

## Các yếu tố tác động đến quyết định lựa chọn dịch vụ kế toán của các doanh nghiệp tỉnh Đồng Nai

□ Th.S. Lê Vũ Hà\*

Lê Thị Khánh Quỳnh\*\*

Trương Thị Lịch\*\*\*

\*Trường Đại học Lạc Hồng (LHU)

\*\*Công ty TNHH Đầu tư Xây dựng Trí Quỳnh Phát

\*\*\*Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ Vận tải Lý Phú Gia

### Tóm tắt

Dịch vụ kế toán (DVKT) đang là dịch vụ ngày càng phổ biến trong môi trường kinh doanh của Việt Nam, khi số lượng công ty mới ngày càng gia tăng. Nghiên cứu được thực hiện, nhằm đo lường mức độ các yếu tố tác động đến quyết định lựa chọn DVKT của các doanh nghiệp (DN). Nghiên cứu định lượng được thực hiện bằng việc khảo sát trực tiếp 239 DN có sử dụng DVKT, tại tỉnh Đồng Nai. Các phương pháp và công cụ được sử dụng là thống kê mô tả, kiểm định thang đo, phân tích EFA, kiểm định CFA, kiểm định SEM bằng phần mềm AMOS. Kết quả nghiên cứu cho thấy, có 07 yếu tố gồm sự giới thiệu, đội ngũ nhân viên, trình độ chuyên môn, khả năng đáp ứng, lợi ích cảm nhận, giá phí, hình ảnh đối tượng cung cấp dịch vụ, tác động đến quyết định lựa chọn DVKT của các DN.

**Từ khóa:** quyết định lựa chọn, dịch vụ kế toán, doanh nghiệp, Đồng Nai.

### Abstract

Accounting services are an increasingly popular service in the business environment of Vietnam when the number of new companies is increasing. The study was conducted to measure the extent of factors affecting the decision to choose accounting services of enterprises in Dong Nai province. Quantitative research was carried out by directly surveying 239 enterprises using accounting services in Dong Nai province. The methods and tools used are descriptive statistics, scale test, EFA analysis, CFA test, SEM test using AMOS software. The research results show that there are 7 factors including referrals, staff, professional qualifications, responsiveness, perceived benefits, prices, and image of service providers that affect the decision. deciding to choose accounting services of enterprises in Dong Nai province.

**Keywords:** choice decision, accounting service, business, Dong Nai.

**JEL:** M10, M40, M49, M13.

### 1. Giới thiệu

DVKT là một chuỗi các dịch vụ nghiệp vụ trong ngành kế toán do các công ty kế toán, kiểm toán cung cấp cho các công ty có nhu cầu. Nhân viên sẽ thực hiện các hoạt động nghiệp vụ như khai thuế, lập BCTC, quyết toán, ghi sổ kế toán, in ấn và bàn giao sổ sách, theo đúng yêu cầu của khách hàng nêu trong hợp đồng dịch vụ.

Trong xu thế nền kinh tế ngày càng hội nhập và phát triển, nhu cầu đầu tư vào các lĩnh vực kinh doanh ngày càng cao, trong quá trình hoạt động nhiều DN phải đối mặt với các vấn đề pháp lý, kế toán. DVKT ra đời nhằm giúp DN tiết kiệm chi phí, nhân lực và mang lại hiệu quả tối đa bằng việc tư vấn, hướng dẫn thực hiện các thủ tục kế toán, thủ tục thuế, khai thuế theo đúng quy định. DVKT hay nói cách bình dân hơn là làm kế toán thuê cho các DN, trở thành lựa chọn hàng đầu của các công ty nhỏ và vừa khi vừa tiết kiệm

được khoản tiền đáng kể mà còn được cung cấp DVKT chuyên nghiệp, chính xác, an tâm và được đảm bảo, bằng hợp đồng dịch vụ có cam kết chất lượng.

Tại Việt Nam, DVKT là một lĩnh vực kinh doanh khá đặc thù khi phía DN cung cấp dịch vụ phải có đầy đủ điều kiện, sự cho phép và phê chuẩn của cơ quan quản lý Nhà nước. Lý do là vì, công việc này liên quan đến một số những vấn đề, yếu tố pháp lý buộc phải có sự quản lý chặt chẽ của Nhà nước, để đảm bảo DN hoàn thành nghĩa vụ và tuân thủ pháp luật Việt Nam.

Nhiều nghiên cứu trong lĩnh vực này đã được thực hiện ở Việt Nam và trên thế giới, cụ thể một số nghiên cứu nước ngoài của: Scott and Walt, (1995); Hunt et al, (1999); O'Class and Grace, (2004); Aga and Safakli, (2007) và một số nghiên cứu trong nước của Mai Thị Hoàng Minh, (2010); Phạm Ngọc Toàn và Nguyễn Thị Hạnh, (2017); Trần Thị Mỹ Linh, (2015); Phan Minh Tâm và Đoàn Phúc Linh, (2021) đã công bố rằng, có nhiều yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn này, tuy nhiên, mỗi quốc gia và khu vực có những đặc điểm khác nhau, do đó các yếu tố ảnh hưởng và mức độ ảnh hưởng đến việc lựa chọn DVKT cũng khác nhau.

Các nghiên cứu trên, chủ yếu từ quan điểm của người cung cấp dịch vụ và người sử dụng dịch vụ, nhưng do sự khác biệt về các yếu tố môi trường như quốc tịch, văn hóa, xã hội, lối sống, tình trạng kinh tế, tình trạng cung cấp dịch vụ, khuôn khổ pháp lý và đào tạo... Vì vậy, so với địa bàn nghiên cứu là tỉnh Đồng Nai, có thể dẫn đến sự chênh lệch về góc độ và mức độ tiếp nhận DVKT. Đây là khe hở của các nghiên cứu trước mà nghiên cứu này tập trung khai thác.

## **2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu**

### **2.1. Cơ sở lý thuyết**

Kế toán là việc thu thập, xử lý, kiểm tra, phân tích và cung cấp thông tin kinh tế, tài chính dưới hình thức giá trị, hiện vật và thời gian lao động. Hành nghề kế toán là hoạt động cung cấp DVKT của DN hoặc cá nhân có đủ tiêu chuẩn, điều kiện thực hiện DVKT, Luật Kế toán, (2015).

Khoản 13 Điều 3 Luật Kế toán 2015 được Quốc hội thông qua ngày 20/11/2015 và có hiệu lực thi hành từ 01/01/2017, “kinh doanh DVKT là việc cung cấp dịch vụ làm kế toán, làm kế toán trưởng, lập BCTC, tư vấn kế toán và các công việc khác thuộc nội dung công tác kế toán theo quy định của luật này cho các cá nhân, tổ chức có nhu cầu”.

Điều 55 Luật Kế toán 2015 quy định “tổ chức và cá nhân có đăng ký kinh doanh DVKT được thực hiện các DVKT như sau: làm kế toán; làm kế toán trưởng; thiết lập hệ thống kế toán cụ thể cho đơn vị kế toán; cung cấp và tư vấn áp dụng công nghệ thông tin về kế toán; bồi dưỡng nghiệp vụ kế toán, cập nhật kiến thức kế toán; tư vấn tài chính; kê khai thuế; các dịch vụ khác về kế toán theo quy định của pháp luật”.

### **2.2. Mô hình nghiên cứu**

Trên cơ sở lý thuyết mô hình hành vi người tiêu dùng của Philip Kotler, (2013), mô hình lý thuyết hành động hợp lý TRA, mô hình lý thuyết hành vi có dự định TPB, quy trình mua dịch vụ của Philip Kotler, (1997) và kế thừa các kết quả nghiên cứu liên quan của tác giả đi trước nhưng sẽ có một hướng nghiên cứu sâu hơn mức độ ảnh hưởng của các yếu tố. Đồng thời, xác định và phát hiện ra các yếu tố mới, ảnh hưởng đến việc ra quyết định của toàn bộ DN, đặc biệt là tỉnh Đồng Nai trong việc lựa chọn DVKT.

Tác giả đưa ra mô hình nghiên cứu đề xuất, bao gồm 07 biến độc lập là: (1) Đội ngũ nhân viên; (2) Giá phí; (3) Hình ảnh đối tượng cung cấp dịch vụ; (4) Khả năng đáp ứng; (5)

Lợi ích cảm nhận; (6) Sự giới thiệu; (7) Trình độ chuyên môn và 01 biến phụ thuộc là Quyết định lựa chọn DVKT của DN.

Các giả thuyết của mô hình nghiên cứu dựa trên 07 yếu tố, tại các DN tỉnh Đồng Nai:

H1: đội ngũ nhân viên có tác động dương đến quyết định lựa chọn DVKT.

H2: giá phí có tác động dương đến quyết định lựa chọn DVKT.

H3: hình ảnh đối tượng cung cấp dịch vụ có tác động dương đến quyết định lựa chọn DVKT.

H4: khả năng đáp ứng có tác động dương đến quyết định lựa chọn DVKT.

H5: lợi ích cảm nhận có tác động dương đến quyết định lựa chọn DVKT.

H6: sự giới thiệu có tác động dương đến quyết định lựa chọn DVKT.

H7: trình độ chuyên môn có tác động dương đến quyết định lựa chọn DVKT.

### **3. Phương pháp nghiên cứu**

Nghiên cứu được thực hiện theo 02 bước chính:

**Một là, nghiên cứu định tính:** thông qua các kỹ thuật thảo luận với 05 chuyên gia và nghiên cứu định tính được sử dụng để khám phá, bổ sung và điều chỉnh các biến quan sát, được sử dụng để đo lường thang đo khái niệm của nghiên cứu. Dựa trên kết quả này, một bảng câu hỏi khảo sát chính thức phù hợp với ý nghĩa của thang đo và các đối tượng được lấy mẫu đã được hình thành.

**Hai là, nghiên cứu định lượng:** được thực hiện với dữ liệu thu thập, thông qua bảng câu hỏi chính thức. Dữ liệu được phân tích thống kê bằng phần mềm AMOS, dùng để xử lý dữ liệu và các câu hỏi khảo sát sử dụng thang điểm Likert 5 điểm, để kiểm định mô hình nghiên cứu.

### **4. Kết quả nghiên cứu**

#### **4.1. Mô tả mẫu khảo sát**

Cuộc khảo sát được thực hiện bằng hình thức trực tiếp, vào 04/2022. Sau khi loại bỏ những phiếu điều tra không đầy đủ thông tin, đã thu được 239 mẫu khảo sát. Hầu hết những người được hỏi là nam, chiếm 59,0%; 38,9% là DN tư nhân; 32,2% đối tượng khảo sát đang là kế toán trưởng của DN.

#### **4.2. Kết quả mô hình nghiên cứu**

Kết quả Kiểm định thang đo Cronbach's Alpha, cho thấy Hệ số Cronbach's Alpha của 07 thang đo NVIEN, GIAPH, HINHA, DAPUN, LOIICH, GIOITH, TRINH, QDINH > 0,6, hệ số tương quan biến - tổng của từng thang đo > 0,3. Riêng quan sát GIAPH4 có hệ số Cronbach's Alpha là 0,79. Tuy nhiên, hệ số tương quan biến tổng là 0,234 < 0,3, nên đã bị loại và phải kiểm tra lại độ tin cậy của thang đo, trước khi thực hiện phân tích EFA

Phân tích EFA lần hai sau khi loại bỏ biến HINHA2 cho kết quả KMO = 0,773 > 0,5; kiểm định của Bartlett có hệ số Sig. = 0,000 < 0,5, có ý nghĩa thống kê và các biến quan sát có tương quan và phù hợp với phân tích EFA. Phân tích nhân tố trích ra 07 nhóm yếu tố có giá trị riêng > 1 và tổng phương sai được trích từ 56,792% > 50%.

Phân tích CFA được thực hiện để xác nhận tính hợp lệ đơn biến, hội tụ và phân biệt của thang đo. Kết quả CFA cho thấy, mô hình phù hợp tốt với dữ liệu. Trọng số hồi quy cho tất cả các biến quan sát có ý nghĩa thống kê ở độ tin cậy 95% ( $p < 0,05$ ) và tất cả các khái niệm đều có giá trị phân biệt. Các trọng số hồi quy chuẩn hóa đều lớn hơn 0,5; tất cả các thang đo đều có giá trị hội tụ. Hệ số tin cậy kết hợp và phương sai trích, sử dụng dữ liệu từ trọng số hồi quy chuẩn hóa và hệ số tương quan từ bảng kết quả CFA.

**Bảng 1: Kết quả hệ số tin cậy tổng hợp và phương sai trích**

TT	Nhân tố	Ký hiệu	Hệ số tin cậy tổng hợp (CR)	Phương sai trích (AVE)
1	Đội ngũ nhân viên	NVIEN	0,890	0,576
2	Giá phí	GIAPH	0,866	0,619
3	Hình ảnh đối tượng cung cấp dịch vụ	HINHA	0,800	0,501
4	Khả năng đáp ứng	DAPUN	0,835	0,560
5	Lợi ích cảm nhận	LOIICH	0,852	0,537
6	Sự giới thiệu	GIOITH	0,856	0,545
7	Trình độ chuyên môn	TRINHĐ	0,803	0,508
8	Quyết định lựa chọn DVKT	QDINH	0,820	0,534

(Nguồn: kết quả phân tích từ dữ liệu khảo sát của tác giả, 2022)

Từ Bảng 1 có thể thấy rằng, hệ số tin cậy tổng hợp CR lớn hơn 0,6, điều đó cho thấy bảng câu hỏi đáng tin cậy. Phương sai trích trung bình AVE lớn hơn 0,5, nên đáp ứng các yêu cầu hội tụ. Căn bậc hai của AVE lớn hơn mỗi tương quan giữa các biến và giá trị phân biệt được đảm bảo.

**Bảng 2: Kết quả hệ số mô hình hồi quy chuẩn hóa SEM**

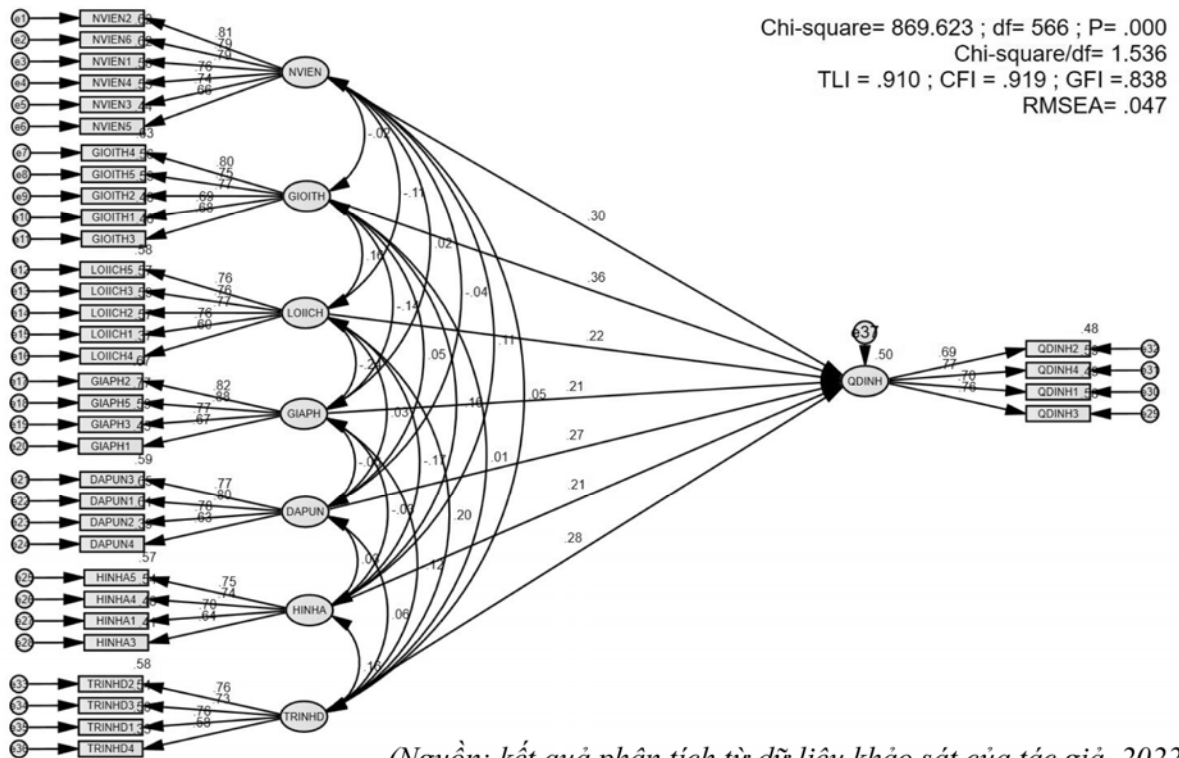
			Giả thuyết	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa	Hệ số hồi quy đã chuẩn hóa	S.E.	C.R.	Giá trị p	Kiểm định giả thuyết
QDINH	<---	NVIEN	H <sub>1</sub>	0,212	0,303	0,046	4,579	***	Chấp nhận
QDINH	<---	GIOITH	H <sub>6</sub>	0,258	0,363	0,050	5,152	***	Chấp nhận
QDINH	<---	LOIICH	H <sub>5</sub>	0,148	0,218	0,049	3,044	0,002	Chấp nhận
QDINH	<---	GIAPH	H <sub>2</sub>	0,151	0,212	0,048	3,161	0,002	Chấp nhận
QDINH	<---	DAPUN	H <sub>4</sub>	0,244	0,271	0,060	4,046	***	Chấp nhận
QDINH	<---	HINHA	H <sub>3</sub>	0,137	0,206	0,048	2,871	0,004	Chấp nhận
QDINH	<---	TRINHĐ	H <sub>7</sub>	0,153	0,279	0,039	3,872	***	Chấp nhận

(Nguồn: kết quả phân tích từ dữ liệu khảo sát của tác giả, 2022)

Bảng 2 cho thấy rằng, giả sử H<sub>1</sub>, H<sub>2</sub>, H<sub>3</sub>, H<sub>4</sub>, H<sub>5</sub>, H<sub>6</sub> và H<sub>7</sub> đều được chấp nhận, các mức ảnh hưởng tương ứng là 0,303; 0,212; 0,206; 0,271; 0,218; 0,363; 0,279 ở độ tin cậy 95%.

Mô hình cấu trúc tuyến tính SEM được thực hiện, để kiểm tra giả thuyết đề xuất. Các chỉ số này đều đáp ứng các yêu cầu lý thuyết, do đó có thể kết luận rằng mô hình phù hợp tốt với dữ liệu thị trường, như trong Hình 1.

Hình 1: Mô hình cấu trúc SEM



(Nguồn: kết quả phân tích từ dữ liệu khảo sát của tác giả, 2022)

### 5. Kết luận và gợi ý chính sách

Kết quả phân tích cho thấy, trong các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn DVKT của các DN tỉnh Đồng Nai theo thứ tự giảm dần là: giới thiệu; đội ngũ nhân viên; trình độ chuyên môn; khả năng đáp ứng; lợi ích cảm nhận; giá phí; hình ảnh đối tượng cung cấp dịch vụ.

Dựa trên kết quả nghiên cứu, bài viết đưa ra các khuyến nghị chính sách sau:

**Thứ nhất**, cần làm tốt công tác chất lượng dịch vụ, giá cả, hình ảnh DN,... để các công ty sử dụng dịch vụ của mình có thể giới thiệu với các công ty khác trong khu vực, khi họ có nhu cầu sử dụng dịch vụ. Ngoài ra, chúng ta cũng phải thấy rằng, chất lượng DVKT cung cấp cho khách hàng là đặc biệt quan trọng, coi “uy tín” và “sự hài lòng” là ưu tiên hàng đầu để duy trì và phát triển khách hàng. Từ đó, các DN sử dụng DVKT đã có cơ sở để giới thiệu dịch vụ mình đang sử dụng đến các DN mới và có ý định sử dụng dịch vụ, trên địa bàn tỉnh Đồng Nai.

**Thứ hai**, từng bước chuẩn hóa các điều kiện tuyển dụng, ngoài yêu cầu về chuyên môn của ứng viên, người làm DVKT cũng cần chú trọng đến kỹ năng giao tiếp, kỹ năng xử lý, sự thay đổi của môi trường làm việc, khả năng xử lý tình huống,... Bên cạnh đó, cũng cần thường xuyên tổ chức các lớp tập huấn cập nhật các văn bản pháp luật mới, các luật và quy định khác.

**Thứ ba**, cần tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát hoạt động kế toán và chất lượng kế toán, thực hiện các quy trình công việc chuẩn hóa, chuyên nghiệp cho nhân viên kế toán. Phải tuân theo các hướng dẫn, quy định của hiệp hội nghề nghiệp về cách thức hoạt động và quản lý của các ngành nghề, tổ chức nghề nghiệp.

**Thứ tư**, cần xây dựng kế hoạch khảo sát khách hàng của riêng mình, để nắm được sự đa dạng về lĩnh vực hoạt động của khách hàng. Đồng thời, đào tạo nguồn nhân lực nhanh nhẹn, chuyên nghiệp và hiệu quả. Từ đó, tạo ra một đội ngũ chuyên gia có hiểu biết sâu sắc và kinh nghiệm trong lĩnh vực ngành, để giải quyết các vấn đề liên quan đến kế toán.

**Thứ năm**, cần xây dựng chính sách khen thưởng nhằm tạo điều kiện cho nhân viên tham gia các khóa đào tạo nâng cao nghiệp vụ, có cơ hội thăng tiến, khuyến khích nhân viên gắn bó với cơ hội nghề nghiệp và trở thành một tập thể ổn định, có năng lực. Khách hàng sẽ có cảm giác an toàn, nếu được nhân viên kế toán quen thuộc có kinh nghiệm phục vụ.

**Thứ sáu**, cần xây dựng chính sách giá trên cơ sở giá tham khảo thị trường, để đảm bảo cạnh tranh lành mạnh. Bên cạnh đó, bản thân mỗi DN cung cấp DVKT cũng cần tạo cho mình một hướng đi riêng như đưa ra các gói dịch vụ riêng lẻ, các gói dịch vụ mang lại những hiệu quả thiết thực cho các DN đã, đang và sẽ tiếp tục sử dụng DVKT.

**Thứ bảy**, các đơn vị cung cấp DVKT trên địa bàn tỉnh cần chú trọng xây dựng hình ảnh thương hiệu, tăng ngân sách, tạo lợi thế khác biệt. □

*Tài liệu tham khảo*

1. Thông tư 129/2012/TT-BTC ngày 08/09/2012, “Quy định về việc thi và cấp chứng chỉ kiểm toán viên và chứng chỉ hành nghề kế toán”, Bộ Tài chính.

2. Luật Kế toán 88/2015/QH13 được ban hành ngày 20/11/2015.

3. Mai Thị Hoàng Minh, (2010), “Kế toán và DVKT Việt Nam trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế”, Đề tài Nghiên cứu Khoa học cấp Bộ, Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.

4. Nguyễn Đình Thọ, (2011), “Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh”, Hồ Chí Minh, NXB Lao động và Xã hội.

5. Philip Kotler & Kevin Keller, (2013), “Quản trị marketing”, Hà Nội, NXB Lao động và Xã hội, trang 177.

6. Phan Minh Tâm, Đoàn Phúc Linh, (2020), “Yếu tố tác động đến việc chọn DVKT của các DN nhỏ và vừa ở tỉnh Bến Tre”, Tạp chí Tài chính, Kỳ 2, 10/2020.

7. Phạm Ngọc Toàn, Nguyễn Thị Hạnh, (2017), “Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn DVKT của các DN trên địa bàn tỉnh Bình Dương”, Luận văn Thạc sĩ Kinh tế Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh;

8. Trần Thị Mỹ Linh, (2015), “Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn DVKT của các DN vừa và nhỏ tại Thành phố Hồ Chí Minh”, Luận văn Thạc sĩ Trường Đại học Tài Chính - Marketing.

9. Aga, M., & Safakli, O. V., (2007), *An empirical investigation of service quality and customer satisfaction in professional accounting firms: Evidence from North Cyprus. Problems and Perspectives in Management*, 5(3), 84-98.

10. Hunt et al., (1999), *Marketing of Accounting Services to Professional vs Small Business Owners: Selection and Retention Criteria of These Client Group*, Small Business Institute Proceedings.

11. Scott, D. R., & Van der Walt, N. T., (1995), *Choice criteria in the selection of international accounting firms. European Journal of Marketing*, 29(1), pp. 27-39.