

# Nhân tố ảnh hưởng đến lựa chọn công ty kiểm toán của doanh nghiệp tại TP.HCM

 **Th.s Lưu Chí Danh\***  
**Võ Nguyên Phương\***  
**Trần Đình Tiên\***

Nhận: 05/7/2019  
Biên tập: 25/7/2019  
Duyệt đăng: 05/8/2019

*Mục tiêu của bài viết là xác định, đo lường các nhân tố tác động đến việc lựa chọn dịch vụ kiểm toán (DVKT) của các doanh nghiệp tại thành phố Hồ Chí Minh (TP.HCM), thông qua việc khảo sát 325 người hiện đang là chủ doanh nghiệp, giám đốc điều hành, giám đốc tài chính, kế toán trưởng... tại 138 doanh nghiệp trên địa bàn Thành phố.*

*Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra, cả bốn nhân tố giá phí dịch vụ, tâm lý, chất lượng dịch vụ và lợi ích đều có tác động đến sự lựa chọn đơn vị cung cấp DVKT. Tác giả cũng đưa ra một số khuyến nghị nhằm giúp các công ty kiểm toán hiểu rõ được yêu cầu, mong muốn của khách hàng, từ đó nâng cao chất lượng dịch vụ, khả năng cạnh tranh, góp phần phát triển ngành kiểm toán Việt Nam trong tương lai.*

**Từ khóa:** Sự lựa chọn, dịch vụ kiểm toán, doanh nghiệp tại TP.HCM

## Abstract

*This paper aims to identify, analyze, measure the factor affecting companies in Ho Chi Minh city (HCMC)'s choices of auditing services. The paper surveyed 325 respondents who are owners, CEOs, CFOs, chief accountants... working in 138 enterprises within the area of HCMC. The results of the study identified four factors including: Service fee; Mentality; Quality of service and Benefits, all of which have an impact on the choice of audit companies when the demand of using auditing services arises. In addition, the study also proposes some recommendations to contribute to helping auditing companies to identify enterprise customers's needs as well as requirements when deciding on an auditing service. Therefore, this paper hopes to enhance their quality in order to better meet demand, enhance competitiveness and contribute to the development of the auditing industry in Vietnam in the future.*

**Keywords:** Choices, auditing services, companies in HCMC

## 1. Giới thiệu

Cùng với sự phát triển của nền kinh tế thị trường mở cửa và hội nhập, dịch vụ kiểm toán (DVKT) ra đời nhằm đáp ứng nhu cầu thông tin tài chính minh bạch từ nhà quản lý, quản trị doanh nghiệp (DN), cổ đông, công chúng đầu tư, đối tác của DN và cơ quan quản lý nhà nước.

Để lựa chọn được một công ty kiểm toán phù hợp, nhà quản trị DN phải cân nhắc rất nhiều yếu tố như chất lượng dịch vụ, khả năng

sẵn sàng hỗ trợ khách hàng, giá phí, uy tín của công ty kiểm toán...

Tính đến ngày 1/8/2019, cả nước có 191 DN kiểm toán đủ điều kiện cung cấp DVKT và 2.102 kiểm toán viên đủ điều kiện hành nghề (Bộ Tài chính, 2019). Thị trường kiểm toán Việt Nam đã có bước phát triển lớn, nhưng trên con đường song hành cùng sự minh bạch của nền kinh tế, đòi hỏi cần phải nâng cao chất lượng

hoạt động.

Nhìn nhận những vấn đề trên, chúng tôi thực hiện đề tài này nhằm giúp các công ty kiểm toán nhận định được những mong muốn, yêu cầu của các DN đối với việc lựa chọn DVKT, từ đó, nâng cao chất lượng cũng như khả năng cạnh tranh của mình, góp phần phát triển ngành kiểm toán Việt Nam trong tương lai.

## 2. Cơ sở lý thuyết

### 2.1. Mô hình lý thuyết

#### 2.1.1. Quy trình mua dịch vụ

Theo Lovelock & Wirtz (2011), hành vi tiêu dùng đối với dịch vụ gồm 3 giai đoạn (hình 1, trang 48).

Đánh giá trước khi mua: Kiến thức chuyên môn của người tiêu dùng và sự nhận thức rủi ro đều đóng vai trò quan trọng trong quá trình quyết định lựa chọn dịch vụ.

Quá trình mua và sử dụng dịch vụ: Giai đoạn này gọi là chuyên giao dịch vụ, tức người tiêu dùng tương tác trực tiếp với nhà cung cấp dịch vụ, có nghĩa là người tiêu dùng đồng tạo ra giá trị và đồng sản xuất ra dịch vụ trong khi đánh giá những trải nghiệm dịch vụ của mình (Wirtz, 2011).

Đánh giá sau khi mua: Người tiêu dùng sẽ đánh giá dịch vụ mà họ trải nghiệm so với kỳ vọng trước đó của họ.

\* Đại học Văn Lang

2.1.2. *Thuyết hành động hợp lý (TRA) hình 2*

**2.2. Lược sử các nghiên cứu**

**2.2.1. Giá phí dịch vụ**

Kết quả đề tài nghiên cứu những nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng của cuộc kiểm toán tại các ngân hàng thương mại Jordan đã chỉ ra 4 nhân tố có tác động lớn và đồng biến đến chất lượng kiểm toán theo thứ tự giảm dần, gồm: giá phí kiểm toán, danh tiếng văn phòng kiểm toán, hiệu quả cuộc kiểm toán; đặc điểm và tính chuyên nghiệp của kiểm toán viên. Như vậy, nhân tố giá phí kiểm toán có tác động lớn nhất đến chất lượng của cuộc kiểm toán tại các ngân hàng thương mại Jordan. (Husam Al-Khaddash, Rana Al Naways và Abdulhadi Ramadan, 2013).

Nghiên cứu của Trần Thị Mỹ Linh (2015) về việc quyết định lựa chọn dịch vụ kế toán và các yếu tố tác động đến quyết định lựa chọn dịch vụ kế toán của các DN vừa và nhỏ tại TP. Cần Thơ đã đưa ra 7 yếu tố là: (1) Hình ảnh của nhà cung cấp dịch vụ, (2) Lợi ích chuyên môn, (3) Lợi ích cảm nhận, (4) Giá phí, (5) Khả năng đáp ứng, (6) Ảnh hưởng của xã hội, (7) Thói quen tâm lý, trong đó yếu tố giá phí có ảnh hưởng lớn nhất.

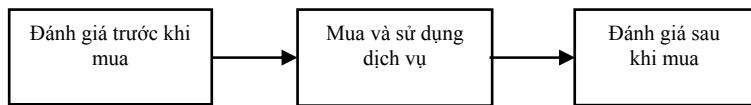
**2.2.2. Tâm lý và lợi ích**

Năm nhân tố ảnh hưởng tới sự lựa chọn dịch vụ kế toán của các công ty nhỏ và vừa tại Việt Nam-bao gồm: Một là lợi ích tâm lý - nhân tố có ảnh hưởng lớn nhất tới quyết định lựa chọn dịch vụ kế toán của các DN. Tiếp theo là giá phí dịch vụ và sự giới thiệu. Cuối cùng là 2 nhân tố khả năng đáp ứng và lợi ích chuyên môn. (Trần Thị Cẩm Thanh và Đào Nhật Minh, 2015).

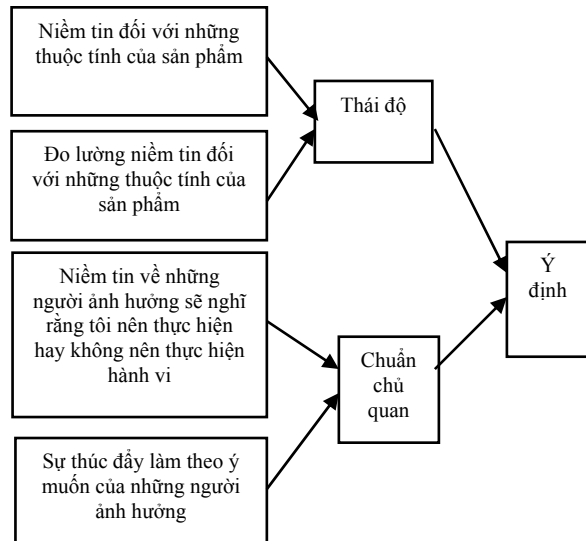
**2.2.3. Kiểm toán viên**

Từ kết quả nghiên cứu của Lại Thị Thu Thủy và Phạm Đức Hiếu cho thấy, các nhân tố kinh nghiệm và mức độ chuyên sâu ngành nghề của kiểm toán viên, phương pháp và thủ tục kiểm soát chất lượng của

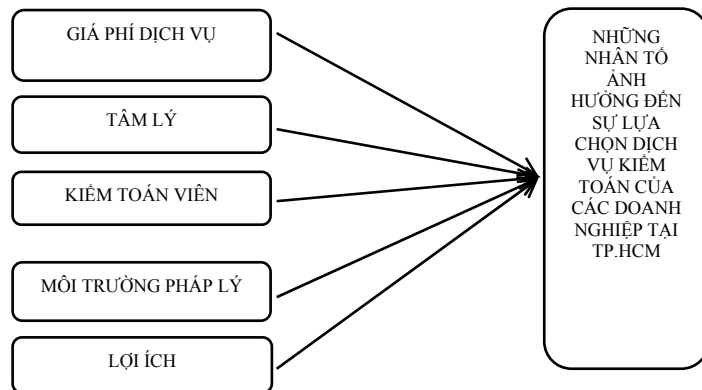
**Hình 1. Quy trình mua dịch vụ Lovelock & Wirtz (2011)**



**Hình 2. Thuyết hành động hợp lý (TRA) (Fishbein, M. & Ajzen, 1975)**



**Hình 3. Khung nghiên cứu**



công ty kiểm toán, thái độ nghề nghiệp của kiểm toán viên, tính độc lập của kiểm toán viên, sự đầy đủ của hệ thống pháp luật, trình độ chuyên môn của kiểm toán viên, sự hợp lý của thời gian kiểm toán, đặc điểm của các DN FDI và sự cạnh tranh lành mạnh của thị trường kiểm toán đều có tác động tích cực đến chất lượng kiểm toán. Trong đó, nhân tố thái độ nghề nghiệp là nhân tố có tác động lớn nhất ( $\beta = 0,376$ ). (Những nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng kiểm toán báo cáo tài chính DN FDI, 2017).

**2.2.4. Môi trường pháp lý**

Nghiên cứu của Nguyễn Hải Yến (2017) cho thấy, 4 nhân tố có khả năng ảnh hưởng đến chất lượng kiểm toán báo cáo tài chính được xếp theo thứ tự giảm dần như sau: F1 – Công ty kiểm toán (0,2552) > F4 – Kiểm toán viên (0,2534) > F3 – Đặc điểm khách hàng (0,2532) > F2 – Môi trường kiểm toán (0,2382). Như vậy, nhân tố công ty kiểm toán đóng vai trò quan trọng nhất trong sự ảnh hưởng đến chất lượng kiểm toán báo cáo tài chính.

Ngoài ra, các tiêu chí (biến quan sát) của từng nhân tố cũng được xếp hạng mức độ ảnh hưởng đến chất lượng kiểm toán sử dụng phương pháp phân tích FTOPSIS theo thứ tự giảm dần: Hệ thống kiểm soát chất lượng của công ty kiểm toán; chương trình, phương pháp kiểm toán; đạo đức nghề nghiệp, tính độc lập và phẩm chất của kiểm toán viên; kinh nghiệm làm việc của kiểm toán viên; điều kiện, môi trường làm việc của công ty kiểm toán; tính chính trực và sự hiểu biết của ban lãnh đạo về pháp luật; sự tồn tại của bộ phận kiểm toán nội bộ; trình độ chuyên môn của kiểm toán viên; tính chất và tình trạng của lĩnh vực, ngành nghề kinh doanh của khách hàng; các quy định pháp lý cho hoạt động kiểm toán; thái độ đối với nghề nghiệp, công việc và tinh thần làm việc của kiểm toán viên; chiến lược phát triển ngành; kiểm soát chất lượng từ bên ngoài của cơ quan quản lý nhà nước.

2.3. Khung phân tích

Từ các nghiên cứu trên, năm nhân tố giá phí dịch vụ, tâm lý, kiểm toán viên, môi trường pháp lý và lợi ích, được lựa chọn đưa vào nghiên cứu (hình 3, trang 48).

Giả thuyết H1: Giá phí dịch vụ có tác động đến sự lựa chọn DVKT của các DN tại TP.HCM.

Giả thuyết H2: Tâm lý của khách thể nghiên cứu có tác động đến sự lựa chọn DVKT của các DN tại TP.HCM.

Giả thuyết H3: Chất lượng kiểm toán viên có tác động đến sự lựa chọn DVKT của các DN tại TP.HCM.

Giả thuyết H4: Môi trường pháp lý có tác động đến sự lựa chọn DVKT của các DN tại TP.HCM.

Giả thuyết H5: Lợi ích kiểm toán có tác động đến sự lựa chọn DVKT của các DN tại TP.HCM.

3. Phương pháp và kết quả nghiên cứu

Phương pháp định lượng được sử dụng trong nghiên cứu, cụ thể là phương pháp phỏng vấn ngẫu nhiên thông qua phiếu khảo sát gồm 33 biến theo thang đo Likert, trong đó có 29 biến độc lập và 4 biến phụ thuộc; Dữ liệu được xử lý bằng công cụ SPSS 20.0 bằng các kỹ thuật như: kiểm định độ tin cậy của thang đo; phân tích nhân tố khám phá; phân tích tương quan; ước lượng mô hình hồi quy bội.

Kết quả thu thập được 325 mẫu hợp lệ, kết cấu mẫu được thể hiện qua bảng 1, 2, 3 và hình 4.

Kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo bằng hệ số Cronbach Alpha (bảng 4, trang 50) cho thấy, cả sáu thành phần trong khung phân tích đều đạt độ tin cậy cao với 33 biến được chấp nhận.

Kết quả kiểm định Bartlett với chỉ số KMO=0,942, Sig.=0.000 cho thấy, phân tích EFA là

Bảng 1. Kết quả thống kê mô tả mẫu theo khách thể nghiên cứu

Giới tính \ Vị trí		Chủ DN	CEO, phó tổng, tổng giám đốc	CFO	Kế toán trưởng	Kiểm soát nội bộ	Kế toán viên
Nam	57%	8%	27%	5%	32%	18%	10%
Nữ	43%						
Tổng		100%					

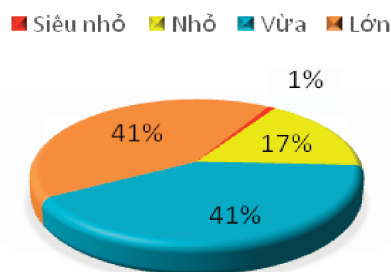
Bảng 2. Kết cấu mẫu theo loại hình DN

Loại hình DN		Số lượng	%	Tổng cộng
Hợp danh		0	0%	0%
Tư nhân		2	1%	1%
Trách nhiệm hữu hạn	Trách nhiệm hữu hạn	20	14%	23,6%
	FDI	13	9,6%	
Cổ phần	FDI	6	4,4%	75,4%
	Cổ phần	48	35%	
	Đại chúng	23	17%	
	Nhà nước	2	1%	
	Công ty có vốn nhà nước 20% trở lên	12	9%	
	Công ty có vốn từ tổ chức niêm yết, phát hành và kinh doanh chứng khoán chiếm 20% trở lên	12	9%	
<b>Tổng cộng</b>		<b>138</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Bảng 3. Kết cấu mẫu theo lĩnh vực kinh doanh

Lĩnh vực kinh doanh	Số lượng	%
Nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản	8	6%
Khai khoáng	3	2%
Công nghiệp chế biến, chế tạo	43	31%
Sản xuất và phân phối điện, khí đốt, nước nóng, hơi nước và điều hòa không khí	4	3%
Cung cấp nước	1	1%
Xây dựng	10	7%
Bán buôn và bán lẻ	23	17%
Vận tải kho bãi	8	6%
Dịch vụ lưu trú và ăn uống	4	3%
Thông tin và truyền thông	4	3%
Hoạt động tài chính, ngân hàng và bảo hiểm	3	2%
Hoạt động kinh doanh bất động sản	14	10%
Hoạt động chuyên môn, khoa học và công nghệ	6	4%
Giáo dục và đào tạo	2	1%
Hoạt động dịch vụ khác	5	4%
<b>Tổng cộng</b>	<b>138</b>	<b>100%</b>

Hình 4. Kết cấu mẫu theo quy mô DN



phù hợp với bộ dữ liệu. Kết quả cũng chỉ ra tất cả các biến quan sát đều có hệ số tải lớn hơn 0,5 và được gom thành 4 nhân tố; trong đó, nhân tố kiểm toán viên và môi trường pháp lý được kết hợp tạo thành nhân tố mới, bao gồm tất cả các biến thuộc hai nhân tố ban đầu và được đặt tên là chất lượng dịch vụ, tất cả các nhân tố còn lại đều được giữ nguyên.

Nghiên cứu tiếp tục kiểm định độ tin cậy của thang đo đối với nhân tố chất lượng dịch vụ thì thu được kết quả hệ số Cronbach Alpha cao (0,933) và tất cả các biến đều được chấp nhận. Như vậy, nghiên cứu có thang đo hiệu chỉnh sau bước phân tích EFA (Hình 5).

Nghiên cứu tiếp tục xem xét sự tương quan giữa các biến trong mô hình thì thấy, cả bốn nhân tố đều có tương quan với biến phụ thuộc và giữa các biến độc lập có tương quan với nhau, tuy nhiên, không có cặp biến nào có tương quan quá mạnh (Bảng 5).

Kết quả ước lượng mô hình hồi quy tuyến tính bội (bảng 6) cũng cho thấy, mô hình đưa ra là phù hợp thông qua các giá trị Sig.= 0.000, R<sup>2</sup>= 89.8% ; Durbin-Watson = 1.753; VIF < 5; các tham số đều có Sig. < 0.05.

Mô hình hồi quy tuyến tính có dạng như sau:

$$SLC = -0.756 + 0.304GPDV + 0.344TL + 0.381CLDV + 0.252LI$$

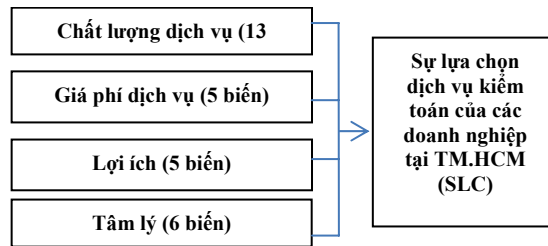
Kết quả nghiên cứu cho thấy, cả năm giả thuyết đưa ra đều được chấp nhận. Có nghĩa là giá phí dịch vụ, tâm lý, kiểm toán viên, môi trường pháp lý và lợi ích đều có tác động đến sự lựa chọn DVKT của các DN tại TP.HCM.

Kiểm định ANOVA cho thấy vị trí công việc không ảnh hưởng đến sự lựa chọn; đồng thời, kiểm định Independent T-test cho thấy giới tính cũng có kết quả tương tự. DN nhà nước có sự lựa chọn dịch vụ

**Bảng 4. Kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo**

Thang đo		Số biến được chấp nhận	Cronbachs Alpha
1	Giá phí dịch vụ	5	0,880
2	Tâm lý	6	0,810
3	Kiểm toán viên	8	0,895
4	Môi trường pháp lý	5	0,868
5	Lợi ích	5	0,848
6	Sự lựa chọn dịch vụ kiểm toán	4	0,818

**Hình 5. Thang đo hiệu chỉnh**



**Bảng 5. Kết quả phân tích tương quan**

	Giá phí dịch vụ	Tâm lý	Chất lượng dịch vụ	Lợi ích	Sự lựa chọn dịch vụ kiểm toán
Giá phí dịch vụ	1				
Tâm lý	.423**	1			
Chất lượng dịch vụ	.538**	.505**	1		
Lợi ích	.428**	.338**	.486**	1	
Sự lựa chọn DVKT	.748**	.698**	.797**	.664**	1

**Bảng 6. Kết quả ước lượng mô hình hồi quy**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.756	.088		-8.582	.000	
	Giá phí dịch vụ	.304	.021	.325	14.672	.000	.650
	Tâm lý	.344	.024	.298	14.037	.000	.708
	Chất lượng dịch vụ	.381	.026	.347	14.580	.000	.565
	Lợi ích	.252	.021	.256	12.137	.000	.720

a. Dependent Variable: Sự lựa chọn DVKT

kiểm toán khá khác biệt so với những loại hình DN còn lại. DN hoạt động trong lĩnh vực tài chính, ngân hàng và bảo hiểm và hoạt động kinh doanh bất động sản có sự lựa chọn khác biệt nhau và khác với những lĩnh vực kinh doanh còn lại. Công ty có quy mô siêu nhỏ có

sự lựa chọn tương đối khác biệt (hình 6, 7, 8, trang 51).

**4. Thảo luận về kết quả nghiên cứu và khuyến nghị**

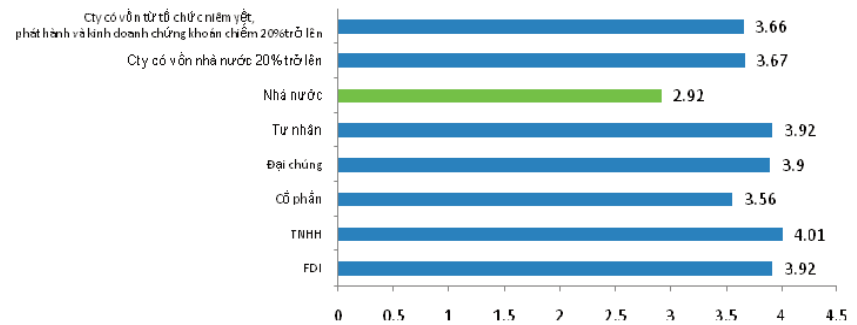
Kết quả nghiên cứu cho thấy, giá phí dịch vụ là nhân tố có mức độ tác động khá lớn đến sự lựa

chọn DVKT ( $\beta = 0,304$ ). Theo kinh tế học, đường cầu là đường đồ thị biểu diễn sự thay đổi của lượng cầu tương ứng với từng mức giá. Như vậy, giá cả có ảnh hưởng trực tiếp đến sự lựa chọn khi khách hàng cân nhắc lựa chọn sản phẩm/dịch vụ nào đó. Giá phí dịch vụ phù hợp khả năng tài chính, giá phí tương xứng với nhu cầu và lợi ích DN nhận được nhiều hơn chi phí bỏ ra là ba yếu tố được tán thành nhiều nhất khi DN cân nhắc lựa chọn công ty kiểm toán.

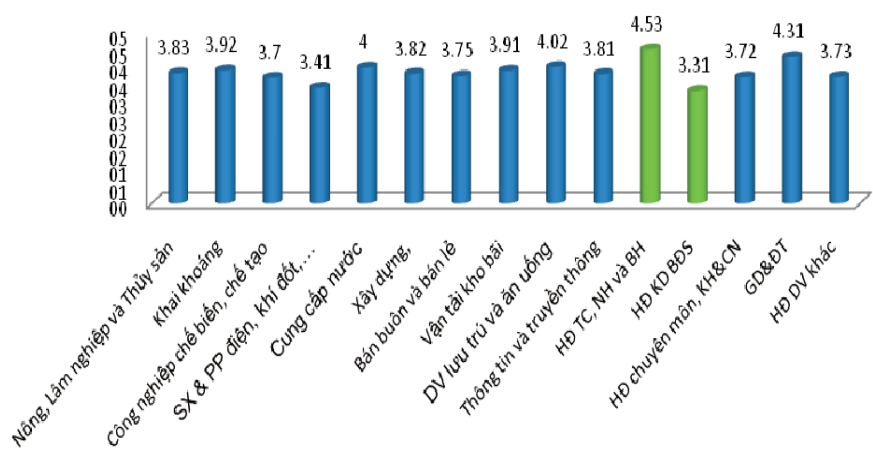
Giá phí DVKT trên thị trường được quyết định bởi nhiều yếu tố, bao gồm giá phí cạnh tranh, thương hiệu của công ty kiểm toán, chất lượng dịch vụ, rủi ro tiềm tàng và các yếu tố khác (chi phí đi lại, ăn uống, các khoản phí khác... gọi chung là EPO). Theo khảo sát chuyên gia, giá phí DVKT hiện tại đa phần rơi vào các khoảng mức sau: 1.000 – 1.500 USD (tương đương 20 - 35 triệu đồng), 1.500 – 3.000 USD (tương đương 35 - 70 triệu đồng), 3.000 – 7.000 USD (tương đương 70-165 triệu đồng) và từ 7.000 USD trở lên, phụ thuộc vào hai yếu tố chính là số lượng giao dịch kinh tế phát sinh và rủi ro tiềm tàng khi các yếu tố còn lại không đổi. Khoảng giá phí từ 70 - 165 triệu đồng là mức phí được các DN lựa chọn nhiều nhất khi có nhu cầu sử dụng DVKT, tiếp đến là khoảng giá phí từ 35 - 70 và từ 165 triệu đồng trở lên.

Tâm lý cũng là một nhân tố có tác động lớn đến sự lựa chọn DVKT ( $\beta = 0,344$ ). Tâm lý được hiểu là thị hiếu, thói quen hay quan điểm của khách hàng khi lựa chọn sản phẩm hàng hóa/dịch vụ. Để thu hút khách hàng, các công ty kiểm toán cần nắm bắt tâm lý của đối tượng khách hàng mục tiêu. Lựa chọn công ty kiểm toán có

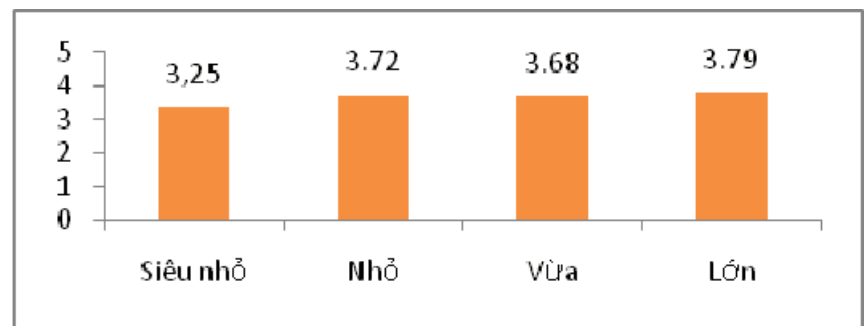
Hình 6. Ý kiến về sự lựa chọn dịch vụ kiểm toán theo loại hình DN



Hình 7. Ý kiến về sự lựa chọn DVKT theo lĩnh vực kinh doanh



Hình 8. Ý kiến về sự lựa chọn DVKT theo quy mô DN



danh tiếng và là công ty nước ngoài vì có chất lượng dịch vụ tốt hơn là xu hướng nhận được nhiều đồng tình nhất từ các công ty tham gia khảo sát. Các DN tham gia khảo sát có xu hướng ưu tiên lựa chọn các công ty thuộc Big4 (44%), tiếp đến là nhóm các công ty kiểm toán trong nước thuộc top đầu (35%). Tuy nhiên, khi thực tế lựa chọn công ty kiểm toán cung cấp dịch vụ cho DN mình, các

công ty thuộc top trong nước và các công ty thương hiệu nhỏ lại được ưa chuộng sử dụng hơn cả (41% và 31%).

Chúng tôi cho rằng, nguyên nhân chính là do giá phí dịch vụ của các công ty Big4 luôn cao hơn các công ty trong nước với cùng quy mô kiểm toán và chất lượng dịch vụ, mặc dù thương hiệu quốc tế của các công ty Big4 luôn có sức ảnh hưởng về uy tín và chất lượng.

Các công ty kiểm toán cần nắm bắt tâm lý lựa chọn của nhóm khách hàng mục tiêu, từ đó đưa ra chiến lược marketing phù hợp. Nếu khách hàng có xu hướng lựa chọn công ty có danh tiếng, công ty kiểm toán có thể tăng cường quảng bá thương hiệu. Nếu khách hàng ưa thích công ty nước ngoài, công ty kiểm toán có thể liên kết, trở thành đối tác với các thương hiệu nước ngoài hoặc thu hút nguồn vốn đầu tư ngoại hoặc trở thành nhà cung cấp thường niên cho những công ty nước ngoài, công ty đa quốc gia...

Nhân tố có tác động lớn nhất đến sự lựa chọn DVKT là chất lượng dịch vụ ( $\beta = 0,381$ ). Nhìn chung, các đặc điểm, tính chất của kiểm toán viên và công ty kiểm toán đều nhận được sự đồng ý cao. Riêng yếu tố kỹ năng mềm ít được tán thành nhất do khách hàng không yêu cầu cao về yếu tố này. Do đặc thù nghề nghiệp, kiểm toán viên còn hạn chế ở nhiều kỹ năng mềm, tuy nhiên không ảnh hưởng quá nhiều đến công tác kiểm toán. Mặc dù vậy, để nâng cao chất lượng dịch vụ, đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng, công ty kiểm toán cần chú trọng nâng cao chất lượng đội ngũ kiểm toán viên bằng cách thường xuyên tổ chức các khóa đào tạo, trợ cấp chi phí học tập để kiểm toán viên nâng cao trình độ, khả năng thực hiện công việc. Kiểm toán viên cần rèn luyện khả năng tiếng Anh, bao gồm cả giao tiếp bằng tiếng Anh và sử dụng tiếng Anh chuyên ngành trong công việc; rèn luyện kỹ năng giao tiếp, ứng xử và trình bày trong quá trình làm việc tại DN khách hàng; chú ý nâng cao kỹ năng làm việc nhóm; ngoài kiến thức chuyên môn, kiểm toán viên cần có hiểu biết và tìm hiểu về kiến thức xã

hội, kinh tế và đặc biệt là về ngành nghề kinh doanh của đơn vị được kiểm toán.

Một nhân tố nữa có tác động nhỏ nhất đến sự lựa chọn DVKT là lợi ích ( $\beta = 0,252$ ). Giúp công ty thực hiện đúng luật về kế toán, tránh rủi ro về thuế là lợi ích được các DN chú trọng nhất. Điều này phù hợp thực tế khi thuế luôn là vấn đề mà các DN luôn đau đầu vào mỗi mùa quyết toán, việc giúp DN tránh rủi ro về thuế, mang lại lợi ích rất lớn về tài chính và uy tín của doanh nghiệp với cơ quan thuế. Đội ngũ kế toán của nhiều DN không có đủ trình độ chuyên môn và kinh nghiệm để đảm bảo hệ thống kế toán, số liệu tài chính luôn đúng, vì vậy, ngoài những công ty thuộc diện bắt buộc phải kiểm toán hàng năm, việc DN tự nguyện sử dụng DVKT là cần thiết. Sử dụng DVKT còn nhằm mục đích vay vốn ngân hàng, niêm yết trên sàn chứng khoán, phát hành trái phiếu...

Việc gia tăng các lợi ích khác khi sử dụng DVKT như tư vấn về quy trình kiểm soát nội bộ, tư vấn về chính sách nhân sự, cách tổ chức và quản lý hệ thống kế toán, nêu các rủi ro đang tồn tại trong hệ thống kế toán và cách cải thiện, khắc phục, tư vấn các cách thức hợp pháp giúp DN giảm chi phí về thuế... cũng sẽ góp phần thu hút sự lựa chọn từ các DN và nâng cao giá trị dịch vụ.

### **5. Kết luận**

Nghiên cứu đã xác định được bốn nhân tố bao gồm: giá phí dịch vụ, tâm lý, chất lượng dịch vụ và lợi ích, có tác động đến sự lựa chọn dịch vụ kiểm toán của các DN tại TP.HCM. Kết quả này cũng hoàn toàn phù hợp với những nghiên cứu trước đây và phù hợp với các nhân tố được đề cập trong khung lý

thuyết. Các công ty kiểm toán có thể mở rộng quy mô nghiên cứu này hoặc nghiên cứu chuyên sâu theo đặc điểm của DN, khảo sát ý kiến của các nhà quản lý và chuyên gia trong lĩnh vực kiểm toán để có kết luận toàn diện hơn. ■

### **Tài liệu tham khảo**

Lại Thị Thu Thủy và Phạm Đức Hiếu (2017), *Những nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng kiểm toán báo cáo tài chính DN FDI, Đề tài nghiên cứu khoa học, Hà Nội.*

Nguyễn Hải Yến (2017), *Những nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng kiểm toán báo cáo tài chính DN, Luận văn Thạc sĩ, TP. Đà Nẵng.*

Trần Thị Cẩm Thanh và Đào Nhật Minh (2015), *Nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn dịch vụ kế toán của các DN vừa và nhỏ tại Việt Nam, Luận văn Tiến sĩ, TP.HCM.*

Trần Thị Mỹ Linh (2015), *Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn dịch vụ kế toán của các DN vừa và nhỏ tại thành phố Cần Thơ, Luận văn Thạc sĩ, TP.HCM.*

Husam Al-Khaddash, Rana Al Naways và Abdulhadi Ramadan (2013), *Factors affecting the quality of Auditing: The Case of Jordanian Commercial Banks, International Journal of Business and Social Science Vol. 4 No. 11, Jordan.*

Lovelock and Wirtz (2011), *Consumer behavior in a service context, Cheltenham, UK, Northampton, MA, USA, p.147-201.*

Robert J. Vallerand & Luc G. Pelletier (1992), *Ajzen and Fishbein's Theory of Reasoned Action as Applied to Moral Behavior: A Confirmatory Analysis, Journal of Personality and Social Psychology, vol 62, p.98-109.*