
SỬ DỤNG DỊCH VỤ KẾ TOÁN TRỰC TUYẾN TẠI CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA – NGHIÊN CỨU THỰC NGHIỆM TẠI CÁC TỈNH PHÍA NAM

Nguyễn Diên Duẩn

Trường Đại học Công nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh

Email: 23000031.duan@student.iuh.edu.vn

Trần Ngọc Hùng

Trường Đại học Công nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh

Email: tranngochung@iuh.edu.vn

Mã bài: JED-1631

Ngày nhận bài: 04/01/2024

Ngày nhận bài sửa: 15/02/2024

Ngày duyệt đăng: 01/3/2024

DOI: 10.33301/JED.VI.1631

Tóm tắt

Nghiên cứu này khảo sát các yếu tố ảnh hưởng đến niềm tin và quyết định sử dụng dịch vụ kế toán trực tuyến của doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Việt Nam, bao gồm thương hiệu, chất lượng, lợi ích, rủi ro, công nghệ, và niềm tin vào nhà cung cấp dịch vụ. Phương pháp nghiên cứu sử dụng phân tích định lượng (SmartPLS) với dữ liệu được khảo sát từ các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Việt Nam đã sử dụng dịch vụ. Kết quả cho thấy thương hiệu uy tín, chất lượng dịch vụ cao, và lợi ích rõ ràng là các yếu tố chính thúc đẩy việc sử dụng dịch vụ. Tuy nhiên, rủi ro về bảo mật dữ liệu và niềm tin vào công nghệ cũng cần được quan tâm. Nghiên cứu đề xuất các biện pháp khuyến khích sử dụng dịch vụ kế toán trực tuyến, bao gồm tăng cường thương hiệu, cải thiện chất lượng, minh bạch hóa lợi ích, giảm thiểu rủi ro, đầu tư công nghệ, và xây dựng niềm tin.

Từ khóa: Chất lượng, công nghệ, dịch vụ kế toán trực tuyến, lợi ích, thương hiệu.

Mã JEL: M40, M41, M14

Utilizing Online Accounting Services in SMEs - An Empirical Study in the Southern Provinces of Vietnam

Abstract

This study examines the factors influencing small and medium enterprises' trust and decision to use online accounting services in Vietnam, including brand reputation, service quality, benefits, risks, technology, and trust in the service provider. The research method employs quantitative analysis (SmartPLS) with data collected from small and medium enterprises that have utilized online accounting services. The results indicate that reputable brands, high service quality, and clear benefits are the primary factors driving the adoption of these services. However, data security risks and trust in technology also need to be addressed. In conclusion, the study's key findings underscore the importance of reputable brands, high service quality, and clear benefits in driving the adoption of online accounting services among small and medium enterprises in Vietnam. It also highlights the need to address data security risks and trust in technology. The study proposes measures to encourage online accounting services, including enhancing brand reputation, improving service quality, clarifying benefits, mitigating risks, investing in technology, and building trust.

Keywords: Benefits, brand reputation, online accounting services, service quality, technology.

JEL Codes: M40, M41, M14

1. Đặt vấn đề

Đại dịch COVID-19 đã ảnh hưởng sâu rộng đến kinh tế toàn cầu và Việt Nam, đặc biệt là tại các tỉnh phía Nam, gây suy giảm nghiêm trọng hoạt động kinh tế. Giá nguyên liệu tăng do khan hiếm và chi phí vận chuyển cao đã đẩy chi phí sản xuất lên, trong khi doanh thu giảm do nhu cầu thị trường giảm. Theo Bùi Quang Tuấn & Hà Huy Ngọc (2022), thương mại toàn cầu phục hồi chậm, và tăng trưởng kinh tế năm 2021 chỉ đạt 2,58% do làn sóng dịch thứ tư. Tỷ lệ doanh nghiệp phá sản hoặc tạm ngừng hoạt động tăng cao. Trong bối cảnh này, các doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) với sức cạnh tranh thấp gặp nhiều khó khăn hơn, cần cắt giảm chi phí, nâng cao năng suất và hiệu quả hoạt động để tăng cường năng lực cạnh tranh.

Một giải pháp được nhiều doanh nghiệp lựa chọn là thuê dịch vụ kế toán chuyên nghiệp thay vì tuyển dụng trực tiếp, giúp tiết kiệm chi phí mà vẫn đảm bảo chất lượng công việc. Sự phát triển mạnh mẽ của làn sóng số hóa cũng như tác động của của cách mạng công nghiệp 4.0 đã tạo cơ hội cho các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ kế toán trực tuyến. Các doanh nghiệp với nhu cầu ngày càng đa dạng, đòi hỏi dịch vụ kế toán phải đáp ứng yêu cầu ngày càng cao với chi phí hợp lý hơn. Theo báo cáo của Cisco (2020), hầu hết các DNNVV tại châu Á - Thái Bình Dương nhận thức được tầm quan trọng của chuyển đổi số, với 62% kỳ vọng tạo ra sản phẩm, dịch vụ mới và gia tăng trung bình 50% về doanh thu.

Tại Việt Nam, hoạt động cung cấp dịch vụ kế toán trực tuyến đang trở thành xu hướng nổi bật trong lĩnh vực tài chính, kế toán. Với sự phát triển bùng nổ của công nghệ thông tin, xu hướng này ngày càng được củng cố, thúc đẩy. Sự xuất hiện của dịch vụ này mang lại nhiều tiện ích cho doanh nghiệp, bao gồm việc giảm bớt gánh nặng quản lý kế toán nhờ vào việc outsource các công việc tư vấn, ghi chép, xử lý và lập báo cáo tài chính. Điều này giúp doanh nghiệp có thể giảm việc phân tán các nguồn lực, thay vào đó chỉ tập trung phát triển các hoạt động kinh doanh cốt lõi.

Thuê ngoài dịch vụ kế toán trực tuyến còn giúp doanh nghiệp tiếp cận được với nguồn lực chuyên môn cao và công nghệ mới, giảm chi phí liên quan đến đào tạo, phụ cấp, nộp thuế, thưởng và quản lý, cũng như chi phí đầu tư vào phần mềm kế toán đám mây và trang thiết bị. Một lợi ích quan trọng khác là khả năng sửa chữa ngay lập tức các sai sót sau khi ghi nhận, giúp quản trị doanh nghiệp có được thông tin chính xác và kịp thời (Soltani & cộng sự, 2019).

Tuy nhiên, việc lựa chọn sử dụng dịch vụ kế toán trực tuyến không phải không có rủi ro, bao gồm nguy cơ thông tin bị hacker tấn công hoặc bị lộ từ phía đơn vị cung cấp dịch vụ. Do vậy, việc đánh giá và lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ uy tín và chất lượng là hết sức quan trọng. Các nhà cung cấp dịch vụ kế toán trực tuyến cần chú trọng đến việc cung cấp các giải pháp chất lượng, chuyên nghiệp để xây dựng niềm tin với khách hàng. Dịch vụ này không chỉ giúp doanh nghiệp tiết kiệm chi phí và thời gian trong quản lý tài chính, mà còn tăng cường tính linh hoạt, tiết kiệm thời gian và chuyên nghiệp trong quản lý kế toán (Majumdar & cộng sự, 2021).

Nghiên cứu toàn diện về các nhân tố tác động đến quyết định sử dụng dịch vụ kế toán trực tuyến tại Việt Nam sẽ cung cấp cái nhìn sâu sắc về lợi ích và rủi ro, giúp doanh nghiệp đưa ra quyết định phù hợp. Đồng thời, tạo ra cơ hội phát triển cho các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ kế toán trực tuyến để đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng, góp phần vào sự phát triển của ngành kế toán và nền kinh tế số tại Việt Nam.

2. Cơ sở lý thuyết

Quyết định sử dụng dịch vụ kế toán trực tuyến của các DNNVV tại Việt Nam chịu ảnh hưởng từ nhiều yếu tố đa dạng. Vu & cộng sự (2020) kết luận rằng việc được hỗ trợ bởi các chính sách của chính phủ, trình độ học vấn của chủ doanh nghiệp, quy mô doanh nghiệp, mối quan hệ xã hội và tốc độ tăng trưởng doanh thu có tác động lớn đến hiệu suất kinh doanh của các DNNVV tại Việt Nam. Nguyen (2022) cũng nhấn mạnh tác động của các yếu tố như lợi ích tương đối, lợi ích cảm nhận từ chuyển đổi số, tính tương thích, mối quan tâm về an ninh, áp lực cạnh tranh, sự hỗ trợ từ nhà cung cấp, sự ủng hộ của ban quản lý cấp cao, sẵn sàng đầu tư, tính hữu ích cảm nhận và thái độ đối với việc áp dụng chuyển đổi số trên quyết định áp dụng chuyển đổi số tại các DNNVV ở Việt Nam. Nghiên cứu của Le & Shaffer (2017) cung cấp cái nhìn về chi phí hiệu quả của các DNNVV tại Việt Nam, có thể gián tiếp tác động đến việc ra quyết định của họ, bao gồm việc áp dụng dịch vụ kế toán trực tuyến. Kamyabi & Devi (2011) nhấn mạnh mối quan hệ tích cực giữa mức độ ủy thác ngoài và lòng tin vào các kế toán viên ngoài, mức độ cạnh tranh và chiến lược doanh nghiệp. Lutfi

(2020) đã thảo luận về ảnh hưởng của sự không chắc chắn môi trường đến việc áp dụng kế hoạch nguồn lực doanh nghiệp trong DNNVV, chỉ ra vai trò trọng yếu của các nhân tố thuộc về môi trường kinh doanh trong quyết định áp dụng công nghệ. Hơn nữa, Ha & cộng sự (2022) xác định sự tham gia của ban quản lý cấp cao, một nền văn hóa đổi mới, nguồn lực tổ chức và sự hỗ trợ từ mạng lưới kinh doanh đều tác động đến mức độ áp dụng các công cụ quản lý trong các DNNVV tại Việt Nam. Cahyaningtyas & Ningtyas (2020) cũng chỉ ra rằng đặc tính tài sản, sự không chắc chắn môi trường, năng lực kỹ thuật và mức độ cạnh tranh là các yếu tố chính ảnh hưởng đến quyết định của DNNVV trong việc sử dụng dịch vụ kế toán ủy thác, có thể mở rộng sang dịch vụ kế toán trực tuyến.

Từ đó nhóm tác giả xây dựng các giả thuyết nghiên cứu gồm:

H1a: Thương hiệu công ty dịch vụ kế toán ảnh hưởng tích cực đến quyết định sử dụng dịch vụ kế toán trực tuyến.

H1b: Thương hiệu công ty dịch vụ kế toán ảnh hưởng tích cực đến niềm tin vào dịch vụ kế toán trực tuyến.

Chất lượng của các dịch vụ kế toán qua mạng có một ảnh hưởng đáng kể và tích cực lên những quyết định áp dụng các dịch vụ này bởi các doanh nghiệp cỡ trung bình và nhỏ. Ding & cộng sự (2011) đã đưa ra nhấn mạnh về việc chất lượng dịch vụ đóng vai trò là nền tảng cơ bản cho sự hài lòng của khách hàng và những ý định hành động trong bối cảnh của ngành dịch vụ, từ đó khẳng định khả năng của chất lượng dịch vụ trong việc tạo ra những kết quả tích cực. Bên cạnh đó, Everaert & cộng sự (2008) đã nhấn mạnh sự quan trọng của lòng tin giữa khách hàng và nhà cung cấp, một yếu tố có mối liên kết mật thiết với chất lượng của dịch vụ được cung ứng. Đồng thời, Suryani & cộng sự (2022) đã bàn luận về sự liên quan giữa tính tiện lợi trong sử dụng hệ thống, chất lượng thông tin và khả năng phản hồi của dịch vụ đối với việc tạo ra các hậu quả tích cực cho người tiêu dùng, làm nổi bật ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ lên sự hài lòng của khách hàng và ý định hành vi của họ. Hơn nữa, ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ đối với hành vi của khách hàng đã được công nhận rộng rãi trong nhiều ngữ cảnh khác nhau, cho thấy chất lượng dịch vụ có một tác động đáng kể đến những quyết định mua sắm của người tiêu dùng và chứng minh vai trò chủ chốt của nó trong việc hình thành hành vi tiêu dùng. Shahnoori & Jenkins (2019) cũng đã nhấn mạnh giá trị của các thuộc tính chất lượng liên quan đến dịch vụ ngân hàng trực tuyến đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ, cho thấy chất lượng dịch vụ đóng một vai trò quan trọng trong việc ảnh hưởng đến quyết định của họ. Thêm vào đó, ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ đến hiệu quả kinh doanh đã được khám phá một cách rộng rãi. Nordin & cộng sự (2023) đã chứng minh chất lượng dịch vụ có một ảnh hưởng đáng kể đến việc áp dụng marketing trực tuyến giữa các doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Malaysia, từ đó làm rõ tác động của nó lên các quyết định kinh doanh. Từ đó nhóm tác giả đề xuất các giả thuyết nghiên cứu gồm:

H2a: Chất lượng dịch vụ kế toán trực tuyến ảnh hưởng tích cực đến quyết định sử dụng dịch vụ kế toán trực tuyến.

H2b: Chất lượng dịch vụ kế toán trực tuyến ảnh hưởng tích cực đến niềm tin vào dịch vụ kế toán trực tuyến.

Lợi ích của dịch vụ kế toán trực tuyến có ảnh hưởng tích cực đến quyết định sử dụng dịch vụ này của các DNNVV. Cảm nhận tính hữu ích và thông tin có sẵn trên các nền tảng trực tuyến được xác định là các yếu tố chính ảnh hưởng đến việc chấp nhận dịch vụ trực tuyến (Pikkarainen & cộng sự, 2004). Ngoài ra, các ưu điểm của dịch vụ trực tuyến như tiết kiệm chi phí, cải thiện hiệu quả, và dịch vụ khách hàng tốt hơn được nhấn mạnh là những yếu tố có ảnh hưởng trong việc thúc đẩy việc áp dụng dịch vụ kế toán trực tuyến (Kolodinsky & cộng sự, 2004; Hossain & cộng sự, 2022). Bên cạnh đó, các nghiên cứu cho thấy lợi ích nhận thấy được từ dịch vụ kế toán trực tuyến mang lại ảnh hưởng tích cực đến lòng tin vào việc sử dụng dịch vụ này. Alalwan & cộng sự (2017) nhấn mạnh việc cung cấp cho khách hàng cơ hội thử nghiệm các ứng dụng qua tài khoản demo thay vì tài khoản cá nhân tạo nên những trải nghiệm tích cực, giúp khách hàng cảm nhận trực tiếp giá trị và sự tiện lợi từ việc sử dụng những ứng dụng này. Tương tự, Pikkarainen & cộng sự (2004) đã chỉ ra rằng việc các ngân hàng cắt giảm mạng lưới chi nhánh và số lượng nhân viên, chuyển hướng khách hàng sang các kênh tự phục vụ, phản ánh sự tiện lợi và tiết kiệm thời gian do không phải chờ đợi tại chi nhánh ngân hàng. Berry & cộng sự (2002) cũng nhận định rằng người tiêu dùng không chỉ tìm kiếm giảm thiểu chi phí về thời gian và công sức ở giai đoạn hưởng thụ lợi ích từ trải nghiệm dịch vụ. Các phát hiện này đều bộc lộ rằng lợi ích cảm nhận từ dịch vụ kế toán trực tuyến, bao gồm sự tiện lợi, tiết kiệm thời gian

và công sức, có ảnh hưởng tích cực đến lòng tin vào việc sử dụng những dịch vụ này. Từ đó nhóm tác giả xây dựng các giả thuyết nghiên cứu gồm:

H3a: Lợi ích của dịch vụ kế toán trực tuyến ảnh hưởng tích cực đến quyết định sử dụng dịch vụ kế toán trực tuyến.

H3b: Lợi ích của dịch vụ kế toán trực tuyến ảnh hưởng tích cực đến niềm tin vào dịch vụ kế toán trực tuyến.

Các nghiên cứu trước đây chỉ ra rằng rủi ro liên quan đến dịch vụ kế toán trực tuyến có thể ảnh hưởng tiêu cực đến niềm tin sử dụng các dịch vụ này. Ví dụ, Li & cộng sự (2020) nhấn mạnh rằng rủi ro thông tin nhận thức có tác động gián tiếp đến ý định hành vi, qua trung gian là thái độ đối với hành vi đó. Tương tự, Yulianti & cộng sự (2020) nhận thấy rằng việc sử dụng dịch vụ được xác định bởi nhận thức tích cực về công nghệ, nhận thức rủi ro và niềm tin trực tuyến. Hơn nữa, Hong & cộng sự (2018) đã chỉ định rủi ro được nhận thức là những điều không chắc chắn hoặc hậu quả tiêu cực có thể xảy ra mà người dùng cảm nhận được từ việc sử dụng các dịch vụ chăm sóc sức khỏe trực tuyến. Những phát hiện này gợi ý chung rằng rủi ro nhận thức liên quan đến dịch vụ trực tuyến có thể ảnh hưởng tiêu cực đến niềm tin sử dụng dịch vụ kế toán trực tuyến. Từ đó nhóm tác giả xây dựng các giả thuyết nghiên cứu gồm:

H4a: Rủi ro ảnh hưởng tiêu cực đến quyết định sử dụng dịch vụ kế toán trực tuyến.

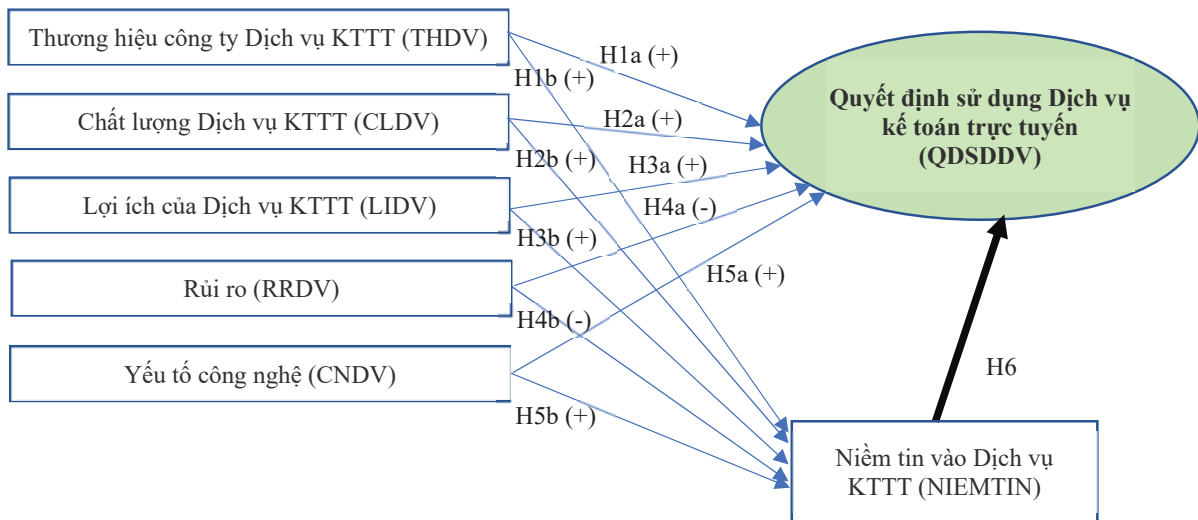
H4b: Rủi ro ảnh hưởng tiêu cực đến niềm tin vào dịch vụ kế toán trực tuyến.

Hơn nữa, Le & cộng sự (2023) đã nhấn mạnh tầm quan trọng của đổi mới, cụ thể là cải tiến sản phẩm hiện tại, là một nhân tố chủ chốt quyết định hiệu suất của các DNNVV tại Việt Nam. Thêm vào đó, Nguyen & cộng sự (2023) chỉ ra rằng bối cảnh công nghệ, tổ chức và môi trường là những động lực thúc đẩy marketing trực tuyến cho các DNNVV ở một số tỉnh phía Bắc của Việt Nam, cho rằng những nhân tố này cũng tác động đến quyết định sử dụng dịch vụ kế toán trực tuyến của các DNNVV. Từ đó nhóm tác giả xây dựng các giả thuyết nghiên cứu gồm:

H5a: Yếu tố công nghệ ảnh hưởng tích cực đến quyết định sử dụng dịch vụ kế toán trực tuyến.

H5b: Yếu tố công nghệ ảnh hưởng tích cực đến niềm tin vào dịch vụ kế toán trực tuyến.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu tổng hợp



Niềm tin được coi là yếu tố quan trọng quyết định trong việc sử dụng dịch vụ kế toán trực tuyến. Định nghĩa niềm tin trong dịch vụ kế toán là sự tin tưởng và phụ thuộc vào độ chính xác, độ tin cậy và bảo mật của thông tin tài chính được cung cấp bởi nhà cung cấp. Theo Meuter & cộng sự (2005), niềm tin đặc biệt quan trọng trong việc hình thành ý định sử dụng dịch vụ trực tuyến. Đối với dịch vụ kế toán, điều này đồng nghĩa với việc khách hàng cần phải tin rằng thông tin tài chính của họ được xử lý một cách an toàn và chính xác. Niềm tin này được hình thành qua nhiều yếu tố như uy tín, biện pháp bảo mật và sự minh bạch trong hoạt

động của doanh nghiệp cung cấp dịch vụ. Một nghiên cứu khác bởi Gu & cộng sự (2021) cũng nhấn mạnh vai trò của niềm tin trong các giao dịch thương mại điện tử, nơi niềm tin được xây dựng dựa trên tính chính trực, năng lực và lòng nhân từ của nhà cung cấp. Trong lĩnh vực kế toán, khách hàng sẽ có nhiều khả năng sử dụng dịch vụ nếu họ cảm thấy nhà cung cấp có đủ khả năng, đạo đức và quan tâm đến lợi ích của họ. Thêm vào đó, Gao & cộng sự (2023) cũng đề cập đến vai trò của niềm tin trong việc giảm bớt rủi ro cảm nhận trong giao dịch trực tuyến. Niềm tin vào nhà cung cấp dịch vụ kế toán giúp giảm nhận thức về rủi ro, từ đó thúc đẩy sự áp dụng dịch vụ. Tóm lại, niềm tin là một yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến quyết định sử dụng dịch vụ kế toán trực tuyến. Việc xây dựng niềm tin vào dịch vụ kế toán đòi hỏi việc thể hiện khả năng, đạo đức và áp dụng các biện pháp bảo mật để đảm bảo tính tin cậy và chính xác của thông tin tài chính. Các nhà cung cấp dịch vụ kế toán cần tập trung vào việc xây dựng mối quan hệ tin cậy với khách hàng nhằm khuyến khích việc sử dụng dịch vụ kế toán trực tuyến. Từ đó, nhóm tác giả xây dựng các giả thuyết nghiên cứu gồm:

H6: Yếu tố niềm tin vào dịch vụ kế toán trực tiếp ảnh hưởng đến quyết định sử dụng dịch vụ kế toán trực tuyến.

3. Phương pháp nghiên cứu

Trong nghiên cứu này, nhóm nghiên cứu chủ yếu áp dụng phương pháp định lượng, bắt đầu bằng việc rà soát các nghiên cứu và lý thuyết liên quan đến niềm tin vào dịch vụ, dịch vụ kế toán trực tuyến và lý thuyết chấp nhận công nghệ. Mục tiêu là làm sáng tỏ các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng dịch vụ kế toán trực tuyến. Sau đó, nhóm đã xây dựng một mô hình nghiên cứu cụ thể và phát triển các thang đo cho biến nghiên cứu, tiến hành khảo sát và phân tích định lượng để đánh giá mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đối với việc chấp nhận dịch vụ kế toán trực tuyến và mức độ phù hợp của mô hình. Phương pháp nghiên cứu sử dụng là mô hình cấu trúc tuyến tính SEM, qua đó, kiểm định mô hình đo lường và mô hình cấu trúc được thực hiện để đánh giá độ tin cậy và tính hợp lệ của thang đo, cũng như mối quan hệ giữa các biến và sự phù hợp của mô hình nghiên cứu với lý thuyết. Dữ liệu được thu thập từ các doanh nghiệp nhỏ và vừa đã chuyển từ dịch vụ kế toán truyền thống sang dịch vụ kế toán trực tuyến, thông qua phương pháp chọn mẫu phi xác suất thuận tiện. Mẫu nghiên cứu dự kiến lớn hơn 200, nhằm đảm bảo tính chính xác và độ tin cậy của phân tích SEM. Thời gian tiến hành khảo sát là trong khoảng thời gian quý tư năm 2023. Kết quả thu được từ 304 phiếu trả lời, với 300 phiếu hợp lệ, cho thấy tỷ lệ phản hồi cao và đảm bảo cơ sở dữ liệu vững chắc cho nghiên cứu.

4. Kết quả và thảo luận

Độ tin cậy có thể được đánh giá qua hệ số Cronbach's Alpha và độ tin cậy tổng hợp. Phân tích kết quả trong Bảng 1 chỉ ra rằng, giá trị hệ số Cronbach's Alpha biến động từ 0,803 (CLDV) đến 0,837 (QDSDDV). Trong khi đó, các giá trị độ tin cậy tổng hợp nằm trong phạm vi từ 0,863 (CLDV) đến 0,891 (THDV). Cả hệ số Cronbach's Alpha và độ tin cậy tổng hợp đều vượt qua ngưỡng 0,7 theo Hair & cộng sự (2022), điều này chứng minh cho độ tin cậy của các cấu trúc được nghiên cứu trong mô hình. Giá trị phương sai trích (AVE) cho từng cấu trúc được trình bày trong Bảng 1, cho thấy mỗi cấu trúc trong mô hình đều có giá trị lớn hơn 0,5, đảm bảo tính hợp lý về mặt hội tụ cho từng cấu trúc theo Fornell & Larcker (1981).

Bảng 1. Kết quả đánh giá mô hình

	Cronbach Alpha	rho_A	Độ tin cậy tổng hợp	Giá trị phương sai trích bình quân
CLDV	0,803	0,824	0,863	0,560
CNDV	0,804	0,845	0,865	0,569
LIDV	0,832	0,878	0,878	0,559
NIEMTIN	0,821	0,824	0,875	0,583
QDSDDV	0,837	0,842	0,885	0,605
RRDV	0,812	0,817	0,869	0,571
THDV	0,836	0,837	0,891	0,671

Chỉ số HTMT được sử dụng để kiểm tra mối tương quan có thực sự tồn tại giữa các thang đo của các cặp khái niệm trong mô hình nghiên cứu. Đây là kỹ thuật mới để kiểm tra giá trị phân biệt trong PLS-SEM và được xem là kỹ thuật tiên tiến hơn so với các phương pháp truyền thống của Fornell & Larcker (1981) hay hệ số tải chéo của Henseler & cộng sự (2015). Kết quả HTMT tại Bảng 2 cho thấy không có bất kỳ chỉ số

HTMT nào của các cặp khái niệm có giá trị lớn hơn 0,862. Theo Henseler & cộng sự (2015) mức chấp nhận là < 0,9. Từ đây, có thể kết luận thang đo của các khái niệm nghiên cứu đạt giá trị phân biệt cao.

Bảng 2. Giá trị chỉ số tương quan (Heterotrait-Monotrait ratio)

	CLDV	CNDV	LIDV	NIEMTIN	QDSDDV	RRDV	THDV
CLDV							
CNDV	0,193						
LIDV	0,543	0,308					
NIEMTIN	0,571	0,579	0,592				
QDSDDV	0,592	0,503	0,630	0,862			
RRDV	0,311	0,225	0,378	0,539	0,549		
THDV	0,435	0,262	0,376	0,593	0,605	0,376	

Kết quả kiểm định đã được trình bày trước đó khẳng định tính phù hợp của mô hình đo lường, từ đó tác giả tiến hành phân tích sự phù hợp của mô hình cấu trúc. Để đánh giá mức độ tương quan giữa các biến độc lập trong mô hình cấu trúc, chỉ số VIF (Variance Inflation Factor – đa cộng tuyến) được áp dụng. Lowry & Gaskin (2014) đã chỉ ra rằng, giá trị VIF lớn hơn 5 hoặc nhỏ hơn 0,2 là dấu hiệu của sự cộng tuyến giữa các biến tiềm ẩn trong mô hình. Dựa vào dữ liệu được thể hiện trong Bảng 3, tất cả giá trị VIF đều dưới 5, với giá trị cao nhất là 2,249 và giá trị thấp nhất là 1,271, cả hai đều nằm trong khoảng cho phép. Điều này cho thấy sự vắng bóng của hiện tượng đa cộng tuyến giữa các biến tiềm ẩn trong mô hình, qua đó khẳng định thêm tính ổn định và phù hợp của mô hình cấu trúc được nghiên cứu.

Bảng 3. Kết quả kiểm định đa cộng tuyến

	CLDV	CNDV	LIDV	NIEMTIN	QDSDDV	RRDV	THDV
CLDV				1,352	1,443		
CNDV				1,097	1,319		
LIDV				1,399	1,502		
NIEMTIN					2,249		
QDSDDV							
RRDV				1,189	1,284		
THDV				1,271	1,373		

Kết quả Bảng 4 cho thấy mức độ biến động của biến nội sinh (QDSDDV) được giải thích bởi các biến ngoại sinh khá cao với hệ số xác định R^2 là 61,5%. Kết quả này cho thấy khả năng dự báo của mô hình là đáng kể. Kế tiếp, biến NIEMTIN cũng được dự báo khá tốt với hệ số xác định R^2 là 54,8%.

Bảng 4. Hệ số xác định

	R bình phương	R bình phương hiệu chỉnh
NIEMTIN	0,555	0,548
QDSDDV	0,623	0,615

Bảng 5 trình bày giá trị ảnh hưởng của quy mô f^2 tương ứng với từng mô hình cấu trúc riêng lẻ. Trong Mô hình 1 (NIEMTIN), kết quả cung cấp thêm bằng chứng hỗ trợ cho kết luận niềm tin vào chất lượng dịch vụ kế toán trực tuyến phụ thuộc nhiều nhất vào yếu tố công nghệ của dịch vụ (CNDV, $f^2 = 0,203$). Các nhân tố còn lại gồm THDV ($f^2=0,081$), RRDV ($f^2=0,080$), LIDV ($f^2=0,074$), và CLDV ($f^2=0,067$).

Tương tự như vậy, trong Mô hình 2, nhân tố NIEMTIN có tác động mạnh đến QDSDDV ($f^2 = 0,155$), các nhân tố còn lại gồm LIDV ($f^2=0,061$), THDV ($f^2=0,047$), RRDV ($f^2=0,036$), VNDV ($f^2=0,032$) và CLDV ($f^2=0,031$).

Mô hình được xem xét mức độ phù hợp trên Bootstrapping nhằm đánh giá hệ số đường dẫn của mô hình cấu trúc. Xem xét tác động của các biến ngoại sinh đến biến nội sinh bằng việc kiểm định mối quan hệ trực tiếp giữa các cấu trúc thông qua hệ số đường dẫn (β) và p-value. Bảng 6 cho thấy với giá trị của p-value, các giả thuyết nghiên cứu ban đầu từ H1 đến H6 đều được hỗ trợ về mặt thống kê.

Bảng 5. Giá trị tác động

	CLDV	CNDV	LIDV	NIEMTIN	QDSDDV	RRDV	THDV
CLDV				0,067	0,031		
CNDV				0,203	0,032		
LIDV				0,074	0,061		
NIEMTIN					0,155		
QDSDDV							
RRDV				0,080	0,036		
THDV				0,081	0,047		

Bảng 6. Kết quả kiểm định giả thuyết nghiên cứu

Giả thuyết	Mối quan hệ	R bình phương	Hệ số đường dẫn (β)	P-values	Kết quả
Mô hình 1	Niềm tin vào DVKTTT (NIEMTIN)	54,8%			
H2b	CLDV -> NIEMTIN		0,042	0,000	Chấp nhận
H5b	CNDV -> NIEMTIN		0,039	0,000	Chấp nhận
H3b	LIDV -> NIEMTIN		0,040	0,000	Chấp nhận
H4b	RRDV -> NIEMTIN		0,046	0,000	Chấp nhận
H1b	THDV -> NIEMTIN		0,050	0,000	Chấp nhận
Mô hình 2	Quyết định sử dụng Dịch vụ kế toán trực tuyến (QDSDDV)	61,5%			
H2a	CLDV -> QDSDDV		0,039	0,000	Chấp nhận
H5a	CNDV -> QDSDDV		0,040	0,000	Chấp nhận
H3a	LIDV -> QDSDDV		0,042	0,000	Chấp nhận
H4a	RRDV -> QDSDDV		0,044	0,000	Chấp nhận
H1a	THDV -> QDSDDV		0,046	0,000	Chấp nhận
H6	NIEMTIN -> QDSDDV		0,082	0,000	Chấp nhận

5. Kết luận và giải pháp

Theo kết quả nghiên cứu, các yếu tố như thương hiệu, chất lượng dịch vụ, lợi ích, rủi ro, công nghệ và niềm tin đều ảnh hưởng đến quyết định sử dụng dịch vụ kế toán trực tuyến của DNNVV tại Việt Nam. Một thương hiệu uy tín giúp tạo dựng niềm tin và giảm cảm giác rủi ro từ phía người dùng. Chất lượng dịch vụ, bao gồm tính năng, hiệu suất, sự dễ sử dụng và hỗ trợ khách hàng, đóng vai trò quan trọng trong việc tạo cảm giác hài lòng và trung thành của khách hàng. Lợi ích của dịch vụ kế toán trực tuyến, như tiết kiệm thời gian và chi phí, tăng cường hiệu quả quản lý tài chính và tự động hóa quy trình làm việc, cũng là động lực mạnh mẽ thúc đẩy DNNVV chấp nhận và áp dụng dịch vụ.

Tuy nhiên, rủi ro về bảo mật dữ liệu và sự cố công nghệ là mối quan tâm lớn mà các doanh nghiệp cần xem xét kỹ lưỡng. Công nghệ đóng vai trò then chốt trong việc cung cấp dịch vụ, không chỉ về nền tảng và cơ sở hạ tầng mà còn về khả năng tích hợp và tương thích với các hệ thống khác của doanh nghiệp. Sự phát triển nhanh chóng của công nghệ và số hóa ngày càng nâng cao khả năng và hiệu quả của dịch vụ kế toán trực tuyến, giúp DNNVV tận dụng lợi thế cạnh tranh. Cuối cùng, niềm tin vào dịch vụ và nhà cung cấp dịch vụ là yếu tố quan trọng, được xây dựng dựa trên uy tín thương hiệu, chất lượng dịch vụ, và khả năng bảo vệ dữ liệu của khách hàng. Sự minh bạch và cam kết từ nhà cung cấp trong việc đảm bảo an toàn thông tin là cần thiết để tăng cường niềm tin từ người dùng. Kết quả nghiên cứu này tương thích với các nghiên cứu trước như Nguyen (2022), Hossain & cộng sự (2022), Nguyen & cộng sự (2023).

Dựa trên kết luận về các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng dịch vụ kế toán trực tuyến của các DNNVV tại Việt Nam, nhóm tác giả đề xuất một số giải pháp cải thiện và khuyến khích việc sử dụng dịch vụ này.

Thứ nhất, thực hiện các chiến dịch marketing và truyền thông hiệu quả để nâng cao nhận thức về thương hiệu và uy tín của công ty cung cấp dịch vụ, đồng thời cung cấp các nghiên cứu điển hình và chứng nhận chất lượng để chứng minh uy tín và hiệu quả.

Thứ hai, nâng cao tính năng và hiệu suất dịch vụ bằng cách phát triển các tính năng dễ sử dụng, đảm bảo tính ổn định và cung cấp dịch vụ hỗ trợ khách hàng chuyên nghiệp qua nhiều kênh như trực tuyến, điện thoại, và email.

Thứ ba, thông tin rõ ràng về lợi ích của dịch vụ, bao gồm tiết kiệm thời gian, chi phí và cải thiện hiệu quả quản lý, cùng với đầu tư vào công nghệ bảo mật tiên tiến và tuân thủ quy định bảo vệ dữ liệu cá nhân.

Thứ tư, cập nhật công nghệ mới nhất để đảm bảo dịch vụ an toàn, hiệu quả và tích hợp dễ dàng với các hệ thống quản lý khác của doanh nghiệp. Thứ năm, xây dựng và duy trì niềm tin bằng cách cung cấp thông tin minh bạch về dịch vụ, cơ chế giải quyết sự cố và chính sách bảo mật, thể hiện cam kết bảo vệ thông tin cá nhân và dữ liệu khách hàng.

Cuối cùng, tạo điều kiện thuận lợi cho việc thử nghiệm và áp dụng dịch vụ bằng các phiên bản dùng thử miễn phí hoặc giảm giá, đồng thời cung cấp hướng dẫn và hỗ trợ kỹ thuật để giúp doanh nghiệp dễ dàng chuyển đổi từ hệ thống kế toán truyền thống sang trực tuyến.

Bằng cách triển khai đồng bộ các giải pháp này, các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ kế toán trực tuyến không chỉ cải thiện chất lượng dịch vụ và mức độ hài lòng của khách hàng mà còn tăng cường sự tin tưởng và tham gia của DNNVV tại Việt Nam trong lĩnh vực kế toán trực tuyến.

Phụ lục: Bảng tóm tắt nội dung câu hỏi cho các biến trong mô hình

Tên biến	Nội dung chính
Chất lượng dịch vụ KTTT	Cơ sở vật chất tốt, chuyên môn của nhân viên đáp ứng nhu cầu của khách hàng; đúng quy trình, số liệu chính xác và bảo mật cao.
Yếu tố công nghệ	Sử dụng công nghệ cao: điện toán đám mây, big data; thường xuyên cập nhật tính năng mới và nâng cấp; tích hợp với các hệ thống có liên quan.
Lợi ích của dịch vụ KTTT	Tiết kiệm thời gian; quy trình làm việc gọn nhẹ; hỗ trợ về chuyên môn; chi phí thấp nhưng lợi ích nhiều.
Thương hiệu công ty dịch vụ KTTT	Công ty được nhiều người biết đến và được quảng bá rộng rãi; nhân viên của công ty chăm chỉ, chịu khó và chính chu; cơ sở vật chất hiện đại và bắt mắt.
Rủi ro	Có thể tạo ra rủi ro trong quá trình xử lý dữ liệu; lưu trữ dữ liệu; truy xuất dữ liệu; truyền dữ liệu; bảo mật riêng tư.
Niềm tin vào dịch vụ kế toán TTTT	Rủi ro sẽ được xử lý; chất lượng đảm bảo; đúng với cam kết từ nhà cung cấp dịch vụ; có những giải pháp tốt để mang lại lợi ích nhiều hơn cho khách hàng.
Quyết định sử dụng dịch vụ kế toán trực tuyến	Giảm chi phí do không đầu tư công nghệ và cơ sở hạ tầng công nghệ; đáp ứng những yêu cầu về chuyên môn cao và kịp thời sửa chữa những sai sót; báo cáo chính xác, mang lại hiệu quả cho doanh nghiệp.

Tài liệu tham khảo

- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017), 'Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: extending UTAUT2 with trust', *International Journal of Information Management*, 37(3), 99-110. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.01.002>.
- Berry, L. L., Seiders, K., & Grewal, D. (2002), 'Understanding service convenience', *Journal of Marketing*, 66(3), 1-17. DOI: <https://doi.org/10.1509/jmkg.66.3.1.18505>.
- Bùi Quang Tuấn & Hà Huy Ngọc (2022), *Kinh tế Việt Nam năm 2021 và triển vọng năm 2022*, truy cập lần cuối cùng ngày 06 tháng 06 năm 2024, từ <<https://www.tapchiconsan.org.vn/web/guest/kinh-te/-/2018/825002/kinh-te-viet-nam-nam-2021-va-trien-vong-nam-2022.aspx>>.

-
- Cahyaningtyas, F. & Ningtyas, M. N. (2020), 'The use of outsourced accounting service and its impact on SMEs performance', *Journal of Accounting and Business Education*, 4(2). DOI: <https://doi.org/10.26675/jabe.v4i2.8641>.
- Cisco (2020), *Số liệu thống kê*, truy cập lần cuối ngày 06 tháng 06 năm 2024, từ <https://www.cisco.com/c/vi_vn/solutions/small-business/digitalmaturity-2020.html#~key-highlights>.
- Ding, X., Hu, P. J., & Sheng, O. R. L. (2011), 'E-sequel: a scale for measuring online self-service quality', *Journal of Business Research*, 64(5), 508-515. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2010.04.007>.
- Everaert, P., Sarens, G., & Rommel, J. (2008), 'Using transaction cost economics to explain outsourcing of accounting', *Small Business Economics*, 35(1), 93-112. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11187-008-9149-3>.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981), 'Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics', *Journal of Marketing Research*, 18(3), 382-388. DOI: <https://doi.org/10.2307/3150980>.
- Gao, J., Yao, L., Xiao, X., & Li, P. (2022), 'Recover from failure: examining the impact of service recovery stages on relationship marketing strategies', *Frontiers in Psychology*, 13. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.852306>.
- Gu, S., Ślusarczyk, B., Hajizada, S., Kovalyova, I., & Sakhbieva, A. (2021), 'Impact of the covid-19 pandemic on online consumer purchasing behaviour', *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(6), 2263-2281. DOI: <https://doi.org/10.3390/jtaer16060125>.
- Ha, D.T., Le, T., Fisher, G. & Nguyen, T.T. (2022), 'Factors affecting the adoption extent of the balanced scorecard by Vietnamese small-and medium-sized enterprises', *Accounting Research Journal*, 35(4), 543-560. DOI: <https://doi.org/10.1108/arj-08-2020-0221>.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015), 'A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modelling', *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43, 115-135. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>.
- Hong, Z., Deng, Z., & Wei, Z. (2018), 'Examining factors affecting patients trust in online healthcare services in China: the moderating role of the purpose of use', *Health Informatics Journal*, 25(4), 1647-1660. DOI: <https://doi.org/10.1177/1460458218796660>.
- Hossain, S., Khan, Y. H., & Naumov, N. (2022), 'Service quality and online banking services', *International Journal of Multidisciplinary in Business and Science*, 8(13), 5-16. DOI: <https://doi.org/10.56321/ijmbs.8.13.5>.
- Kamyabi, Y. and Devi, S. (2011), 'Use of professional accountants' advisory services and its impact on SME performance in an emerging economy: a resource-based view', *Journal of Management and Sustainability*, 1(1). DOI: <https://doi.org/10.5539/jms.v1n1p43>.
- Kolodinsky, J., Hogarth, J. M., & Hilgert, M. (2004), 'The adoption of electronic banking technologies by us consumers', *International Journal of Bank Marketing*, 22(4), 238-259. DOI: <https://doi.org/10.1108/02652320410542536>.
- Hair, Joseph F., Tomas, G. Hult, M., Ringle, Christian M. & Sarstedt, M. (2022), *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, 3rd Edition, Sage, Thousand Oaks, CA.
- Le, D. V., Le, H. T. T., Pham, T. T., & Van Vo, L. (2023), 'Innovation and smes performance: evidence from Vietnam', *Applied Economic Analysis*, 31(92), 90-108.
- Le, T. D. and Shaffer, P. (2017), 'Assessing the efficiency costs of Vietnam's 'missing' small and medium-sized enterprises: a panel data investigation', *Asia & the Pacific Policy Studies*, 4(1), 50-69. DOI: <https://doi.org/10.1002/app5.165>.
- Li, D., Hu, Y., Pfaff, H., Wang, L., Deng, L., Lu, C., & Wu, X. (2020), 'Determinants of patients' intention to use the online inquiry services provided by internet hospitals: empirical evidence from China', *Journal of Medical Internet Research*, 22(1), e22716. DOI: <https://doi.org/10.2196/22716>.
- Lowry, P. B., & Gaskin, J. (2014), 'Partial least squares (PLS) structural equation modeling (SEM) for building and testing behavioral causal theory: When to choose it and how to use it', *IEEE Transactions on Professional Communication*, 57(1-2), 123-146. DOI: <https://doi.org/10.1109/TPC.2014.2312452>.
- Lutfi, A. (2020), 'Investigating the moderating role of environmental uncertainty between institutional pressures and ERP adoption in Jordanian SMEs', *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(3). <https://doi.org/10.3390/joitmc6030091>.
-

-
- Majumdar, Jharna, Bhattacharyya, Mousumi & Chakraborty, Arindam (2021), 'Online Accounting Services: An Emerging Trend in Indian Business Scenario', *International Journal of Applied Engineering Research*, 16(5), 513-520.
- Meuter, M. L., Bitner, M. J., Ostrom, A. L., & Brown, S. (2005), 'Choosing among alternative service delivery modes: an investigation of customer trial of self-service technologies', *Journal of Marketing*, 69(2), 61-83. DOI: <https://doi.org/10.1509/jmkg.69.2.61.60759>.
- Nguyen, P. H., Nguyen, T. H., & Nguyen, T. X. T. (2023), 'Factors Affecting the Adoption of Online Marketing Channels in SMEs: An Empirical Survey in the North of Vietnam', *VNU University of Economics and Business*, 3(2), 79-79. DOI: <https://doi.org/10.57110/vnujeb.v3i2.162>.
- Nguyen, X. T. (2022), 'Adopting digital transformation in small and medium enterprises: An empirical model of influencing factors based on TOE-TAM integrated', *Journal of Finance – Marketing*, 13(6), 45-57. DOI: <https://doi.org/10.52932/jfm.vi72.352>.
- Nordin, N. M., Koe, W., Mohamed, N. A., & Rahman, S. A. A. (2023), 'Factors influencing the adoption of online marketing among Malaysian SMEs', *Business Management and Strategy*, 14(1). DOI: <https://doi.org/10.5296/bms.v14i1.20954>.
- Pikkarainen, T., Pikkarainen, K., Karjaluoto, H., & Pahlila, S. (2004), 'Consumer acceptance of online banking: an extension of the technology acceptance model', *Internet Research*, 14(3), 224-235. DOI: <https://doi.org/10.1108/10662240410542652>.
- Shahnoori, P. & Jenkins, G. P. (2019), 'Valuation of the quality attributes of online banking services by small and medium enterprises engaged in international trade', *South African Journal of Economics*, 87(1), 65-81. DOI: <https://doi.org/10.1111/saje.12213>.
- Soltani, Ebrahim, Hosseini, Seyed Ali & Ghorbani, Hamidreza (2019), 'The Impact of E-Accounting on the Quality of Accounting Information', *Journal of Accounting and Finance*, 19(6), 95-106.
- Suryani, T., Fauzi, A. A., Sheng, M. L., & Nurhadi, M. (2022), 'Developing and testing a measurement scale for SMEs' website quality (SMEs-WebQ): Evidence from Indonesia', *Electronic Commerce Research*. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10660-022-09536-w>.
- Vu, N. X., Nguyen, T. P. T., & Ngo, T. A. (2020), 'Factors affecting the business performance of enterprises: Evidence at Vietnam small and medium-sized enterprises', *Management Science Letters*, 10(4), 865-870. DOI: <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.10.010>.
- Yuliati, L. N., Dradjat, H. A., & Simanjuntak, M. (2020), 'Online bike: role of perceived technology, perceived risk, and institution-based trust on service usage via online trust', *Cogent Business & Management*, 7(1), 1798067. DOI: <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1798067>.