(2), 44–49.

Nguyễn Thị Thủy Tiên. (2016). *Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua smartphone của người tiêu dùng trên địa bàn thành phố Đồng Hới, tỉnh Quảng Bình*. Luận văn thạc sĩ trường Đại học Đà Nẵng.

Nguyễn Thu Trang. (2014). *Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua smartphone của người tiêu dùng tại khu vực TP. Hồ Chí Minh*. Luận văn thạc sĩ trường Đại học Kinh tế Tp. Hồ Chí Minh.

Nguyễn Văn Quấn và Lê Nguyễn Đoan Khôi (2020). *Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định mua smartphone của người tiêu dùng ở quận Ninh Kiều, thành phố Cần Thơ*. Tạp Chí Khoa học Và Kinh Tế phát triển, (8), 19–30.

Nickerson, C. (2022). *Theory of Reasoned Action* (Fishbein and Ajzen, 1975).

Philip Kotler (2020). *Quản trị marketing*. NXB Hồng Đức.

Ngày nhận bài: 20/10/2023

Ngày hoàn thiện biên tập: 30/10/2023

Ngày duyệt đăng: 01/11/2023

Thông tin tác giả:

TS. Võ Khắc Trường Thanh, Trường Đại học Phan Thiết, Email: vktthanh@upt.edu.vn

TS. Võ Khắc Trường Thi, Trường Đại học Phan Thiết, Email: vktthi@upt.edu.vn

ThS. Lê Anh linh, Trường Đại học Phan Thiết, Email: lalinh@upt.edu.vn

ThS. Nguyễn Ngọc Hoa Kỳ, Trường Đại học Phan Thiết, Email: nnhky@upt.edu.vn

SỰ HÀI LÒNG CỦA BỆNH NHÂN ĐIỀU TRỊ NỘI TRÚ ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ KHÁM CHỮA BỆNH BẢO HIỂM Y TẾ TẠI BỆNH VIỆN ĐA KHOA TỈNH BÌNH THUẬN

Võ Khắc Thường - Lê Thanh Hùng

Tóm tắt: Nghiên cứu nhằm xác định các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của bệnh nhân điều trị nội trú đối với chất lượng dịch vụ khám chữa bệnh bảo hiểm y tế tại Bệnh viện Đa khoa tỉnh Bình Thuận. Dựa trên số liệu thu thập của 250 bệnh nhân đang điều trị nội trú bằng bảo hiểm y tế và áp dụng mô hình phân tích nhân tố khám phá. Kết quả nghiên cứu cho thấy có bảy nhân tố tác động đến sự hài lòng của bệnh nhân với mức độ tác động theo thứ tự mạnh nhất tới thấp nhất như sau: (1) sự cảm thông; (2) sự đáp ứng; (3) năng lực phục vụ; (4) sự quan tâm và chăm sóc; (5) sự đảm bảo; (6) sự tin cậy và (7) phương tiện hữu hình.

Từ khóa: chất lượng dịch vụ, sự hài lòng, bảo hiểm y tế, điều trị nội trú.

IN-PATIENTS SATISFACTION WITH THE QUALITY OF PUBLIC HEALTH INSURANCE EXAMINATION AND TREATMENT SERVICES AT BINH THUAN GENERAL HOSPITAL

Vo Khắc Thuong - Le Thanh Hung

Abstract: This study aimed to determine the factors affecting the satisfaction of in-patients with the quality of medical examination and treatment services covered by public health insurance at Binh Thuan General Hospital. Based on the collected data of 250 patients undergoing inpatient treatment with health insurance and applying an exploratory factor analysis model. Research results show that there are seven factors affecting patient satisfaction with the level of impact in order of strongest to lowest as follows: (1) sympathy; (2) responsiveness; (3) service capacity; (4) concern and care; (5) warranties; (6) trustworthiness; and (7) tangible means.

Keywords: service quality, satisfaction, public health insurance, in-patient treatment.

1. GIỚI THIỆU

Bảo hiểm xã hội và bảo hiểm y tế là hai chính sách xã hội quan trọng, là trụ cột chính của hệ thống an sinh xã hội, góp phần thực hiện tiên bộ và công bằng xã hội, bảo đảm ổn định chính trị - xã hội và phát triển kinh tế - xã hội. Trong đó, bảo hiểm y tế do Nhà nước tổ chức thực hiện không vì mục đích lợi nhuận, nhằm huy động sự đóng góp của cộng đồng, chia sẻ rủi ro bệnh tật và giảm

bớt gánh nặng tài chính của mỗi người dân khi ốm đau, bệnh tật, tai nạn... Mục đích của bảo hiểm y tế là góp phần ổn định kinh tế cho người tham gia khi không may gặp rủi ro ốm đau bệnh tật, từ đó khôi phục, phát triển sản xuất và đời sống (Đinh Trung Hiếu & Nguyễn Thanh Hùng, 2020).

Bệnh viện Đa khoa tỉnh Bình Thuận là bệnh viện điều trị nội trú, ngoại trú cho bệnh nhân trong tỉnh và các tỉnh lân cận. Trong

những năm gần đây, tỷ lệ bệnh nhân tham gia bảo hiểm y tế điều trị nội trú giảm so với năm trước. Do đó, để thu hút người dân nói chung và người tham gia bảo hiểm y tế khi có nhu cầu khám chữa bệnh đến với Bệnh viện Đa khoa tỉnh, bên cạnh việc phải thường xuyên nâng cao chất lượng chuyên môn thì Bệnh viện Đa khoa tỉnh cần phải quan tâm đến chất lượng dịch vụ khám chữa bệnh do mình cung cấp.

Với những lý do trên, đề tài “Sự hài lòng của bệnh nhân điều trị nội trú đối với chất lượng dịch vụ khám chữa bệnh bảo hiểm y tế tại Bệnh viện Đa khoa tỉnh Bình Thuận” là cần thiết với mong muốn giúp bệnh viện hiểu rõ về tâm lý, nhu cầu, nguyện vọng, cảm nhận của người bệnh về các dịch vụ mà bệnh viện đang cung cấp. Đề tài nghiên cứu cũng mong muốn mang lại một phần cơ sở thực tiễn, giúp Bệnh viện Đa khoa tỉnh nói riêng và các bệnh viện khác trên địa bàn tỉnh Bình Thuận nói chung có thể cải thiện, nâng cao chất lượng dịch vụ y tế của mình nhằm nâng cao sự hài lòng cho người bệnh.

2. TỔNG QUAN CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Cơ sở lý thuyết và khung phân tích

Theo Parasuraman & Cộng sự (1985, 1988) cho rằng, chất lượng dịch vụ là khoảng cách giữa sự mong đợi của khách hàng và nhận thức của họ khi đã sử dụng qua dịch vụ. Theo Zeithaml (1988), chất lượng dịch vụ là sự đánh giá của người tiêu dùng về mức độ ưu việt, kết quả mà dịch vụ mang lại cho khách hàng. Theo quan điểm của Gronroos (1984) cho rằng, chất lượng dịch vụ được đánh giá trên hai khía cạnh: chất lượng kỹ thuật và chất lượng chức năng. Chất lượng kỹ thuật liên quan đến những gì được phục vụ còn chất lượng chức năng nói lên chúng được phục vụ như thế nào.

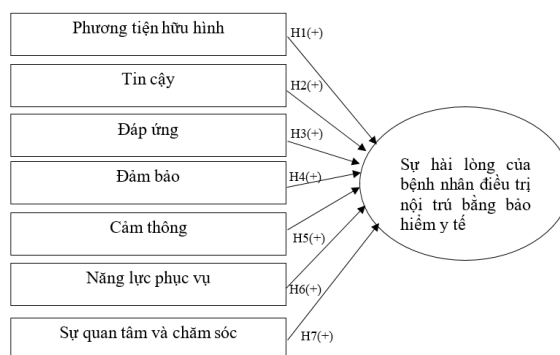
Theo Spreng & Mackoy (1996) thì sự hài lòng của khách hàng là cảm xúc của họ đối với trải nghiệm về một mức tiêu dùng cụ thể

nào đó. Bên cạnh đó, sự hài lòng có thể được xem như là một hàm số của sự mong đợi, cảm nhận cùng với khoảng cách giữa cảm nhận và mong đợi. Kotler & Keller (2003) định nghĩa sự hài lòng như là một cảm giác hài lòng hoặc thất vọng của một người bằng kết quả của việc so sánh thực tế nhận được của sản phẩm (hay kết quả) trong mối liên hệ với những mong đợi của họ.

Các nghiên cứu cho thấy chất lượng dịch vụ và sự hài lòng khách hàng có mối quan hệ cùng chiều, chất lượng dịch vụ có ảnh hưởng tích cực đến cảm nhận của khách hàng, chất lượng dịch vụ là nguyên nhân và sự hài lòng là kết quả (Chua Chow & Luk, 2005).

Trên cơ sở mô hình SERVQUAL của Parasuraman, (Cronin & Taylor, 1994) đã cải biên và xây dựng mô hình SERVPERF. Theo mô hình SERVPERF thì: Chất lượng dịch vụ = Mức độ cảm nhận (thay vì đo cả chất lượng cảm nhận lẫn kỳ vọng như SERVQUAL). Mô hình cho rằng chất lượng dịch vụ được đánh giá trọng số của 5 thành phần: phương tiện hữu hình, sự tin cậy, mức độ đáp ứng, năng lực phục vụ và sự cảm thông.

Dựa vào cơ sở lý thuyết và các nghiên cứu trước có liên quan, bao gồm: Đinh Trung Hiếu & Nguyễn Thanh Hùng (2020), Tạ Đức Chung, Trần Quốc Kham (2019), Phan Nguyên Kiều Đan Lý & Lưu Tiến Dũng (2016), Lê Thị Kim Ngân, Lê Thị Thu Trang (2014), Choi & cộng sự (2005), Alghamdi (2014) và Aliman & Mohamad (2016), nhóm tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như Hình 1.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng được sử dụng để hoàn thiện thang đo và kiểm định mối quan hệ giữa các nhân tố. Nghiên cứu định tính được thực hiện khảo sát lấy ý kiến của các chuyên gia trong lĩnh vực y tế.

Theo Hair & Cộng sự (2006), kích thước mẫu trong phân tích nhân tố khám phá (EFA) dựa vào mức tối thiểu và số lượng biến đưa vào phân tích. Mức tối thiểu là 50, tốt hơn là 100, và tỷ lệ quan sát/biến đo lường là 5:1, tốt hơn là 10:1 trở lên.

Còn Theo Green (1991), cỡ mẫu dùng cho phân tích hồi quy được xác định với công thức sau: $n \geq 50 + 5p$ (với p là số biến độc lập trong mô hình).

2.3. Thang đo trong nghiên cứu

Đề tài sử dụng phương pháp phân tích nhân tố khám phá, kết hợp với hồi quy tuyến tính để nghiên cứu. Do đó, cỡ mẫu nghiên cứu phải thỏa mãn cả 2 điều kiện nêu trên. Nghiên cứu này bao gồm 36 biến quan sát, trong đó có 1 biến phụ thuộc và 7 biến độc lập. Bảng câu hỏi trong đề tài này có 36 biến. Vì thế, kích thước mẫu tối thiểu là:

Phương pháp EFA: $n = 5 \times 36 = 180$.

Phương pháp hồi quy: $n = 50 + 5 \times 7 = 85$.

Trên cơ sở đó, nhóm tác giả chọn cỡ mẫu tối đa nghiên cứu là 250 mẫu, phù hợp với điều kiện để áp dụng phương pháp EFA lẫn hồi quy tuyến tính. Nhóm tác giả sử dụng phương pháp chọn mẫu phi xác suất, hình thức chọn mẫu thuận tiện. Các quan sát là những bệnh nhân đang điều trị nội trú bằng bảo hiểm y tế tại Bệnh viện đa khoa tỉnh Bình Thuận.

Bảng 1. Bảng tổng hợp thang đo

TT	Mã hóa	Biến quan sát
I	HH	Phương tiện hữu hình
01	HH1	Thiết bị khám chữa bệnh của bệnh viện hiện đại, phục vụ tốt
02	HH2	Các bảng hướng dẫn đặt nơi dễ quan sát
03	HH3	Trang phục của nhân viên bệnh viện gọn gàng lịch sự
04	HH4	Cơ sở vật chất khang trang, sạch sẽ
05	HH5	Số lượng giường bệnh đáp ứng tốt nhu cầu của bệnh nhân
II	TC	Sự Tin cậy
06	TC1	Tin tưởng trình độ chuyên môn của bác sĩ tại bệnh viện
07	TC2	Tin tưởng vào kết quả xét nghiệm, chuẩn đoán hình ảnh của bệnh viện
08	TC3	Y, bác sĩ có đạo đức nghề nghiệp
09	TC4	Chất lượng khám chữa bệnh được đảm bảo đúng như thông báo của bệnh viện
10	TC5	Nhân viên bệnh viện cố gắng không để xảy ra sai sót khi thực hiện điều trị cho bệnh nhân
III	DU	Sự Đáp ứng
11	DU1	Nhân viên y tế không bao giờ tỏ ra quá bận đến nỗi không đáp ứng yêu cầu của người bệnh
12	DU2	Các dịch vụ tại đây luôn được đáp ứng kịp thời
13	DU3	Hướng dẫn làm thủ tục khám chữa bệnh nhanh gọn không phải đợi lâu
14	DU4	Nhân viên y tế luôn sẵn sàng giúp đỡ bệnh nhân
15	DU5	Nhân viên y tế luôn đáp ứng nhanh các yêu cầu của người bệnh

IV	DB	Sự Đảm bảo
16	DB1	Nhân viên bệnh viện có kiến thức để trả lời các câu hỏi của bệnh nhân
17	DB2	Nhân viên bệnh viện luôn tỏ ra thân thiện, cởi mở, chia sẻ với bệnh nhân
18	DB3	Cách cư xử của nhân viên y tế có tạo được sự tin tưởng đối với người bệnh
19	DB4	Người bệnh cảm thấy an toàn khi sử dụng dịch vụ tại bệnh viện
V	CT	Sự Cảm thông
20	CT1	Nhân viên, bác sĩ có thái độ tận tình, chu đáo khi thăm khám, điều trị cho bệnh nhân
21	CT2	Nhân viên y tế luôn niềm nở với bệnh nhân
22	CT3	Nhân viên bệnh viện luôn sẵn lòng giúp đỡ người bệnh
23	CT4	Nhân viên bệnh viện không sách nhiễu, yêu cầu, đòi hỏi bệnh nhân
24	CT5	Thời gian thực hiện khám chữa bệnh thuận tiện đối với người bệnh
VI	NL	Năng lực phục vụ
25	NL1	Cách cư xử của y, bác sĩ tạo niềm tin cho người bệnh
26	NL2	Cảm thấy an toàn khi thực hiện khám chữa bệnh tại bệnh viện
27	NL3	Tại bệnh viện luôn có y bác sĩ giỏi
28	NL4	Nhân viên y tế có kiến thức tốt để trả lời những câu hỏi của người bệnh
VII	QT	Sự quan tâm và chăm sóc
29	QT1	Nhân viên bệnh viện tôn trọng bệnh nhân
30	QT2	Nhân viên bệnh viện sẵn lòng đáp ứng nhu cầu cơ bản của bệnh nhân
31	QT3	Nhân viên bệnh viện lắng nghe và giải quyết các phàn nàn của bệnh nhân một cách nhanh chóng
32	QT4	Thời gian, thủ tục nhập viện đơn giản
33	QT5	Nhân viên bệnh viện không phân biệt bệnh nhân bảo hiểm y tế và bệnh nhân viện phí
VIII	HL	Sự hài lòng
34	HL1	Anh/chị hài lòng khi sử dụng dịch vụ khám, chữa bệnh bảo hiểm y tế tại bệnh viện
35	HL2	Anh/chị hài lòng về sự thân thiện và nhiệt tình của nhân viên y tế
36	HL3	Anh/chị sẽ quay lại bệnh viện khám, điều trị khi có nhu cầu

(Nguồn: Kế thừa từ các nghiên cứu và tham khảo ý kiến chuyên gia)

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1. Kết quả nghiên cứu

3.1.1. Thống kê mô tả đặc điểm của mẫu quan sát

Bảng 2. Thống kê đặc điểm nhân khẩu của quan sát

	Số quan sát	Tỷ lệ (%)
Giới tính		
Nam	142	56,80
Nữ	108	43,20
Độ tuổi		
Dưới 30 tuổi	42	16,80
Từ 30 tuổi đến 40 tuổi	63	25,20
Trên 40 tuổi	145	58,00
Trình độ học vấn		
Phổ thông	35	14,00
Trung cấp, cao đẳng	132	52,80
Đại học	71	28,40
Sau đại học	12	4,80
Thu nhập trung bình trong tháng		
Dưới 5 triệu	28	11,20
Từ 5 triệu - dưới 10 triệu	64	25,60
Từ 10 triệu - dưới 15 triệu	96	38,40
Trên 15 triệu	62	24,80
Nghề nghiệp		
Công chức, viên chức, nhân viên	105	42,00
Nông dân, ngư dân	87	34,80
Khác	58	23,20

(Nguồn: Số liệu điều tra 250 đáp viên, năm 2022)

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1. Kết quả nghiên cứu

3.1.1. Thống kê mô tả đặc điểm của mẫu quan sát

Bảng 2. Thống kê đặc điểm nhân khẩu của quan sát

	Số quan sát	Tỷ lệ (%)
Giới tính		
Nam	142	56,80
Nữ	108	43,20
Độ tuổi		
Dưới 30 tuổi	42	16,80
Từ 30 tuổi đến 40 tuổi	63	25,20
Trên 40 tuổi	145	58,00
Trình độ học vấn		

Phổ thông	35	14,00
Trung cấp, cao đẳng	132	52,80
Đại học	71	28,40
Sau đại học	12	4,80
Thu nhập trung bình trong tháng		
Dưới 5 triệu	28	11,20
Từ 5 triệu - dưới 10 triệu	64	25,60
Từ 10 triệu - dưới 15 triệu	96	38,40
Trên 15 triệu	62	24,80
Nghề nghiệp		
Công chức, viên chức, nhân viên	105	42,00
Nông dân, ngư dân	87	34,80
Khác	58	23,20

(Nguồn: Số liệu điều tra 250 đáp viên, năm 2022)

3.1.2. Kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo

Bảng 3. Kết quả kiểm định thang đo

TT	Thang Đo	Biến Quan Sát bị loại	Hệ số Alpha	Kết luận
1	Phương tiện hữu hình (HH)	HH5	0,736	Chất lượng
2	Sự Tin cậy (TC)	Không	0,910	Chất lượng tốt
3	Sự Đáp ứng (DU)	DU1	0,786	Chất lượng
4	Sự Đảm bảo (DB)	Không	0,803	Chất lượng tốt
5	Sự Cảm thông (CT)	Không	0,791	Chất lượng
6	Năng lực phục vụ (NL)	Không	0,832	Chất lượng tốt
7	Sự quan tâm và chăm sóc (QT)	Không	0,848	Chất lượng tốt
8	Sự hài lòng (HL)	Không	0,608	Chất lượng

(Nguồn: Phân tích từ dữ liệu nghiên cứu của nhóm tác giả)

Sau khi kiểm định thang đo bằng phương pháp hệ số tin cậy Cronbach's Alpha (bảng 3); các biến quan sát đạt độ tin cậy sẽ được đưa vào bước phân tích nhân tố khám phá EFA để kiểm định sự phù hợp của nhân tố, đồng thời đánh giá giá trị hội tụ và giá trị phân biệt của các thang đo và biến quan sát.

3.1.3. Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Bảng 4. Kết quả EFA

Biến quan sát	Các biến độc lập							Biến phụ thuộc	
	1	2	3	4	5	6	7	1	
TC2	0,874							HL1	0,794
TC1	0,852							HL2	0,751
TC3	0,848							HL3	0,716
TC5	0,834								
TC4	0,686								
QT5		0,876							
QT3		0,839							
QT4		0,803							
QT1		0,769							
QT2		0,646							
CT1			0,832						
CT3			0,807						
CT4			0,737						
CT5			0,654						
CT2			0,615						
NL4				0,789					
NL3				0,761					
NL2				0,754					
NL1				0,691					
DB4					0,803				
DB1					0,783				
DB3					0,756				
DB2					0,755				
DU2						0,805			
DU5						0,753			
DU4						0,715			
DU3						0,705			
HH1							0,757		
HH4							0,735		
HH2							0,722		
HH3							0,710		
Hệ số KMO				0,797					0,634
Sig.				0,000					0,000
Eigenvalue				1,456					1,708
Phương sai trích				64,713					56,918

(Nguồn: Phân tích từ dữ liệu nghiên cứu của nhóm tác giả)

Kết quả EFA (Bảng 4) các biến độc lập cho thấy có 7 nhân tố được trích tại Eigenvalue có giá trị là 1,456 (> 1) và phương sai trích đạt yêu cầu 64,713 ($> 50\%$) với chỉ số KMO là 0,879 ($0,5 \leq KMO \leq 1$), Sig. = 0,00 ($< 0,05$). Kết quả ma trận xoay cho thấy tất cả các biến quan sát đều có hệ số tải nhân tố Factor Loading lớn hơn 0,55. Như vậy, phân tích nhân tố EFA phù hợp và đạt được độ tin cậy về mặt thống kê. Phân tích EFA tương tự với biến phụ thuộc cũng cho thấy, kết quả phù hợp với tiêu chuẩn đánh giá của phương pháp phân tích yếu tố. Vì thế, kết quả EFA là đáng tin cậy và có thể sử dụng cho phân tích hồi quy ở bước tiếp theo.

3.1.4. Phân tích hồi quy tuyến tính bội

Việc xem xét các yếu tố nào thật sự tác động đến biến phụ thuộc một cách trực tiếp sẽ được thực hiện bằng phương trình hồi quy tuyến tính đa biến:

Bảng 5. Kết quả phân tích hồi quy

	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	Giá trị t	Mức ý nghĩa (Sig.)	Thống kê cộng tuyến	
	Sai số chuẩn	Beta			Tolerance	VIF	
Hằng số	-1,482	0,290		-5,101	0,000		
HH	0,119	0,048	0,105	2,492	0,013	0,906	1,104
TC	0,115	0,049	0,112	2,374	0,018	0,720	1,388
DU	0,305	0,046	0,291	6,630	0,000	0,833	1,200
DB	0,122	0,046	0,114	2,659	0,008	0,877	1,140
CT	0,315	0,044	0,303	7,095	0,000	0,881	1,135
NL	0,314	0,055	0,282	5,740	0,000	0,667	1,499
QT	0,188	0,053	0,149	3,565	0,000	0,919	1,088

(Nguồn: Phân tích từ dữ liệu nghiên cứu của nhóm tác giả)

Dựa vào kết quả bảng 5, mô hình có 7 nhân tố HH, TC, DU, DB, CT, NL, QT đều đảm bảo có ý nghĩa thống kê với nhân tố phụ thuộc HL với độ tin cậy trên 95% (mức ý nghĩa Sig. $< 0,05$). Vì vậy 7 nhân tố này sẽ được giữ lại trong mô hình hồi quy.

Bảng 6. Tóm tắt mô hình

Mô hình	Giá trị R	R ²	R ² hiệu chỉnh	Ước lượng độ lệch chuẩn	Change Statistics					Hệ số Durbin-Watson
					Mức độ thay đổi R ²	Mức thay đổi F	df1	df2	Mức thay đổi Sig. F	
1	0,782 ^a	0,611	0,600	0,41923	0,611	54,344	7	242	0,000	1,878

(Nguồn: Phân tích từ dữ liệu nghiên cứu của nhóm tác giả)

Trong bảng 6, R² hiệu chỉnh (Adjusted R Square) = 0,600 (Kiểm định F, Sig. $\leq 0,01$). Như vậy, 60,0% sự biến thiên của biến Sự hài lòng được giải thích bởi sự biến thiên của 7 biến độc lập.

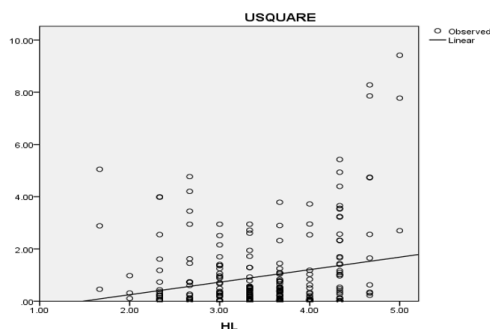
Bảng 7. Phân tích phương sai (ANOVA)

Mô hình	Tổng bình phương	Df	Bình phương trung bình	F	Mức ý nghĩa
1	Hồi quy	66,857	7	9,551	54,344
	Phần dư	42,532	242	0,176	
	Tổng	109,388	249		

(Nguồn: Phân tích từ dữ liệu nghiên cứu của nhóm tác giả)

Trong bảng 7, mô hình hồi quy (Regression Model) có Sig. = 0,000 $\leq 0,01$. Như vậy, về tổng thể, các biến độc lập có tương quan tuyến tính với biến phụ thuộc với độ tin cậy 99%. Do đó, mô hình hồi quy tuyến tính đưa ra phù hợp với dữ liệu thực tế. Trong bảng 5, ta thấy các hệ số phóng đại phương sai (VIF) đều nhỏ hơn 10, cụ thể dao động từ 1,088 đến 1,499, điều này có nghĩa không có hiện tượng đa cộng tuyến.

Giá trị thống kê Durbin-Watson $d = 1,878$ ($1 < d < 3$). Kết luận: Các phần dư là độc lập với nhau và tính độc lập của phần dư đã được bảo đảm. Không có hiện tượng tự tương quan trong phần dư.



Hình 2: Đồ thị tương quan giữa biến phần dư bình phương và biến phụ thuộc

Dựa theo kết quả hình 2, đường biểu diễn của tương quan USQUARE và biến phụ thuộc có hình dáng theo đường thẳng, không có hiện tượng phương sai phần dư thay đổi.

3.2. Thảo luận kết quả

Trong bảng 5, hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa cho kết quả:

Biến HH có hệ số 0,119 và quan hệ cùng chiều với biến HL. Khi bệnh nhân đánh giá nhân tố Phương tiện hữu hình (HH) tăng thêm 1 điểm thì nhân tố Hải lòng về chất lượng dịch vụ khám chữa bệnh tăng thêm 0,119 điểm.

Biến TC có hệ số 0,115 và quan hệ cùng chiều với biến HL. Khi bệnh nhân đánh giá nhân tố Sự tin cậy (TC) tăng thêm 1 điểm thì nhân tố Hải lòng về chất lượng dịch vụ khám chữa bệnh tăng thêm 0,115 điểm.

Biến DU có hệ số 0,305 và quan hệ cùng chiều với biến HL. Khi bệnh nhân đánh giá nhân tố Sự Đáp ứng (DU) tăng thêm 1 điểm thì nhân tố Hải lòng về chất lượng dịch vụ khám chữa bệnh tăng thêm 0,305 điểm.

Biến DB có hệ số 0,122 và quan hệ cùng chiều với biến HL. Khi bệnh nhân đánh giá nhân tố Sự Đảm bảo (DB) tăng thêm 1 điểm thì nhân tố Hải lòng về chất lượng dịch vụ khám chữa bệnh tăng thêm 0,122 điểm.

Biến CT có hệ số 0,315 và quan hệ cùng chiều với biến HL. Khi bệnh nhân đánh giá nhân tố Sự Cảm thông (CT) tăng thêm 1 điểm thì nhân tố Hải lòng về chất lượng dịch vụ khám chữa bệnh tăng thêm 0,315 điểm.

Biến NL có hệ số 0,314 và quan hệ cùng chiều với biến HL. Khi bệnh nhân đánh giá nhân tố Năng lực phục vụ (NL) tăng thêm 1 điểm thì nhân tố Hải lòng về chất lượng dịch vụ khám chữa bệnh tăng thêm 0,314 điểm.

Biến QT có hệ số 0,188 và quan hệ cùng chiều với biến HL. Khi bệnh nhân đánh giá nhân tố Sự Quan tâm và chăm sóc (QT) tăng thêm 1 điểm thì nhân tố Hải lòng về chất lượng dịch vụ khám chữa bệnh tăng thêm 0,188 điểm.

Trong bảng 5, hệ số hồi quy chuẩn hóa cho biết tầm quan trọng của các biến độc lập trong mô hình. Kết quả cho thấy mức độ tác động theo thứ tự mạnh nhất tới thấp nhất như sau: (1) sự cảm thông; (2) sự đáp ứng; (3) năng lực phục vụ; (4) sự quan tâm và chăm sóc; (5) sự đảm bảo; (6) sự tin cậy và (7) phương tiện hữu hình. Trong đó, nhân tố sự cảm thông tác động mạnh nhất đến sự hài lòng của bệnh nhân điều trị nội trú về chất lượng dịch vụ khám chữa bệnh bảo hiểm y tế tại Bệnh viện Đa khoa tỉnh Bình Thuận.

4. KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ

4.1. Kết luận

Nghiên cứu đã đưa ra được thang đo đánh giá mức độ hài lòng của bệnh nhân điều trị nội trú đối với chất lượng dịch vụ khám chữa bệnh bảo hiểm y tế tại Bệnh viện đa khoa tỉnh Bình Thuận bao gồm 7 nhân tố đều có ý nghĩa thống kê. Đồng thời kết quả nghiên cứu cũng cho thấy các nhân tố đều có tác động đến sự hài lòng của bệnh nhân điều trị nội trú đối với chất lượng dịch vụ khám chữa bệnh bảo hiểm y tế tại Bệnh viện đa khoa tỉnh. Trong đó, nhân tố Sự Cảm thông là nhân tố xếp vị trí thứ nhất (chiếm 22,34%), Sự Đáp ứng là nhân tố xếp vị trí thứ hai (chiếm 21,46%), Năng lực phục vụ là nhân

tổ xếp vị trí thứ ba (chiếm 20,80%), Sự Quan tâm và chăm sóc là nhân tố xếp vị trí thứ tư (chiếm 10,99%), Sự Đảm bảo là nhân tố xếp vị trí thứ năm (chiếm 8,41%), Sự Tin cậy là nhân tố xếp vị trí thứ sáu (chiếm 8,26%) và Phương tiện hữu hình là nhân tố xếp vị trí thứ bảy (chiếm 7,74%).

Kết quả nghiên cứu này đã cho chúng ta biết được các nhân tố tác động đến sự hài lòng của bệnh nhân và cách đo lường được nó. Điều này rất hữu ích đối với Ban Giám đốc bệnh viện, nhà quản lý các bộ phận chuyên môn, nghiệp vụ vì họ có thể theo dõi và kiểm soát được sự hài lòng của bệnh nhân thông qua điều chỉnh các nhân tố tác động vào nó.

4.2. Hàm ý quản trị

Với kết quả khảo sát và phân tích cho thấy có 7 nhân tố tác động mạnh mẽ đến sự hài lòng của bệnh nhân điều trị nội trú đối với chất lượng dịch vụ khám chữa bệnh bảo hiểm y tế tại Bệnh viện đa khoa tỉnh. Như vậy, muốn nâng cao mức độ hài lòng của bệnh nhân điều trị nội trú tại bệnh viện thì Ban Giám đốc bệnh viện tập trung cần xem xét và có những cải tiến phù hợp nhằm hướng đến mục tiêu làm cho người bệnh điều trị nội trú và thân nhân người bệnh ngày càng hài lòng hơn với dịch vụ của bệnh viện.

4.2.1. Nâng cao Sự cảm thông

Trong nghiên cứu này, nhân tố Sự cảm thông được bệnh nhân đánh giá là nhân tố tác động lớn nhất đến sự hài lòng của bệnh nhân đối với chất lượng dịch vụ khám chữa bệnh tại bệnh viện. Tuy nhiên, bệnh viện cần tiếp tục duy trì và nâng cao sự cảm thông của bệnh nhân đối với bệnh viện. Lãnh đạo bệnh viện cần quan tâm đến vấn đề đưa nhận quà cáp, bồi dưỡng nhân viên,... hạn chế tối đa tình trạng này để tránh gây ảnh hưởng đến chất lượng phục vụ của bệnh viện nói chung và ảnh hưởng tiêu cực đến sự hài lòng của bệnh nhân. Bên cạnh đó, đội ngũ nhân viên cũng cần thể hiện thái độ, sự quan tâm

chu đáo, ấm áp như người nhà khi thực hiện dịch vụ, luôn tôn trọng bệnh nhân, hỏi han kỹ lưỡng các tình huống bệnh lý của người bệnh, luôn tươi cười, tận tâm như đang chăm sóc người nhà.

4.2.2. Nâng cao Sự đáp ứng

Bởi vì y tế là một ngành dịch vụ mang tính chất đặc thù, do đó cơ sở khám chữa bệnh nào đáp ứng nhu cầu tốt hơn cho bệnh nhân sẽ được người bệnh chọn làm nơi chăm sóc sức khỏe cho mình. Do đó, với nhân tố này, các nhà quản trị bệnh viện cần rà soát và hoàn thiện quy trình khám chữa bệnh của bệnh viện ngay từ các khâu đón tiếp ban đầu, nhân viên bệnh viện tiếp đón, hướng dẫn khách hàng làm các thủ tục phải luôn niềm nở, rõ ràng và kịp thời, rút ngắn tối đa thời gian chờ đợi của bệnh nhân.

4.2.3. Nâng cao Năng lực phục vụ

Để nâng cao Năng lực phục vụ, việc đầu tiên mà bệnh viện cần quan tâm là xây dựng đội ngũ y bác sĩ giỏi, có đạo đức nghề nghiệp, giàu kinh nghiệm trong khám và chữa trị. Bệnh viện cần xây dựng các chính sách khuyến khích, đãi ngộ hậu hĩnh, môi trường làm việc chuyên nghiệp, thân thiện, cạnh tranh bình đẳng mới có thể thu hút các y bác sĩ giỏi cũng như giữ chân nhân tài cho bệnh viện. Bên cạnh đó, bệnh viện cần thường xuyên xây dựng, bổ sung bộ quy tắc ứng xử cho phù hợp đối với từng thời kỳ, nâng cao ý thức, đoàn kết nội bộ cho tất cả nhân viên.

4.2.4. Nâng cao Sự quan tâm và chăm sóc

Huấn luyện kiến thức và kỹ năng trả lời người bệnh cho đội ngũ nhân viên bệnh viện. Vì khi nhân viên y tế bệnh viện tôn trọng bệnh nhân, lắng nghe và giải quyết các phàn nàn của bệnh nhân nhanh chóng và chính xác các vấn đề của bệnh nhân, từ đó tạo ra sự thoải mái sẽ khiến họ cảm thấy hài lòng hơn về chất lượng dịch vụ mà họ đang sử dụng. Bệnh viện cần thường quán triệt nhân viên luôn lấy người bệnh làm trung tâm, không

phân biệt bệnh nhân bảo hiểm y tế hay bệnh nhân tự đóng viện phí. Sẵn sàng hướng dẫn bệnh nhân làm thủ tục khám chữa bệnh, thủ tục nhập viện.

4.2.5. Nâng cao Sự Đảm bảo

Để nâng cao sự hài lòng của bệnh nhân, Nhân viên bệnh viện trực tiếp tham gia quá trình chăm sóc sức khỏe cho bệnh nhân cần thường xuyên cập nhật kiến thức chuyên môn, tăng cường thực hành, tích lũy kinh nghiệm lâm sàng, nâng cao khả năng chẩn đoán, điều trị, nắm vững quy trình chuyên môn, nghiệp vụ để đưa ra các lời khuyên, chẩn đoán, phát đề điều trị đưa ra là phù hợp, hiệu quả.

4.2.6. Nâng cao Sự Tin cậy

Tiếp tục nâng cao trình độ chuyên môn của đội ngũ y, bác sĩ bằng cách thường xuyên cử cán bộ tham gia các khóa đào tạo chuyên sâu, tham gia các cuộc hội thảo trong nước và quốc tế để cập nhật phương pháp khám chữa bệnh tiên tiến trên thế giới. Ngoài ra cần có kế hoạch và thực hiện kế hoạch bổ sung nhân sự y tế nhanh chóng trong thời gian tới. Thường xuyên tổ chức các buổi tọa đàm, trao đổi kinh nghiệm giữa các y, bác

sĩ của bệnh viện trong việc điều trị và khám chữa bệnh nhằm hạn chế tối đa việc xảy ra sai sót khi thực hiện điều trị cho bệnh nhân, tạo cảm giác chắc chắn cho người bệnh khi nhận được sự chăm sóc từ bệnh viện. Tạo sự tin tưởng của bệnh nhân và người nhà bệnh nhân bằng cách cư xử lịch sự, đúng mực, bệnh viện cần tạo điều kiện để bồi dưỡng, giáo dục, quán triệt thêm kỹ năng giao tiếp, văn hóa ứng xử, đạo đức nghề nghiệp.

4.2.7. Đầu tư nâng cấp Phương tiện hữu hình

Bệnh viện cần kiểm tra, rà soát tình hình hoạt động hiện tại của trang thiết bị để kịp thời thay mới hoặc sửa chữa các trang thiết bị không đáp ứng được nhu cầu công việc. Đầu tư thêm trang thiết bị y tế hiện đại phục vụ người bệnh từ nhiều nguồn kinh phí. Rà soát, dự báo nhu cầu để đầu tư tăng cường số lượng giường bệnh đủ để phục vụ nhu cầu bệnh nhân, không để xảy ra tình trạng quá tải, nhiều bệnh nhân phải nằm ghép. Bên cạnh đó, bệnh viện cũng cần trang bị thêm tiện ích cho người bệnh. Bố trí phòng chờ, ghế ngồi chờ cho bệnh nhân và thân nhân tới khám bệnh, đảm bảo thoáng mát vệ sinh. Có sơ đồ chỉ dẫn các quy trình khám chữa bệnh, sơ đồ vị trí các phòng khoa đặt nơi dễ quan sát.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Alghamdi, F. S. (2014). The impact of service quality perception on patient satisfaction in Government Hospitals in Southern Saudi Arabia. *Saudi medical journal*, 35(10): 1271-1273.
- Aliman, N. K., & Mohamad, W. N. (2016). Linking service quality, patients' satisfaction and behavioral intentions: an investigation on private healthcare in Malaysia. *Procedia-social and behavioral sciences*, 224, 141-148.
- Choi, K. S., Lee, H., Kim, C., & Lee, S. (2005). The service quality dimensions and patient satisfaction relationships in South Korea: comparisons across gender, age and types of service. *Journal of Services Marketing*, 19(3): 140-149.
- Chua Chow, C., & Luk, P. (2005). A strategic service quality approach using analytic hierarchy process. *Managing Service Quality: An International Journal*, 15(3), 278-289.
- Cronin Jr, J. J., & Taylor, S. A. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL: reconciling performance-based and perceptions-minus-expectations measurement of service quality. *The Journal of Marketing*, 125-131.

Đinh Trung Hiếu & Nguyễn Thanh Hùng (2020). Đánh giá sự hài lòng của người tham gia bảo hiểm y tế đối với chất lượng dịch vụ khám, chữa bệnh tại Bệnh viện Đa khoa Tư nhân Bình An. *Tạp chí Công Thương*, Số 27: 165-172.

Green, S. B. (1991). How many subjects does it take to do a regression analysis. *Multivariate Behavioral Research*, 26(3), 499–510.

Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of marketing*, 18(4), 36-44.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis* (Vol. 6): Pearson Prentice Hall Upper Saddle River.

Kotler, P. and Keller, K.L (2003). *Marketing management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Lê Thị Kim Ngân và Lê Thị Thu Trang (2014). Đánh giá mức độ hài lòng của bệnh nhân điều trị nội trú về chất lượng dịch vụ tại bệnh viện Đa khoa Trung ương Cần Thơ. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*: 31, 8-16.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *The Journal of Marketing*, 49(4): 41-50.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1): 12-40.

Phan Nguyên Kiều Đan Ly, Lưu Tiến Dũng (2016). Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của người dân đối với dịch vụ khám chữa bệnh: Nghiên cứu trường hợp Thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí khoa học Lạc Hồng*: 5, 47-52.

Spreng, R. A. & Mackoy, R. D. (1996). An Empirical Examination of a Model of Perceived Service Quality and Satisfaction. *Journal of Retailing*. 72 (2), 201-214.

Tạ Đức Chung, Trần Quốc Kham (2019). Đánh giá sự hài lòng của người bệnh về dịch vụ chăm sóc sau phẫu thuật tại Bệnh viện Trung ương Quân đội 108. *Tạp chí y dược lâm sàng 108*. Tập 14- Số 7/2019.

Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of marketing*, 52(3), 2-22

Ngày nhận bài: 30/09/2023

Ngày hoàn thiện biên tập: 10/10/2023

Ngày duyệt đăng: 20/10/2023

Thông tin tác giả:

PGS.TS. Võ Khắc Thường, Trường Đại học Phan Thiết, Email: thuong@upt.edu.vn

ThS. Lê Thanh Hùng, Bảo hiểm xã hội tỉnh Bình Thuận, Email: hunglt@binhthuan.vss.gov.vn

SỬ DỤNG CÔNG NGHỆ ĐA PHƯƠNG TIỆN ĐỂ CẢI THIỆN VIỆC GIẢNG DẠY TỪ VỰNG

Phan Gia Thịnh

Tóm tắt: Từ vựng là một yếu tố quan trọng cho những người học ngoại ngữ đặc biệt là những người mới bắt đầu. Việc giảng dạy từ vựng trước đây thường gắn liền với việc học thuộc lòng, hoặc với một cách tiến bộ hơn là giảng dạy từ vựng trong ngữ cảnh. Nhưng ngữ cảnh này chỉ được xây dựng dựa trên từ ngữ. Chính vì vậy nó sẽ không tạo ra được ngữ cảnh trực quan và sinh động như công nghệ đa phương tiện có thể đem lại. Rõ ràng, công nghệ này đem lại lợi ích vô cùng to lớn cho việc giảng dạy. Tuy nhiên, giáo viên phải cân nhắc kỹ càng về sự thích hợp của chủ đề và khối lượng của nội dung cho phù hợp với từng lứa tuổi và khả năng tiếp thu.

Từ khóa: đa phương tiện, từ vựng, giảng dạy

USING MULTIMEDIA TECHNOLOGY TO IMPROVE VOCABULARY TEACHING

Abstract: Vocabulary is an important factor for foreign language learners, especially beginners. Vocabulary teaching in the past was often associated with rote learning or with the more progressive approach of teaching vocabulary in context. However, this context is built solely on words. Therefore, it will not create a visual and vivid context like multimedia technology can. Clearly, this technology brings immense benefits to teaching. However, teachers must carefully consider the appropriateness of topics and the amount of content to suit each range of age and learning ability.

Key words: multimedia, vocabulary, teaching

1. GIỚI THIỆU

Từ vựng là một phương tiện quan trọng đối với người học ngoại ngữ và ngôn ngữ thứ hai. Wilkins (1972) nói rằng “Nếu không có ngữ pháp, chỉ một ít có thể được chuyển tải, không có từ vựng, không có gì có thể được chuyển tải”. Schmitt (2000) cũng nhấn mạnh rằng “kiến thức từ vựng là trung tâm của năng lực giao tiếp và việc tiếp thu ngôn ngữ thứ hai”. Thật vậy, rất khó cho người học để tạo ra một câu sống động và một lời nói có ý nghĩa mà không cần vốn từ vựng sâu rộng. Từ vựng là điều đầu tiên mà những người học ngoại ngữ cần để truyền đạt suy nghĩ của họ và có thể giao tiếp bằng ngôn ngữ mà họ đang học. Theo Alqahtani (2015), nó đã

được chứng minh rằng từ vựng là quan trọng ở cả trong và ngoài lớp học. Trong lớp học, những học sinh thành công là những người có đủ vốn từ vựng nhất. “Khi sinh viên đi du lịch, họ không mang theo sách ngữ pháp, mà họ mang theo từ điển” (Krashen, được trích dẫn trong Lewis, 1993)

Pan & Xu (2011) đã đề xuất một số chiến lược giảng dạy từ vựng rất hiệu quả đã được chứng minh. Chiến lược đầu tiên là dạy từ vựng trong ngữ cảnh. Người ta nói rằng việc học từ vựng trong ngữ cảnh dễ dàng hơn, có nghĩa là những từ đi trước và sau một từ, cụm từ hoặc câu. Ngữ cảnh giúp học sinh học hiểu và ghi nhớ các từ mới tốt hơn so với việc học từ vựng một cách đơn lẻ. Hơn nữa,

sinh viên có thể sử dụng chính xác các từ khi họ tìm hiểu chúng trong các ngữ cảnh. Học từ vựng trong ngữ cảnh cũng cải thiện khả năng đọc hiểu của học sinh. Chiến lược tiếp theo là dạy từ vựng với lý thuyết về trường ngữ nghĩa. Người ta cho rằng các từ không tồn tại trong sự cô lập. Chúng tạo thành các trường ngữ nghĩa khác nhau. Theo lý thuyết về lĩnh vực ngữ nghĩa, các mối quan hệ của nó với các từ khác trong cùng một ngữ nghĩa quyết định ý nghĩa của một từ. Có nhiều mối quan hệ như vậy chẳng hạn như ẩn danh, mối quan hệ một phần/toàn bộ, từ đồng nghĩa và trái nghĩa. Học sinh có thể mở rộng thêm bộ sưu tập các từ của mình, củng cố việc học và ghi chép các từ mới bằng cách kết hợp các từ trong cùng một lĩnh vực ngữ nghĩa. Một chiến lược khác là mở rộng vốn từ vựng bằng sự hình thành từ. Đây là một cách hiệu quả để học sinh làm giàu vốn từ vựng của mình bằng cách hiểu các từ trong mạng lưới liên kết. Gốc từ, tiền tố và hậu tố là các mục từ vựng mà học sinh phải quen thuộc.

Vì tầm quan trọng của từ vựng trong việc học ngôn ngữ, nhiều chiến lược được tạo ra để cải thiện việc học và dạy từ vựng. Những chiến lược trên có vẻ hiệu quả và mạnh mẽ. Tuy nhiên, nó vẫn liên quan đến việc học thuộc lòng và kết hợp văn bản thay vì kết hợp giữa các từ mới và các yếu tố khác như đồ họa, hình ảnh, hoạt ảnh, âm thanh và video. Theo tôi, công nghệ đa phương tiện giúp từ vựng dễ dàng hơn, thú vị và sinh động hơn cho người học để học tập và ghi nhớ.

2. TỔNG QUAN LÝ THUYẾT

2.1. Sử dụng đa phương tiện trong dạy từ vựng

Theo Wang (2013), có thể hiểu rằng công nghệ đa phương tiện là việc sử dụng nhiều thông tin khác nhau để trình diễn và truyền thông tin. Nó là một tập hợp lượng hình ảnh và âm thanh truyền đi một cách chính xác và dễ dàng. Santos và cộng sự

(2016) đã nói rằng đa phương tiện liên quan đến hình ảnh và văn bản trong cả bài giảng viết và nói. Wang (2013) cũng đề cập đến năm tính năng của công nghệ đa phương tiện cụ thể là: đa dạng hóa, tương tác, tích hợp, hiệu suất thời gian thực và chất lượng cao. Do chức năng này và tính chất của nó, công nghệ đa phương tiện trở nên rất hữu ích để hỗ trợ việc dạy ngôn ngữ. Hơn nữa, nó đã thay đổi cách giảng dạy truyền thống và bắt đầu một cách giảng dạy hiệu quả và sáng tạo hơn.

2.2. Vai trò của công nghệ đa phương tiện trong giảng dạy từ vựng tiếng Anh

Wang (2013) tuyên bố rằng công nghệ đa phương tiện tối ưu hóa việc giảng dạy. Nó thay đổi phương thức giảng dạy truyền thống và cho phép giáo viên có nhiều sáng tạo hơn cho việc dạy học của họ. Phương thức giảng dạy truyền thống khiến học sinh phải trải qua một quá trình học nhàm chán. Trong khi phương pháp mới áp dụng công nghệ đa phương tiện sống động và trực quan hơn trong việc dạy từ vựng. Nó cũng tăng cường sự tương tác, sự quan tâm và sự tham gia của học sinh trong học tập. Một vai trò khác của công nghệ đa phương tiện là công nghệ đa phương tiện thay đổi cách giáo viên dạy từ mới. Từ vựng có thể được giải thích bằng giọng nói, văn bản và hình ảnh. Hơn nữa, các hoạt động học tập sinh động và phong phú kích thích sự quan tâm của học sinh, giúp chuyển đổi các từ mới từ bộ nhớ ngắn hạn sang bộ nhớ dài hạn tốt hơn. Điều này dẫn đến việc cải thiện hiệu quả của việc ghi nhớ từ vựng.

Yan và Rongchun (2011) đã chia sẻ cùng quan điểm với Wang (2013). Họ cho thấy ba ưu điểm của công nghệ đa phương tiện trong dạy ngôn ngữ. Đầu tiên, công nghệ đa phương tiện biến lớp tiếng Anh thành lớp học sinh động, thú vị và sống động hơn. Giáo viên thường yêu cầu học sinh lắng nghe để nhận thông tin ở một vị trí khá thụ động trong lớp học truyền thống. Hơn nữa,

thực hành luôn là những bài tập thay thế. Do đó, một bài giảng được thiết kế sinh động có thể kích thích sự quan tâm học tập của học sinh và cải thiện hiệu quả giảng dạy. Thứ hai, một ngôn ngữ sống động và môi trường hài hòa có thể được tạo ra bằng cách giảng dạy với công nghệ đa phương tiện. Nó tăng cường thực hành trong bốn kỹ năng cơ bản và huy động sinh viên tham gia vào các hoạt động trong lớp. Vì sự tham gia của họ vào các hoạt động này, sinh viên sẽ có ấn tượng tốt hơn và ghi nhớ kiến thức tốt hơn. Các kiến thức thu được sẽ dễ dàng hơn và duy trì lâu hơn so với cách truyền thống. Do thực tế là họ có thể nhìn thấy, nghe và thể hiện ý kiến của chính họ bằng lời nói của riêng họ. Thứ ba, đó là giảng dạy với công nghệ đa phương tiện có thể tạo ra một môi trường sử dụng tiếng Anh thực tế. Sử dụng tiếng Anh trong tương lai là mục tiêu quan trọng và cuối cùng của việc học tiếng Anh cho sinh viên. Do đó, giáo viên phải khuyến khích học sinh nhấn mạnh việc sử dụng tiếng Anh thay vì học tiếng Anh. Sự kết hợp của ngôn ngữ và hình ảnh tạo ra sự kích thích đa giác quan giúp học sinh tiếp cận với nhiều thông tin hơn trong quá trình học tập.

2.3. Các vấn đề khi áp dụng công nghệ đa phương tiện trong giảng dạy từ vựng tiếng Anh đại học

Mặt khác, Wang (2016) đã chỉ ra một số vấn đề trong việc áp dụng công nghệ đa phương tiện trong giảng dạy từ vựng tiếng Anh tại đại học. Thứ nhất, đầu tư thiết bị cho công nghệ đa phương tiện không đủ và thiết lập khóa học không phù hợp. Điều này là do thực tế vẫn còn một số trường cao đẳng và đại học không thể nhận ra tầm quan trọng và hiệu quả của phương pháp giảng dạy đa phương tiện. Trong bối cảnh như vậy, họ không sẵn sàng đầu tư vào các tài nguyên thiết bị giảng dạy. Ngoài ra, giáo viên không thể áp dụng tốt việc giảng dạy từ vựng tiếng Anh bằng đa phương tiện. Thứ hai, chất lượng giáo viên cần được cải thiện. Có một số lượng đáng kể các giáo viên không thể nhận thức được

tầm quan trọng của việc sử dụng công nghệ đa phương tiện trong dạy và học từ vựng. Do đó, giáo viên tiếng Anh phải không ngừng nâng cao kiến thức và hiểu biết của mình để sử dụng linh hoạt và hiệu quả các loại tài nguyên đa phương tiện, chẳng hạn như âm thanh, video, hình ảnh và các tài liệu khác. Cuối cùng nhưng không kém phần quan trọng, phương pháp học của học sinh cần phải được cải thiện. Các bài giảng áp dụng công nghệ đa phương tiện có thể cải thiện hiệu quả của việc giảng dạy trong lớp học. Tuy nhiên, phương pháp giảng dạy như vậy có thể trở thành gánh nặng cho sinh viên bởi vì có rất nhiều thông tin và kiến thức được thể hiện trong thời gian ngắn. Điều này có thể dẫn đến hậu quả là một số sinh viên không thể nhận ra những điểm chính là gì. Bên cạnh đó, học sinh phải vất vả để tiếp thu những nội dung được trình chiếu. Do đó, học sinh phải có kỹ năng ghi chép và tư duy phản biện trong lớp học.

3. GỢI Ý CHO VIỆC ÁP DỤNG CÔNG NGHỆ ĐA PHƯƠNG TIỆN TRONG GIẢNG DẠY TỪ VỰNG

Jung và Lee (2013) đã đưa ra một số gợi ý để thực hiện hiệu quả việc học từ vựng bằng cách sử dụng các video clip. Đầu tiên, các đoạn video thích hợp và các từ mục tiêu phải được lựa chọn cẩn thận. Các thể loại của video clip phải phụ thuộc vào mức độ thành thạo và tuổi của học sinh. Tiếp theo, đoán nghĩa của từ mới từ ngữ cảnh là một kỹ thuật hữu ích mà sinh viên sử dụng sau khi xem video clip. Tuy nhiên, học sinh cần được hướng dẫn kỹ năng đoán nghĩa của từ mới từ ngữ cảnh trong vài tuần trước. Ngoài ra, khi học sinh đoán nghĩa của từ mới từ ngữ cảnh, học sinh được khuyến khích cao việc thảo luận theo nhóm hoặc theo cặp. Cuối cùng, sinh viên nên được nhận phản hồi từ giáo viên sau hoạt động. Nghiên cứu của họ cho thấy rằng sinh viên thực sự đánh giá cao phản hồi của giáo viên về nghĩa chính xác của các từ mới.

Yan và Rongchun (2011) đã nhận ra rằng các khía cạnh khác của việc giảng dạy có áp dụng công nghệ đa phương tiện có thể được cải thiện trong quá trình giảng dạy thực tế. Thứ nhất, việc kiểm soát thông tin đầu vào là điều cần thiết. Số lượng thông tin trong được đưa ra trong các khóa học cần chú ý hơn. Kiến thức đưa vào phải dựa trên sự cân nhắc sâu sắc và phải đánh thức được kiến thức và kinh nghiệm của học sinh. Kiến thức trong bài học nên nâng cao hơn một chút so với trình độ hiện tại của học sinh. Điều này được giải thích rằng nếu thông tin đầu vào quá dễ, nó không thể kích thích sự quan tâm và nhiệt tình của học sinh. Mặt khác, nếu nó quá khó, học sinh sẽ không nhiệt tình trong việc học. Thứ hai, giáo viên cần nâng cao chất lượng khóa học và khơi dậy sự quan tâm học tập của học sinh. Nói chung, đa phương tiện bao gồm văn bản, đồ họa, hình ảnh, hoạt ảnh, âm thanh và video. Do đó, giáo viên phải chọn phương tiện thích hợp để minh họa các thông tin khác nhau và tránh các phương pháp văn bản thuần túy khi họ thiết kế khóa học. Trong phương pháp trình bày thông tin, giáo viên nên sử dụng một phương tiện theo đoạn văn, và nội dung của đoạn văn chỉ nên xuất hiện một lần duy nhất. Ngoài ra, tần suất sử dụng hình ảnh và văn bản cần được kiểm soát bởi vì nó tác động đến quá trình học tập. Nó cũng có thể trở thành các yếu tố gây cản trở việc tiếp thu kiến thức.

4. NHẬN XÉT

Cải tiến công nghệ là một yếu tố làm thay đổi toàn bộ cuộc sống của con người và ảnh hưởng đến mọi khía cạnh của cuộc sống. Giáo dục là một trong những lĩnh vực đã có rất nhiều thay đổi do áp dụng công nghệ. Thật dễ dàng để bắt gặp một lớp ngoại ngữ với các thiết bị công nghệ hiện đại như máy chiếu, màn hình, tivi, loa, micro và nhiều thứ khác. Các thiết bị này là phương tiện thiết yếu cho việc giảng dạy ngôn ngữ sử dụng công nghệ đa phương tiện ngày nay. Công nghệ đa phương tiện mang lại rất nhiều lợi

ích cho việc dạy ngôn ngữ, đặc biệt là dạy từ vựng.

Nhiều nhà nghiên cứu đồng ý rằng công nghệ đa phương tiện đóng vai trò quan trọng trong việc học và dạy từ vựng. Nó làm cho các bài giảng trở nên sinh động, hấp dẫn hơn cho sinh viên học. Trong một lớp học với công nghệ đa phương tiện được áp dụng, sinh viên học một từ mới không chỉ bằng cách đọc nó mà còn xem và nghe nó. Sự kết hợp của hình ảnh, âm thanh, và văn bản là những gì học sinh được trải nghiệm trong việc học từ vựng, thay vì học thuộc lòng hoặc mối quan hệ ngữ nghĩa của văn bản. Hơn nữa, phương thức giảng dạy mới làm cho các từ vựng trở nên ấn tượng, và giúp nhớ từ lâu hơn.

Một số nhà nghiên cứu lo ngại việc ứng dụng công nghệ đa phương tiện trong việc dạy từ vựng vì một số lý do. Ngân sách của cơ sở là một trong những vấn đề có thể trở thành một trở ngại cho một chế độ giảng dạy mới. Hiện vẫn còn những trường chưa tin tưởng hoàn toàn vào cách giảng dạy mới. Một vấn đề khác là đào tạo kiến thức công nghệ cho giáo viên. Nhiều giáo viên không quen thuộc với công nghệ đa phương tiện, vì vậy cần phải có khóa đào tạo cho họ. Nếu không, họ không thể thực hiện phương pháp giảng dạy sáng tạo.

Tuy nhiên, theo tôi những thiếu sót đó không quá nghiêm trọng để giải quyết. Thứ nhất, công nghệ không phải là một xu hướng, mà là một tương lai. Hầu hết các lớp học trong trường học và đại học đều phải trang bị các thiết bị hiện đại để tăng cường dạy và học. Đó là cách duy nhất để các nhà chức trách của trường học phải làm nếu họ muốn cải thiện hiệu quả của việc dạy và học. Tiếp theo, các giáo viên không thành thạo về máy tính chỉ là thiểu số và là thế hệ trước. Các thế hệ trẻ và mới đang sống với công nghệ. Vì vậy, họ không cần đào tạo thêm để làm chủ công nghệ. Họ là tương lai và chiếm phần lớn trong môi trường giáo dục. Vì vậy,

nó chỉ là vấn đề thời gian cho công nghệ đa phương tiện thăng hoa trong lĩnh vực giáo dục.

5. KẾT LUẬN

Chúng ta không thể nào chối bỏ vai trò của công nghệ đa phương tiện trong việc dạy ngôn ngữ. Cả sinh viên và giáo viên đều có lợi từ nó. Học sinh có thêm động lực để học ngôn ngữ và tận hưởng các bài học của mình.

Trong khi đó, giáo viên có nhiều phương tiện hơn để tạo ra các bài giảng sáng tạo, hiệu quả và hấp dẫn cho sinh viên của họ. Tuy nhiên, giáo viên phải chú ý đến số lượng kiến thức và thông tin được đưa vào bài giảng của họ. Hơn nữa, nội dung thích hợp cũng là cần thiết phải xem xét. Nội dung phải phù hợp với độ tuổi và trình độ của người học để làm cho nó hiệu quả nhất.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Alqahtani, M. (2015). The importance of vocabulary in language learning and how to be taught. *International Journal of Teaching and Education*, 3 (3), pp. 21-34.

Lewis, M. (1993). *The Lexical Approach*. Language Teaching Publications.

Jung, R. & Lee, C. H. (2013). Using Internet video clips for university students' vocabulary development in blended learning. *Multimedia-Assisted Language Learning*, 16(4), 67-96.

Pan, Q. & Xu, R. J. (2011). Vocabulary teaching in english language teaching. *Theory and Practice in Language Studies*, 1 (11), 1586-1589.

Santos, M. E. C. Lübke, A. W. Taketomi, T., Yamamoto, G., Rodrigo, M., T., Sandor, C. & Kato, H. (2016). Augmented reality as multimedia: the case for situated vocabulary learning. *Research and Practice in Technology Enhanced Learning*, 11(4).

Schmitt, N. (2000). *Vocabulary in language teaching*. Cambridge: Cambridge University Press.

Wang, C. (2013). Production of English vocabulary teaching courseware based on multimedia technology. *Computer modelling & new technologies*, 17(5C) 103-106

Wang, X. (2016). Discussion on Application of Multimedia Teaching in College English Vocabulary Teaching. *Open Journal of Modern Linguistics*, 6, 177-181. <http://dx.doi.org/10.4236/ojml.2016.63018>

Wilkins, D.A. (1972). *Linguistics in language teaching*. Cambridge, MA: MIT Press.

Yan, D. & Rongchun, L. (2011). The reflection for multimedia teaching. *Asian Social Science*, 7(2), 165-167.

Ngày nhận bài: 20/10/2023

Ngày hoàn thiện biên tập: 28/10/2023

Ngày duyệt đăng: 11/11/2023

Thông tin tác giả:

ThS. Phan Gia Thịnh, Trường Đại học Phan Thiết, Email: pgthinh@upt.edu.vn

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN PHÁT TRIỂN DU LỊCH BỀN VỮNG: TRƯỜNG HỢP NGHIÊN CỨU Ở TỈNH BÌNH THUẬN

Đinh Phi Hồ - Võ Khắc Thường - La Nữ Ánh Vân - Lê Anh Khoa

Tóm tắt: Nghiên cứu này xác định các yếu tố ảnh hưởng phát triển du lịch bền vững ở tỉnh Bình Thuận. Dữ liệu phục vụ mục tiêu nghiên cứu được thu thập thông qua khảo sát tổng hợp trên 200 quan sát (Chuyên gia, nhà quản lý doanh nghiệp và du khách) ở Bình Thuận. Sau đó, dữ liệu được phân tích bằng cách sử dụng phương pháp phân tích nhân tố khám phá để kiểm tra mối quan hệ nêu trên. Nghiên cứu phát hiện các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch bền vững bao gồm: Xúc tiến quảng bá du lịch; Cộng đồng địa phương; Nguồn nhân lực du lịch; Đa dạng các loại hình dịch vụ du lịch; Tài nguyên du lịch; Cơ sở hạ tầng.

Từ khóa: du lịch bền vững; mô hình phân tích nhân tố khám phá; Bình Thuận.

FACTORS AFFECTING SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT: A CASE STUDY IN BINH THUAN PROVINCE

Đinh Phi Hồ - Võ Khắc Thường - La Nữ Ánh Vân - Lê Anh Khoa

Abstract: This study identifies the factors affecting sustainable tourism development in Binh Thuan province. Data for the research objectives are collected through a synthetic survey of over 200 observations (experts, business managers, and tourists) in Binh Thuan. Then, the data is analyzed using exploratory factor analysis to test the above-mentioned relationship. The study discovered the factors affecting sustainable tourism development, including tourism promotion, local community, human resources for tourism, diversity of tourism services, tourism resources, the infrastructure.

Keywords: sustainable tourism; exploratory factor analysis model; Binh Thuan.

1. GIỚI THIỆU

Phát triển du lịch đang trở thành ngành kinh tế quan trọng đối với các quốc gia. Tuy nhiên, phát triển du lịch bền vững lại là vấn đề thách thức, đặc biệt trong bối cảnh suy thoái kinh tế toàn cầu, biến đổi khí hậu và tác động dịch bệnh. Phát triển du lịch bền vững cũng đang là vấn đề thách thức của Việt Nam nói chung và nói riêng ở Bình Thuận. Để duy trì sự phát triển du lịch bền vững, trước hết cần nhận diện các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển bền vững. Nghiên cứu này tập trung vào (i) Xác định các yếu tố ảnh hưởng đến

phát triển du lịch bền vững; (ii) Xây dựng mô hình định lượng về mối quan hệ trên; và (iii) Hàm ý các chính sách phát triển du lịch bền vững cho tỉnh Bình Thuận. Nghiên cứu sử dụng dữ liệu thu thập được từ một cuộc khảo sát trên 200 quan sát (Chuyên gia, nhà quản lý doanh nghiệp và du khách) ở Bình Thuận nhằm tạo cơ sở thực tiễn cho mô hình đo lường. Bình Thuận sở hữu nhiều tiềm năng để phát triển du lịch: Với 192 km bờ biển cùng nhiều bãi biển đẹp, bãi cát trắng vô tận, cảnh quan thơ mộng, môi trường trong lành cùng với đó là các di sản văn hóa (Khu

Di tích lịch sử trường Dục Thanh, Chùa Cô Thạch, Nhà thờ Chánh tòa, Tháp Po Dam, Tháp Chăm Posah Inur, Khu di tích lịch sử văn hóa Dinh Thầy Thím, Lầu Ông Hoàng), và nhiều lễ hội văn hóa truyền thống đặc sắc (Lễ hội Nghinh Ông, Cầu Ngư, Lễ hội Katê); Các hòn đảo còn khá hoang sơ như Cù Lao Câu, Hòn Bà, Kê Gà và đảo Phú Quý; Sinh thái miền núi Tánh Linh, nơi đây có vô vàn những khung cảnh đẹp thơ mộng, các khu bảo tồn, hồ nước, suối; Sinh thái năng lượng điện (Điện gió, mặt trời, thủy điện). Bình Thuận còn rất thuận lợi về giao thông cả đường bộ - đường biển - đường sắt, tuyến cao tốc Bắc - Nam đi qua tỉnh (Phan Thiết - Dầu Giây, Phan Thiết - Vĩnh Hảo) và Dự án nâng cấp, mở rộng sân bay Phan Thiết (Việt Hương, 2022). Với 600 cơ sở lưu trú đang hoạt động kinh doanh với 17.500 phòng; 550 căn hộ và 315 biệt thự cho thuê, đảm bảo phục vụ đa dạng các dòng du khách vào cùng một thời điểm (Lê Phạm, 2022).

2. TỔNG QUAN LÝ THUYẾT

Ngành du lịch được xem là một trong những ngành công nghiệp hàng đầu trên thế giới. Tuy nhiên, thời gian qua, những tác động suy thoái của du lịch đã trở thành một mối quan tâm lớn và cần quan tâm giải quyết. Với suy nghĩ này, khái niệm du lịch bền vững đã xuất hiện với mục đích giảm thiểu những tác động tiêu cực của hoạt động du lịch (Commission on Sustainable Development, 1999; Sharpley, 2003). Phát triển du lịch bền vững liên quan đến sự phát triển du lịch gắn với kinh tế, xã hội và môi trường (Briguglio & Cộng sự, 1996; Vellas & Becherel, 1999; WCED, 1987; Grundey, 2008). Ngành du lịch có tiềm năng đóng góp vào sự phát triển bền vững, đặc biệt là bằng cách tạo ra việc làm, bao gồm cả việc làm cho phụ nữ và những người yếu thế (Cukier, 2002). Mục đích của du lịch bền vững là tạo ra một cân bằng giữa bảo vệ môi trường, duy trì văn hóa truyền thống người dân bản địa, thiết lập công bằng xã hội và thúc đẩy các lợi ích kinh

tế, đáp ứng nhu cầu của cộng đồng dân cư bản địa về cải thiện mức sống cả trong ngắn hạn và dài hạn (Maftuhah & Wirjodirdjo, 1977; Liu & Cộng sự, 2013) ở cả các quốc gia phát triển và đang phát triển (Mitchell & Hall, 2005) trong khi nhấn mạnh cả sự công bằng giữa các thế hệ (Liu, 2013) và dưới hình thức có thể duy trì khả năng tồn tại của nó trong một khu vực trong một khoảng thời gian không xác định (Butler, 1999). Trong du lịch cộng đồng, phát triển bền vững được áp dụng để cải thiện chất lượng cuộc sống của người dân bằng cách tối ưu hóa kinh tế địa phương, bảo vệ môi trường tự nhiên và nhân tạo, đồng thời cung cấp trải nghiệm du lịch chất lượng cao cho du khách (Stabler, 1997; Park & Yoon, 2009; Zolfani & Cộng sự, 2015) và hơn nữa, khuyến khích sự lan tỏa của giáo dục (Krippendorff (1982). Theo Jahan & Rahman (2016), phát triển du lịch bền vững cần quan tâm đến 3 khía cạnh: Sử dụng tối ưu tài nguyên môi trường là yếu tố quan trọng trong phát triển du lịch, duy trì quá trình sinh thái và giúp bảo tồn tự nhiên di sản và đa dạng sinh học; Tôn trọng nét đẹp văn hóa của cộng đồng, bảo tồn di sản văn hóa được xây dựng và các giá trị truyền thống, đồng thời đóng góp vào sự giao thoa văn hóa chung quốc gia; Đảm bảo hoạt động kinh tế bền vững, lâu dài, mang lại lợi ích kinh tế xã hội cho tất cả các bên liên quan (địa phương, cộng đồng, doanh nghiệp và dân cư), tạo việc làm ổn định và thu nhập và góp phần xóa đói giảm nghèo.

Các yếu tố ảnh hưởng đến du lịch bền vững

Chen & Chen, J.S. (2011) lập luận rằng cơ sở hạ tầng du lịch là yếu tố quyết định sự thành công hay thất bại của việc phát triển các điểm đến du lịch. Greg & Derek (2000) nhấn mạnh sự đóng góp to lớn của cộng đồng địa phương đối với cơ sở hạ tầng du lịch, không có địa phương cộng đồng, các hoạt động du lịch bền vững không thể được đảm bảo, trừ khi, du lịch bền vững cũng mang lại những lợi ích nhất định cho cộng đồng

địa phương. Do đó, sự phát triển bền vững của du lịch và cộng đồng địa phương có mối quan hệ chặt chẽ với nhau. Maia & Cộng sự (2005) cho rằng du lịch là một trong những các ngành kinh tế cần sự tham gia tích cực của các doanh nghiệp du lịch, đa dạng hóa các sản phẩm và dịch vụ du lịch để đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng về cầu của du khách. Lisa (2012) cho rằng chính quyền địa phương hoặc các tổ chức du lịch phải có trách nhiệm, quyền hạn lớn hơn và tham gia trong việc quy hoạch và phát triển các điểm đến du lịch. Hollier & Lanquar (1996) cho rằng để phát triển du lịch bền vững, các quốc gia cần xây dựng một hệ thống giao thông du lịch, cải thiện các phương tiện công cộng tại khu du lịch các điểm đến, tăng cường các hoạt động hỗ trợ tại các điểm du lịch trong điều kiện thời tiết xấu, phát triển các chính sách giá phù hợp cho các mùa cao điểm và cung cấp các hoạt động du lịch phải hướng đến những nhóm khách hàng cụ thể. Phát triển du lịch, chính quyền địa phương cần tạo điều kiện cho cộng đồng địa phương tham gia. Nghiên cứu về phát triển du lịch bền vững ở India của Mamhoori & Nasim (2013) cho thấy chất lượng nhân lực (nhà quản lý, hướng dẫn viên) là yếu tố quan trọng thu hút du khách. Nghiên cứu về du lịch ở Indonesia của Lee & Syah (2018) cho thấy phát triển du lịch bền vững phải gắn với bảo vệ môi trường sống, sinh thái và tăng trưởng việc làm và thu nhập cho dân cư. Nghiên cứu về du lịch ở Thailand, Kattiyapornpong và cộng sự (2018) cho thấy để có thể phát triển bền vững cần đảm bảo lợi ích hài hòa cho các tác nhân (Chính quyền, nhà đầu tư, doanh nghiệp và cộng đồng) tham gia hoạt động du lịch. Nghiên cứu về du lịch ở Turkey của Kişi (2019) cho biết cần quan tâm đến đa dạng hóa sản phẩm, sự kiện, chiến lược quảng bá và xây dựng thương hiệu, liên kết, hợp tác trong phát triển du lịch bền vững. Nghiên cứu về phát triển du lịch bền vững vùng duyên hải Nam Trung bộ, Việt Nam của Nguyen, Cong De & Cộng sự (2020) cho

thấy có 11 yếu tố ảnh hưởng, bao gồm: Thể chế và chính sách phát triển du lịch, cơ sở hạ tầng, tài nguyên du lịch, nguồn nhân lực du lịch, sự đa dạng của các dịch vụ du lịch, hỗ trợ liên quan dịch vụ, hoạt động liên kết và hợp tác phát triển du lịch, xúc tiến và khuyến khích du lịch, sự hài lòng của khách du lịch, cộng đồng địa phương và các yếu tố khác. Theo nghiên cứu về du lịch ở Bà Rịa – Vũng Tàu, của Vu, Dong Van & Cộng sự (2020), có 12 yếu tố tác động đến phát triển du lịch bền vững bao gồm: kinh tế, xã hội, môi trường, tài nguyên du lịch nhân văn, tài nguyên du lịch tự nhiên, nguồn nhân lực du lịch, sản phẩm và dịch vụ du lịch, chất lượng du lịch, cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật, quản lý chính quyền. Tổng hợp các nghiên cứu từ thập niên 1990 đến nay, có 6 yếu tố chính ảnh hưởng đến phát triển DLBV, bao gồm: hạ tầng; tài nguyên du lịch; nguồn nhân lực cho du lịch; sự đa dạng của dịch vụ du lịch; cộng đồng địa phương; xúc tiến quảng bá du lịch. Trên cơ sở các kết quả nghiên cứu liên quan nêu trên, các tác giả đề nghị các giả thuyết sau:

H1: Cơ sở hạ tầng tác động tích cực đến phát triển du lịch bền vững;

H2: Tài nguyên du lịch tác động tích cực đến phát triển du lịch bền vững;

H3: Nguồn nhân lực cho du lịch tác động tích cực đến phát triển du lịch bền vững;

H4: Sự đa dạng của dịch vụ du lịch tác động tích cực đến phát triển du lịch bền vững;

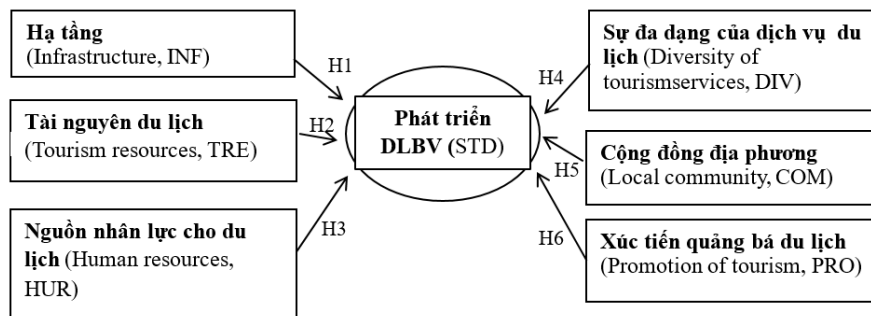
H5: Cộng đồng địa phương tác động tích cực đến phát triển du lịch bền vững;

H6: Xúc tiến quảng bá du lịch tác động tích cực đến phát triển du lịch bền vững.

3. MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

Tổng quan lý thuyết và nghiên cứu thực nghiệm là cần thiết để nghiên cứu thêm nhằm mở rộng lý thuyết, cung cấp thêm bằng chứng thực nghiệm và các hàm ý quản

lý liên quan đến phát triển du lịch bền vững. Các nghiên cứu trước đây nêu bật những hiểu biết sâu sắc về tác động của các mối quan hệ trên và đo lường các mối quan hệ bằng cách sử dụng các mô hình định lượng khác nhau, mô hình hồi quy riêng biệt, nhưng không cung cấp cơ sở đầy đủ cho một khung phân tích toàn diện về phát triển du lịch bền vững. Do đó, mục đích của nghiên cứu này là mở rộng các phát hiện từ các nghiên cứu trước đây về các yếu tố tác động đến phát triển du lịch bền vững, và phân tích bằng mô hình phân tích nhân tố khám phá. Nhóm nghiên cứu lựa chọn mô hình nghiên cứu cho Bình Thuận như Hình 1.



Hình 1: Mô hình nghiên cứu

4. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Đo lường: Tất cả các thang đo được điều chỉnh từ các nghiên cứu trước để phù hợp với bối cảnh nghiên cứu tại Việt Nam. Chúng tôi thiết kế quy trình ba bước để tiến hành cuộc khảo sát. Đầu tiên, chúng tôi khảo sát bằng phương pháp chuyên gia trao đổi với 10 chuyên gia quản lý du lịch có ít nhất năm kinh nghiệm làm việc tại các cơ quan có liên quan đến ngành du lịch, là lãnh đạo các sở, cơ quan, ban ngành trên địa bàn TP. Phan Thiết để tham khảo các thang đo và các biến quan sát cho phù hợp với ngành du lịch. Thứ hai, một cuộc khảo sát thí điểm với 10 nhà quản lý các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ du lịch và 10 du khách ở Thành phố Phan Thiết nhằm kiểm tra lại bảng câu hỏi khảo sát không có sai sót và nội dung phù hợp. Mẫu được chọn dựa trên mức độ sẵn sàng tham gia nghiên cứu của người trả lời. Thứ ba, khảo sát toàn bộ với đối tượng là các chuyên gia (15 người), nhà quản lý doanh nghiệp (100 người) và khách du lịch (100 người) là những người đã trải nghiệm du lịch ở Bình Thuận. Tổng số có 215 người trả lời đã điền vào bảng câu hỏi.

Thang đo Likert năm khoảng cách bắt đầu từ “hoàn toàn không đồng ý” đến “hoàn

toàn đồng ý” được sử dụng để đo lường tất cả biến quan sát. Để đo lường các thang đo “Tài nguyên du lịch”, và “Nguồn nhân lực du lịch”, 10 biến quan sát đã được đưa vào bảng câu hỏi. Thang đo này chủ yếu dựa vào nghiên cứu về du lịch ở Bà Rịa - Vũng Tàu của Vu, Dong Van & Cộng sự (2020) và được điều chỉnh cho phù hợp với bối cảnh Phan Thiết và có một số biến quan sát mới được các tác giả xây dựng từ kết quả thảo luận chuyên gia như “Nhiều di sản văn hóa, kiến trúc nghệ thuật, di tích lịch sử, bảo tàng, di tích, chùa, nhà thờ, miếu, mộ ... ấn tượng và độc đáo”; “Chất lượng nguồn nhân lực quản lý nhà nước về du lịch”. Thang đo “Cộng đồng địa phương” với 5 biến quan sát, dựa vào nghiên cứu về du lịch ở Thailand của Kattiyapornpong & Cộng sự (2018). Các thang đo “Cơ sở hạ tầng”, “Đa dạng các loại hình dịch vụ du lịch”, “Xúc tiến quảng bá du lịch” với 14 biến quan sát. Các thang đo này chủ yếu dựa vào nghiên cứu về du lịch ở Bangladesh của Jahan & Rahman (2016); ở Turkey của Kişi (2019) và được điều chỉnh cho phù hợp với bối cảnh Bình Thuận và có một số biến quan sát mới được các tác giả xây dựng từ kết quả thảo luận chuyên gia như “Ẩm thực, ăn uống, ẩm thực địa phương rất độc đáo và hấp dẫn”; “Quảng bá và khuyến

khách du lịch địa phương và khu vực”. Thang đo “Phát triển du lịch bền vững” với 4 biến quan sát, dựa vào nghiên cứu về du lịch ở Indonesia của Lee & Syah (2018) và được điều chỉnh cho phù hợp với bối cảnh Bình Thuận.

Thu thập và xử lý dữ liệu: Chúng tôi đã tiến hành khảo sát bằng câu hỏi tại Bình Thuận. Với 215 bảng câu hỏi khảo sát. Khảo sát tiến hành từ tháng 2 đến tháng 3/2023. Sau khi thực hiện xử lý dữ liệu, đã có 200 quan sát đảm bảo phù hợp và sử dụng để phân tích dữ liệu.

Theo Ho Dinh Phi (2022), mô hình Phân tích nhân tố khám phá được thực hiện theo quy trình bao gồm 3 bước: (i) Kiểm định tin cậy thang đo (Reliability test of scale); (ii) Phân tích nhân tố khám phá (Exploratory Factor Analysis–EFA); (iii) Phân tích hồi quy đa biến (Multiple variable regression). Phân tích dữ liệu dựa vào phần mềm SPSS phiên bản 21.0.

5. KẾT QUẢ

Mô tả đặc điểm đối tượng khảo sát

Giới tính và độ tuổi: Trong 200 quan sát khảo sát, giới tính nam chiếm 54%. Độ tuổi chủ yếu là từ 31- 45 tuổi (73.5%).

Trình độ học vấn: Có trình độ học chủ yếu là cao đẳng và đại học (77%). Nghề nghiệp chủ yếu là cán bộ - nhân viên và các nhà quản lý (76%).

Bảng 1. Đặc điểm đối tượng khảo sát

TT	Nội dung	Đơn vị tính	TT	Nội dung	Đơn vị tính
1	Giới tính	%	4	Thu nhập	%
	Nam	54		< 20 triệu đồng / tháng	17
	Nữ	46		21-30	36
2	Độ tuổi	%		> 30	33
	< 30 năm	16	5	Tình trạng nghề nghiệp	%
	31-45	57		Nhân viên	24
	46-55	9		Công chức, viên chức	31
	> 55	18		Nhà kinh doanh	45
3	Trình độ học vấn	%			
	Trung học	23			
	Cao đẳng	47			
	Đại học	30			

Bảng 2. Tin cậy thang đo và biến quan sát bị loại

TT	Thang đo	Biến quan sát	Hệ số Alpha	Kết luận
1	TRE	TRE5	0,817	Chất lượng tốt
2	COM	Không	0,863	Chất lượng tốt
3	INF	INF5	0,857	Chất lượng tốt
4	HUR	HUR5	0,831	Chất lượng tốt
5	DIV	Không	0,844	Chất lượng tốt
6	PRO	Không	0,873	Chất lượng tốt
7	STD	Không	0,850	Chất lượng tốt

Tình trạng thu nhập: Thu nhập từ 21-30 triệu đồng/ tháng chiếm chủ yếu (36%).

Phân tích độ tin cậy

Kết quả thể hiện trong bảng 2 cho thấy: Ngoại trừ các biến TRE5, INF5, HUR5, các biến quan sát đều thỏa mãn các điều kiện trong phân tích độ tin cậy của thang đo thông qua hệ số Alpha > 0,6 và tương quan biến – tổng > 0,3 (Nunnally & Burnstein, 1994).

Phân tích nhân tố khám phá

Bảng 3. Ma trận nhân tố xoay

	Nhân tố						
	1	2	3	4	5	6	7
COM3	0,807						

COM5	0,795						
COM2	0,793						
COM1	0,755						
COM4	0,743						
DIV4		0,798					
DIV5		0,782					
DIV1		0,767					
DIV3		0,763					
DIV2		0,763					
INF2			0,844				
INF3			0,795				
INF1			0,786				
INF4			0,784				
HUR4				0,823			
HUR2				0,793			
HUR3				0,766			
HUR1				0,728			
PRO4					0,782		
PRO2					0,779		
PRO3					0,736		
PRO1					0,709		
TRE4						0,821	
TRE2						0,778	
TRE1						0,755	
TRE3						0,747	
STD1							0,870
STD3							0,865
STD2							0,811
STD4							0,775
Kaiser-Meyer-Olkin Measure (Thước đo KMO)						0,862	0,862
Kiểm định Bartlett (Mức ý nghĩa)						0,000	0,000
Eigenvalues (Giá trị Eigen)						1,232	2,764
% of Variance (Phương sai trích, %)						67,547	69,096

Ghi chú: $0,5 < KMO < 1$; kiểm định Bartlett có mức ý nghĩa nhỏ hơn 0,05; hệ số tải nhân tố của các biến quan sát (Factor Loading) $> 0,5$; phương sai trích $> 50\%$ và Eigenvalue > 1 (Hair & Cộng sự, 2006).

Kết quả được trình bày trong bảng 2 cho thấy: Phát triển du lịch bền vững được trích thành 06 yếu tố tương ứng với các biến đo lường của mô hình lý thuyết với tổng phương sai trích là 67, 547% tại Eigenvalue là 1,232;

EFA của Phát triển du lịch bền vững được trích thành 04 biến quan sát với phương sai trích là 69,096% tại Eigenvalue là 2,764. Kết quả EFA được sử dụng bằng phương pháp xoay Varimax.

Phân tích hồi quy tuyến tính đa biến

Các thang đo của mô hình đo lường được chuyển đổi qua biến định lượng (Ho Dinh Phi, 2022).

$\bar{X}_i$ = Mean (các biến quan sát của thang đo)

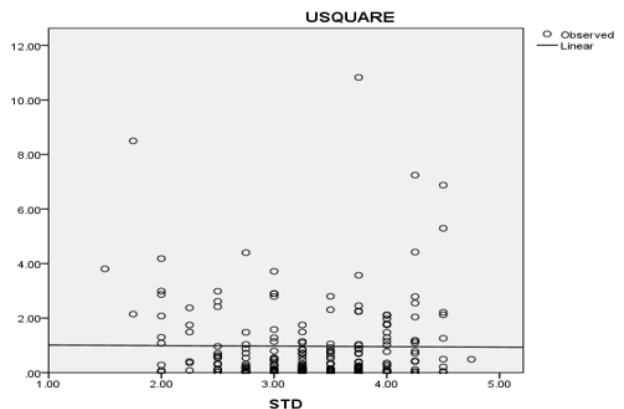
Như vậy mô hình hồi quy của nghiên cứu có dạng:

$$STD = f(\text{COM, DIV, INF, HUR, PRO, TRE})$$

Bảng 4. Hệ số hồi quy

	Hệ số chưa chuẩn hóa (Unstandardized Coefficients)		Hệ số chuẩn hóa (Standardized Coefficients)	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-0,993	0,282		-3,519	0,001		
COM	0,273	0,061	0,228	4,457	0,000	0,774	1,291
DIV	0,185	0,055	0,159	3,382	0,001	0,918	1,089
INF	0,151	0,057	0,137	2,651	0,009	0,758	1,319
HUR	0,218	0,059	0,189	3,668	0,000	0,760	1,316
PRO	0,323	0,061	0,321	5,268	0,000	0,543	1,843
TRE	0,167	0,058	0,144	2,896	0,004	0,816	1,225

Trong Bảng 4, với kiểm định t – student, các biến độc lập tương quan có ý nghĩa thống kê với biến phụ thuộc SAT với mức ý nghĩa $\leq 0,05$ hoặc mức tin cậy trên 95% (Green, 1991); Các kiểm định khác bao gồm: R² hiệu chỉnh: 0,598, mức độ giải thích mô hình 59,8% (Hair & Cộng sự, 2006); ANOVA: Sig. = 0.000, mô hình hồi quy phù hợp (Hair & Cộng sự, 2006); VIF < 10, không có hiện tượng cộng tuyến (Belsley & Cộng sự, 1980); $1 < d = 2,069 < 3$, không có hiện tượng tự tương quan (Belsley & Cộng sự, 1980). Nghiên cứu áp dụng kiểm định Park xem xét tính ổn định phương sai phần dư (Park, 1966).



Hình 2: Kiểm định Park

Trong Hình 2, đường tương quan dạng tuyến tính, không có hiện tượng phương sai phần dư thay đổi.

Kết luận: Thông qua 6 kiểm định, các yếu tố ảnh hưởng đến Phát triển du lịch bền vững bao gồm: COM, DIV, INF, HUR, PRO, và TRE.

Bảng 5. Kết quả giả thuyết

Giả thuyết	Tác động			Sig.	Bêta	%	Vị trí	Kết quả
H5	STD	<---	COM	0,000	0,228	19,4	2	Chấp nhận
H4	STD	<---	DIV	0,001	0,159	13,5	4	Chấp nhận
H1	STD	<---	INF	0,009	0,137	11,6	6	Chấp nhận
H3	STD	<---	HUR	0,000	0,189	16,0	3	Chấp nhận
H6	STD		PRO	0,000	0,321	27,2	1	Chấp nhận
H2	STD		TRE	0,004	0,144	12,2	5	Chấp nhận
	Tổng				1,178	100		

Kết quả được trình bày trong bảng 5 cho thấy các giả thuyết đều được chấp nhận ở mức tin cậy trên 95%. Dựa vào hệ số hồi quy chuẩn hóa, Beta (Norusis, 1993), các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch bền vững theo thứ tự ảnh hưởng: PRO (Xúc tiến quảng bá du lịch), COM (Cộng đồng địa phương), HUR (Nguồn nhân lực du lịch), DIV (Đa dạng các loại hình dịch vụ du lịch), TRE (Tài nguyên du lịch) và INF (Cơ sở hạ tầng).

6. THẢO LUẬN VÀ HÀM Ý CHÍNH SÁCH

Một là, nghiên cứu đã xác định có 6 yếu tố tác động đến “Phát triển du lịch bền vững” bao gồm: Xúc tiến quảng bá du lịch; Cộng đồng địa phương; Nguồn nhân lực du lịch; Đa dạng các loại hình dịch vụ du lịch; Tài nguyên du lịch; Cơ sở hạ tầng. Kết quả này phù hợp với nghiên cứu trước đây về ngành du lịch Bangladesh (Jahan & Rahman, 2016); Turkey (Kışı, 2019); Việt Nam (Vu, Dong Van & cộng sự, 2020).

Thứ hai, nghiên cứu hiện tại bổ sung các biến quan sát mới vào lĩnh vực nghiên cứu về phát triển du lịch bền vững, cụ thể là “Nhiều di sản văn hóa, kiến trúc nghệ thuật, di tích lịch sử, bảo tàng, di tích, chùa, nhà thờ, miếu, mộ ... ấn tượng và độc đáo”; “Chất lượng nguồn nhân lực quản lý nhà nước về du lịch”; “Ẩm thực, ăn uống, ẩm thực địa phương rất độc đáo và hấp dẫn”; “Quảng bá và khuyến khích du lịch địa phương và khu vực”.

Thứ ba, kết quả nghiên cứu gợi ý rằng: để phát triển du lịch bền vững ở Bình Thuận nên quan tâm đến các vấn đề sau:

- Xúc tiến quảng bá du lịch: Tỉnh cần ưu tiên nguồn lực cho Trung tâm Xúc tiến Du

lịch hoàn thiện các chương trình quảng bá du lịch. Đặc biệt, các chương trình quảng bá khai thác thế mạnh công nghệ số như giới thiệu du lịch Bình Thuận trên công nghệ VR360, vũ trụ ảo (metaverse) và triển khai truyền thông du lịch Phan Thiết trên kênh truyền hình, các nền tảng du lịch thương mại điện tử.

- Cộng đồng địa phương: Thường xuyên có các chương trình đào tạo và nâng cao kiến thức cho cộng đồng dân cư gắn với các điểm đến, khu du lịch và quan tâm đến vai trò tham gia của cộng đồng trong các dự án phát triển du lịch.

- Nguồn nhân lực du lịch: Liên kết với ĐH Phan Thiết trong việc đào tạo ngành du lịch cho cán bộ chính quyền, chuyên viên quản lý du lịch và nhân viên của các doanh nghiệp kinh doanh lĩnh vực du lịch nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch.

- Tài nguyên du lịch và đa dạng các loại hình dịch vụ du lịch: Với những quyền hạn được phép của tỉnh, cần có những chính sách đột phá riêng của Bình Thuận nhằm thu hút các nhà đầu tư lớn trong và ngoài nước đầu tư vào các trung tâm sinh thái du lịch: Biển, đảo, vùng cát trắng, gió, rừng, núi để đẩy nhanh việc khai thác tài nguyên du lịch và đa dạng hóa loại hình và sản phẩm du lịch của Bình Thuận.

- Cơ sở hạ tầng: Quan tâm đến đầu tư hệ thống giao thông kết nối với hệ thống giao thông quốc gia (đường bộ - đường biển - đường sắt, tuyến cao tốc Bắc - Nam và dự án nâng cấp, mở rộng sân bay Phan Thiết). Khuyến khích cộng đồng tham gia đầu tư các cơ sở lưu trú, dịch vụ ẩm thực và tôn tạo cảnh quan, di tích huyền thoại về văn hóa – lịch sử của dân bản địa.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Belsley D.A, Kuh E, and Welsch, R.E, (1980). *Regression Diagnostics: Identifying Influential Data and Sources of Collinearity*. John Wiley & Sons, New York.

Briguglio, L., Archer, B., Jafari, J., and Wall, G. (1996). *Sustainable tourism in Islands and small states: Issues and policies*. London: Pinter.

- Butler, R. W. (1999). Sustainable tourism: A state-of-the-art review. *Tourism Geographies*, 1, 7–25.
- Chen, L. J., and Chen, J. S. (2011). The motivations and expectations of international volunteer tourists: A case study of “Chinese Village Traditions”. *Tourism Management*, 32(2), 435–442.
- Commission on Sustainable Development (1999). *Tourism and sustainable development*. Available from <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/401ngo4.pdf>.
- Cukier, J. (2002). Tourism employment issues in developing countries: Examples from Indonesia.
- In R. Sharpley, & D. J. Telfer (Eds.), *Tourism and development, concepts and issues* (pp. 165–201). Clevedon: Channel View Publications.
- Greg, R., and Derek, H. (2000). *Tourism and sustainable community development*. London, UK: Routledge.
- Green, W.H. (1991). *Econometric Analysis*. Upper Saddle River NJ: Prentice-Hall
- Grundey, D. (2008). Managing sustainable tourism in Lithuania: Dream or reality? *Technological and Economic Development of Economy*, 14, 118–129.
- Hair, J., Aderson, R., Tatham, P., and Black, W. (2006). *Multivariate Data Analysis*, 6ed. N.J.: Prentice- Hall, Upper Saddle River.
- Ho Dinh Phi (2022). *Quantitative Analytical Tools used Economic Research and Scientific Articles Writing in Vietnam*. Eliva Press; ISBN: 9781 6364 85065.
- Hollier, R., and Lanquar, R. (1996). *Tourism marketing: Ecotourism and sustainable development: who owns paradise*. Washington, DC: Island Press.
- Jahan, N., and Rahman, S. (2016). *Identifying the key factors influencing sustainable tourism in Bangladesh: A Quantitative Analysis*. Asia Tourism Forum 2016 – The 12th Biennial Conference of Hospitality and Tourism Industry in Asia (ATF-16), 468–473.
- Kattiyapornpong, U., Ditta-Apichai, M., Kanjanasilanon, C., and Siriyota, K. (2018). Sustainable Tourism Development: An Application of Social Exchange Theory in Thailand. *Asia Proceedings of Social Sciences*, 2(3), 123–126.
- Kiş, N. (2019). A Strategic Approach to Sustainable Tourism Development Using the A’WOT Hybrid Method: A Case Study of Zonguldak, Turkey. *Sustainability*, 11(4), 964. DOI: 10.3390/su11040964.
- Krippendorf, J. T. (1982). New Tourism Policies: The Importance of Environmental and Socio-Cultural Factors. *Tour. Manag.*, 3, 135–148.
- Lê Phạm (2022). *Nhiều tiềm năng và cơ hội để du lịch Bình Thuận 'cất cánh'*. Truy cập từ <https://baochinhphu.vn/nhieu-tiem-nang-va-co-hoi-de-du-lich-binh-thuan-cat-can-102220831144029386.htm>.
- Lee, J. W., and Syah, A. M. (2018). Economic and Environmental Impacts of Mass Tourism on Regional Tourism Destinations in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 5(3), 31–41.
- Lisa, R. (2012). Local government: Facilitator or inhibitor of sustainable tourism

development? *Journal of Sustainable Tourism*, 21(1), 80-98.

Liu, Z. (2003). Sustainable tourism development: A critique. *Journal of Sustainable Tourism*, 11, 459-475.

Liu, C. H., Tzeng, G. H., Lee, M. H., and Lee, P. Y. (2013). Improving metro–airport connection Service for tourism development: Using hybrid MCDM models. *Tourism Management Perspectives*, 6, 95–107.

Maftuhah, D. I., and Wirjodirdjo, B. (1977). *Model for developing five key pillars of sustainable tourism: A literature review*. AIP Conference Proceedings (pp. 1-15). <https://doi.org/10.1063/1.5042979>). AIP Publishing.

Maia, L., Han, B., and Mikael, B. (2005). The entrepreneurship factor in sustainable tourism development. *Journal of Cleaner Production*, 13(8), 787-798.

Mamhoori, A. (2015). Sustainable Tourism Development: An Empirical Survey of Tour Operators in India. *Journal of Tourism & Hospitality*, 4(5), 1-6

Mitchell, M., and Hall, D. (2005). Rural tourism as sustain-able business: Key themes and issues. In D. Hall, I. Kirkpatrick, & M. Mitchell (Eds.), *Rural tourism and sustainable business* (pp. 3-16). Tonawanda, NY: Channel View Publications.

Nguyen, Cong De, Ngo, Thang Loi, Do, Ngoc My, Nguyen, Ngoc Tien (2020). Key Factors Affecting Sustainable Tourism in the Region of South Central Coast of Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(12), 977-993.

Norusis, J. M. (1993). SPSS for Windows, *Base system user's guide*. SPSS Inc.

Nunnally, J. C., and Burnstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory*. New York: McGraw – Hill.

Park, R.E. (1966). Estimation with Heteroscedastic error terms. *Econometrica*, 134 (4), 88-98

Park, D. B., and Yoon, Y. S. (2011). Developing sustainable rural tourism evaluation indicators. *International Journal of Tourism Research*, 13, 401–415.

Sharpley, R. (2000). Tourism and sustainable development: Exploring the theoretical divide. *Journal of Sustainable Tourism*, 8(1), 1-19.

Stabler, M. J. (1997). *Tourism & sustainability: Principles to practice*. New York, NY: Cab International.

Vellas, F., and Becherel, L. (1999). *The international marketing of travel and tourism: A Strategic Approach*. London: MacMillan.

Vu, Dong Van, Tran, Ghi Nha, Nguyen, Hien Thi Thu, và Nguyen, Cong Van (2020). Factors Affecting Sustainable Tourism Development in Ba Ria-Vung Tau, Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 561-572.

WCED. (1987). *Our common future*. Oxford: Oxford University Press.

Zolfani, S.H., Sedaghat, M., Maknoon, R., and Zavadskas, E.K. (2015) Sustainable tourism: a comprehensive literature review on frameworks and applications, *Economic*

Research-Ekonomska Istraživanja, 28(1), 1-30,**PHỤ LỤC****Bảng 6. Thang đo và các biến quan sát**

TT	Thang đo	Mã hóa
I	Tài nguyên du lịch (Tourism resources)	TRE
1	Cảnh quan thiên nhiên (đồi núi, sông, hồ, bãi biển, đảo, bán đảo...) đẹp, đa dạng và độc đáo	TRE1
2	Nhiều di sản văn hóa, kiến trúc nghệ thuật, di tích lịch sử, bảo tàng, di tích, chùa, nhà thờ, miếu, mộ ... ấn tượng và độc đáo.	TRE2
3	Nhiều sự kiện văn hóa, thể thao, lễ hội truyền thống hấp dẫn và độc đáo	TRE3
4	Nhiều nghệ thuật truyền thống và văn hóa dân gian đặc sắc	TRE4
5	Nhiều làng nghề truyền thống, thủ công mỹ nghệ, sản phẩm địa phương độc đáo.	TRE5
II	Cộng đồng địa phương (Local community)	COM
6	Cộng đồng địa phương tích cực tham gia phát triển và kinh doanh du lịch	COM1
7	Cộng đồng địa phương thân thiện	COM2
8	Cộng đồng địa phương hỗ trợ du khách	COM3
9	Người dân địa phương tham gia dịch vụ du lịch	COM4
10	Người dân địa phương đang đào tạo các kỹ năng cần thiết về dịch vụ du lịch	COM5
III	Cơ sở hạ tầng (Infrastructure)	INF
11	Cơ sở hạ tầng giao thông thuận tiện và hệ thống sân bay, bến tàu, nhà ga đáp ứng nhu cầu của du khách	INF1
12	Hệ thống tour, tuyến, điểm du lịch, khu du lịch phong phú	INF2
13	Hạ tầng công nghệ thông tin đáp ứng nhu cầu của khách du lịch	INF3
14	Đầy đủ hệ thống khách sạn, nhà hàng, khu vui chơi, mua sắm, giải trí	INF4
15	Hệ thống nhà vệ sinh công cộng đầy đủ và sạch sẽ	INF5
IV	Nguồn nhân lực du lịch (Human resources for tourism)	HUR
16	Quan điểm và chiến lược phát triển nguồn nhân lực cụ thể, rõ ràng	HUR1
17	Chính sách đào tạo, bồi dưỡng và thu hút nguồn nhân lực	HUR2
18	Chế độ đãi ngộ và môi trường làm việc	HUR3
19	Chất lượng nguồn nhân lực quản lý nhà nước về du lịch	HUR4
20	Chất lượng nguồn nhân lực của các doanh nghiệp du lịch	HUR5
V	Đa dạng các loại hình dịch vụ du lịch (Diversity of tourism services)	DIV
21	Chỗ ở đa dạng và đầy đủ tiện nghi	DIV1
22	Nhiều hoạt động giải trí thú vị và phong phú	DIV2
23	Nhiều tour, tuyến, điểm du lịch hấp dẫn	DIV3
24	Ẩm thực, ăn uống, ẩm thực địa phương rất độc đáo và hấp dẫn	DIV4
25	Phương tiện di chuyển phục vụ du khách đa dạng	DIV5
VI	Xúc tiến quảng bá du lịch (Tourism promotion)	PRO
26	Chiến lược khuyến khích và quảng bá du lịch	PRO1
27	Tận dụng tốt các cơ hội thị trường mới và truyền thống	PRO2
28	Phát triển các chương trình và sự kiện	PRO3
30	Quảng bá và khuyến khích du lịch địa phương và khu vực	PRO4
VII	Phát triển du lịch bền vững (Sustainable tourism development)	STD
31	Du lịch góp phần bảo tồn và phát triển các giá trị di sản, văn hóa, phong tục, tập quán của địa phương	STD1

32	Du lịch có tác động tích cực đến môi trường sống và không gây ra các vấn đề quá tải (giao thông, không gian sống...) cho cư dân sống trong một điểm nóng du lịch.	STD2
33	Du lịch làm tăng lượng tiêu thụ các sản phẩm, hàng hóa và dịch vụ địa phương	STD3
34	Du lịch góp phần nâng cao cơ hội việc làm trong khu vực	STD4

Ngày nhận bài: 25/10/2023

Ngày hoàn thiện biên tập: 05/11/2023

Ngày duyệt đăng: 12/11/2023

Thông tin tác giả:

PGS.TS. Đinh Phi Hổ, Trường Đại học Phan Thiết, Email: dinhphiho@gmail.com

PGS.TS. Võ Khắc Thường, Trường Đại học Phan Thiết, Email: thuong@upt.edu.vn

TS. La Nữ Ánh Vân, Trường Đại học Phan Thiết, Email: lnavan@gmail.com

Lê Anh Khoa, Hội Du lịch tỉnh Bình Thuận