

TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUY NHƠN
QUY NHON UNIVERSITY

TẠP CHÍ KHOA HỌC
TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUY NHƠN

QUY NHON UNIVERSITY
JOURNAL OF SCIENCE

KHOA HỌC XÃ HỘI, NHÂN VĂN VÀ KINH DOANH
SOCIAL SCIENCES, HUMANITIES AND BUSINESS

18 (4)

2024

AUGUST 2024

CONTENTS

1.	Unpacking the structural relationships between tourism interpretation service, destination image, and intention to revisit: a study in Binh Dinh and Phu Yen provinces Pham Tran Truc Vien	5
2.	Factors affecting environmental accounting information disclosure at Vietnam hydropower enterprises Tran Thu Van, Le Tran Hanh Phuong, Le Nu Nhu Ngoc	25
3.	High school EFL teachers' perceptions of written corrective feedback in writing classrooms Nguyen Thi Thu Hien, Nguyen Thi Thuy Kieu	37
4.	Citizen participation in the public policy implementation process of local governments in Vietnam Nguyen Tuan Anh, Nguyen Trung Kien	53
5.	Effect of water disclosure on firm value: evidence from food sector in Vietnam Pham Thi Thuy Hang, Nguyen Minh Thu, Nguyen Thi Minh Anh, Nguyen Thi Thanh Hang, Le Do Thanh Cong, Truong Duc Thanh Dat	63
6.	Developing Physical Education contents for students with weaker health at Quy Nhon University Nguyen Sy Duc, Bui Van Kien, Nguyen Ngoc Chau	75
7.	Gender similarities and differences in Anglo-American customer complaint strategies in tourism and hospitality industry Truong Van Dinh, Bui Thi Ngoc Tram, Nguyen To Lien	83
8.	The impact of social capital on employment ability of new graduates of the Faculty of Economics and Accounting at Quy Nhon University Su Thi Thu Hang, Nguyen Phuc Nhan, Le Anh Kiet, Le Thi Loi, Le Thi Luu, Bui Thi Y Ngoc	101
9.	Factors affecting digital transformation - the role of dynamic capabilities Nguyen Dang Tue	113
10.	Syntactic characteristics of verb patterns of single-word lexical verbs in English love songs Nguyen Thi Ngoc Huong, Huynh Thi Cam Nhung	127
11.	Factors influencing students' personal financial management: a case study of students at Quy Nhon University Tran Thi Dieu Huong	145

Nghiên cứu mối quan hệ cấu trúc tuyến tính của dịch vụ thuyết minh du lịch lên hình ảnh điểm đến và ý định quay trở lại điểm đến của du khách: nghiên cứu tại Bình Định và Phú Yên

Phạm Trần Trúc Viên*

Khoa Tài chính – Ngân hàng và Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Quy Nhơn, Việt Nam

*Ngày nhận bài: 16/10/2023; Ngày sửa bài: 23/02/2024;
Ngày nhận đăng: 20/03/2024; Ngày xuất bản: 28/08/2024*

TÓM TẮT

Nghiên cứu này tìm hiểu và đo lường mối quan hệ cấu trúc của dịch vụ thuyết minh du lịch đến hình ảnh điểm đến và ý định quay trở lại điểm đến của du khách. Từ việc thu thập và phân tích 406 bảng hỏi khảo sát từ khách du lịch đã ghé thăm Bình Định và Phú Yên, nghiên cứu này chứng minh rằng dịch vụ thuyết minh du lịch có tác động trực tiếp đến hình ảnh điểm đến và gián tiếp đến ý định quay trở lại điểm đến của khách du lịch. Nghiên cứu cũng cho thấy hình ảnh điểm đến có tác động trực tiếp đến ý định quay trở lại của khách du lịch. Các hiệu ứng trong mối quan hệ cấu trúc trên được xác định là lớn, nghĩa là dịch vụ thuyết minh du lịch có tác động lớn đến hình ảnh điểm đến và ý định quay trở lại của khách du lịch. Do đó, nghiên cứu này làm phong phú và đa dạng lý thuyết về dịch vụ thuyết minh du lịch, hình ảnh điểm đến và ý định quay trở lại. Từ đó, cung cấp giá trị ứng dụng thực tiễn cho các chương trình đào tạo hướng dẫn viên, các doanh nghiệp du lịch, tổ chức quản lý và tiếp thị điểm đến trong việc quản lý dịch vụ thuyết minh du lịch và nâng cao hình ảnh điểm đến.

Từ khóa: *Dịch vụ thuyết minh du lịch, hình ảnh điểm đến, lý thuyết S-O-R, mô hình phương trình cấu trúc, ý định quay trở lại.*

*Tác giả liên hệ chính.

Email: phamtrantrucvien@qnu.edu.vn

Unpacking the structural relationships between tourism interpretation service, destination image, and intention to revisit: a study in Binh Dinh and Phu Yen provinces

Pham Tran Truc Vien*

Faculty of Finance-Banking and Business Administration, Quy Nhon University, Vietnam

Received: 16/10/2023; Revised: 23/02/2024;

Accepted: 20/03/2024; Published: 28/08/2024

ABSTRACT

This study unpacks the structural relationship of tourism interpretation service on destination image and intention to revisit destinations. This study fulfills the research objective by collecting and analyzing 406 survey questionnaires by tourists who visited Binh Dinh and Phu Yen provinces. The study found that tourism interpretation service directly influence destination image while having an indirect influence on tourists' intention to revisit the destination. The study also found that destination image influences directly on tourists' revisit intention. The effects were found as large effects, meaning tourism interpretation service influences largely destination image and tourists' revisit intention. As such, the study enriches and advances the literature on tourism interpretation service, destination image, and revisit intention. The study provides practical implications for tour guide training programs, tourism businesses, and destination marketing organisations in managing tourism interpretation services and enhancing destination image.

Keywords: *Destination image, revisit intention, S-O-R theory, structural equation modeling, tourism interpretation service.*

1. INTRODUCTION

The intention to revisit a destination is recognized as an important factor in evaluating the effectiveness of tourism activities at that destination.¹ However, research on factors influencing tourists' intention to revisit after their trip is lacking and has not received sufficient attention from researchers. Tour guides have been evaluated as important personnel and representatives of a destination. Tour guides play a crucial role in shaping tourists' experiences and the image of the destination; among these, the

tourism interpretation service provided by tour guides, as indicated by some recent qualitative studies, can have an impact on the destination image.^{2,3} The destination image is identified as a factor influencing the decision-making process of choosing a destination. If tourists leave a destination with positive images of that destination, their intention to revisit is believed to become stronger. Therefore, there are reasons to believe that if tour guides provide a good interpretation service about the destination, tourists may form a positive and impressive

*Corresponding author.

Email: phamtrantrucvien@qnu.edu.vn

image of the destination and have a stronger intention to revisit to that tourist destination. However, to date, the relationship between these factors has not received sufficient attention from researchers, especially quantitative studies.

In recent years, Binh Dinh and Phu Yen have become emerging tourist destinations in Vietnam and Asia (<https://bvhttdl.gov.vn/>). Becoming attractive tourist destinations contributes to the strong development of the tourism industry in particular and the local economy in general. In recent times, tourism in Binh Dinh has achieved significant achievements that have contributed significantly to the socio-economic development of the region and the overall tourism development of the country and Binh Dinh in particular. According to statistical results, the number of tourists visiting Binh Dinh province in 2018 was nearly 4.1 million visitors, of which nearly 327.5 thousand were international tourists, accounting for about 8%. In 2019, the number of tourists increased to 4.8 million visitors; of which international tourists were 484 thousand, accounting for 10% (<https://sodulich.binhdinh.gov.vn/>). The statistics also show that the total revenue from tourists in Binh Dinh is mainly from domestic tourists. According to information from the Binh Dinh Department of Tourism, the total number of tourists visiting tourist destinations throughout the province in the first 9 months of 2022 was 3.5 million visitors (an increase of 200.3% compared to the same period in 2021), of which domestic tourists accounted for 3.1 million visitors. Along with the increase in the number of tourists, the transformation of tourism in Binh Dinh is also marked by the economic value that tourism activities bring. Specifically, the revenue from tourism activities in Binh Dinh has seen a strong increase, with tourism revenue in September 2022 estimated at 1,416 billion VND, an increase of 140,879% compared to the same period in 2021. In total, in the first 9 months of 2022, the total revenue of Binh Dinh's tourism

industry is estimated at 11,578.8 billion VND, an increase of 617.3% compared to the same period in 2021.

In the category "Top 10 Most Prominent Tourist Destinations in 2022," the keyword "Phu Yen Tourism" ranks among the top 3 most searched. Google explains that abundant and diverse natural resources, and famous landscapes with magnificent natural scenery in Phu Yen are popular choices for Vietnamese people, leading the search trend in 2022 on the topic of tourism. In November 2022 alone, despite being the lowest season for tourism, the number of visitors to Phu Yen reached 198,700 with 117,236 staying overnight, the highest ever recorded. Compared to 2019, before the COVID-19 pandemic, tourist arrivals to Phu Yen increased by 23%, and revenue increased by 41% (<https://sodulich.phuyen.gov.vn/>). This indicates that tourism in Phu Yen is experiencing a strong recovery.

Therefore, the interpretation service provided by tour guides about the destination is also developing and essential for tourists when visiting Binh Dinh and Phu Yen. The number of tour guides working at various sites and leading tours in both provinces has been continuously increasing. A study focusing on tourism interpretation service as well as its impact on the destination image and intention to revisit is a measure of the effectiveness of this important tourism personnel. Furthermore, ensuring a positive image of the destination and increasing the intention to revisit tourism at these destinations is not only an expectation of tourism personnel but also a goal of the tourism authorities in these two provinces. Therefore, based on scientific rationale and practical demands, it is necessary to conduct a study on the influence of the tourism interpretation service on destination image and intention to revisit destinations, specifically focusing on Binh Dinh and Phu Yen provinces.

2. LITERATURE REVIEW

2.1. Tourism interpretation service

According to the Vietnamese Ministry of Culture, Sports and Tourism,⁴ tourism interpretation service (TM) is the expression through language, both verbal and non-verbal, by tour guides and interpreters about tourist attractions, travel routes, and related information about objects visited in a tourist program at a destination. The authors of the research project "Current Situation and Some Solutions for Developing the Vietnamese Interpreter Team"⁵ summarized that in terms of semantics, the term "interpretation" refers to speaking or explaining to make things, events, or images clearer. Other researchers studying TM in Vietnam,⁶⁻⁸ also agree that TM involves the use of spoken language by tour guides and interpreters to convey information and explain the objects at the tourist sites and travel routes, the quality of tour interpretation services influencing by factors such as knowledge about tourism products, presentation skills, travel advice, personal demeanor, and image. These studies on TM mentioned above demonstrate the importance of TM and the abilities of tour guides to create a good travel experience for customers. Researchers also agree that investing in training and improving the quality of TM and the skills of tour guides will help enhance customer satisfaction and improve their travel experiences. According to the Vietnamese Law of Tourism, 2017, interpreters are on-site tour guides who serve interpretation services at sightseeing, museums, and others.

Internationally, TM has also received attention from many tourism researchers. Neale et al.⁹ focused on analyzing important factors in TM. These authors defined TM as the process of presenting and explaining a tourist destination, including its history, culture, geography, landscape, tourism activities, and other related information about the destination. TM aims to provide tourists with a comprehensive understanding of the destination they are

visiting and enable them to enjoy their vacation to the fullest. This study also indicated that TM can enhance interaction between tourists and locals, contributing to the economic and tourism development of the local area. The authors also emphasized the importance of TM in introducing and promoting the image of a tourist destination, attracting tourists to that location. Huang and Hsu¹⁰ presented that TM is the process of vividly and visually introducing information about a tourist destination so that customers can understand and experience it to the fullest. Kuo et al.¹¹ highlighted that TM is an important factor in customers' travel experiences, and can contribute to enhancing customer satisfaction with their travel experience, while also generating economic value for the local community by attracting tourists and promoting the development of the tourism industry. The authors also highlight the importance of TM in introducing and promoting the image of a tourist destination to customers and professionals, contributing to the sustainable development of the tourism industry.

It can be seen that tourism researchers have presented the concept of TM from various perspectives. In general, a TM is defined as a service that provides information about tourist destinations to tourists through guiding and explaining activities, aimed at improving their travel experience. However, in any form, TM has the common purpose of helping tourists better understand the tourist destination and creating a memorable travel experience, thereby enhancing customer satisfaction. By introducing information about the history, culture, architecture, and tourism activities at that location, TM helps customers receive and experience the tourist destination more comprehensively. In addition, TM can also help customers better understand sustainable tourism activities and encourage them to participate in these activities to protect the environment and maintain the cultural and historical values of the tourist destination. The purpose of TM is

to meet tourists' needs for visiting objects or to learn about local cultures, festivals, religions, customs, arts, traditions, architecture, artistry, landscapes, heritage sites, cultural villages, unique products, traditional products as well as many other contents at the locality. In addition, TM also supplement information upon customers' requests, answers questions, and clarifies doubts for customers not only at visiting objects but also during transportation or rest time.

2.2. Destination image

The concept of "image" is widely used in marketing and behavioral sciences to describe how individuals perceive goods, objects, actions, and events based on their beliefs, feelings, and impressions. In tourism destination marketing, the image refers to a person's impressions, ideas, expectations, and emotional thoughts about a specific location.¹²⁻¹³ There are two common approaches to conceptualizing destination image. One approach views it as a complex construct consisting of cognitive, emotive, and behavioral components. However, this conceptualization varies in many different destination contexts and is hard to measure as the variety and differences of attributes in numerous destinations. The other approach evaluates the overall destination image using a single-item method. The latter approach is more widely applied as it is easily applicable.

Destination image significantly impacts tourists' future visitation behavior. It influences their intention to revisit a destination and their likelihood to recommend it to others. It is the combination of visual and mental impressions that individuals have of a place or experience. This perception plays a significant role in tourists' decision-making when choosing destinations. For destinations that heavily rely on tourism, destination image is a crucial element in their marketing strategies.

According to the Vietnam National Administration of Tourism (VNAT),⁴ a destination image is often described simply as

an impression of a place or a perception of a region. There are many accepted definitions of a destination image, but it is generally understood as a system of beliefs, ideas, and impressions that people have about a particular place or destination. Destination image and destination satisfaction are two distinct concepts in the realm of tourism. Destination image refers to the overall perception or reputation of a place held by potential travelers, which can be influenced by marketing efforts, media portrayal, and word-of-mouth recommendations. It represents the mental picture or impression that people have of a destination before actually visiting it. On the other hand, destination satisfaction pertains to the actual experience and contentment felt by tourists during their visit to a specific destination. It is based on factors such as the quality of services, attractions, hospitality, and overall experience encountered during the trip. While destination image shapes expectations and influences travel decisions, destination satisfaction reflects the level of fulfillment and enjoyment derived from the visit itself. Therefore, according to the VNAT, a destination image is the belief, idea, and impression that tourists have about a place. The destination image directly affects tourists' decision to choose a tourism destination and thus is a key construct research of this study to consider its effect on tourists' intention to revisit.

Currently, research around the world highlights the concept of destination image as a crucial factor in the process of tourists' decision-making and destination choices. The following are some recent studies on the concept of destination image in tourism worldwide:¹⁴

- Lehto and O'Leary's study showed that the destination image can be created from external factors such as the leaders' opinions, media, and educational systems.

- Baloglu and Brinberg identified the destination image as a set of memories, impressions, and information that tourists have about the destination.

- Pike's study also demonstrated that the destination image can influence customers' choice and satisfaction with their tourism experience.

- Beerli and Martin argue that the destination image is the result of tourists' characteristics, perceptions, and evaluations of the destination. They also affirm that the destination image is a significant factor in tourists' decision-making process when selecting a destination.

- In Hosany et al.'s study, the authors pointed out that the destination image can be created through customers' experiences, reliable information, and media. They also suggest that the destination image can be analyzed into different factors such as culture, nature, history, and services.

- Buhalis and Law mentioned that the destination image is an essential factor in tourists' decision-making process when choosing a destination. They argue that the destination image includes characteristics of culture, history, and environment of the place.

- Andrade and Kastenzholz examined the concept of destination image from the perspectives of tourists and residents. They suggest that the destination image is created from a combination of information and experiences of tourists and residents, as well as through various media channels.

Source: Assumed in Andrade et al.¹⁴
In sum, it can be concluded that a destination image is the impressions, feelings, or thoughts that tourists have about a specific place through what they see, hear, experience, or feel when they visit it. The studies mentioned above show that the destination image is a crucial concept in the tourism industry and significantly influences customers' decision-making process. The destination image is often formed based on information that people have heard or read from various sources, especially information reflecting

prominent features such as local culture, scenery, local cuisine, entertainment activities, tourism infrastructure, and many other factors. These pieces of information are often provided by tour guides at the destination. Therefore, it can be said that TM can impact the destination image.

2.3. Intention to revisit

Research on the definition of intention to revisit to a destination by tourists often focuses on the ability and characteristics of tourists returning to a specific destination after a trip to that destination. For example, Park and Njite¹⁵ study discusses the intention to revisit tourists in Jeju City, South Korea. This study defines intention to revisit as the ability or intention of tourists to return to Jeju City after their trip to Jeju. Similarly, Kanwel et al.¹⁶ study examine the intention to revisit Chinese tourists, while Kusumawati et al.¹⁷ study focuses on the intention to revisit tourists to Bali, Indonesia. These definitions may vary depending on each specific study, but overall, they aim to measure the ability and characteristics of tourists returning to a destination after their trip there.

According to the VNAT,⁴ the intention to revisit to a tourist destination is the ability or desire of tourists to return to a destination they have previously visited. The significance of studying the intention to revisit a tourism destination is to help businesses in the tourism industry better understand and identify customer needs, thereby creating policies and products that are suitable for customer needs and desires, enhancing customer satisfaction and loyalty, and contributing positively to the development of the tourism industry.

In Vietnam, from 2017 until now, some studies have been conducted to investigate the intention to revisit to destinations by tourists, as this is one of the major concerns of tourism businesses and destination managers. Below are some notable research findings:⁶⁻⁸

- A study by Tuan and Toan⁶ showed that over 80% of tourists have the intention to revisit

in the future. Factors influencing this intention include service quality, price, scenery, culture, history, and security.

- A study by Tran and her colleagues⁷ in Ho Chi Minh City revealed that over 60% of tourists have the intention to revisit to Ho Chi Minh City for sightseeing and relaxation in the future.

- A study by Hai and Thuong⁸ found that over 85% of tourists have the intention to revisit to in the future. Furthermore, this study also indicated that service quality and reasonable prices are the most important factors influencing the intention to revisit tourists.

From these studies, it can be seen that the intention to revisit a destination is of special interest to researchers and destination managers. The intention to revisit to a tourist destination is the ability or desire of tourists to return to a destination they have previously visited. The intention to revisit is influenced by various factors such as price, infrastructure, safety, security, and especially the quality of services that tourists receive and use at the destination. Therefore, it can be trusted that TM is one of the services that can influence the intention to revisit a destination by tourists. However, there is still limited specific research on this issue, so it requires special attention for further study.

2.4. Research framework

The S-O-R theory, also known as the Stimulus-Organism-Response theory, is a widely used framework in the study of tourist behavior, specifically in investigating tourist revisit intention. This theory posits that external stimuli, such as service quality, and tour guide services, impact an individual's internal state, referred to as the organism, which then leads to a behavioral response. In the context of tourist behavior research, the S-O-R theory has been applied to understand the factors that influence tourists' intention to revisit a destination. By utilizing the S-O-R theory in studying tourist behavior and revisit intention, researchers gain insights into the complex interplay between external stimuli, internal perceptions, and behavioral responses. This understanding allows for the development of effective strategies to enhance destination attractiveness and encourage repeat visitation.¹⁸ Overall, the S-O-R theory provides a valuable framework for investigating tourist revisit intention by examining how external stimuli shape tourists' internal perceptions and ultimately influence their decision to revisit a destination. Based on the Stimulus-Organism-Response (S-O-R) theory and previous research, the theoretical model of the impact of tour guide services on the destination image and intention to revisit Binh Dinh and Phu Yen of tourists is expected as follows:

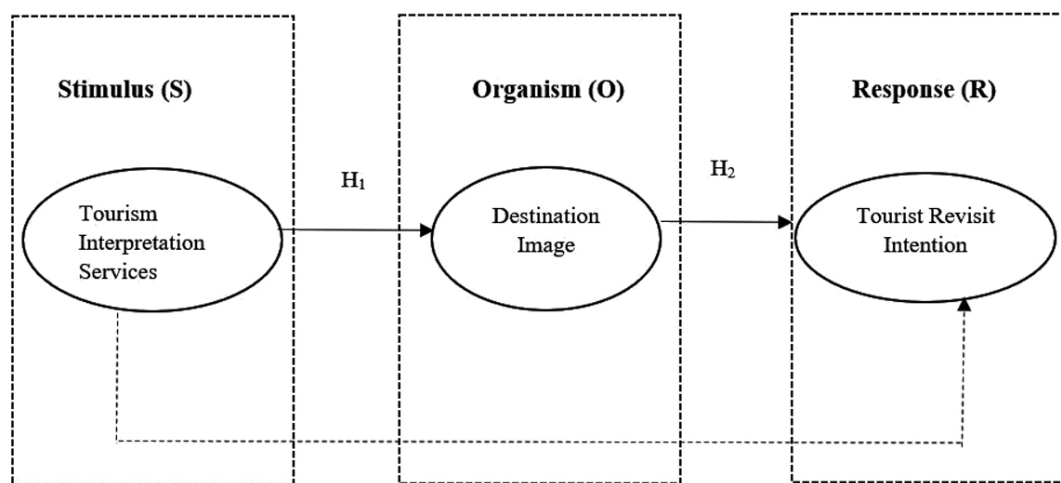


Figure 1. Stimulus-Organism-Response (S-O-R) theory and the proposed research model.

2.4.1. Effect of tourism interpretation service on destination image

Since 2014, TM has been considered as a crucial role in shaping the destination image. Through tourism interpretation service, tour guides can provide tourists with necessary information about the history, art, and culture of the destination, helping tourists gain a better understanding of the destination.¹⁴ Additionally, high-quality TM contributes to a better tourist experience and higher satisfaction with their tour. This leads to a tendency for tourists to have a more positive evaluation of the destination image and consider revisiting it in the future. On the other hand, poor-quality TM can create a negative impression on tourists and lower their evaluation of the tour guide's effectiveness and the destination image.

Although not specific, previous studies have provided evidence that TM can directly influence the destination image. Kuo et al.¹¹ also found that TM significantly affects tourist satisfaction and their evaluation of the destination image. A high-quality TM can create a better experience for tourists and help them gain a deeper understanding of their destination, thereby improving their evaluation of the destination image. Cheng et al.,¹² also demonstrated that high-quality TM influences tourist satisfaction and destination image. Other authors have highlighted the importance of tour guides' communication skills and academic knowledge, along with tourist satisfaction, as important factors influencing the destination image. However, some other studies have shown that poor-quality TM can hurt the destination image and tourist satisfaction. This indicates that TM can directly influence the destination image. However, most previous studies have focused on Western contexts or developing tourism countries. However, research findings regarding the extent of this influence vary in different research contexts. Therefore, it is necessary to research to examine this influence in different

research contexts, avoiding generalizing research findings without relying on actual research results at specific destinations.

Based on previous research findings and the Stimulus-Organism-Response theory, this study assumes:

Hypothesis 1 (H1): Tourism interpretation service directly influence destination image.

2.4.2. Effect of destination image on intention to revisit

The influence of destination image on the intention to revisit a destination has been analyzed by Andrade,¹⁴ who found that a positive destination image and higher tourist satisfaction can increase the intention to revisit. Asaker et al.¹⁹ also highlighted the positive impact of destination image on tourist behavior. Balakrishnan⁷ revealed that tourists express their intention to revisit a destination if they have a positive image of the place they have visited. In the field of tourism in Asia, previous quantitative studies have shown that destination image influences post-trip tourist behavior, including the intention to revisit.^{12,13,16,20} The intention to revisit is an important dependent variable in the study of tourist behavior, reflecting the level of satisfaction and loyalty towards a specific destination. Several studies have demonstrated that destination image has a positive impact on the intention to revisit²¹ indicating that when tourists have positive perceptions and expectations of a destination, they are more likely to evaluate it highly and desire to return in the future.

However, most studies on tourism impacts have been conducted in Western countries and developing tourism countries in Asia, and the extent of the influence of destination image on the intention to revisit may vary across different research contexts and study samples. Therefore, further research is needed on this issue in Vietnam and different localities within Vietnam to understand the level of impact of destination image on tourists' intention to revisit.

Based on previous research findings, this study assumes:

Hypothesis 2 (H2): Destination image directly influences the intention to revisit a destination.

2.4.3. Indirect effect of TM on intention to revisit

Based on hypotheses H1 and H2, particularly the S-O-R theory, this study has a basis to believe that TM indirectly influence tourists' intention to revisit a destination. Providing high-quality tour guide services not only improves tourists' travel experience but also contributes to creating a positive destination image and increasing the likelihood of tourists returning to the destination. TM play a crucial and necessary role in every tourism program. Through this activity, tourists can satisfy their needs for exploration, information, and guidance - three essential needs in the tourist experience. Additionally, tour guide services also involve meeting the higher and deeper learning needs of tourists. Especially in theme-based tourism programs such as cultural and spiritual tourism, TM contribute to the success of a tourism program, not only providing credibility to the travel company - which directly designs and organizes the tourism program - but also contributing to building the reputation of the tourism industry of a country, thereby creating a positive image and promoting tourists' intention to revisit the destination in the future. Therefore, this study believes and assumes that:

Hypothesis 3 (H3): Tourism interpretation service indirectly influences tourists' intention to revisit through destination image.

3. RESEARCH METHODOLOGY

The study employed a quantitative research method by constructing a survey questionnaire. This method is commonly used in scientific research and involves collecting data by requesting individuals to respond to questions presented in the survey questionnaire. The steps involved in this method are as follows:

1. Identify the research objectives and develop hypotheses related to the research topic.
2. Design the survey questionnaire to gather information about the identified hypotheses.
3. Conduct pre-survey testing to assess the validity and reliability of the survey questionnaire before implementing it in the main study.
4. Distribute the survey questionnaire to the research subjects and collect their responses.
5. Analyze the data to answer the research questions and draw conclusions.

To ensure the accuracy and representativeness of the data sample for valid and valuable conclusions, in this study, the questionnaire was constructed based on inheritance and selective approaches from previous studies in the same field. To ensure objective data and high reliability, the authors followed the following procedure in constructing the questionnaire:

1. Identify concepts and measurement approaches for variables in the research model based on an overview of previous studies.
2. Develop a Vietnamese version of the questionnaire by translating and referring to previous studies.
3. The Vietnamese questionnaire was sent to a number of experts who are researchers and experts in tourism for feedback, and then adjusted for appropriate wording and structure.

According to Hair,²² the sample size depends on the nature and context of each study. However, if the survey sample size exceeds 250, it ensures reliability in multivariate research and structural model analysis. Therefore, after being tested and adjusted through pre-survey research, an official survey with an expected collection of over 300 survey questionnaires will be conducted. Specifically, to ensure the timely progress of the study, the official survey questionnaire will be designed both online and

on paper. The researcher of this study will visit tourist destinations in Binh Dinh and Phu Yen provinces to conduct surveys on-site. The target respondents for this study are tourists who have visited Binh Dinh and Phu Yen in 2023.

Regarding the analysis and reporting of research results, this study will use SPSS 21 and AMOS 22 software to analyze the structural equation modeling (SEM) between tourism interpretation service, destination image, and revisit intention to Binh Dinh and Phu Yen as tourist destinations. Specifically, statistical analysis, descriptive analysis, exploratory factor analysis, confirmatory factor analysis, measurement model testing, and structural model testing will be performed. The research report will be written by the project leader based on the achieved data analysis results.

4. RESEARCH FINDINGS

4.1. Pilot test and pilot study

The survey questionnaire in the pilot test was sent to seven tourism lecturers and seven experienced researchers in the tourism field. Based on expert feedback, the measurement scales used in Cheng et al.²⁰ were found to be similar in terms of research context and target population for TM and destination images. The scales used in Yoon and Uysal²¹ were also found to be suitable for measuring the variable of intention to revisit a destination. Therefore, the survey questionnaire was constructed with reliable and contextually appropriate measurement scales from previous studies.

After being adjusted according to expert feedback, an official pre-survey pilot study with 125 tourists was conducted through an online Google Form to evaluate the reliability of the measurement scales. The reliability of a measurement scale relates to its internal consistency, while its effectiveness is related to the 'goodness' that the concept is reflected by the measurement scales.²² Therefore, the reliability analysis of the measurement scales will be used

to analyze the pre-survey data. Cronbach's alpha is the most widely used index for measuring the reliability of a measurement scale. In general, a measurement scale is considered highly reliable if Cronbach's alpha coefficient is above 0.70, and acceptable if it is above 0.60, while a value of 0.80 or higher indicates very good reliability. The results of the Cronbach's alpha analysis showed that all 14 measurement scales had high internal consistency, $\alpha = .969$, which exceeded the recommended value ($\alpha > .60$) for internal consistency. The Total Correlations for each measurement scale ranged from .720 to .878, which was much higher than .30, indicating good reliability. Therefore, the survey questionnaire with reliable and internally consistent measurement scales is ready for the main study.

4.2. Main study

The main survey research was conducted after the pilot study. The main survey collected 438 responses, of which 32 were incomplete, resulting in 406/438 completed responses, achieving a response rate of 92.7%. The sample size exceeded the recommended threshold ($n=300$) and is ready for further data processing and analysis. In the data cleaning step, the skewness and kurtosis indices were analyzed. Both skewness and kurtosis indices were analyzed through descriptive statistical analysis. According to Brown's recommendation, an acceptable range for skewness is between -3 and +3, and an acceptable range for kurtosis is between -10 and +1 when analyzing and using a linear structural model. The analysis results showed that the skewness and kurtosis indices for the observed variables for TM (observed variables TM1, TM2, TM3, TM4, TM5, TM6), observed variables for destination images (observed variables HA1, HA2, HA3, HA4), and observed variables for intention to revisit the destination (observed variables QL1, QL2, QL3, QL4) were all within the range of -1 and +1, ensuring the subsequent analysis steps in the linear structural model analysis process.

4.2.1. Research samples

The analysis results of the surveyed tourists show that there were 406 research samples, of which the number of female participants was higher than males, specifically 183 females accounting for 69.7%, while only 123 males participated, accounting for 30.3%. The survey also collected responses from tourists of different ages, from 18 to over 55, with the highest participation rate belonging to the age groups from 18 to 25

and from 26 to 40. These data are appropriate because according to statistics from the VNAT, these are the age groups that travel the most in Vietnam. The number of tourists participating in the study also belongs to many different occupational groups. In terms of travel forms, tourists traveling on tours participated in the survey more, with 259/406 people, accounting for 63.8%. Surveyed tourists used TM from tour guides, and on-site tour guides at Binh Dinh and Phu Yen and some used both services.

Table 1. Profiles of study samples.

Information	Number (N=406)	Percent
Gender		
• Male	123	30.3
• Female	183	69.7
Age		
• 18 to 25	140	34.5
• 26 to 40	105	25.8
• 41 to 55	81	20.0
• Over 55	80	19.7
Employment		
• Private companies	116	28.6
• Government-related offices	125	30.8
• Higher education students	46	11.3
• Freelancers	101	24.9
• Others	18	4.4
Travel form		
• On tours	259	63.8
• Independently	102	25.1
• On tours and independent travelling	45	11.1
Tourism interpretation service		
• On-tour tour guides	164	40.4
• On-site tour guides	92	22.7
• Both	150	36.9

4.2.2. The reliability analysis

The reliability analysis aims to test the internal consistency of the independent and dependent variables: TM, destination images, and intention to revisit. According to Hair et al.,²² to evaluate the reliability of a scale, a Cronbach's Alpha coefficient value of .70 or higher indicates that

the measurement is reliable. If an observed variable has a Cronbach's Alpha coefficient below .70, observed variables can be deleted to achieve higher reliability. However, this method should be used carefully as Cronbach's Alpha coefficient depends on the number of items/variables in a scale. This study found that the Cronbach's Alpha coefficient of the TM variable

is .829, which is much higher than .7, and the Cronbach's Alpha coefficient of the intention to revisit variable is .854, which is also higher than .7. Therefore, the observed variables of the TM and intention to revisit variables ensure the internal consistency and reliability of the scale. However, the destination image variable has a Cronbach's Alpha coefficient of .679 with the

observed variable HA2 (*This destination has many activities and events for tourists*) having a total correlation value of .311, so variable HA2 will be removed to increase the reliability of the destination image variable. After removing variable HA2, the destination image variable has a Cronbach's Alpha coefficient value of .705, which is greater than .7, ensuring a reliable scale.

Table 2. Results of the reliability analysis of variables (N = 406).

Measurement items	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Items deleted	Cronbach's Alpha
Tourism interpretation service			.829
TM1_ Tour guides understand tourists' needs	.542	.812	
TM2_ Tour guides have good communication skills	.581	.807	
TM3_ Tour guides work professionally	.660	.788	
TM4_ Tour guides interpret interestingly	.536	.814	
TM5_ Tour guides answer and reply tourists' requests very well	.659	.788	
TM6_ Tour guides interpret understandably	.630	.795	
Destination image			.705
HA1_ Overall, the destination is famous for its quality	.482	.663	
HA3_ Overall, the destination provides much good information for tourists	.494	.649	
HA4_ Overall, the destination has many good sightseeing and signature places	.597	.514	
Intention to revisit			.854
QL1_ I will revisit the destination in next two years	.723	.805	
QL2_ Revisit the destination is my priority	.676	.822	
QL3_ I will revisit the destination when I plan a holiday.	.680	.823	
QL4_ I will recommend my friends and relatives about the destination.	.710	.808	

4.2.3. Research findings on exploratory factor analysis

The results of the exploratory factor analysis (EFA) based on indices such as Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) and Bartlett's Test of Sphericity indicate that KMO is 0.880 and the p-value of Bartlett's Test of Sphericity is 0.000, indicating

that the data is suitable for factor analysis. Moreover, communalities are an index in EFA that indicates the percentage of variance in a variable explained by the extracted factors. The communalities index helps evaluate the importance of each variable in the factor analysis. From the tables, we can see that most of the observed variables have communalities

above 0.50, indicating that more than 50% of the variance of that variable is explained by the extracted factors. Therefore, the variables are suitable for factor analysis. The results of the factor rotation matrix in the exploratory factor analysis indicate that the factors converge into three clusters of measurement variables, with each observed variable having a loading above 0.5, indicating their suitability and readiness for confirmatory factor analysis (CFA) and assessing the goodness of fit in the subsequent CFA stage.

4.2.4. *The goodness-of-fit of the measurement model*

This study utilized Confirmatory Factor Analysis (CFA) to assess the fit of the research model. The analysis resulted in the following indices: χ^2/df ratio of 3.623, GFI=0.883, CFI=0.874, TLI=0.872, and RMSEA=0.073. A comparison of these indices with the established criteria

for model fit indicated that the model did not achieve an acceptable level of fit. Furthermore, an examination of the Modification Indices (MI) suggested that the model could be adjusted to improve its fit.

In the unadjusted model, variables TM1 (Tour guide/Commentator understands tourists' needs), TM4 (Tour guide/Commentator gives interesting commentary), TM6 (Tour guide/Commentator gives clear commentary), QL1 (I will return to this destination in the next 2 years), and QL2 (Returning to this destination is a travel priority for me) were relatively close in terms of their meanings, and had Modification Indices (MIs) of 17.802, 12.260, and 14.572, respectively, indicating that an additional link between these observed variables should be added. After adding these additional links, the model achieved an acceptable level of fit with the following indices:

Table 3. The goodness-of-fit of the measurement model.

Chi-square	df	p value	χ^2/df	GFI	CFI	TLI	RMSEA
160.008	59	.000	2.712	0.903	0.904	0.901	0.063

According to the table, all indices meet the requirements for a well-fitting Confirmatory Factor Analysis (CFA) model, with the exception of the TLI index, which is .897, very close to .9. The model can be further adjusted to achieve an even better fit, however, pursuing an overfit model with all indices being overly adequate is unnecessary, and may lead to more bias or statistical distortion, as noted by Hair et al.²² Therefore, the model has achieved a good

fit and is suitable for examining the structural relationships among latent concepts.

4.2.5. *Research findings on the structural equation modeling*

The linear structural model has been analyzed for the fit of the research model and research data. The results of the model fit are presented in the figure and table below.

Table 4. The goodness-of-fit of the structural model.

Chi-square	df	p-value	χ^2/df	GFI	CFI	TLI	RMSEA
164.103	60	.000	2.735	0.902	0.904	0.921	0.064

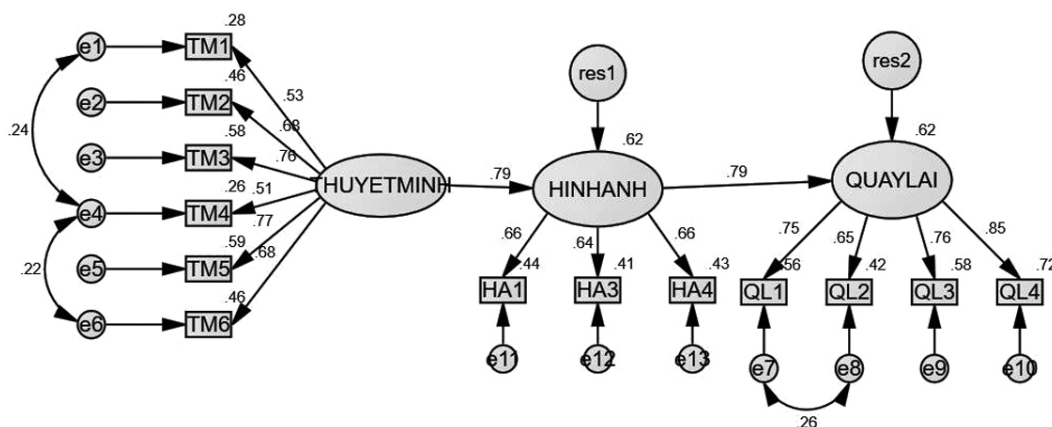


Figure 2. The structural equation modeling of tourism interpretation on destination image and intention to revisit.

According to the analysis results, the indices $\chi^2/df = 2.735$, GFI = 0.902, CFI=0.904, TLI=0.921, and RMSEA=0.064 were obtained. Compared to the standard indices proposed by Hair et al., these indices indicate that the linear structural model fits the research hypothesis and research data well. Moreover, the model fit indices of the linear structural model and the confirmatory factor analysis model are similar, which further confirms that the linear structural model is well-fitted and ready for analyzing and examining the results of the research hypotheses.

4.3. Research findings on the hypothesis testing

The analysis of standardized regression weights reveals a significant direct influence of TM on the destination image, with a p-value of 0.001

and a regression weight of 0.787. Additionally, the results also indicate that destination image has a direct impact on the intention to revisit the destination, with a p-value of 0.001 and an estimated weight of 0.79. This implies that if tourists receive good TM, they will have a positive perception of the destination, and with a positive destination image, they are more likely to have a higher intention to revisit the destination.

The results of the bootstrapping analysis indicate that TM has an indirect influence on the intention to revisit the destination through destination image. The estimated weight is 0.620, and the p-value is 0.01. This means that if tourists receive positive TM, it will increase their intention to revisit the destination through a positive perception of the destination image.

Table 5. Research findings on the hypotheses testing.

Path	Standardised Coefficient			Hypotheses Support/ Not Support
	Direct	Indirect	p-value	
Tourism Interpretation Service → Destination Image	.787		.001**	Support
Destination Image → Intention to Revisit	.787		.001**	Support
Tourism Interpretation Service → Intention to Revisit		.620	.001**	Support

Note: ** Parameter estimates significant at $p \leq .01$

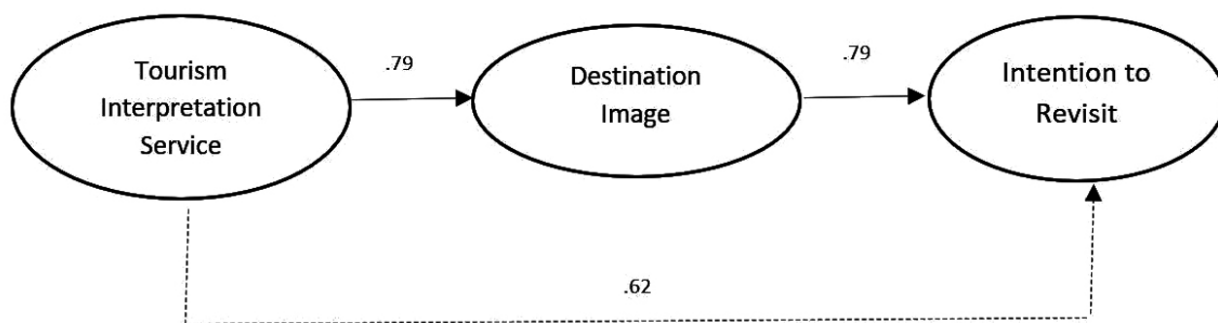


Figure 3. Research findings on the hypotheses testing.

Table 6. Squared multiple correlations.

	Estimate
Destination Image	.620
Intention To Revisit	.620
HA4	.434
HA3	.406
HA1	.437
QL4	.721
QL3	.578
QL2	.422
QL1	.559
TM6	.456
TM5	.585
TM4	.259
TM3	.585
TM2	.461
TM1	.284

To evaluate the strength or degree of the influence of an independent variable on a dependent variable in a linear structural model, the Squared Multiple Correlations (SMC) index is analyzed and used. The SMC index is an important index in Structural Equation Modeling (SEM) analysis. It represents the proportion of variance in each dependent variable that can be explained by the set of predictor variables in the model. The SMC value ranges from 0 to 1, with higher values indicating a stronger relationship between variables. In SEM analysis, the SMC value is used to assess the overall fit of the model and to evaluate the strength of each path/influence in the model. The SMC analysis results

of the linear structural model on the influence of tour commentary services on destination image and intention to revisit the destination in this study show that the weight (estimate) of the destination image and intention to revisit the destination variables is 0.620.

As shown in the SMC analysis results table below, most of the SMC values are greater than 0.25, indicating that the latent factor can explain more than a quarter of the item variance. This value is higher than the recommended cut-off threshold of 0.25. Hair et al.,²² also proposed that SMC values of 0.01, 0.09, and 0.25 can be used to represent "small," "medium," and "large" effects, respectively, in behavioral science. The SMC value of the destination image and intention to revisit the destination is 0.620, indicating that it explains 62% of the total variance, which is a large effect in behavioral science. This means that the influence of tour commentary services on destination image and intention to revisit the destination is significant in behavioral science.

5. DISCUSSION AND CONCLUSION

5.1. Discussion

This study analyzed a linear structural model to measure and determine the influence of tourism narration services on the destination image and intention to revisit tourists. The results of the analysis indicated that tourism narration services have a direct and positive impact on the destination image. The statistical analysis showed a significant p-value of 0.001 and a weight of 0.79, indicating a strong relationship

between these variables. This suggests that when tourists are provided with good tourism narration services about a destination, it directly and positively affects their perception of the destination image. Additionally, the study found that the destination image has a direct and positive impact on the intention to revisit, with a significant p-value of 0.001 and a weight of 0.79. This indicates that when tourists have a positive perception of a destination, it increases their likelihood of considering revisiting the destination. Furthermore, the study also discovered an indirect influence of tourism narration services on the intention to revisit. The statistical analysis showed a significant p-value of 0.001 and a weight of 0.62, indicating that tourism narration services have an indirect impact on the intention to revisit through their influence on the destination image. These findings highlight the importance of effective tourism narration services in creating a positive destination image and promoting tourists' intention to revisit.

The SMC analysis revealed that the relationship between tourism narration services, destination image, and intention to revisit has a value of 0.62, much higher than the proposed cutoff point of 0.25 by Hair et al.²²

Hair et al.²² guidelines for "small," "medium," and "large" effect sizes. This indicates a significant, specifically "large," impact of tourism narration services on both the destination image and the intention to revisit of tourists. The higher SMC value suggests that the impact of tourism narration services in shaping the destination image and encouraging tourists' intention to revisit is significant.

Previous studies have also examined the influence of tourism narration services. For example, Huang and Hsu¹⁰ found that tourism narration services have a significant impact on tourists' satisfaction and intention to revisit, which is consistent with the results of this study. Similarly, Yoon and Uysal found that

the destination image has a significant impact on tourists' intention to revisit, which is also consistent with this study's findings. However, there are some differences between this study's results and previous studies. For instance, Kanwel et al.¹⁶ found that tourism narration services have a significant impact on tourists' intention to revisit, which contradicts the indirect effect found in this study. Moreover, Chen and Tsai²⁰ found that the destination image has a significant impact on tourists' satisfaction, which was not specifically studied in this research. Compared to previous studies, this study contributes to the theory of the influence of tourism narration services by examining their linear structural effect on the destination image and indirect effect on tourists' intention to revisit. The comparison with previous research on the influence of tourism narration services, such as studies conducted in Taiwan,¹¹ Australia¹⁸ South Korea,¹⁵ indicates that the degree of influence varies depending on the research context and is different in Binh Dinh and Phu Yen. This indicates that the study on the influence of tourism narration services on the destination image and intention to revisit tourists or other dependent variables, depends on the specific research context and needs to be studied specifically in each locality. It is important to avoid generalizing research findings across different research contexts.

5.2. Contributions, limitations, and implications

This study measures the impact of TM on destination image and intention to revisit in Binh Dinh and Phu Yen provinces. The research identifies a linear structural relationship between TM, destination image, and intention to revisit, contributing to tourism research theory. The study emphasizes the significance of TM for tour guides, as defined by the Tourism Law 2017. It also confirms that destination image and TM are two contributing factors to increasing tourists' intention to revisit, further contributing to the research theory of revisit intention.

This study expands and confirms the linear structural relationship between TM,

destination image, and intention to revisit at the local destination level. It diversifies the research context compared to previous studies, emphasizing the substantial influence of TM, which accounts for 62% of the destination image and intention to revisit. This highlights the significant importance of TM in the effective operation of local destinations. These contributions enhance the theoretical understanding of TM, destination image, and intention to revisit diversely and comprehensively.

Investing in high-quality TM has a direct and positive impact on destination image. This can be achieved by hiring professional speakers, developing attractive scripts, and integrating multimedia elements. Engaging and informative interpretation services help tourists understand and appreciate the destination, encouraging revisits. Pre-existing scripts developed by experts enhance the quality of interpretation services. Multimedia elements like video and augmented reality create vivid and interactive experiences. Virtual tours provide different perspectives and insights into the destination's unique features and attractions. Secondly, the direct influence of destination image on tourists' intention to revisit emphasizes the importance of building a positive and strong destination image to attract tourists to revisit. For example, destination management organizations can develop marketing campaigns that introduce unique cultural heritage, natural beauty, or adventure opportunities of the destination. This may include creating attractive advertising materials such as videos, images, or brochures that introduce the unique features of the destination. Additionally, tourism service providers can offer high-quality services such as service quality, comprehensive information content, and diversity in cultural, historical, and sightseeing destinations to contribute to a positive destination image that increases tourists' intention to revisit.

The results regarding the indirect influence of TM on tourists' intention to revisit

through destination image demonstrate the importance of TM. A good tourism interpretation service can contribute to increasing tourists' intention to revisit the destination. Therefore, special attention should be paid to training and improving tourism narration skills for both guides and speakers. Additionally, guides themselves should also increase their awareness of their role in tourism narration services as this helps attract more customers and increase income. Therefore, a travel company can customize TM to serve specific customer groups. By providing TM that suit tourists' interests and needs, companies can create a more personalized experience that increases their intention to revisit. This study focuses on the destinations of Binh Dinh and Phu Yen, therefore, future studies should avoid generalizing the findings of this study to all other regions or localities in Vietnam or worldwide. Comparisons with previous studies indicate that the influence of tourism narration services on different variables varies in each research context. Thus, this study also suggests that future research reassesses the research model and the level of influence in different research contexts and target populations. Furthermore, this study specifically focuses on tour guides and on-site narrators, but has not explored international tour guides and international tourists. Therefore, future research is recommended to investigate the tourism narration services provided by international tour guides and evaluate the impact of their narration services on destination image and intention to revisit from the perspective of international tourists. By doing so, the linear structural relationship of tourism narration services on destination image and intention to revisit can be further enhanced in terms of theoretical understanding, contributing to the research on tourist behavior in tourism.

Acknowledgement

This research is conducted within the framework of science and technology projects at the institutional level of Quy Nhon University under the project code T2023.822.32.

REFERENCES

1. G. A. Abbasi, J. Kumaravelu, Y. N. Goh, K. S. D. Singh. Understanding the intention to revisit a destination by expanding the theory of planned behaviour (TPB), *Spanish Journal of Marketing-ESIC*, **2021**, 280-307.
2. N. Stylos, C. A. Vassiliadis, V. Bellou, A. Andronikidis. Destination images, holistic images and personal normative beliefs: predictors of intention to revisit a destination, *Tourism Management*, **2016**, 53, 40-60.
3. M. Kozak. Repeaters' behavior at two distinct destinations, *Annals of Tourism Research*, **2001**, 28(3), 784-807.
4. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch. *Quy định về hoạt động thuyết minh, hướng dẫn du lịch*, Nxb Thông tấn, Hà Nội, 2015.
5. N. V. Trường. *Thực trạng và giải pháp phát triển đội ngũ thuyết minh viên du lịch ở các di tích cấp quốc gia đặc biệt tại Hà Nội*, Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội, 2015.
6. N. H. Tuan, L. D. Toan. Antecedents and intention to revisit: experimental research for the beach resort tourism in central provinces, Vietnam, *International Journal of Applied Management Science*, **2022**, 14(4), 336-355.
7. V. T. Tran, N. P. Nguyen, P. T. K. Tran, T. N. Tran, T. T. P. Huynh. Brand equity in a tourism destination: a case study of domestic tourists in Hoi An city, Vietnam, *Tourism Review*, **2019**, 74(3), 704-720.
8. P. T. Hai, M. T. Thuong. The influence of the spiritual tourist destination attraction on international tourist's satisfaction and return intention: empirical evidence of Danang City, Vietnam, *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, **2019**, 8(1), 1-15.
9. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch. *Tài liệu bồi dưỡng kiến thức định kỳ cho hướng dẫn viên du lịch 02/2016*, Nxb Thế giới, Hà Nội, 2016.
10. S. Huang, C. H. C. Hsu. Effects of travel motivation, past experience, perceived constraint, and attitude on revisit intention, *Journal of Travel Research*, **2009**, 48(1), 29-44.
11. N. T. Kuo, K. C. Chang, Y. S. Cheng, J. C. Lin. Effects of tour guide interpretation and tourist satisfaction on destination loyalty in Taiwan's Kinmen battlefield tourism: perceived playfulness and perceived flow as moderators, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, **2015**, 33(1), 1-20.
12. Y. S. Cheng, N. T. Kuo, K. C. Chang, C. H. Chen. How a tour guide interpretation service creates intention to revisit for tourists from mainland China: the mediating effect of perceived value, *Journal of China Tourism Research*, **2018**, 15(8), 1-21.
13. D. Ceylan, B. Cizel, H. Karakaş. Destination image perception patterns of tourist typologies, *International Journal of Tourism Research*, **2021**, 23(3), 401-416.
14. A. M. Andrade, E. Kastenzholz. Destination image and its effects on tourists' behavior. *Tourism research frontiers: beyond the boundaries of knowledge*, Emerald Publishing Limited, England, 2015.
15. Y. Park, D. Njite. Relationship between destination image and tourists' future behavior: observations from Jeju island, Korea, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, **2010**, 15(1), 1-20.
16. S. Kanwel, Z. Lingqiang, M. Asif, J. Hwang, A. Hussain, A. Jameel. The influence of destination image on tourist loyalty and intention to visit: testing a multiple mediation approach, *Sustainability*, **2019**, 11(22), 6401.
17. A. Kusumawati, H. S. Utomo, S. Suharyono, S. Sunarti. The antecedents of behavioural intention for island tourism across traveller generations: a case of Bali, *Leisure/Loisir*, **2021**, 45(1), 53-74.
18. B. Weiler, R. Black. The changing face of the tour guide: one-way communicator to choreographer to co-creator of the tourist experience, *Tourism Recreation Research*, **2015**, 40(3), 364-378.
19. G. Assaker, V. E. Vinzi, P. O'Connor. Examining the effect of novelty seeking, satisfaction, and destination image on tourists' return pattern: a two factor, non-linear latent growth model, *Tourism Management*, **2011**, 32(4), 890-901.

20. C. F. Chen, D. C. Tsai. How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions?, *Tourism Management*, **2007**, *28*(4), 1115-1122.
21. Y. Yoon, M. Uysal. An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model, *Tourism Management*, **2005**, *26*(1), 45-56.
22. J. F. Hair, R. E. Anderson, R. L. Tatham, W. C. Black. Multivariate analysis of variance, *Multivariate Data Analysis*, **1992**, 87-138.



© 2024 by the authors. This Open Access Article is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

Factors affecting environmental accounting information disclosure at Vietnam hydropower enterprises

Tran Thu Van*, Le Tran Hanh Phuong, Le Nu Nhu Ngoc

Faculty of Economics and Accounting, Quy Nhon University, Vietnam

*Received: 16/10/2023; Revised: 25/02/2024;
Accepted: 13/03/2024; Published: 28/08/2024*

ABSTRACT

This article investigates the influencing factors and their level on environmental accounting information disclosure in hydropower enterprises in Vietnam. To achieve this aim, it analyzed scale reliability (Cronbach Alpha), exploratory factor analysis (EFA), and binary logistic regression analysis for data analysis. Research results indicate several factors affecting the disclosure of environmental accounting information at hydropower enterprises in Vietnam including: pressure from stakeholders, benefits of disclosing environmental accounting information, legal regulations, administrators' awareness; business characteristics is the only one with no influence. Based on the findings, the authors proposed recommendations to help hydropower enterprises increase the level of environmental accounting information disclosure.

Keywords: *Environmental accounting, environmental accounting information disclosure, hydropower enterprise.*

*Corresponding author:

Email: tranthuvan@qnu.edu.vn

Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến công bố thông tin kế toán môi trường tại các doanh nghiệp thủy điện Việt Nam

Trần Thu Vân*, Lê Trần Hạnh Phương, Lê Nữ Như Ngọc

Khoa Kinh tế và Kế toán, Trường Đại học Quy Nhơn, Việt Nam

Ngày nhận bài: 16/10/2023; Ngày sửa bài: 25/02/2024;

Ngày nhận đăng: 13/03/2024; Ngày xuất bản: 28/08/2024

TÓM TẮT

Trong bài viết này nhóm tác giả nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng và mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến công bố thông tin (CBTT) kế toán môi trường (KTMT) trong các doanh nghiệp (DN) thủy điện tại Việt Nam. Tác giả đã phân tích độ tin cậy thang đo (Cronbach Alpha), phân tích nhân tố khám phá (EFA), phân tích hồi quy binary logistic để phân tích dữ liệu. Kết quả nghiên cứu chỉ ra các nhân tố ảnh hưởng đến CBTT KTMT tại các DN thủy điện tại Việt Nam gồm: Áp lực các bên liên quan, lợi ích CBTT KTMT, quy định pháp luật, nhận thức nhà quản trị, nhân tố không có sự ảnh hưởng là đặc điểm DN. Từ đó, nhóm tác giả đề xuất một số khuyến nghị giúp các DN thủy điện tại Việt Nam tăng cường CBTT KTMT.

Từ khóa: Kế toán môi trường, công bố thông tin kế toán môi trường, doanh nghiệp thủy điện.

1. GIỚI THIỆU

Trong bối cảnh toàn cầu hóa, các DN không chỉ đối mặt với việc cân bằng giữa hiệu quả kinh tế, công bằng xã hội mà cần phải quan tâm đến vấn đề bảo vệ môi trường. Thông tin môi trường của DN cung cấp có ý nghĩa quan trọng cho việc quản trị điều hành DN cũng như cung cấp thông tin cho nhóm các đối tượng khác có liên quan trong việc lựa chọn quyết định. Vì vậy, chủ động CBTT KTMT sẽ thể hiện rõ trách nhiệm của DN đối với môi trường và xã hội bên cạnh mục tiêu tạo ra lợi nhuận và hướng tới thực hiện chiến lược tăng trưởng xanh, đảm bảo sự phát triển bền vững của DN. Tại Việt Nam hiện nay chưa ban hành chế độ kế toán liên quan đến KTMT trong DN. Do đó, việc triển khai vận dụng và CBTT KTMT tại Việt Nam nói chung và các

doanh nghiệp thủy điện nói riêng còn gặp nhiều hạn chế.

Các DN thủy điện tại Việt Nam là các đơn vị trực tiếp vận hành các nhà máy thủy điện, cung cấp điện cho quốc gia. Theo báo cáo thường niên của EVN năm 2022, thủy điện đã đóng góp 97.814 triệu KWh, chiếm 37% tổng sản lượng điện. Việc vận hành các nhà máy thủy điện mang lại nhiều lợi ích cho địa phương như điều tiết nguồn nước, cung cấp nước cho sản xuất lương thực, khai quang cơ sở hạ tầng và an sinh xã hội. Tuy nhiên thủy điện cũng mang lại một số tác động tới môi trường như thu hẹp diện tích rừng, mất cân bằng hệ sinh thái, gây ra sự cố động đất, nguy cơ vỡ đập,... Các thông tin được các DN thủy điện công bố thường liên quan tới các thông tin tài chính, mức độ và lượng thông tin liên

*Tác giả liên hệ chính.

Email: tranthuvan@qnu.edu.vn

quan tới môi trường chưa được DN thủy điện công bố thực sự được chú trọng. Bên cạnh đó, Thông tư 96/2020/TT-BTC ra đời đã mở rộng thêm đối tượng CBTT và đưa ra các yêu cầu chặt chẽ trong việc cung cấp thông tin của các DN đại chúng đặc biệt là công ty đại chúng. Do đó, các DN thủy điện muốn phát triển lâu dài và bền vững cần chú trọng thực hiện và CBTT KTMT. Nghiên cứu này sẽ nhận dạng các nhân tố ảnh hưởng và mức độ ảnh hưởng đến việc CBTT KTMT của các DN thủy điện tại Việt Nam, từ đó đề xuất các khuyến nghị nhằm tăng cường CBTT KTMT của các DN này trong thời gian tới.

2. TỔNG QUAN

2.1. Tổng quan nghiên cứu

Việc mất cân bằng giữa phát triển kinh tế và bảo vệ môi trường là vấn đề cấp bách của các quốc gia trên thế giới. Vì vậy, DN CBTT liên quan tới môi trường nhận được nhiều sự quan tâm. Các nghiên cứu về CBTT KTMT hiện nay thường theo hai hướng là công bố thông tin KTMT và các nhân tố ảnh hưởng đến CBTT KTMT.

Dưới góc độ nghiên cứu về việc CBTT KTMT, Berthelot & cộng sự¹ cho rằng DN sẽ tự nguyện CBTT KTMT nhằm mục đích nâng cao hình ảnh trước xã hội, đáp ứng nhu cầu thông tin cho các bên liên quan. Ngược lại Mobus² cho rằng CBTT môi trường là áp lực để DN tuân thủ quy định trong việc sử dụng định mức môi trường. Các nghiên cứu CBTT tự nguyện hay bắt buộc tại các quốc gia đều cho thấy tỷ lệ DN tự nguyện CBTT KTMT có xu hướng tăng nhưng chưa có sự so sánh thông tin do chưa có tiêu chuẩn quy định về vấn đề này. Bên cạnh đó, một số nghiên cứu so sánh về sự khác nhau CBTT khi có hướng dẫn và không có hướng dẫn như Ioannou & Setafeim.³

Nghiên cứu CBTT KTMT tại Việt Nam có một số tác giả tiêu biểu Nguyễn La Sao, Nguyễn Thị Kim Tuyền và cộng sự, Lê Anh Tuấn...^{4,6} cho thấy mức độ CBTT KTMT tại các DN trong một số lĩnh vực đặc thù như khai khoáng, dịch vụ,... chủ yếu mang tính chất định tính cao hơn thông tin định lượng.

Dưới góc độ nghiên cứu về các nhân tố như quy mô, ngành kinh doanh đặc thù, mức lợi nhuận ảnh hưởng đến CBTT KTMT tại các loại hình DN, ngân hàng, công ty niêm yết của Buniamin, Arif & Tuhin^{7,8} cho thấy các nhân tố trên có ảnh hưởng đáng kể đến mức độ CBTT KTMT tự nguyện của DN, qua đó thể hiện trách nhiệm của DN đối với môi trường và xã hội. Buniamin⁷ cho rằng DN có quy mô lớn và hoạt động trong lĩnh vực nhạy cảm với môi trường CBTT nhiều hơn và chất lượng thông tin cũng cao hơn so với nhóm còn lại. Theo Malarvizhi & Matta,⁹ nghiên cứu mức độ CBTT môi trường của 03 ngành có sự ảnh hưởng lớn tới môi trường tại Ấn Độ, kết quả mức độ công bố giảm dần với các ngành năng lượng, luyện kim, hóa chất.

Nghiên cứu về sự ảnh hưởng văn hóa kinh doanh đặc thù của quốc gia, Cooke¹⁰ tại Nhật Bản cho rằng không thể áp dụng các nghiên cứu tương tự cho quốc gia này và đã kết luận nhóm ngành, tình trạng niêm yết và quy mô là yếu tố sẽ ảnh hưởng tới sự CBTT KTMT trong báo cáo thường niên của các công ty niêm yết. Tại New Zealand, Hackston và Milne¹¹ kết luận rằng ngoài yếu tố quy mô và ngành nghề thì các công ty niêm yết ở trên sàn giao dịch kép sẽ CBTT nhiều hơn.

Nghiên cứu về sự ảnh hưởng của tính sở hữu đến việc CBTT KTMT, Neu & cộng sự¹² chứng minh cổ đông là nhân tố ảnh hưởng đáng kể nhất đến quyết định CBTT môi trường. Chau và Gray¹³ cho thấy quyền và tỷ lệ sở hữu có tác động tích cực đến việc CBTT tự nguyện trong các DN niêm yết ở Hồng Kông và Singapore. Ismail và Ibrahim¹⁴ phát hiện DN có tỷ lệ góp vốn của Chính phủ càng thấp thì mức độ CBTT càng cao và ngược lại...

Nghiên cứu về nhân tố áp lực từ các bên liên quan và nhóm các cơ quan quản lý môi trường. Neu & cộng sự, Alkisher^{12,15} chỉ rõ các nhân tố ảnh hưởng gồm: Áp lực cưỡng ép, áp lực quy chuẩn, cơ cấu tổ chức, văn hóa tổ chức, hỗ trợ của nhà quản lý, cân nhắc tính hợp pháp và áp lực các bên liên quan.

Tại Việt Nam, các nghiên cứu CBTT KTMT tiêu biểu như như Lê Thị Tâm¹⁶ nghiên cứu tại DN sản xuất gạch cho thấy quyết định của nhà đầu tư nước ngoài có tác động mạnh tới CBTT KTMT. Nguyễn La Soa & cộng sự⁴ đã chỉ ra các nhân tố ảnh hưởng đến KTMT của các DN khoáng sản niêm yết được tổ chức theo mô hình công ty mẹ - con. Lâm Thị Trúc Linh¹⁷ nghiên cứu dữ liệu sơ cấp từ 148 DN nuôi trồng thủy sản. Kết quả các nhân tố ảnh hưởng có sự giám sát của các cơ quan quản lý môi trường, trình độ am hiểu về KTMT của kế toán, thái độ ủng hộ của nhà quản lý về bảo vệ môi trường; có hướng dẫn thực hiện KTMT, áp lực từ Chính phủ, nhà nhập khẩu, nhà đầu tư, các tổ chức tài chính, cộng đồng, lợi ích khi thực hiện KTMT. Lê Anh Tuấn và cộng sự⁶ nghiên cứu trong hoạt động du lịch khách sạn đã xác định áp lực các bên, quy mô DN, nhận thức nhà quản lý, quy định pháp luật ảnh hưởng đến CBTT KTMT.

Nhìn chung, các nghiên cứu liên quan tới công bố thông tin KTMT trước đây đã đóng góp đáng kể trong việc mô tả thực trạng và đưa ra được những nhân tố ảnh hưởng đến việc CBTT KTMT thường trong một loại hình DN cụ thể. Tuy nhiên, các nghiên cứu này chưa thể đại diện chung các doanh nghiệp kinh doanh các nhóm ngành khác nhau và đặc thù như thủy điện. Các DN thủy điện được tổ chức quản lý và vận hành có đặc điểm riêng, ngoài ra thủy điện được xây dựng và vận hành có tuổi thọ rất cao, để vận hành thủy điện các doanh nghiệp thường phải đối mặt rất nhiều về các vấn đề liên quan tới hệ sinh thái khu vực rộng lớn, đời sống người dân và các yếu tố khác về văn hóa, lịch sử ít nhiều bị thay đổi... Vì vậy, việc thực hiện KTMT và sự minh bạch thông tin về KTMT là thực sự cần thiết. Nhóm nghiên cứu thực hiện đề tài nhằm xác định các nhân tố ảnh hưởng và mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến CBTT KTMT tại các DN thủy điện Việt Nam. Nghiên cứu này cũng góp phần bổ sung thêm các nghiên cứu về CBTT KTMT tại các DN đặc thù tại Việt Nam.

2.2. Lý thuyết nền

Lý thuyết thể chế (Institutional theory): Theo DiMaggio & Powell,¹⁸ các hành vi của DN chịu chi phối từ các áp lực cưỡng chế, áp lực bắt buộc và áp lực quy phạm từ xã hội, những áp lực này sẽ giải thích cho các hành động của DN mang tính chất tuân thủ quy định, chuẩn mực mang tính tự nguyện hoặc bắt buộc để giảm áp lực trong quá trình hoạt động. Theo đó, CBTT KTMT của DN thủy điện chịu áp lực từ chính phủ, cơ quan địa phương, cộng đồng xã hội với mục đích là hướng các hoạt động của DN trong khuôn khổ, bảo vệ môi trường, thúc đẩy an sinh xã hội.

Lý thuyết hợp pháp (Legitimacy theory): Theo Guthrie & Parker,¹⁹ để giảm thiểu sự đe dọa đến tính hợp pháp đơn vị cần thực hiện CBTT, điều này cũng minh chứng cho việc DN tuân thủ đúng quy định pháp luật, đáp ứng kỳ vọng của cộng đồng, và quảng bá hình ảnh tốt nhằm mang lại lợi ích cho DN. Việc xây dựng và vận hành các nhà máy thủy điện mang lại nhiều lợi ích cho xã hội nhưng đánh đổi lại là tác động rất lớn tới môi trường. Để hạn chế những tác động xấu các cơ quan nhà nước ban hành các quy định bắt buộc tuân thủ thực hiện và CBTT việc thực hiện quy định bắt buộc và trách nhiệm xã hội với cộng đồng.

Lý thuyết các bên liên quan (Stakeholders theory): Theo quan điểm lý thuyết các bên liên quan của Freeman,²⁰ các DN phải có nghĩa vụ đảm bảo lợi ích công bằng cho các bên liên quan như cổ đông, khách hàng, nhân viên, truyền thông, người dân bản địa, chính quyền địa phương, Chính phủ,... Neu và cộng sự¹² cho rằng DN tuân thủ CBTT KTMT theo yêu cầu của chủ sở hữu và cơ quan pháp luật hơn là vì áp lực từ nhà hoạt động bảo vệ môi trường. Tại các DN thủy điện cần CBTT KTMT để đáp ứng kỳ vọng của các bên liên quan, tuân thủ quy định của pháp luật về môi trường và xoa dịu những phản ứng của truyền thông và xã hội trước tác hại mà thủy điện mang lại.

Lý thuyết tín hiệu (Signaling theory): kết quả nghiên cứu của Spence,²¹ lý thuyết tín hiệu giải thích sự bất cân đối thông tin; để tạo lợi thế cạnh tranh cho DN, nhà quản trị sẽ cố gắng công bố những thông tin có lợi. Lý thuyết tín hiệu được vận dụng trong vấn đề cung cấp thông tin KTMT, DN cung cấp thông tin trung thực và minh bạch sẽ giảm bớt sự bất cân xứng thông tin, nâng cao giá trị hình ảnh DN nhằm đạt được mục tiêu nhất định của DN.

Lý thuyết đại diện (Agency theory): Lý thuyết đại diện được phát triển bởi Jensen và Meckling²² nghiên cứu mối quan hệ giữa nhà quản trị và cổ đông, nhà quản trị sẽ thuyết phục các cổ đông bằng việc tự nguyện tiết lộ thông tin. Lê Anh Tuấn và cộng sự⁶ cho rằng lý thuyết đại diện dự đoán rằng chi phí sẽ thay đổi theo các đặc điểm khác nhau của công ty, chẳng hạn như quy mô DN, tình trạng niêm yết. Do đó, DN thủy điện tiết lộ thông tin KTMT khi cho rằng lợi ích CBTT lớn hơn chi phí của nó.

3. MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1. Giả thuyết nghiên cứu

Nhiều tác giả đã nghiên cứu về sự tác động áp lực của một số bên liên quan tác động đến CBTT KTMT trong nhiều tình huống và ngành nghề khác nhau như Neu & cộng sự, Nguyễn Thị Kim Tuyền.^{5,12} Dưới áp lực cưỡng chế và áp lực quy phạm của các bên liên quan buộc các DN phải công bố các thông tin KTMT. Điều này phù hợp với nội dung của lý thuyết thể chế và lý thuyết hợp pháp đã đưa ra. Tại Việt Nam hoạt động của nhà máy thủy điện chịu ảnh hưởng nhiều từ áp lực của cơ quan Nhà nước buộc DN phải thực hiện các nhiệm vụ bảo vệ môi trường, an sinh xã hội và cần thông báo hành động cụ thể cho các đối tượng liên quan. Để thể hiện trách nhiệm với xã hội, để giảm bớt áp lực và đảm bảo tính bền vững hoạt động của mình DN sẽ tiến hành hoạt động CBTT liên quan tới môi trường. Bên cạnh đó, áp lực từ chủ đầu tư, sự tuyên truyền tích cực từ cơ quan báo chí, truyền thông, nhận thức cộng

đồng sẽ tác động tích cực tới sự CBTT KTMT phù hợp với chuẩn mực xã hội Alkisher, Bùi Thị Bích Phượng.^{15,23}

Giả thuyết H1: Áp lực các bên liên quan có ảnh hưởng thuận chiều đến CBTT KTMT tại các DN thủy điện Việt Nam

Kế thừa từ nghiên cứu Neu và cộng sự, Lâm Thị Trúc Linh, Guthrie & Parker^{12,17,19} cùng lý thuyết hợp pháp và lý thuyết tín hiệu, nhóm tác giả giải thích sự tác động của lợi ích công bố đến việc CBTT KTMT trong các DN thủy điện. Tại Việt Nam, thị trường phát điện có mức độ cạnh tranh cao, các nhà máy điện chào hàng cho các đơn vị mua buôn điện có yếu tố cạnh tranh rất cao về giá bán thì việc DN chứng minh được thực hiện đầy đủ trách nhiệm với môi trường và xã hội sẽ làm tăng tính cạnh tranh của DN trên thị trường này.

Giả thuyết H₂: Lợi ích CBTT KTMT có ảnh hưởng thuận chiều đến CBTT KTMT tại các DN thủy điện Việt Nam.

Theo lý thuyết hợp pháp, để đảm bảo sự hợp pháp DN luôn phải hoạt động trong phạm vi và chuẩn mực xã hội được cụ thể hóa trong quy định pháp luật Nhà nước đề ra và CBTT liên quan. Tuy nhiên việc tự nguyện CBTT môi trường dường như khó khả thi tại Việt Nam. Chỉ khi có qui định bắt buộc thì DN mới thực hiện và CBTT KTMT.¹⁹ DN thực hiện và CBTT KTMT theo hướng tuân thủ quy định pháp luật và tránh sự trừng phạt gây ảnh hưởng hoạt động kinh doanh.

Giả thuyết H₃: Quy định pháp luật có ảnh hưởng thuận chiều đến CBTT KTMT tại các DN thủy điện Việt Nam

Nhận thức của nhà quản trị DN sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến việc thực hiện và CBTT KTMT đó là kết luận phù hợp với nghiên cứu của Alkisher, Nguyễn Thành Tài.^{15,24} Nhà quản trị có sự ủng hộ, nhận thức được tầm quan trọng và chấp nhận những chi phí của việc CBTT KTMT sẽ ảnh hưởng tới quyết định và thực hiện CBTT KTMT của DN.

Giả thuyết H_4 : Nhận thức nhà quản trị có ảnh hưởng thuận chiều CBTT KTMT tại các DN thủy điện Việt Nam.

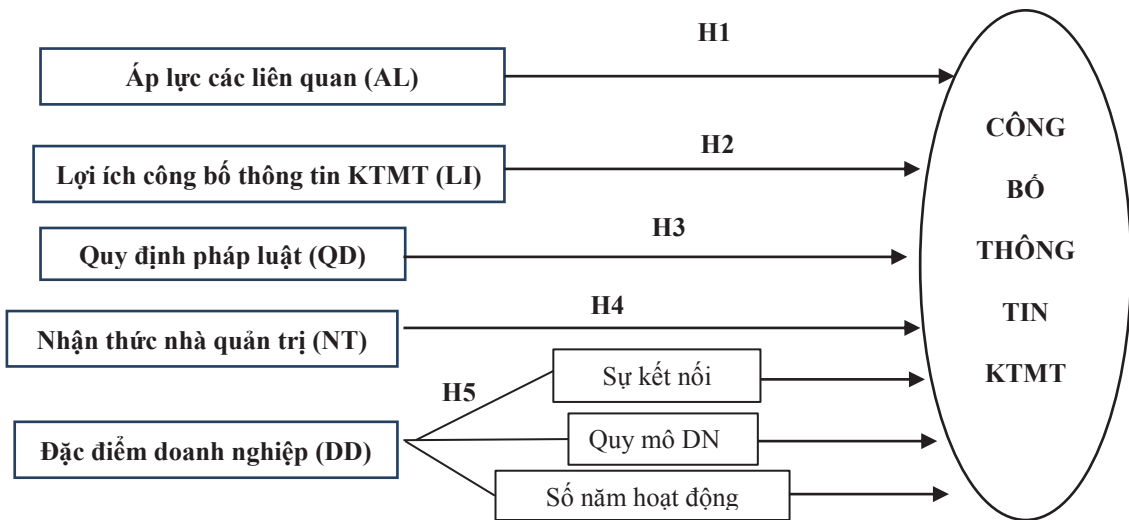
Yếu tố đặc điểm DN ảnh hưởng đến CBTT KTMT của DN được nghiên cứu xem xét dưới nhiều góc độ khác nhau. Theo Lê Anh Tuấn và cộng sự Cooke, Yang và Liang,^{6,10,25} có sự khác biệt trong CBTT KTMT giữa DN quy mô lớn và DN quy mô nhỏ và vừa. Tuy nhiên, Ferreira & cộng sự²⁶ lại cho rằng CBTT KTMT không bị chi phối bởi quy mô tổ chức. Qian và Burritt²⁷ nhấn mạnh khi có sự kết nối giữa bộ phận kế toán và bộ phận thực hiện KTMT thì khả năng CBTT KTMT sẽ cao hơn. Nghiên cứu Hawashe²⁸ cho rằng, thời gian hoạt động của tổ chức ảnh hưởng đến cung cấp thông tin minh bạch về hoạt động của tổ chức. DN mới thành lập thường chưa có

nhiều cơ sở dữ liệu cũng như việc thu thập thông tin đầy đủ để công bố.

Giả thuyết H_5 : Đặc điểm DN có ảnh hưởng thuận chiều đến CBTT KTMT tại các DN thủy điện Việt Nam.

3.2. Mô hình nghiên cứu

Dựa trên lý thuyết nền và nghiên cứu trước, phân tích thực tiễn tại các DN thủy điện tại Việt Nam, nhóm tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến CBTT KTMT của DN thủy điện gồm: Áp lực các bên liên quan (AL), Lợi ích công bố thông tin KTMT (LI), Quy định pháp luật (QD), Nhận thức nhà quản trị (NT) và Đặc điểm DN (DD). Trong biến Đặc điểm DN có 3 biến là: Sự kết nối (KN), Quy mô DN (QM) và Số năm hoạt động (SN).



Hình 1. Mô hình nghiên cứu.

(Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất)

3.3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này sử dụng phương pháp nghiên cứu hỗn hợp. Phương pháp nghiên cứu định tính giúp nhận diện các nhân tố ảnh hưởng đến CBTT KTMT. Nhóm tác giả phỏng vấn 10 chuyên gia là các giảng viên, nhà quản lý và kế toán trưởng của DN thủy điện để xác định các nhân tố và thang đo, hiệu chỉnh bảng khảo sát.

Nhóm tác giả gửi bảng khảo sát tới đại diện DN thủy điện Việt Nam tính tới thời điểm

tháng 8 năm 2023 như Ban Giám đốc, Kế toán trưởng. Mỗi DN trả lời 1 bảng khảo sát. Tổng số bảng khảo sát phát ra là 300, tổng số bảng khảo sát thu về có điền đầy đủ thông tin hợp lệ là 276. Phương pháp nghiên cứu định lượng giúp xử lý dữ liệu sơ cấp và kiểm định bằng mô hình binary logistic nhằm xác định mức độ ảnh hưởng của các nhân tố tới CBTT KTMT tại các DN thủy điện Việt Nam. Danh sách các DN thủy điện Việt Nam được thu thập dựa trên Tổng Cục thống kê và Sở giao dịch chứng khoán.

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1. Kết quả nghiên cứu định tính

Kết quả nghiên cứu định tính thông qua phỏng vấn cho thấy 100% chuyên gia đồng ý với mô hình nghiên cứu gồm 05 nhân tố ảnh hưởng đến CBTT KTMT tại các DN thủy điện Việt Nam do nhóm tác giả đề xuất bao gồm: Áp lực các bên liên quan (AL), Lợi ích CBTT KTMT (LI), Quy định pháp luật (QD), Nhận thức nhà quản trị (NT) và Đặc điểm DN (DD). Trong biến Đặc điểm DN có 3 biến là: Sự kết nối (KN), Quy mô DN (QM) và Số năm hoạt động (SN).

Nhóm tác giả đã tham khảo ý kiến và nhận được sự đồng thuận của nhóm chuyên gia về bảng câu hỏi với thang đo Likert 5 điểm.

4.2. Kết quả nghiên cứu định lượng

Từ kết quả nghiên cứu định tính, nhóm tác giả tiến hành nghiên cứu định lượng với phần mềm IBM SPSS Statistics 22.0.

4.2.1. Phân tích thống kê mô tả

Trong 276 DN được khảo sát gồm: 235 DN lớn (chiếm tỷ lệ 85,1%), 41 DN vừa và nhỏ (chiếm tỷ lệ 14,9%). Số DN hoạt động dưới 10 năm chiếm tỷ lệ 43,5%, DN hoạt động từ 10 đến 20 năm chiếm tỷ lệ 49,6%, số DN hoạt động trên 20 năm chiếm 6,9% mẫu khảo sát. Số DN thực hiện CBTT KTMT là 196 DN (71,01%), còn lại 80 DN chưa CBTT KTMT (28,99%).

Bảng 1. Phân tích thống kê mô tả.

	N	Trung bình	Độ lệch chuẩn
AL1	276	3,41	0,867
AL2	276	3,39	1,629
AL3	276	3,34	0,853
AL4	276	3,25	1,369
LI1	276	3,84	0,654
LI2	276	3,98	0,532
LI3	276	4,08	0,483
QD1	276	3,74	0,960
QD2	276	3,58	1,050
QD3	276	3,57	0,965
QD4	276	3,47	1,028
NT1	276	3,43	0,844
NT2	276	3,32	0,821
NT3	276	3,41	0,854
NT4	276	3,38	0,837

(Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu SPSS)

Theo kết quả tại Bảng 1, hầu hết các biến đo lường đều có giá trị trung bình cao hơn 3 cho thấy mức độ đồng ý trong bảng khảo sát khá cao. Xét về sự khác biệt của giá trị từng biến đo lường thì các biến AL2, AL4, QD2, QD4 có độ lệch chuẩn lớn hơn 1. Điều này cho thấy các đối tượng khảo sát có nhiều ý kiến khác nhau về các biến này.

4.2.2. Phân tích độ tin cậy của thang đo

Hệ số Cronbach's Alpha để đánh giá sự tương quan giữa các biến quan sát trong các nhân tố ảnh hưởng đến việc CBTT KTMT trong các DN thủy điện tại Việt Nam.

Bảng 2. Phân tích độ tin cậy thang đo.

STT	Nhân tố	Số lượng biến quan sát	Cronbach's Alpha
1	AL	4	0,897
2	LI	3	0,797
3	QD	4	0,888
4	NT	4	0,864

(Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu SPSS)

Kết quả tại Bảng 2 cho thấy, hệ số Cronbach's Alpha cho thấy các thang đo đều đạt độ tin cậy tốt (đều > 0,7). Từ đó có thể kết luận rằng thang đo đều đáng tin cậy và đủ tiêu chuẩn.

4.2.3. Phân tích nhân tố khám phá

Phương pháp EFA được sử dụng để thu nhỏ và tóm tắt dữ liệu. Mô hình nghiên cứu gồm 05 nhân tố độc lập nhưng biến đặc điểm DN có 03 nhân tố định tính nên nhóm tác giả tiến hành kiểm định EFA cho 04 còn lại. Sau khi kiểm định EFA, các nhân tố sẽ được gom thành các nhóm biến có liên hệ để xem xét và trình bày dưới dạng các nhân tố tác động đến việc CBTT KTMT tại các DN thủy điện Việt Nam. Qua Bảng 3, KMO = 0,763 < 1 chứng tỏ phân tích nhân tố phù hợp với dữ liệu thực tế. Bên cạnh đó, Sig = 0,000 < 0,05, các biến quan sát có tương quan tuyến tính trong mỗi thang đo. Tỷ lệ

phương sai trích (Bảng 4) là 75,85% > 50%, tỷ lệ này giải thích rằng 75,85% thay đổi của nhân tố được giải thích bởi các biến quan sát (thành phần) của nhân tố. Đồng thời, dựa vào bảng ma trận xoay nhân tố (Bảng 5) có thể thấy các biến quan sát hội tụ theo đúng thang đo nhóm tác giả đề xuất.

Bảng 4. Bảng phương sai trích.

Nhân tố	Eigenvalues ban đầu			Tổng bình phương hệ số tải đã xuất			Tổng bình phương hệ số tải đã xoay		
	Toàn phần	Phần trăm của Phương sai (%)	Phần trăm tích lũy (%)	Toàn phần	Phần trăm của Phương sai (%)	Phần trăm tích lũy (%)	Toàn phần	Phần trăm của Phương sai (%)	Phần trăm tích lũy (%)
1	3,946	26,306	26,306	3,946	26,306	26,306	3,283	21,888	21,888
2	3,576	23,842	50,148	3,576	23,842	50,148	3,008	20,055	41,943
3	2,149	14,325	64,473	2,149	14,325	64,473	2,889	19,263	61,206
4	1,708	11,385	75,858	1,708	11,385	75,858	2,198	14,652	75,858

(Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu SPSS)

Bảng 3. Kết quả kiểm định KMO và kiểm định Barlett.

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,763
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2674,969
	df	105
	Sig.	0,000

Bảng 5. Ma trận xoay.

Biến quan sát	Nhân tố			
	1	2	3	4
AL4	0,907			
AL1	0,899			
AL3	0,892			
AL2	0,883			
QD2		0,919		
QD3		0,843		
QD1		0,837		
QD4		0,808		
NT2			0,874	
NT4			0,862	
NT1			0,833	
NT3			0,765	
L13				0,897
L11				0,820
L12				0,806

(Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu SPSS)

4.2.4. Phân tích hồi quy binary logistic

Nghiên cứu kiểm tra ảnh hưởng của các nhân tố về CBTT KTMT bằng cách sử dụng mô hình hồi quy binary logistic. Biến phụ thuộc là biến giả sẽ nhận giá trị 1 nếu DN đã công bố hoặc có ý định công bố thông tin KTMT hoặc nhận giá trị 0 nếu DN chưa CBTT KTMT. Các biến còn lại phù hợp với mô hình sau khi thực hiện kiểm định tương quan là: AL, LI, QD, NT, QM, KN, SN. Kết quả hàm hồi quy binary logistic có dạng:

$$\ln(p/(1-p)) = -9,449 + 0,883*AL + 0,918*LI + 0,467*QD + 0,817*NT$$

Dựa vào kết quả Bảng 6, ta thấy nhân tố QM (sig = 0,435), KN (sig = 0,164) và SN (sig = 0,87) có sig \geq 0,1 nên ba biến trên bị loại khỏi mô hình. Đây là ba biến định tính của nhân tố đặc điểm DN nên có thể kết luận đặc điểm của DN không ảnh hưởng đến việc CBTT KTMT tại các DN thủy điện Việt Nam. Đồng thời, kết quả nghiên cứu cho thấy có bốn nhân tố tác động thuận chiều đến CBTT KTM tại các DN thủy điện Việt Nam. Cụ thể: áp lực các bên liên quan, lợi ích CBTT KTMT, Quy định của pháp luật và nhận thức của nhà quản trị.

Các nhân tố đều có ảnh hưởng tích cực đến mức độ CBTT KTMT tại các DN thủy điện Việt Nam, trong đó lợi ích khi CBTT KTMT là nhân tố sẽ có ảnh hưởng mạnh nhất đến mức độ CBTT, tiếp sau đó là nhân tố áp lực từ các bên liên quan (áp lực từ chính phủ, áp lực từ nhà đầu tư, áp lực từ cơ quan báo chí, truyền thông, áp lực từ xã hội) và nhận thức của nhà quản trị. Nhân tố quy định của pháp luật có tác động thuận chiều tới mức độ CBTT KTMT nhưng mức độ tăng là thấp nhất trong mô hình hồi quy.

4.3. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Kết quả nghiên cứu cho thấy, nhân tố lợi ích CBTT KTMT có tác động mạnh nhất tới việc CBTT KTMT tại các DN thủy điện Việt Nam. Tại Việt Nam, thị trường phát điện có mức độ cạnh tranh cao ngoài yếu tố giá bán thì việc DN công bố minh bạch việc thực hiện đầy đủ trách nhiệm với môi trường và xã hội sẽ mang lại nhiều lợi ích, tạo hình ảnh đẹp cho DN, làm tăng tính cạnh tranh của DN trên thị trường. Sự tác động

tích cực của nhân tố Lợi ích CBTT KTMT tới việc CBTT KTMT DN thủy điện Việt Nam là phù hợp với kết quả nghiên cứu của một số tác giả như Neu và cộng sự, Lâm Thị Trúc Linh, Guthrie & Parker^{12,17,19} và phù hợp với nội dung của lý thuyết hợp pháp và lý thuyết tín hiệu đưa ra.

Nhân tố Áp lực các bên liên quan có ảnh hưởng tích cực đến CBTT KTMT phù hợp với nội dung của lý thuyết thể chế và lý thuyết hợp pháp. Tại Việt Nam hoạt động của nhà máy thủy điện chịu ảnh hưởng nhiều từ áp lực của cơ quan Nhà nước buộc DN phải thực hiện các nhiệm vụ bảo vệ môi trường, an sinh xã hội và cần thông báo hành động cụ thể cho các đối tượng liên quan. Để thể hiện trách nhiệm với xã hội, giảm bớt áp lực và đảm bảo tính bền vững hoạt động của mình DN sẽ tiến hành hoạt động CBTT liên quan tới môi trường. Bên cạnh đó, áp lực từ chủ đầu tư, sự tuyên truyền tích cực từ cơ quan báo chí, truyền thông, nhận thức cộng đồng sẽ tác động tích cực tới sự CBTT KTMT phù hợp với chuẩn mực xã hội và đồng quan điểm với Alkisher, Bùi Thị Bích Phượng.^{15,23}

Kết quả nghiên cứu cho thấy nhân tố nhận thức nhà quản trị DN có ảnh hưởng tích cực tới CBTT KTMT tại các DN thủy điện. Kết luận này phù hợp với nghiên cứu của Alkisher, Nguyễn Thành Tài.^{15,24} Nhà quản trị DN là người đưa ra quyết định của DN. Vì vậy, nhà quản trị ủng hộ KTMT, đánh giá cao tính hữu ích, chấp nhận chi phí phát sinh sẽ ảnh hưởng đến quyết định CBTT KTMT trong DN thủy điện.

Nhân tố Quy định của pháp luật tác động tích cực đến việc CBTT KTMT bởi vì các DN Việt Nam nói chung và DN thủy điện nói riêng thường theo hướng tuân thủ quy định pháp luật bắt buộc thì mới thực hiện và CBTT KTMT²⁴ để tránh sự trừng phạt gây ảnh hưởng hoạt động kinh doanh. Điều này cũng phù hợp với lý thuyết hợp pháp, DN để đảm bảo tính hợp pháp luôn phải tuân thủ và hoạt động trong phạm vi quy định của pháp luật và việc CBTT trung thực minh bạch là một minh chứng cho hoạt động đó. Vậy, khi pháp luật có quy định bắt buộc thì việc tiến hành thực hiện CBTT KTMT tại các DN thủy điện sẽ trở nên khả thi hơn.

Bảng 6. Các biến trong mô hình.

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a	AL	0,883	0,156	32,036	1	0,000	2,417
	LI	0,918	0,368	6,218	1	0,013	2,504
	QD	0,467	0,187	6,249	1	0,012	1,595
	NT	0,817	0,225	13,207	1	0,000	2,263
	QM	0,262	0,356	0,542	1	0,462	1,299
	KN	-0,626	0,449	1,940	1	0,164	0,535
	SN	-0,049	0,214	0,053	1	0,819	0,952
	Constant	-9,449	1,955	23,363	1	0,000	0,000

(Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu SPSS)

5. KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý CHÍNH SÁCH

5.1. Kết luận

Nghiên cứu này được nhóm tác giả thực hiện trên cơ sở tổng quan lý thuyết và lý thuyết nền (lý thuyết thể chế, lý thuyết hợp pháp, lý thuyết các bên liên quan, lý thuyết tín hiệu, lý thuyết đại diện) xác định các nhân tố ảnh hưởng đến CBTT KTMT tại các DN thủy điện Việt Nam gồm áp lực các bên liên quan, lợi ích CBTT KTMT, quy định pháp luật, nhận thức nhà quản trị và đặc điểm DN. Đồng thời, nhóm tác giả đã sử dụng mô hình hồi quy binary logistic để phân tích dữ liệu sơ cấp thu thập từ 276 DN thủy điện nhằm đánh giá mức độ ảnh hưởng đến CBTT KTMT tại các DN thủy điện Việt Nam. Kết quả hồi quy cuối cùng cho thấy, có bốn nhân tố ảnh hưởng đến CBTT KTMT gồm áp lực các bên liên quan, lợi ích CBTT KTMT, quy định pháp luật và nhận thức nhà quản trị. Các nhân tố đều có ảnh hưởng tích cực đến mức độ CBTT KTMT tại các DN thủy điện Việt Nam, trong đó lợi ích khi CBTT KTMT là nhân tố sẽ có ảnh hưởng mạnh nhất đến mức độ CBTT, tiếp sau đó là nhân tố áp lực từ các bên liên quan (áp lực từ chính phủ, áp lực từ nhà đầu tư, áp lực từ cơ quan báo chí, truyền thông, áp lực từ xã hội) và nhận thức của nhà quản trị. Nhân tố quy định của pháp luật có tác động thuận chiều tới mức độ CBTT KTMT nhưng mức độ tăng là thấp nhất trong mô hình hồi quy.

5.2. Hàm ý chính sách

Dựa vào kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả đề xuất một số nhóm giải pháp nhằm tăng mức độ CBTT KTMT tại các DN thủy điện Việt Nam như sau:

Thứ nhất, tăng cường nhận thức lợi ích khi CBTT KTMT tại các DN thủy điện. Nếu không có quy định bắt buộc hoặc quy định không chặt chẽ việc tự nguyện CBTT KTMT thì DN thực hiện CBTT KTMT sẽ nâng cao giá trị và hình ảnh cho DN, đảm bảo tính hợp pháp và nâng cao khả năng cạnh tranh trên thị trường của DN. Vì vậy, các đơn vị mua bán điện năng cần xem xét đưa yếu tố có CBTT KTMT như một tiêu chuẩn thỏa thuận trong hợp đồng phát điện.

Thứ hai, nâng cao vai trò của các bên liên quan. Các bên liên quan cần đưa ra các yêu cầu chuẩn mực và khắt khe hơn trong việc thực hiện CBTT KTMT đối với các DN thủy điện như cơ quan nhà nước sử dụng quyền lực đưa ra những quy định cần phải thực hiện để bảo vệ môi trường, an sinh xã hội và buộc phải CBTT trên trong các báo cáo của DN. Nhà đầu tư và tổ chức tài chính đưa ra tiêu chí bắt buộc liên quan tới môi trường trong quá trình hợp tác với DN thủy điện. Các cơ quan báo chí và truyền thông thông qua sự tự do ngôn luận tạo áp lực về mặt truyền thông buộc DN thực hiện đúng nghĩa vụ và trách nhiệm. Cộng đồng địa phương là đối tượng chịu ảnh hưởng trực tiếp từ hoạt động của DN thủy

điện cần có thái độ kiên quyết trong việc đảm bảo quyền lợi cho cộng đồng và an sinh xã hội. Từ những áp lực bên ngoài do các bên liên quan tạo ra sẽ buộc DN thực hiện để thỏa mãn các đối tượng qua đó sẽ làm gia tăng mức độ CBTT KTMT của các DN thủy điện.

Thứ ba, tăng cường nhận thức cho chính nhà quản trị DN về môi trường và thực hiện CBTT KTMT. Dưới góc độ DN, nhà quản trị cần thay đổi cách nhìn nhận về môi trường và vai trò của thông tin KTMT để tác động đến việc thực hiện KTMT nhiều hơn. Tăng cường hơn nhu cầu sử dụng thông tin liên quan tới môi trường trong việc ra quyết định. Lãnh đạo DN cần tham gia các lớp, hội thảo về môi trường và KTMT để nhận thấy những lợi ích tài chính đến phi tài chính mà KTMT mang lại. DN cần chủ động bảo vệ môi trường và tham gia các hoạt động bảo vệ môi trường, kinh doanh bền vững.

Thứ tư, cần có quy định cụ thể về việc CBTT KTMT đối với DN nói chung và DN thủy điện nói riêng. Khi pháp luật kế toán có quy định về KTMT thì các DN sẽ áp dụng thuận lợi hơn do có hướng dẫn phương pháp ghi nhận thông tin, trình bày báo cáo và CBTT rõ ràng. Bên cạnh đó, cần đưa ra thêm những quy định về sự giám sát chặt chẽ và chế tài xử phạt liên quan tới hoạt động CBTT KTMT của DN, những yếu tố trên sẽ có tác động tích cực đến khả năng thực hiện và CBTT KTMT của các DN.

Lời cảm ơn

Nghiên cứu này được thực hiện trong khuôn khổ đề tài khoa học công nghệ cấp cơ sở của Trường Đại học Quy Nhơn với mã số T2023.827.37.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. S. Berthelot, D. Cormier, M. Maignan. Environmental disclosure research: review and Synthesis, *Journal of Accounting Literature*, **2003**, 22(1), 1-44.
2. J. L. Mobus. Mandatory environmental disclosures in a legitimacy theory context, *Accounting Auditing and Accountability Journal*, **2005**, 18(4), 492-517.
3. I. Ioannou, G. Serafeim. The consequences of mandatory corporate sustainability reporting, *Harvard Business School Research*, **2017**, 11-100.
4. N. L. Soa, T. T. Hang, N. T. Nga. Nhân tố ảnh hưởng đến mức độ công bố thông tin kế toán môi trường: trường hợp nghiên cứu tại các công ty khai khoáng niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam, *Tạp chí Kinh tế & Phát triển*, **2019**, 81-90.
5. N. T. K. Tuyền. *Kế toán môi trường tại các doanh nghiệp khai thác khoáng sản trên địa bàn tỉnh Bình Định*, Luận án tiến sĩ, Học viện tài chính, 2020.
6. L. A. Tuan, N. T. H. Tram, N. X. Hung, N. V. T. Long. Disclosure of environmental accounting information at business enterprises in the hotel sector: case study in Vietnam, *GeoJournal of Tourism and Geosites*, **2022**, 42(2), 700-707.
7. S. Buniamin. The quantity and quality of environmental reporting in annual report of public listed companies in Malaysia, *Issues in Social and Environmental Accounting*, **2010**, 4(2), 115-135.
8. H. M. Arif, M. H. Tuhin. Disclosure of non-financial information voluntarily in the annual report of financial institutions: a study on listed banks of Bangladesh, *European Journal of Business and Economics*, **2013**, 8(2), 37-44.
9. P. Malarvizhi, R. Matta. The relationship between information disclosure about corporate environment and company performance - perception or reality, *British Accounting Journal*, **2016**, 36(1), 107-117.
10. T. E. Cooke. The impact of size, stock market listing and industry type on disclosure in the annual reports of Japanese listed corporations, *Accounting and Business Research*, **1992**, 22(87), 229-237.
11. D. Hackston, M. Milne. Some determinants of social and environmental disclosures in New Zealand companies, *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, **1996**, 9(1), 77-108.
12. D. Neu, H. Warsame, K. Pedwell. Managing public impressions: environmental disclosures

- in annual reports, *Accounting, Organizations and Society*, **1998**, 23(3), 265-282.
13. G. K. Chau, S. J. Gray. Ownership structure and corporate voluntary disclosure in Hong Kong and Singapore, *The International Journal of Accounting*, **2002**, 37(2), 247-265.
 14. M. Ismail, M. Ibrahim. Barriers to career progression faced by women: evidence from a Malaysian multinational oil company, *Gender in Management: An International Journal*, **2008**, 23(1), 51-66.
 15. A. Kisher. *Factors influencing environmental management accounting adoption in oil and manufacturing firms in Libya*, Doctoral dissertation, Universiti Utara Malaysia, 2013.
 16. L. T. Tâm. *Nghiên cứu kế toán quản trị chi phí môi trường trong các doanh nghiệp sản xuất gạch tại Việt Nam*, Luận án tiến sĩ, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, 2017.
 17. L. T. T. Linh. *Các nhân tố tác động đến việc công bố thông tin kế toán môi trường tại các doanh nghiệp nuôi trồng thủy sản Việt Nam*, Luận án tiến sĩ, Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh, 2019.
 18. W. W. Powell. The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields, *American Sociological Review*, **1983**, 48(2), 147-160.
 19. J. Guthrie, L. D. Parker. Corporate social reporting: a rebuttal of legitimacy theory, *Accounting and Business Research*, **1989**, 19(76), 343-352.
 20. R. E. Freeman. *Strategic management: a stakeholder approach*, Pitman Publishing Inc., Marshfield, Massachusetts, USA, 1984.
 21. M. Spence. Job market signalling, *Quarterly Journal of Economics*, **1973**, 87(3), 355- 374.
 22. M. C. Jensen, W. H. Meckling. Theory of the firm: managerial behavior, agency costs and ownership structure, *Journal of Financial Economics*, **1976**, 3(4), 305-360.
 23. B. T. B. Phụng. *Các nhân tố ảnh hưởng đến việc thực hiện kế toán môi trường - khảo sát thực nghiệm tại các doanh nghiệp sản xuất trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh*, Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh, 2019.
 24. N. T. Tài. Nghiên cứu mức độ tác động của các nhân tố đến việc tổ chức kế toán môi trường trong các doanh nghiệp dệt may tại thành phố Hồ Chí Minh, *Tạp chí Khoa học và Công nghệ*, **2020**, 41(5), 3-20.
 25. L. H. Yang, X. T. Liang. Study on the influencing factors of environmental accounting information disclosure, *DEStech Transactions on Economics Business and Management*, **2017**, 134-141.
 26. S. Ferreira, M. Moro. On the use of subjective well-being data for environmental valuation, *Environmental and Resource Economics*, **2010**, 46(3), 249-273.
 27. W. Qian, R. Burritt. The development of environmental management accounting: an institutional view, *Environmental Management Accounting for Cleaner Production*, **2008**, 233-248.
 28. A. Hawashe. *An evaluation of voluntary disclosure in the annual reports of commercial banks: empirical evidence from Libya*, PhD dissertation, University of Salford, 2014.



© 2024 by the authors. This Open Access Article is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

Nhận thức của giáo viên THPT về hoạt động phản hồi lỗi trong bài viết tiếng Anh

Nguyễn Thị Thu Hiền^{1,*}, Nguyễn Thị Thúy Kiều²

¹Khoa Ngoại ngữ, Trường Đại học Quy Nhơn, Việt Nam

²Trường THPT Trần Hưng Đạo, Mang Yang, Gia Lai, Việt Nam

Ngày nhận bài: 11/11/2023; Ngày sửa bài: 16/03/2024;

Ngày nhận đăng: 26/03/2024; Ngày xuất bản: 28/08/2024

TÓM TẮT

Phản hồi lỗi bài viết tiếng Anh của các giáo viên khi đánh giá bài viết của học sinh luôn là đề tài của các nghiên cứu về phương pháp giảng dạy. Bài báo này tìm hiểu nhận thức của giáo viên về thực hành phản hồi đối với các lỗi xuất hiện trong bài viết. Dữ liệu định lượng được thu thập từ phiếu khảo sát với 65 giáo viên tiếng Anh trung học phổ thông ở các tỉnh miền Trung và Tây Nguyên của Việt Nam và dữ liệu định tính từ phỏng vấn 10 giáo viên thực hiện khảo sát. Kết quả nghiên cứu cho thấy nhận thức của giáo viên tiếng Anh về việc cung cấp phản hồi sửa lỗi bài viết là rất tích cực. Họ tin rằng việc phản hồi sửa lỗi rất cần thiết cho sự phát triển khả năng viết của học sinh trung học và phục vụ nhiều mục đích. Về thực hành phản hồi sửa lỗi bài viết được ghi nhận qua kết quả khảo sát, các giáo viên ưu tiên sử dụng phản hồi sửa lỗi có chọn lọc hơn là sửa lỗi toàn bộ. Họ có xu hướng nghiêng về chiến lược sửa lỗi trực tiếp hơn gián tiếp, chủ yếu tập trung vào sửa lỗi hình thức ngôn ngữ.

Từ khóa: Phản hồi sửa lỗi bài viết, giáo viên ngoại ngữ, sửa lỗi, nhận thức của giáo viên.

*Tác giả liên hệ chính.

Email: nguyenthithuhien@qnu.edu.vn

High school EFL teachers' perceptions of written corrective feedback in writing classrooms

Nguyen Thi Thu Hien^{1,*}, Nguyen Thi Thuy Kieu²

¹*Department of Foreign Languages, Quy Nhon University, Vietnam*

²*Tran Hung Dao high school, Mang Yang, Gia Lai, Vietnam*

Received: 11/11/2023; Revised: 16/03/2024;

Accepted: 26/03/2024; Published: 28/08/2024

ABSTRACT

Written corrective feedback (WCF) referring to the feedback that writing teachers offer to students' writing has been popularly investigated. This study aims to investigate teachers' perceptions of their WCF practices in a Vietnamese EFL context. The data was quantitatively collected from a questionnaire delivered to 65 English high school teachers in central and Central Highlands provinces in Vietnam and follow-up interviews with 10 of those who had completed the questionnaire. The findings of the study revealed that the high school EFL teachers' perceptions of WCF provision were overwhelmingly favorable. They believed that WCF was essential for high school students' EFL writing development and served multiple purposes. In terms of their self-reported practices of WCF, the teachers preferred selective over comprehensive WCF; furthermore, they were in favor of direct feedback strategies and they focused primarily on language forms. By raising teachers' awareness about their beliefs of WCF provision, this study can further bolster self-reflection on how their tacit knowledge shapes the way they perform in writing classes.

Keywords: *Written corrective feedback, EFL teachers, error correction, teacher perceptions.*

1. INTRODUCTION

Teaching and learning English in Vietnam aims to help learners develop both oral and written communication. Along with speaking, writing skill is also an important aspect of communication because it enables learners to express their thoughts, feelings, and opinions.

Upon learning writing skills, for novice students, making mistakes is an unavoidable and natural aspect of development. Teachers' Written corrective feedback (WCF) to students' mistakes in this situation is crucial in assisting them in enhancing their writing accuracy so they

can effortlessly advance to a higher language proficiency level.

As a crucial component of second language (L2) writing instruction, over the last decades, a notable corpus of empirical studies has been carried out to look into the function of WCF in Second Language Acquisition and L2 writing. The vast majority of recent better-designed research has produced favorable outcomes for WCF.^{1,2} Besides, many studies focus on students' views of teachers' WCF.^{3,4} However, even though major efforts have been made to study many various aspects of L2 teaching from a teacher-

*Corresponding author.

Email: nguyenthithuhien@qnu.edu.vn

belief perspective in foreign countries, there have been only a few studies looking at teachers' views in the context of EFL high schools in Vietnam. What is more, in terms of the area of the study in the Vietnam context, only some studies are found in the tertiary context, focusing mainly on one type of participants-students.^{5,6} In light of the need to understand teachers' perceptions, the knowledge gap in the research area and the issue present in the context, the researchers are interested in investigating teachers' perceptions of WCF in writing classes. With the participation of 65 high school EFL teachers from Vietnam's middle region and Central Highlands provinces, this qualitative and quantitative study aims to explore the teachers' perceptions of WCF in four areas: WCF main purpose, WCF efficacy, WCF strategy practices, and WCF techniques.

2. LITERATURE REVIEW

Definition and importance of WCF

WCF is considered to be an essential component in the process of learning a language and is one of the key factors for curriculum development. Various terms have been used to refer to WCF, including "teacher commentary", "teacher corrections",⁷ "teacher response"⁸ and "teacher editing".⁹ WCF in the most basic form can be defined as "the type of information, which is provided for learners about their performance of a learning task, typically with the goal of enhancing this performance".¹⁰ WCF, as explained by Bitchener and Storch,¹¹ is "a written response to a linguistic error that has been made in the writing of a text by an L2 learner". In order to encapsulate the key ideas in their definition, the responses may be divided into three categories: pointing out the mistake, proposing the correct form, and giving a metalinguistic justification for it. For the purposes of this study, WCF is described as "feedback which specifically indicates language errors, such as in grammar, vocabulary, and mechanics".¹²

Despite conflicting data on the WCF's efficiency, a substantial body of studies has

demonstrated the value of WCF in raising students' writing accuracy.¹³ According to these studies, WCF can help students become more conscious, knowledgeable, and competent in their writing strategies. Lee,¹⁴ who conducted a survey and interviews with secondary English teachers in Hong Kong learned that instructors viewed WCF as a way to help students notice their errors and to help teachers systematically mark students' paperwork.

Types of WCF

With an increasing amount of proof demonstrating the value of WCF in L2 learning, researchers have worked to determine the best methods for delivering WCF and the breadth of instructor response to written errors. Although both methods and scope are crucial factors to take into account in WCF, the scope or the amount of WCF that teachers should provide students is of immediate importance. This includes deciding whether to address all written errors or just a subset of them in a targeted or selective way. In other words, one crucial choice a writing instructor must make is whether to identify only some particular error types in a concentrated approach (selective WCF) or to label errors of every kind in an unfocused manner (comprehensive WCF).¹⁵

Another decision EFL writing teachers have to make is which error(s) to focus on. There has been much discussion regarding how much emphasis L2 writing instructors should place on local errors vs global ones. According to Ellis,¹⁶ errors with a broad impact on the structure of a sentence are called global errors. Among these are syntactic overgeneralizations, incorrect word placement, and missing or misplaced sentence connectors. Local errors, such as morphological or grammatical functor errors, are errors that only impact one element in a sentence. Besides, local errors pertain to the use of language, whereas global errors relate to the organization and content. In the majority of studies,^{17,18} content, organization, and language form were defined by researchers as the details the writers offer, the

way these concepts are organized, and the proper application of mechanics.

Researchers as well as language teachers have focused a great deal of attention on the topic of how writing EFL teachers provide error feedback and how effective they are at doing so. According to Ellis,¹⁹ teachers' replies to student mistakes can be divided into six categories based on the fundamental techniques for offering written remedial comments, namely, direct WCF, indirect WCF, metalinguistic WCF, focused versus unfocused WCF, electronic feedback, and reformulation.

Direct WCF, according to Bitchener and Ferris,²⁰ is a correction that the correct language form is directly provided to the students. Indirect corrective feedback (CF) entails pointing out a student's mistake without actually fixing it. In the sense that they do not offer the proper forms, indirect feedback recommends two strategic methods: locating and coding. In the case of indirect feedback, teachers merely identify errors by underlining, circling, or highlighting them in the student's written work.¹⁷ Giving students a clear comment on the type of mistakes they have made is a key component of metalinguistic CF. With electronic feedback, the instructor points out a mistake and offers a link to a conformance file with proper usage examples. Reformulation involves the completely rewriting students' writing text to preserve the original's meaning while using language that sounds as natural as possible. To sum up, teachers can employ a range of WCF strategies, but not all of them may be utilized in every circumstance; some of them are regularly employed, while others are not. Of six WCF types according to Ellis, the first four types, however, have been the focus of the majority of research and methodology, hence only these are covered in this part because they are the most pertinent to the current study.

3. METHODOLOGY

The current study's design was based on a mixed-method approach to achieve the aims of the

study. More specifically, it was conducted based on qualitative and quantitative analysis with two instruments questionnaire and semi-structured interview. The qualitative and quantitative data sets were combined for data analysis in order to capture the various aspects of the participants' perceptions and their influences on them.²¹

3.1. Participants and research setting

65 high school EFL teachers whose ages range from 25 to 56 and who are from provinces in the central region and Central Highlands provinces of Vietnam such as Gia Lai, Quang Nam, Binh Dinh, Khanh Hoa, etc. voluntarily took part in the survey. The large majority of the respondents hold a BA or MA qualification, comprising 70.8% and 26.2% respectively. It is appreciable that as up to 87.7% of the participants have more than 10 years of teaching experience. Additionally, the participants truthfully say that they are adopting a theme-based curriculum approved by MOET with three or four periods of 45 minutes per week for a class. To sum up, the researcher can obtain trustworthy data for the study with the support of a significant number of teachers.

3.2. Data collection instruments

Two research tools were used in this study to collect data: a questionnaire and a semi-structured interview. The items for the questionnaire were created by the researcher using a comparable questionnaire that other researchers had used in earlier studies.^{19,22} The questionnaire consisted of two main parts and several items were changed to focus on the concerns examined in this study. The first part concerned the participants' demographic information including gender, age, schools where they teach, teaching experience, teaching periods per week as well as qualifications, each of which contributes to their knowledge and beliefs. The second was comprised of various types of questions including open-ended, multiple-choice, Likert scale, and frequency response. Specifically, multiple-choice questions were employed to

discover the main purpose of providing WCF, teachers’ self-evaluation of their existing error feedback practices and self-description of their current error feedback practices. Another type of question format employed is the Likert scale, which provides four responses to 9 statements (strongly disagree, disagree, agree, strongly agree) to discover EFL teachers’ perceptions of WCF and their reported practices. The other question format is the frequency response one, providing three frequency responses (never or rarely, sometimes, always or often) to rate the frequency with which EFL teachers use each of the following error feedback techniques.

As for the interview, ten questions were designed to ask the participants about their opinions on WCF and cover their reported actual WCF practices. When possible, the participants were asked to expound on their remarks and their opinions. The information obtained from the interview helped to confirm the results of the questionnaire.

3.3. Data analysis

To achieve the goals of the research, both quantitative and qualitative analyses were carried out on the data for this study, including the

Table 1. Teachers’ perceptions of main purposes of WCF.

		Responses		Percent of Cases
		N	Per cent	
Purposes^a	1. To help students notice their errors	38	21.6%	58.5%
	2. To help students reflect on their writing	28	15.9%	43.1%
	3. To help students improve their overall writing performance	55	31.3%	84.6%
	4. To prepare students for higher levels of academic writing	27	15.3%	41.5%
	5. To help students meet the Ministry of Education’s standards	28	15.9%	43.1%
Total		176	100.0%	270.8%

As can be noticed from Table 1, the EFL teachers viewed WCF as having multiple purposes. Most of them (84.6%) believe that WCF fits into the objective of teaching writing which is to improve their overall writing

quantitative outcomes of the teachers' completed questionnaires and the qualitative findings from the semi-structured interviews. As regards the questionnaire analysis, with the aid of SPSS software 22, descriptive statistics were employed to examine the teachers' perceptions of various components of WCF. In order to analyze the data statistically, frequency, Mean (M), Standard Deviation (SD), and percentages were computed using such SPSS methods. In terms of analyzing the interview data, all of the teacher interviews were recorded, transcribed and sent for member-checking. Those transcripts were read numerous times to enable the author to familiarise herself with the key content. Next, the author categorised words and phrases into theme groups based on their comparable meanings. The themes were presented and discussed including WCF main purpose, WCF efficacy, WCF strategy practices, and WCF techniques.

4. FINDINGS AND DISCUSSION

4.1. Teachers’ perceptions of the main purpose of WCF

The questionnaire data analysis of the EFL teachers' perceptions of the main purposes of WCF are summarized in Table 1.

performance. The majority of the respondents who were invited to the interviews showed their total agreement with the main purpose of WCF. For example, T3 emphasized that “*It is obvious that WCF aids students in raising their*

general writing efficiency... English is a foreign language. If we do not give feedback, they hardly learn what is right, so it is vital for their writing improvement.” T2 also confirmed that “I have been teaching English for more than 15 years, and in almost all of my writing periods I give feedback at the end of the class. I find out that my students’ writing competence has been considerably improved.” Noticeably, 58.5% of the respondents found WCF useful for the short-term goal, that is, to help students recognize their errors so that they can avoid them when writing next time. In the interview session, T9 further expressed her view that “Students may see their mistakes or what they should improve in their writing in the written format.” Purposes 2, 4 and 5 are related to the long-term effects of WCF. The teachers believed that WCF aims to help students reflect on their writing, prepare students for higher levels of academic writing and help them meet the Ministry of Education’s standards, accounting for 43.1%, 41.5%, and 43.1% respectively. It can be concluded that all

teacher participants realized the value in WCF and thought it had several purposes. Some of these reasons are connected to other long-term aims, even though the majority of these reasons support the immediate/ short-term objectives of writing teaching. This outcome conflicts with the findings made by Truscott²³ who argued against the benefits of WCF for L2 development. However, many earlier researches support this finding, attesting to the significance of offering WCF on students' papers and the crucial part it plays in enhancing their writing performance.²⁴ This result is not unexpected given that WCF is primarily intended to improve students' ability for error identification and analysis, which will enable them to learn from their mistakes.²⁵

4.2. Teachers’ evaluation of efficacy of their WCF practices on their students’ writing

The next item of the questionnaire related to how the teachers felt about their current error feedback practices, is shown in Table 2.

Table 2. Teachers’ self-evaluation of effectiveness of their WCF practices on their students’ writing.

	My students are making	Frequency	Per cent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	good progress	26	40.0	40.0	40.0
	some progress	34	52.3	52.3	92.3
	little progress	5	7.7	7.7	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Table 2 shows that up to 40% and 52.3% of respondents respectively stated that their students were making "good progress" and "some progress" as a result of their current WCF practices, while just 7.7% of the participants chose the option “little progress”. These facts and figures were completely consistent with what was found in the interviews. In response to the question “How would you assess the effectiveness of your feedback practices? Are you satisfied with your feedback practices?”, the following comments are representative of the instructors’ views. “Through my students’ good

performance in the writing period, I confidently say that my WCF procedure is quite reasonable and effective..., so I say yes, I am contented with it,” T7 said. T8 when asked the above question affirmed that “without written feedback, what has been taught in terms of theory would not be clearly understood. So, in each of my writing classes, I spend fifteen minutes giving error feedback. I am completely satisfied with my feedback practices.” However, only one out of ten interviewees (T6) expressed her dissatisfaction with her current feedback practices. She said, “I myself find the way I give feedback workable,

but, in my class,..eh... my students are often distracted from the learning activity, eh... or it is such a large class that I can not manage or attract all their attention..., so just some students who actively concentrate on the feedback activity make progress.” That is to say, if the students are not committed to improving their writing skills, they will not improve, no matter what kind of feedback is provided. However, teachers continue offering WCF because they hold a strong belief that at least some students would gain benefits from it. In a nutshell, almost all of the participants recognised WCF as an integral part of the process of teaching writing and its benefits to the student’s language learning. They had positive evaluations of their currently used feedback procedures implemented in the writing

classes. Therefore, it is essential for the author to keep on exploring what the teachers’ techniques are involved in the WCF process. The results of this study are consistent with those of prior research on how lecturers perceive feedback.^{26,27} For example, according to the study,²⁷ lecturers believed WCF was intended to assist pupils in advance and needed to be phrased favourably.

4.3. Teachers’ perceptions of WCF strategy practices

The following section of the questionnaire nine items ask EFL teachers about their opinions on their need to provide feedback on students writing, the responsibility for error corrections and the use of error codes. The quantitative data for this question is presented in Table 3.

Table 3. Teachers’ perceptions of their WCF strategies.

No.	Statements	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
1	It is necessary for teachers to provide feedback on student errors in writing	65	3.00	4.00	3.54	0.502
2	Teachers should provide feedback on student errors selectively	65	1.00	4.00	3.06	0.659
3	It is the teacher’s job to locate errors and provide corrections for students.	65	1.00	4.00	3.29	0.723
4	Teachers should vary their error feedback techniques according to the type of error.	65	1.00	4.00	3.06	0.768
5	Coding errors with the help of a marking code is a useful means of helping students correct errors for themselves.	65	1.00	4.00	2.99	0.599
6	Marking codes should be easy for students to follow and understand.	65	1.00	4.00	3.12	0.600
7	Students should learn to locate their own errors.	65	1.00	4.00	3.05	0.623
8	Students should learn to locate and correct their own errors.	65	1.00	4.00	3.09	0.478
9	Students should learn to analyse their own errors.	65	1.00	4.00	3.09	0.491
Valid N (listwise)		65				

In general, it can be seen from Table 3 that the mean values of this set of items range from 2.99 to 3.54. This suggests that the majority of participants agreed with the WCF's statements. More specifically, regarding item No.1, the participants' response was quite obvious because every single participant agreed or strongly agreed that they should give feedback to students on their writing mistakes (No.1, $M = 3.54$, $SD = 0.502$). The mean score of the respondents' perspective on the necessity of feedback provision was 3.54 with a standard deviation of 0.502.

This finding is supported by the other findings from the interview sessions. All of the teachers who joined the interview agree that providing WCF is *"the most crucial task for writing teachers"*. Without it, students will *"continue to make the same mistakes in their writing"* and *"fail to make any progress."* T3 stated that *"when the teachers don't take WCF stage in a writing class, their lesson plan is obviously considered incomplete."* Besides, the results of the questionnaire addressing responsibility for error corrections (No.3, No.7, No.8 and No.9) expressed contradictions from the teachers' perspectives. When asked whether teachers' job is to locate errors and give corrections to students, a vast majority of them show their agreement (No.3, $M = 3.29$, $SD = 0.723$). These perspectives of the teachers can be primarily attributed to WCF's effects on the accuracy of students' writing and the progress made in their writing classes. This result is in line with those of related research that has been conducted.^{14,28} For instance, Evans, et al.²⁸ report that WCF is frequently used by experienced SLA teachers because they see its value, and the researchers claim that this perspective is valid for pedagogical reasons. However, in relation to the question if students should locate their errors, most of the respondents believed that students should do so (No.7, $M = 3.05$, $SD = 0.623$).

Similarly, they also agreed that students should learn to locate and correct their own errors (No.8, $M = 3.09$, $SD = 0.478$), and students should learn to analyse their own errors (No.9, $M = 3.09$, $SD = 0.491$). Therefore, it appears that teachers are in conflict with one another. Although they understand how important it is to give students the duty of error location and correction, in practice teachers themselves perform students' work.

The interviewees were questioned about the opinions stated in the questionnaire and asked to provide further details. The majority of them indicated that they must assist students in finding and fixing errors because they are unable to do so on their own. 2 out of 10 interviewees (T2 and T10) shared the same idea that they hoped that their students could *"locate and correct the errors by themselves"*, but in fact, they failed to do this, because the students *"lack of language form and structures."* As a result, they almost do this part of the job; that is *"locating and correcting errors"* for their students." This finding can be explained by Lee,¹⁴ who states that teachers may be motivated by the daily and pressing demands of students, parents, panel chairs, principals, etc. to shoulder the responsibility of error location and correction, despite the fact that they are aware of the significance of asking students to take on this responsibility. Lee notices that the thought of enabling pupils to identify and fix mistakes may only be at the back of teachers' minds.

From the teachers' agreement on both considering WCF as their job and suggesting students' locating, correcting and analysing errors themselves, it can be inferred that teachers place significant emphasis on students' active participation in the WCF process in order to foster students' autonomy. Similarly to this, earlier studies^{22,29} claim that teachers respect student autonomy since these students are more

likely to be adept at self-correction, which aids in the retention of mistakes.

In statement No.2 relating to the amount of WCF, it is clear that most of the participants approved the idea that “Teachers should provide feedback on student errors selectively” (No.2, $M = 3.06$, $SD = 0.659$). This finding was consistent with those in the interview session. When asked which was their favourite error feedback strategy, seven out of ten teachers interviewed revealed to be in favour of feedback on specific students’ errors. As believed by most of the interviewees, selective CF would be more effective in the long run compared to the comprehensive one. For example, T5 explained why she preferred selective feedback by mentioning that her students can “*focus on one specific area*”, particularly “*on target grammar*.” Similarly, T8 expressed her preference for selective feedback because she recognized that her students would *be unhappy if they got their writing papers full of red marks*”, and emphasized that comprehensive marking is “*difficult for some students to handle*”; for instance, it might be “*discouraging and burdensome*” for pupils who “*consistently make mistakes in their work*.” Moreover, teachers’ preference for selective feedback was also discovered to be related to the amount of time they had to spend on it. As stated by T6, she could not give corrections to all errors in the students’ writing for 10 or 15 minutes. Therefore, selective CF helps them “*save time*” and “*spend more time on teaching and lesson preparation*.” Three participants in the interviews (T2, T4 and T7) favoured the provision of comprehensive CF. According to T2, she tended to give feedback to “*all errors in students’ assignments*” because was interested in “*evaluating students’ overall performance*.” A similar reason was revealed by T4, “*I provided CF comprehensively just because the assessment of students’ overall performance is important to me and other writing teachers for sure*.”

T7 consented to the way that “*comprehensive marking is preferred by her hard-working students versus selective marking*.” Most of the interviewees stated that they primarily focused on language form errors including grammatical, spelling, or punctuation issues.

Regarding the usage of various feedback strategies, it can be noted that most of the teachers agreed that “Teachers should vary their error feedback techniques according to the types of errors” (No.4, $M = 3.06$, $SD = 0.768$). They believed that doing so was beneficial for assisting students in improving their writing. T5 reasoned that “*there must be a combination of different WCF techniques to achieve long-term mastery of grammar*.” T6 noted in the interview session that if her students made too many mistakes, she would “*select some serious ones in accordance with the learning content to give corrections*” because her students might “*be discouraged by a writing paper with a lot of red marking*”. However, T2’s interview presented a different picture when she was certain that the student’s proficiency level and writing performance should serve as the guiding principles for her views toward providing feedback. She typically modified her feedback techniques in response to the level of student writing as follows: “*I feel that the students will determine how I employ feedback strategies. For high-level students, I just mark a code beside an error and let them correct it. But for those who are still at a low level, I correct the error directly*.”

In terms of marking codes, the vast majority of the teachers concurred that using a marking code to classify mistakes is an effective strategy for assisting pupils in self-correcting their mistakes (No.5, $M = 2.99$, $SD = 0.599$). As for the employment of codes, more than two-thirds of instructors were in agreement with the statement that “codes used should be simple for students to follow and understand” (No.6,

M = 3.12, SD = 0.600). It was understood that the writing teachers believed that using codes to mark learners’ written errors was beneficial. The qualitative data from the interviews were delved into to have a more profound understanding of the mainsprings underlying teachers’ support for using codes in CF. Sharing the same opinion of the benefits of using codes in CF, T3 commented that *“code using makes it possible for both the teacher and the student to determine the type and frequency of the mistakes the student is making.”* This thus encourages the students’ self-correction.

On the other hand, some intriguing remarks regarding the employment of marking codes were made during the follow-up interviews. T5 believed that *“codes are only helpful for high-level learners”* because *“low-level learners struggle to understand the codes”* and *“are unable to fix their mistakes because of their poor language.”* T9 furthered this idea by stating, *“In my experience, a minority of high-level learners can understand the error codes, but low-level ones don't benefit from them....in reality, almost all of my students are at low-level, so I don't use marking codes.”* T7 confided that *“Students come to me one-to-one with questions when they don't understand the codes. I don't want everyone to come to me and beg for the fixes, so I'd rather do it for them.”*

These findings suggested that although using codes in giving error feedback was considered useful, it could be problematic for both teachers and students. The results were congruent with the outcome obtained in other studies in the same field.^{14,30} Lee’s study suggested that most teachers used the codes in marking students’ assignments and revealed that employing codes to provide mistake feedback was thought to be helpful but might pose challenges for both teachers and students. Specifically, it took up a lot of teachers' time and could frustrate students, especially when numerous codes had to be considered. According to Hong,³¹ teachers were worried about how well their students would be able to decipher codes and amend their errors and amend their errors in light of these codes. Besides, it was suggested that codes be taught in classes and the level of pupils and the aim of the writing piece be taken into account.

4.4. Teachers’ perceptions of WCF techniques

Teachers’ self-description of their existing error feedback practices

The descriptive statistics of frequency were run to figure out the teachers’ self-description of their current error feedback practices in a detailed valid percentage. The results are presented in Table 4.

Table 4. Teachers’ description of their existing feedback practices.

	Statements	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	I DON'T MARK students' errors in writing	2	3.1	3.1	3.1
	I mark ALL students' errors	16	24.6	24.6	27.7
	I mark students' errors SELECTIVELY	47	72.3	72.3	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

It was important to highlight the fact from Table 4 that up to 72.3% of the respondents opted for marking students' errors selectively while 24.6% of those marked all students' errors and only 3.1% didn't mark students' errors in writing. These findings are consistent with the outcome of Statement No.2 of the questionnaire (Table 3). The majority of the teachers surveyed agreed that they "should provide feedback on student errors selectively" (No.2, $M = 3.06$, $SD = 0.659$). The results from the interviews were partially in line with the quantitative findings. Half of the interviewees held a belief that "*expecting students to deal with textual error correction that encompasses a variety of linguistic elements at once may cause cognitive overload preventing the students from digesting the feedback they receive*". Additionally, T1 shared her story saying that "*I recognize that my students have made much progress in using the present simple tense when I just give them correction on this target language form*". Also, T5's and T10's interview confirmed the aforementioned findings. They both noted that they could only mark significant errors due to time constraints and workload. T5 said, "*I teach six classes now, so I hardly mark all errors. Then my strategy is that I locate and correct serious errors only*". T10 thought that teachers should function as a facilitator who helps their students develop autonomy in their learning, as seeing all the mistakes may deter learners from producing written language. He added, "*that all the errors are marked can make students unmotivated. They may think they are too bad at this*". On the contrary, T9 responding to the interview was in favour of comprehensive WCF (i.e., marking all students' errors) and she reported that "*I correct all errors because I don't want my students to make the same ones*". That is to say, selective WCF might assist teachers and students in staying focused on the most critical writing errors made by students thereby fostering students' confidence in their writing. By the same token, Soleimani &

Rahimi³² reported that most of the teachers opted for selective WCF because according to them, focusing on a small number of mistakes makes learning more efficient, reduces cognitive load, and improves learning. The results are somehow congruent with those of Nguyen et al.,³³ who indicated that "correct common mistakes" is the WCF technique that VLU lecturers employ most frequently. When asked about factors impacting their feedback, most participants responded that they chose the best WCF technique based on the time allotted.

When it comes to an explanation for such a preference, Lee³⁴ after examining comprehensive WCF and focused WCF (i.e., selective WCF) from a variety of perspectives, offered theoretical support for selective WCF and made the case that teachers can accomplish more with less time spent on writing feedback for students, such as "more balanced written feedback" that encourages students to develop their writing, more timely and thus important WCF for students, and more opportunities for teachers to engage in collaborative professional learning as they innovate WCF. As for students, the less teacher WCF means the more space for students to take risks and improve their confidence, "more balanced feedback" to support their writing development, and more active participation (e.g., more use of self/peer editing and/ or online learning resources by students to supplement teacher WCF). Focused/ selective WCF is undoubtedly the way to go when less teacher WCF is more for both teachers and students.

Teachers' self-reported WCF techniques

Writing teachers were asked to rate the frequency of various techniques of feedback provision in the fifth questionnaire item. This section of the survey primarily seeks to learn more about the techniques used by teachers to indicate, categorize, and/or correct errors in student work, as shown in Table 5.

Table 5. Frequency of WCF techniques provided by teachers.

No.	Statements	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
1	I indicate (underline/circle) errors and correct them, e.g., has <u>went</u> --> gone	65	1.00	3.00	2.43	0.637
2	I indicate (underline/circle) errors, correct them and categorize them (with the help of a marking code), e.g., has <u>went</u> --> gone (verb form).	65	1.00	3.00	2.26	0.668
3	I indicate (underline/circle) errors, but I don't correct them, e.g., has <u>went</u> .	65	1.00	3.00	2.18	0.659
4	I indicate (underline/circle) errors and categorize them (with the help of a marking code), but I don't correct them, e.g., has <u>went</u> (verb form)	65	1.00	3.00	2.09	0.631
5	I hint at the location of errors, e.g., by putting a mark in the margin to indicate an error on a specific line.	65	1.00	2.00	1.38	0.490
6	I hint at the location of errors and categorize them (with the help of a marking code),e.g., by writing 'Prep' in the margin to indicate a preposition error on a specific line.	65	1.00	2.00	1.29	0.458
Valid N (listwise)		65				

As can be noticed from Table 5, according to the mean scores, the items are ranked from highest to lowest. The overall mean scores of the two first items are 2.43 and 2.26 out of 3 (1 = “never or rarely”, 2 = “sometimes”, 3 = “always or often”), which means that the teachers tend to correct the errors directly according to frequency rates (No.1 and No.2). Turning to the details, most of the participants approved of giving feedback directly by indicating errors and correcting them (No.1, M = 2.43, SD = 0.637). This item accounted for the mean score of 2.43, showing the highest compared to other items. Besides, the item “I indicate (underline/circle) errors, correct them and categorize them (with the help of a marking code)” ranks second with the highest mean (No.2, M = 2.26, SD = 0.668). The third and fourth highest mean values were connected to indirect WCF, namely, “indicating errors but not correcting them”, and “indicating,

categorising but not correcting them”. The two lowest mean scores, on the other hand, denoted a moderate amount of practice of the techniques of “*hinting at the location of errors*” and “*hinting at the location of errors and categorising them*” (No.3, M = 2.18, SD = 0.659; No.4, M = 2.09, SD = 0.631 respectively).

Qualitative information from semi-structured interviews also supports the findings presented above. Eight out of ten interviewees expressed their favour of direct feedback (i.e., errors were indicated and corrected). For example, T2 stated that “*Students would not notice the inaccuracy if the right response is not given, so it must be given directly*”. T5 appreciated direct error correction because “*it is much less time-consuming. I do not need to correct each learner's written work again*”. That is to say, the choice of error feedback techniques is thought to be significantly influenced by the amount of time available. In a similar vein, T9 expressed her

preferences for direct error correction because *“it met my students’ expectations”*. She explained that *“I used to use other strategies such as coded error correction or just indicating errors and let them correct on their own, but they either asked me what the codes mean or even responded quite straightforwardly that they didn’t know how to give correct forms..., therefore, to save time, I just give correction directly”*. One thing that all of the teachers interviewed share in common was that a large majority of their students were at a low level. They stated that after experimenting with a wider range of error feedback tactics, direct feedback was considered much more appropriate for low-level students than any other technique.

Such findings are observed in Jodaie and Farrokhi,³⁵ who found that direct feedback (i.e., indicating + correcting errors) was preferred as the best technique to give correction by a vast majority of the respondents in their study. A key contributor to the teachers’ choice of WCF techniques was the students’ English language proficiency level. There was a widespread consensus among the teachers in the present study that direct WCF was deemed more suitable for low-level students than any other method. This finding also correlated with the finding of Zhang et al.,³⁶ who reported that *“Less proficient learners need more explicit WCF guidance on less rule-governed, unique linguistic errors than more proficient learners.”* Moreover, in comparison with indirect WCF, direct strategy is preferable because it is more straightforward and enables pupils to recognize mistakes immediately. According to Tian and Zhou’s³⁷ research, this may satisfy the majority of EFL learners’ expectations for getting teachers’ WCF. Likewise, the teachers’ support for direct WCF was found to be influenced by workload and time constraints. Soleimani & Rahimi’s³² study also claimed that while implicit WCF would increase learners’ self-assurance and capacity for learning, and foster their independence and curiosity, it was time-consuming and a burden to the teachers.

On the other hand, such results were inconsistent with those released by Zohra & Fatiha,³⁸ who discovered that teachers surveyed were in favour of indirect WCF, commending indirect feedback’s efficiency. Most of them emphasized the significance of ownership from the viewpoint of the students, which might be diminished if teachers revised the erroneous sections for students. *“Hinting at the location of errors and hinting at the location of errors + categorizing them”* were the error correction techniques that teachers indicated they rarely or never employed. Both include approaches for indirect error location and indirect feedback. These two strategies are more difficult for students to master since teachers only indirectly suggest where errors are located and students must do so themselves. This finding correlates with the finding of Lee,³⁹ who indicated that techniques like *“hinting at the location of errors”* and *“hinting at the location of errors and categorizing them”* were rarely or never used by teachers since they were thought to be too demanding for the students.

To sum up, the results from the quantitative analysis revealed the EFL teachers’ different viewpoints on EFL practices. The vast majority of the participants acknowledged the crucial role and efficacy of high school teachers’ WCF in improving students’ writing as it has multiple purposes comprising *“short-term and long-term goals”*. While EFL teachers perceived WCF as their responsibility, they sincerely want their students to actively participate in the WCF process and take greater responsibility for language learning. They highly appreciated the usefulness of error codes in helping students correct errors themselves. As for different WCF types, the EFL teachers preferred selective feedback to comprehensive feedback. In addition, they approved both direct and indirect feedback when giving error correction to the student’s writing. The qualitative outcomes also indicate that students’ proficiency level, time constraints, and workload were factors EFL teachers considered when they implemented their WCF practices.

5. CONCLUSION

It can be concluded that EFL teachers appreciate the value of WCF and they think it has several purposes such as helping students reflect on their writing, preparing students for higher levels of academic writing and helping them meet the Ministry of Education's standard. From the participants' view, WCF has beneficial effects on students' learning and improvement.

The findings also showed different perspectives of writing teachers on WCF strategy practices in terms of mistake coding, feedback types used and the main focus when teachers provide WCF. As for WCF techniques, the results demonstrate that direct WCF is highly approved because of its clarity and accessibility compared with indirect WCF.

REFERENCES

1. J. Bitchener. Evidence in support of written corrective feedback, *Journal of Second Language Writing*, **2008**, *17*, 102-118.
2. R. Ellis, Y. Sheen, M. Murakami, H. Takashima. The effects of focused and unfocused written corrective feedback in an English as a foreign language context, *System*, **2008**, *36*(3), 353-371.
3. N. A. Saragih, S. Madya, R. A. Siregar, W. Saragih. Written corrective feedback: students' perception, *International Online Journal of Education and Teaching*, **2021**, *8*(2), 676-690.
4. N. L. T. Nguyen, B. T. T. Nguyen, G. T. L. Hoang. Students' perceptions of teachers' written feedback on EFL writing in a Vietnamese tertiary context, *Language Related Research*, **2021**, *12*(5), 405-431.
5. J. W. Creswell. *A concise introduction to mixed methods research*, SAGE Publications, Los Angeles, CA, 2015.
6. N. K. Tran, C. T. Nguyen. Teachers' perceptions about oral corrective feedback in EFL speaking classes: a case at colleges in the Mekong Delta, Vietnam, *European Journal of Foreign Language Teaching*, **2020**, *5*(2), 18-31.
7. L. L. Fazio. The effect of corrections and commentaries on the journal writing accuracy of minority- and majority-language students, *Journal of Second Language Writing*, **2001**, *10*(4), 235-249.
8. D. Searle, D. Dillon. The message of marking: teacher written responses to student writing at intermediate grade levels, *International Online Journal of Education and Teaching*, **1980**, *14*, 233-242.
9. S. Feng, K. Powers. The short-and long-term effect of explicit grammar instruction on fifth graders' writing, *Reading Improvement*, **2005**, *42*(2), 67-72.
10. P. Ur. *A course in language teaching*, Cambridge University Press, Cambridge, 1996.
11. J. Bitchener, N. Storch. *Written corrective feedback for L2 development*, Multilingual Matters, Bristol, 2016.
12. K. Hyland, F. Hyland. Contexts and issues in feedback on L2 writing, *Feedback in Second Language Writing: Contexts and Issues*, **2019**, 1-22.
13. Y. Zheng, S. Yu. Student engagement with teacher written corrective feedback in EFL writing: a case study of Chinese lower-proficiency students, *Assessing Writing*, **2018**, *37*, 13-24.
14. I. Lee. How do Hong Kong English teachers correct errors in writing?, *Educational Journal*, **2003**, *31*(1), 153-169.
15. D. R. Ferris. *Treatment of error in second language student writing (second edition)*, University of Michigan Press ELT, US, 2011.
16. R. Ellis. Corrective feedback and teacher development, *L2 Journal*, **2009**, *1*, 3-18.
17. I. Lee. Error correction in L2 secondary writing classrooms: the case of Hong Kong, *Journal of Second Language Writing*, **2004**, *13*(4), 285-312.
18. D. Ferris, S. Pezone, C. R. Tade, S. Tinti. Teacher commentary on student writing: descriptions & implications, *Journal of Second Language Writing*, **1997**, *6*, 155-182.
19. R. Ellis. A typology of written corrective feedback types, *ELT Journal*, **2008**, *63*(2), 97-107.
20. J. Bitchener, D. Ferris. *Written corrective feedback in second language acquisition and writing*, Routledge, New York, 2012.

21. J. W. Creswell. Mixed-method research: introduction and application. *Handbook of educational policy*, Academic Press, Cambridge, 1999.
22. I. Lee. Ten mismatches between teachers' beliefs and written feedback practice, *ELT Journal*, **2008**, 63(1), 13-22.
23. J. Truscott. The case against grammar correction in L2 writing classes, *Language Learning*, **1996**, 46(2), 327-369.
24. D. Brown, Q. Liu, R. Norouzian. Effectiveness of written corrective feedback in developing L2 accuracy: a Bayesian meta-analysis, *Language Teaching Research*, **2023**, 147374.
25. F. Hyland. Focusing on form: student engagement with teacher feedback, *System*, **2003**, 31(2), 217-230.
26. A. B. Sawsan. Written corrective feedback: teachers' beliefs, practices and challenges in an Omani context, *Arab Journal of Applied Linguistics*, **2016**, 1(1), 44-73.
27. S. Iqbal, R. B. Gul, A. Lakhani, N. Rizvi. Teachers' accounts of their perceptions and practices of providing written feedback to nursing students on their assignments, *International Journal of Higher Education*, **2014**, 3(3), 70-80.
28. N. W. Evans, K. J. Hartshorn, E. A. Tuioti. Written corrective feedback: the practitioners' perspective, *International Journal of English Studies*, **2010**, 10(2), 47-77.
29. H. R. Amrhein, H. Nassaji. Written corrective feedback: what do students and teachers prefer and why?, *Canadian Journal of Applied Linguistics*, **2010**, 13(2), 95-127.
30. W. W. Purnomo, Y. Basthomi, J. A. Prayogo. EFL university teachers' perspectives in written corrective feedback and their actual applications, *International Journal of Evaluation and Research in Education*, **2021**, 10(3), 1089-1099.
31. W. C. H. Hong. Macao secondary school EFL teachers' perspectives on written corrective feedback: rationales and constraints, *Journal of Educational Technology and Innovation*, **2021**, 1(4), 1-13.
32. N. Soleimani, M. Rahimi. (Mis) Alignment of Iranian EFL teacher's written corrective feedback beliefs and practices from an activity theory perspective, *Cogent Education*, **2021**, 8(1), 1901640.
33. N. H. U. Nhi, D. L. N. Tam, P. V. P. Ho. Written corrective feedback strategies applied by Van Lang University's EFL lecturers in teaching online, *AsiaCALL Online Journal*, **2022**, 13(2), 21-41.
34. I. Lee. Teachers' frequently asked questions about focused written corrective feedback, *TESOL Journal*, **2018**, 10(2), 1-15.
35. M. Jodaie, F. Farrokhi. An exploration of private language institute teachers' perceptions of written grammar feedback in EFL classes, *English Language Teaching*, **2012**, 5(2), 58-67.
36. L. Yang, L. Zhang, C. Li, K. Wang, L. Fan, R. Yu. Investigating EFL teachers' beliefs and practices about written corrective feedback: a large-scale study, *Language Teaching Research Quarterly*, **2021**, 25(special), 29-65.
37. L. Tian, Y. Zhou. Learner engagement with automated feedback, peer feedback and teacher feedback in an online EFL writing context, *System*, **2020**, 91, 102247.
38. R. F. Zohra, H. Fatiha. Exploring learners' and teachers' preferences regarding written corrective feedback types in improving learners' writing skill, *Arab World English Journal*, **2022**, 13(1), 117-128.
39. I. Lee. Revisiting teacher feedback in EFL writing from sociocultural perspectives, *TESOL Quarterly*, **2014**, 48(1), 201-213.



© 2024 by the authors. This Open Access Article is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

Citizen participation in the public policy implementation process of local governments in Vietnam

Nguyen Tuan Anh*, Nguyen Trung Kien

Department of Political Science, Law and State Management, Quy Nhon University, Vietnam

*Received: 06/12/2023; Revised: 26/01/2024;
Accepted: 30/01/2024; Published: 28/08/2024*

ABSTRACT

The participation of citizens in the public policy process is regarded as a crucial element for ensuring good governance. Effective citizen participation is a measure of the level of development of democracy and contributes to limiting policy mistakes. In Vietnam, the legal foundation for citizen participation is constantly being supplemented and developed; the level and effectiveness of citizen participation are evaluated to have significantly improved. This study focuses on analyzing the legal basis and evaluating the practical participation of citizens in the implementation of public policies by local governments in Vietnam from 2020 to 2022. Based on the current assessment, the article proposes several solutions to enhance the effectiveness of citizen participation in the implementation of local government public policies, including supplementing and refining legal regulations; improving the intellectual and professional capabilities of the policy enforcement personnel; leveraging the roles of organizations representing the people; diversifying forms of participation; addressing the "formality" in carrying out certain activities related to citizen involvement.

Keywords: *Citizen participation, public policy, implementation of public policy, local government.*

*Corresponding author.

Email: nguyentuananh@qnu.edu.vn

Sự tham gia của người dân vào quá trình thực thi chính sách công của chính quyền địa phương ở Việt Nam

Nguyễn Tuấn Anh*, Nguyễn Trung Kiên

Khoa Lý luận chính trị - Luật và Quản lý nhà nước, Trường Đại học Quy Nhơn, Việt Nam

Ngày nhận bài: 06/12/2023; Ngày sửa bài: 26/01/2024;

Ngày nhận đăng: 30/01/2024; Ngày xuất bản: 28/08/2024

TÓM TẮT

Sự tham gia của người dân vào quá trình chính sách công được xem là một trong những tiêu chí quan trọng của quản trị quốc gia tốt. Sự tham gia có hiệu quả của người dân là thước đo phản ánh trình độ phát triển của nền dân chủ và góp phần hạn chế những sai lầm chính sách. Nghiên cứu này tập trung phân tích cơ sở pháp lý và đánh giá thực tiễn tham gia của người dân vào quá trình thực thi chính sách công của chính quyền địa phương ở Việt Nam giai đoạn 2020 - 2022. Kết quả nghiên cứu cho thấy, nền tảng pháp lý cho sự tham gia của người dân vào quá trình thực thi chính sách công của chính quyền địa phương ở Việt Nam không ngừng được bổ sung, phát triển; mức độ và hiệu quả tham gia của người dân được đánh giá là có những cải thiện đáng kể. Trên cơ sở đánh giá thực trạng, bài viết đề xuất một số giải pháp nâng cao hiệu quả tham gia của người dân vào quá trình thực thi chính sách công của chính quyền địa phương: bổ sung, hoàn thiện các quy định của pháp luật; nâng cao trình độ dân trí và năng lực của đội ngũ cán bộ thực thi chính sách; phát huy vai trò của các tổ chức đại diện cho nhân dân; đa dạng hóa các hình thức tham gia; khắc phục “tính hình thức” trong triển khai một số hoạt động liên quan đến sự tham gia của người dân.

Từ khóa: *Sự tham gia của người dân, chính sách công, thực thi chính sách công, chính quyền địa phương.*

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Sự tham gia của người dân (Citizen participation) “bắt đầu được đề cập đến vào những năm 1970”¹ và sau đó được sử dụng phổ biến bởi các nhà nghiên cứu và các tổ chức quốc tế. Việc luận bàn về nội hàm khái niệm “sự tham gia” cũng có nhiều sự thay đổi theo thời gian và bối cảnh cụ thể. Huntington và Nelson cho rằng sự tham gia là “hoạt động của các công dân được thiết kế nhằm tác động đến việc ra quyết định của chính phủ”.² Bàn về các cấp độ của sự tham gia, Sherry R. Arnstein đã đánh giá sự tham gia của người dân thông qua 8 cấp độ: “Sự vận động, Lôi kéo, Cung cấp thông tin, Tham vấn, Động viên, Hợp

tác, Ủy quyền và Công dân kiểm soát”.³ Hiện nay, phần lớn các quan điểm cho rằng, tham gia là một trong những quyền con người cơ bản, đảm bảo sự tham gia của người dân trong quá trình chính sách là một trong những tiêu chí quan trọng của quản trị quốc gia tốt (Ngân hàng Thế giới, Ngân hàng Phát triển Châu Á).^{4,5}

Thực thi chính sách công là một giai đoạn trong chu trình chính sách công. Thực thi chính sách công là quá trình hiện thực hóa các ý tưởng, các quyết định chính sách nhằm đạt được những sự cải thiện xã hội. Theo quan điểm của lý thuyết lựa chọn công, “quá trình thực thi chính sách công rất khó khăn, phức tạp, tiềm ẩn nhiều nguy

*Tác giả liên hệ chính.

Email: nguyentuananh@qnu.edu.vn

cơ mắc sai lầm và chịu ảnh hưởng của nhiều yếu tố khác nhau”.⁶ Do đó, để thực thi chính sách công có hiệu quả, cần mở rộng sự tham gia từ phía xã hội. Bên cạnh đó, theo lý thuyết chủ quyền nhân dân, mức độ tham gia của người dân vào công việc nhà nước nói chung, vào quá trình chính sách công nói riêng là thước đo phản ánh trình độ phát triển của nền dân chủ, năng lực làm chủ của người dân. Trong nền chính trị hiện đại, để hạn chế các khả năng mắc sai lầm và đạt hiệu quả cao trong thực thi chính sách công, các quốc gia luôn chú trọng đến việc thu hút sự tham gia rộng rãi từ phía người dân.

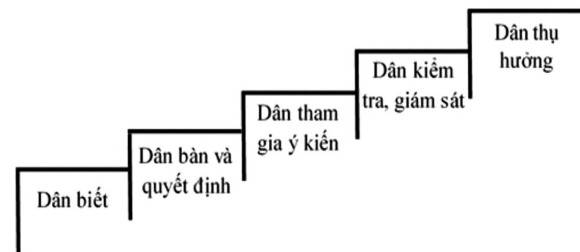
Ở Việt Nam, nền tảng pháp lý cho sự tham gia của người dân vào chu trình chính sách công nói chung và quá trình thực thi chính sách công của chính quyền địa phương nói riêng không ngừng được bổ sung, phát triển. Mức độ và hiệu quả tham gia của người dân vào quá trình thực thi chính sách công ở các địa phương được đánh giá là có những cải thiện đáng kể. Tuy nhiên, trên thực tế, còn nhiều rào cản từ cả hai phía (nhà nước và người dân) gây ảnh hưởng đến mức độ, hiệu quả tham gia của người dân vào quá trình thực thi chính sách công của chính quyền địa phương. Trên cơ sở phân tích nguồn tài liệu thứ cấp, nghiên cứu này tập trung khái quát cơ sở pháp lý và đánh giá thực tiễn tham gia của người dân vào quá trình thực thi chính sách công của chính quyền địa phương ở Việt Nam, trên cơ sở đó, đề xuất các giải pháp nâng cao hiệu quả tham gia của người dân.

2. NỘI DUNG

2.1. Cơ sở pháp lý cho sự tham gia của người dân vào quá trình thực thi chính sách công của chính quyền địa phương ở Việt Nam

Ở Việt Nam, cơ sở pháp lý cho sự tham gia của người dân vào hoạt động quản lý nhà nước nói chung và quản trị địa phương nói riêng ngày càng được chú ý hoàn thiện. Hiến pháp năm 2013, Điều 28 quy định: 1) “Công dân có quyền tham gia quản lý nhà nước và xã hội, tham gia thảo luận và kiến nghị với cơ quan nhà nước về các vấn đề của cơ sở, địa phương và cả nước.”;

2) “Nhà nước tạo điều kiện để công dân tham gia quản lý nhà nước và xã hội; công khai, minh bạch trong việc tiếp nhận, phản hồi ý kiến, kiến nghị của công dân.” Trên cơ sở quy định của Hiến pháp, một số luật đã cụ thể hóa quyền tham gia của người dân: Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật năm 2015 (sửa đổi năm 2020); Luật Mặt trận Tổ quốc Việt Nam; Luật Tiếp cận thông tin năm 2016; Luật Phòng, chống tham nhũng năm 2018; Luật Tổ chức chính quyền địa phương năm 2015 (sửa đổi, bổ sung năm 2019); Luật Thực hiện dân chủ ở cơ sở năm 2022. Theo quy định của pháp luật, nhân dân có quyền tham gia vào nhiều nội dung trong quá trình thực thi chính sách công của chính quyền địa phương với những hình thức và mức độ khác nhau. Cụ thể:



Nguồn: Tổng hợp từ Luật Thực hiện dân chủ ở cơ sở năm 2022 và các văn bản pháp luật có liên quan.

Hình 1. Các mức độ tham gia của người dân ở Việt Nam.

Một là, “dân biết”: Là những thông tin mà chính quyền bắt buộc phải công khai cho người dân được biết. Để đảm bảo quyền được biết của nhân dân, các luật liên quan đã quy định cụ thể về trách nhiệm của cá nhân, tổ chức trong công khai thông tin; quy định về nội dung, phương thức, thời điểm công khai thông tin (Điều 17 - Điều 22 của Luật Tiếp cận thông tin; Điều 9 - Điều 14 của Luật Phòng, chống tham nhũng; Điều 11 - Điều 14 của Luật Thực hiện dân chủ ở cơ sở). Người dân còn có quyền chủ động yêu cầu cơ quan nhà nước cung cấp thông tin trong một số trường hợp nhất định (Điều 23 của Luật Tiếp cận thông tin) và các cơ quan, tổ chức, đơn vị, cá nhân có thẩm quyền có trách nhiệm cung cấp thông tin theo quy định. Bên cạnh đó, chính quyền các cấp còn có nghĩa vụ thực hiện trách

nhệm giải trình với người dân khi có yêu cầu (Điều 15 của Luật Phòng, chống tham nhũng).

Hai là, “dân bàn và quyết định”: Là những nội dung mà nhân dân được bàn và trực tiếp quyết định. Theo quy định tại Điều 15 của Luật Thực hiện dân chủ ở cơ sở, có 06 nội dung mà nhân dân được bàn và quyết định. Các nội dung này có liên quan đến “chủ trương và mức đóng góp xây dựng các công trình ở cấp cơ sở”; “việc thu, chi, quản lý các khoản đóng góp và các tài sản, kinh phí được giao”; “nội dung hương ước, quy ước của cộng đồng dân cư”; “bầu, cho thôi Trưởng thôn, Tổ trưởng dân phố, thành viên Ban Thanh tra nhân dân, Ban Giám sát đầu tư của cộng đồng”; “các công việc tự quản khác trong nội bộ cộng đồng dân cư”. Luật này cũng quy định các hình thức nhân dân bàn và quyết định: i) “Tổ chức cuộc họp của cộng đồng dân cư”; ii) “Phát phiếu lấy ý kiến của từng hộ gia đình”; iii) “Biểu quyết trực tuyến” (Điều 17).

Ba là, “dân tham gia ý kiến”: Là “những nội dung nhân dân tham gia ý kiến trước khi cơ quan có thẩm quyền quyết định”. Theo quy định tại Điều 25 của Luật Thực hiện dân chủ ở cơ sở, nhân dân có quyền tham gia ý kiến về 09 nội dung liên quan đến các dự thảo, chủ trương, chính sách phát triển của địa phương. Các hình thức tham gia ý kiến cũng được quy định rõ, gồm: 1) “Hội nghị trao đổi, đối thoại giữa Ủy ban nhân dân cấp xã với Nhân dân”; 2) “Tổ chức cuộc họp của cộng đồng dân cư”; 3) “Phát phiếu lấy ý kiến của hộ gia đình”; 4) “Thông qua hòm thư góp ý, đường dây nóng”; 5) “Thông qua Ban công tác Mặt trận ở thôn, tổ dân phố và các tổ chức chính trị - xã hội ở cơ sở”; 6) “Thông qua cổng thông tin điện tử, trang thông tin điện tử của chính quyền địa phương cấp xã”; 7) “Thông qua mạng viễn thông, mạng xã hội hoạt động hợp pháp theo quy định của pháp luật, bảo đảm phù hợp với mức độ ứng dụng công nghệ thông tin tại cấp xã, tại thôn, tổ dân phố”; 8) “Tổ chức đối thoại, lấy ý kiến công dân là đối tượng thi hành”.

Bốn là, “dân kiểm tra, giám sát”: Theo quy định của Luật Thực hiện dân chủ ở cơ sở,

nhân dân có quyền “kiểm tra việc thực hiện các nội dung mà nhân dân đã bàn và quyết định” và “giám sát việc tổ chức thực hiện dân chủ ở cơ sở và việc thực hiện chính sách, pháp luật của chính quyền địa phương cấp xã, cán bộ, công chức cấp xã, người hoạt động không chuyên trách ở cấp xã, ở thôn, tổ dân phố”. Việc kiểm tra, giám sát của nhân dân được thực hiện thông qua 02 hình thức: “nhân dân trực tiếp kiểm tra, giám sát” và “kiểm tra, giám sát thông qua Mặt trận Tổ quốc Việt Nam cấp xã, thông qua hoạt động của Ban Thanh tra nhân dân ở xã, phường, thị trấn, Ban Giám sát đầu tư của cộng đồng và các tổ chức tự quản khác ở địa phương được thành lập theo quy định của pháp luật”. Ngoài ra, theo quy định của Luật Mặt trận Tổ quốc Việt Nam và Luật Tổ chức chính quyền địa phương, nhân dân còn thực hiện quyền giám sát, phản biện xã hội thông qua Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam và các tổ chức chính trị - xã hội.

Năm là, “dân thụ hưởng”: Theo Luật Thực hiện dân chủ ở cơ sở, “người dân được Nhà nước và pháp luật công nhận, tôn trọng, bảo vệ, bảo đảm thực hiện quyền con người, quyền công dân”; “được thông tin đầy đủ về các quyền và lợi ích hợp pháp, chính sách an sinh xã hội, phúc lợi xã hội theo quy định của pháp luật và quyết định (nếu có) của chính quyền địa phương mà mình được hưởng”; “được thụ hưởng thành quả đổi mới, phát triển kinh tế - xã hội, chế độ an sinh xã hội và sự an toàn, ổn định của đất nước, của địa phương và ở cộng đồng dân cư nơi sinh sống”; “được tạo điều kiện để tham gia học tập, công tác, lao động, sản xuất, kinh doanh, cải thiện và nâng cao đời sống vật chất, tinh thần của bản thân, gia đình và cộng đồng”.

Tóm lại, cơ sở pháp lý cho sự tham gia của người dân vào quá trình thực thi chính sách công của chính quyền địa phương có xu hướng ngày càng hoàn thiện. Đặc biệt, với sự ra đời của Luật Thực hiện dân chủ ở cơ sở năm 2022, quyền tham gia được cụ thể hóa, đa dạng về nội dung, hình thức và mở rộng về cấp độ. Về thực chất, việc pháp luật mở rộng quyền tham gia là sự thể chế hóa chủ trương “Dân biết, dân bàn, dân làm,

dân kiểm tra, dân giám sát, dân thụ hưởng”⁷ của Đảng đề hướng đến mục tiêu phát huy dân chủ trong quá trình phát triển theo nguyên lý chủ quyền của nhân dân. Cơ sở pháp lý được hoàn thiện là điều kiện quan trọng để nhân dân tham gia ngày càng nhiều và thực chất vào quá trình thực thi chính sách công của chính quyền địa phương.

Tuy nhiên, vẫn còn một số hạn chế trong quy định của pháp luật cần phải được xem xét sửa đổi, bổ sung. Trước hết, thiếu quy định bắt buộc và biện pháp chế tài về trách nhiệm tiếp thu, phản hồi, giải trình của các cơ quan nhà nước sau khi tiếp nhận những đề xuất, kiến nghị từ hoạt động giám sát của người dân và các tổ chức chính trị - xã hội nên nhiều hoạt động tham gia ý kiến, kiểm tra, giám sát còn mang tính hình thức, không mang lại hiệu quả thực tế. Chế tài xử lý trách nhiệm đối với các chủ thể có thẩm quyền khi vi phạm các quy định về đảm bảo quyền tham gia của người dân chưa được quy định rõ ràng.

2.2. Thực trạng tham gia của người dân vào quá trình thực thi chính sách công của chính quyền địa phương ở Việt Nam

2.2.1. Dân biết

Cùng với sự mở rộng các quy định của pháp luật, các hoạt động công khai, minh bạch và trách nhiệm giải trình của chính quyền đối với người dân có xu hướng không ngừng được cải thiện, góp phần cung cấp thông tin chính sách cho người dân. Theo Báo cáo chỉ số PAPI, chỉ số công khai, minh bạch trong hoạch định và thực thi chính sách của chính quyền địa phương từ 2020 đến 2022 được duy trì ở mức tương đối ổn định, năm 2020 đạt 5.28 điểm, năm 2021 đạt 5.19 điểm và năm 2022 đạt 5.25 điểm (thang điểm 1 - 10). Việc thực hiện trách nhiệm giải trình cũng có sự cải thiện trong những năm gần đây: đạt 4.86 điểm năm 2020, 4.97 điểm năm 2021 và 5.05 điểm năm 2022. Những kết quả nói trên đã góp phần nâng cao khả năng tiếp cận thông tin để thực hiện quyền được biết của người dân. Giai đoạn 2020 - 2022, chỉ số tiếp cận thông tin tăng nhẹ, từ 0.8 điểm vào năm 2020 lên 0.81

điểm năm 2022. Người dân có thể tiếp cận thông tin về các vấn đề chính sách từ nhiều kênh “trực tiếp hoặc gián tiếp, tiếp cận chủ động hoặc thụ động từ chính quyền”,⁸ trên cơ sở đó, thực hiện quyền tham gia của mình ngày càng thực chất và có hiệu quả.

Tuy nhiên, đi sâu phân tích các chỉ số cụ thể trong Báo cáo chỉ số PAPI cho thấy, vẫn còn một số hạn chế trong việc đảm bảo quyền tham gia của người dân vào quá trình thực thi chính sách công, nhất là ở một số chính sách công quan trọng như giảm nghèo bền vững và đất đai. Theo Báo cáo, “mức độ tin tưởng của người dân vào việc lập danh sách hộ nghèo còn thấp ở hầu hết các tỉnh/thành phố”. “Tỉ lệ người trả lời cho rằng có những hộ thực tế rất nghèo nhưng không được đưa vào danh sách hộ nghèo tăng lên đáng kể trong năm 2022, tăng khoảng 5% điểm từ 31,27% năm 2021 lên 36,15% năm 2022”.⁹ “Việc tiếp cận thông tin đất đai của người dân vẫn còn rất hạn chế ở tất cả các tỉnh/thành phố”, tỉ lệ người dân được biết đến kế hoạch sử dụng đất năm 2022 ở địa phương khá thấp, “dao động từ 7% đến 34% ở 61 tỉnh/thành phố, trong đó chỉ có 8 tỉnh/thành phố đạt tỉ lệ cao hơn 20%”.⁹

2.2.2. Dân bàn và quyết định

Mặc dù pháp luật đã có những quy định ngày càng mở rộng về quyền “dân bàn và quyết định” đối với các vấn đề chính sách nhưng trên thực tế chính quyền địa phương vẫn chưa chú ý tổ chức thực hiện. Hiện nay, người dân chỉ mới được bàn bạc và quyết định một số vấn đề ở địa phương: “Tham gia bàn và quyết định về nội dung hương ước, quy ước của cộng đồng dân cư”; “Tham gia vào việc ra quyết định xây mới hoặc tu sửa công trình công cộng ở địa phương”. Tuy nhiên, mức độ triển khai để dân quyết định các vấn đề này không đồng đều ở các địa phương. Mức độ tham gia của người dân vào việc quyết định các nội dung này cũng ở mức thấp và có xu hướng giảm trong những năm gần đây, chẳng hạn, “tỉ lệ người trả lời cho biết đã tham gia vào việc ra quyết định xây mới hoặc tu sửa công trình công cộng ở địa phương” năm 2022 chỉ đạt 47,15%, thấp hơn nhiều so với tỉ lệ 60,62% của năm 2020.⁹

Việc tham gia “bàn và quyết định” các vấn đề quan trọng hơn của địa phương, như “vấn đề về quy hoạch sản xuất, về sử dụng đất đai, về cán bộ địa phương,... vẫn đang có những trở ngại kể cả phía người dân cũng như từ cán bộ, chính quyền cơ sở”.¹⁰ Bên cạnh đó, việc nhân dân biểu quyết quyết định thông qua trưng cầu ý dân vẫn chưa được tổ chức thực hiện nên người dân ít có cơ hội để “bàn và quyết định” về các vấn đề chính sách quan trọng của địa phương.

2.2.3. Dân tham gia ý kiến

Mức độ “dân tham gia ý kiến” vào thực thi chính sách và các vấn đề của địa phương trong những năm gần đây có xu hướng gia tăng. Theo Báo cáo SIPAS năm 2022, “mức độ hài lòng đối với cơ hội tham gia vào quá trình xây dựng, tổ chức thực hiện chính sách” đạt 79,65%. Trong đó, chỉ số thành phần về “mức độ hài lòng đối với việc cơ quan nhà nước tổ chức nhiều hình thức xin ý kiến góp ý, giúp mọi người dân tham gia dễ dàng” đạt mức 79,62% và chỉ số thành phần “mức độ hài lòng đối với việc cơ quan nhà nước tổ chức nhiều hình thức phản hồi ý kiến giúp mọi người dân tham gia dễ dàng” đạt mức 79,67%.¹¹

Bảng 1. Số lượng các cuộc phản biện xã hội do Mặt trận Tổ quốc các cấp ở địa phương thực hiện từ 2019 đến 2022.

Năm	2019	2020	2021	2022
Số cuộc phản biện xã hội	8.339	12.186	18.588	5.618

Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo của Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam

Bên cạnh việc tham gia ý kiến trực tiếp, người dân còn tham gia góp ý, phản biện chính sách thông qua các tổ chức đại diện như Mặt trận Tổ quốc Việt Nam và các tổ chức chính trị - xã hội. Theo báo cáo của Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam, giai đoạn 2019 - 2022, Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam các cấp ở địa phương phối hợp với các tổ chức chính trị - xã hội thành viên tổ chức được 44.731 cuộc phản

biện xã hội,¹²⁻¹⁵ tạo điều kiện thuận lợi cho nhân dân tham gia đóng góp ý kiến đối với các chính sách phát triển của địa phương.

Tuy nhiên, đối với một số chính sách quan trọng như chính sách đất đai thì mức độ tham gia ý kiến của người dân còn rất hạn chế. Theo Báo cáo chỉ số PAPI, “tỉ lệ người trả lời cho biết họ có dịp góp ý kiến cho quy hoạch, kế hoạch sử dụng đất của địa phương” ở mức rất thấp, chỉ có 4,49% năm 2020, 3,88% năm 2021 và 4,67% năm 2022.⁹ Điều này cho thấy, hoạt động tham gia ý kiến của người dân chưa đi vào thực chất, chưa gắn với những vấn đề chính sách quan trọng liên quan đến lợi ích trực tiếp của người dân.

2.2.4. Dân kiểm tra, giám sát

Thứ nhất, hình thức kiểm tra, giám sát trực tiếp đối với các vấn đề chính sách ở địa phương của nhân dân chủ yếu thực hiện thông qua quyền khiếu nại và tố cáo. Theo Báo cáo chỉ số PAPI, “tỉ lệ người trả lời cho biết họ đã gửi khuyến nghị, tố giác, tố cáo, khiếu nại tới chính quyền địa phương” là 22,4% năm 2020, 23,23% năm 2021 và 21,5% năm 2022 và “tỉ lệ được phúc đáp thỏa đáng” tương ứng là 19,31%, 20,23% và 18,72%.⁹ Kết quả thống kê cho thấy, việc thực hiện các quyền kiểm tra, giám sát trực tiếp của người dân đối với chính quyền còn rất hạn chế về nội dung, hình thức và hiệu quả thực tế.

Bảng 2. Số lượng cuộc giám sát do Mặt trận Tổ quốc và các tổ chức chính trị - xã hội các cấp ở địa phương chủ trì và phối hợp thực hiện từ 2019 đến 2022.

Năm	2019	2020	2021	2022
Số cuộc giám sát	61.104	95.326	103.408	47.295

Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo của Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam

Thứ hai, hình thức nhân dân kiểm tra, giám sát thông qua các tổ chức đại diện đạt được nhiều kết quả khả quan hơn. Theo báo cáo của Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam, giai đoạn 2019 - 2022, Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam các cấp ở địa phương và các tổ chức chính

trị - xã hội đã chủ trì và tham gia phối hợp giám sát được 307.133 cuộc giám sát,¹²⁻¹⁵ góp phần mở rộng quyền tham gia của nhân dân và kiểm soát chính quyền. Chất lượng các hoạt động giám sát được đánh giá là có nhiều cải thiện, “các kiến nghị qua giám sát, phản biện xã hội của Mặt trận Tổ quốc Việt Nam và các tổ chức chính trị - xã hội, từng bước được các bộ, ngành, Ủy ban dân các địa phương lắng nghe, quan tâm trả lời và chỉ đạo giải quyết”,¹⁵ qua đó, góp phần mở rộng việc thực hiện quyền làm chủ của nhân dân.

Ngoài ra, việc thực hiện quyền giám sát của nhân dân thông qua Ban Thanh tra nhân dân và Ban Giám sát đầu tư của cộng đồng cũng được chú ý thực hiện. Trong năm 2022, “Ban Thanh tra nhân dân và Ban Giám sát đầu tư của cộng đồng trên cả nước đã thực hiện 60.697 cuộc giám sát, trong đó Ban Thanh tra nhân dân giám sát 30.601 cuộc, Ban Giám sát đầu tư của cộng đồng giám sát 30.636 cuộc”.¹⁶ Bên cạnh đó, theo Báo cáo chỉ số PAPI, “tỉ lệ người trả lời cho biết Ban Thanh tra nhân dân hoặc Ban giám sát đầu tư cộng đồng giám sát việc xây mới/tu sửa công trình” ở cơ sở cũng có xu hướng gia tăng, từ 29,71% năm 2021 lên 35,7% năm 2022.⁹

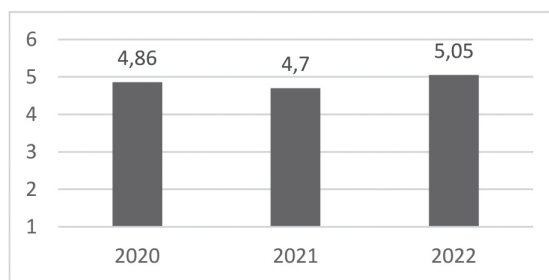
2.2.5. Dân thụ hưởng

Mặc dù mức độ tham gia “dân thụ hưởng” mới được quy định trong Luật Thực hiện dân chủ ở cơ sở năm 2022 nhưng trong quá trình thực thi chính sách công, các cơ quan nhà nước đã chú ý đến việc đảm bảo lợi ích của người dân. Đồng thời, cũng quan tâm đến các hoạt động điều tra, khảo sát để đánh giá mức độ hài lòng của nhân dân trong việc thụ hưởng các thành quả của quá trình xây dựng và thực thi các chính sách công.

Theo kết quả khảo sát mức sống dân cư, “tỉ lệ hộ gia đình được hưởng lợi từ chính sách giảm nghèo” đạt 25,3% năm 2018 và 19,2% năm 2020.¹⁷ Theo Báo cáo SIPAS năm 2022, “mức độ hài lòng của người dân đối với kết quả, tác động của chính sách trong cả nước” đạt mức cao là 79,83%.¹¹ Trong đó, chỉ số thành phần “mức độ hài lòng đối với việc chính sách của địa phương

đã góp phần giúp cho kinh tế gia đình ngày càng tốt hơn” đạt 79,64%; chỉ số thành phần “mức độ hài lòng đối với việc chính sách của địa phương đã góp phần giúp cho chất lượng cuộc sống ngày càng tốt hơn” đạt 80,01%.¹¹

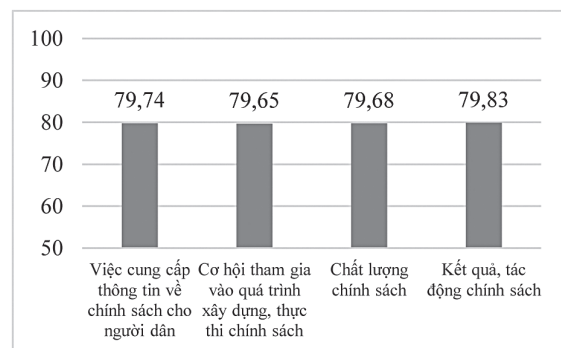
Tóm lại, về tổng thể, sự tham gia của người dân vào quá trình thực thi chính sách công nói riêng và quản trị địa phương nói chung có xu hướng ngày càng mở rộng về mức độ, hình thức, nội dung và cải thiện về hiệu quả. Theo Báo cáo chỉ số PAPI, sự tham gia của người dân ở cấp cơ sở có sự gia tăng trong giai đoạn 2020 - 2022 (Biểu đồ 1).



Nguồn: Báo cáo chỉ số PAPI năm 2022.

Biểu đồ 1. Sự tham gia của người dân ở cấp cơ sở giai đoạn 2020 - 2022 (thang điểm 1- 10).

Theo Báo cáo SIPAS, “mức độ hài lòng của người dân đối với việc xây dựng, tổ chức thực hiện chính sách nói chung” đạt kết quả ấn tượng là 79,72% trong năm 2022.¹¹ Trong đó, các chỉ số thành phần đều đạt ở mức cao (Biểu đồ 2).



Nguồn: Báo cáo SIPAS năm 2022.

Biểu đồ 2. Mức độ hài lòng của người dân đối với quá trình xây dựng, thực hiện chính sách (%).

Tuy nhiên, qua phân tích cụ thể các chỉ số đo lường mức độ tham gia của người dân vào quá

trình thực thi chính sách công của chính quyền địa phương cho thấy vẫn còn nhiều hạn chế trong việc thực hiện các hình thức, mức độ tham gia của người dân. Những hạn chế nói trên xuất phát từ nhiều nguyên nhân khác nhau, cụ thể:

- Cơ sở pháp lý cho sự tham gia của người dân vào quá trình thực thi chính sách công của chính quyền địa phương chưa đầy đủ. Chưa có “quy định bắt buộc và biện pháp chế tài về trách nhiệm phản hồi, giải trình của các cơ quan nhà nước sau khi tiếp nhận những đề xuất, kiến nghị từ hoạt động giám sát của người dân”;¹⁸ chế tài xử lý trách nhiệm đối với cán bộ vi phạm chưa được quy định rõ ràng và không đủ mức răn đe.

- Trình độ dân trí, hiểu biết chính trị và văn hóa chính trị tham gia của người dân còn hạn chế. “Tri thức công dân về tham gia” còn ở mức khá thấp, chỉ đạt 0.77 điểm năm 2020, 0.27 điểm năm 2021 và 1.0 điểm năm 2022 (thang điểm 0.25 - 2.5).⁹

- Các tổ chức chính trị - xã hội đại diện cho người dân trong thực hiện quyền tham gia thiếu tính độc lập và còn nhiều bất hợp lý trong tổ chức và hoạt động. Do đó, các hoạt động giám sát nhiều khi còn “mang tính hình thức, chủ yếu nhằm hoàn thành các chỉ tiêu, kế hoạch định kì hoặc theo yêu cầu từ phía Nhà nước, chưa chú trọng đến thực chất và khả năng đáp ứng các yêu cầu của nhân dân”.¹⁸

- Năng lực đội ngũ cán bộ thực hiện các hoạt động liên quan đến sự tham gia của người dân chưa đáp ứng được yêu cầu.

- Việc tổ chức thực hiện một số nội dung, phương thức huy động sự tham gia của người dân còn mang tính hình thức, chưa hiệu quả. Đặc biệt là các hoạt động “dân bàn và quyết định”, “dân kiểm tra, giám sát” trực tiếp, “dân tham gia ý kiến”. Các hình thức tham gia của người dân có sự mở rộng nhưng chưa thực sự đa dạng, đặc biệt, thiếu các hình thức tham gia trực tuyến phù hợp với tiến trình xây dựng Chính phủ điện tử, Chính quyền số.

2.3. Một số giải pháp nâng cao hiệu quả tham gia của người dân vào quá trình thực thi chính sách công của chính quyền địa phương ở Việt Nam

Thứ nhất, hoàn thiện các quy định của pháp luật liên quan đến sự tham gia của người dân vào quá trình thực thi chính sách công của chính quyền địa phương ở Việt Nam. Mở rộng các nội dung, cấp độ và hình thức tham gia theo hướng tiếp cận các chuẩn mực của pháp luật quốc tế. Chú ý đến việc xây dựng cơ chế tiếp thu, phản hồi, giải trình của chính quyền địa phương đối với các đề xuất, kiến nghị, góp ý từ các hoạt động tham gia của nhân dân và các tổ chức đại diện. Trong đó, “cần quy định rõ trách nhiệm, thời hạn gửi văn bản đề nghị giám sát, phản biện xã hội và văn bản giải trình, tiếp thu hoặc phản hồi của các cơ quan nhà nước”. Có “chế tài xử lý đủ mạnh đối với các cơ quan chậm hoặc không phản hồi, giải trình đối với các đề xuất, kiến nghị sau giám sát, phản biện của các tổ chức chính trị - xã hội”.¹⁸

Thứ hai, nâng cao trình độ dân trí, “tri thức công dân về tham gia” và văn hóa chính trị tham gia cho người dân thông qua các hoạt động tuyên truyền, giáo dục phù hợp và có hiệu quả. Chú ý đến tính hiệu quả của các hoạt động tuyên truyền, phổ biến pháp luật nhằm giúp người dân nhận thức được các quyền tham gia của mình và những lợi ích có được từ việc thực hiện quyền đó để tạo động cơ khuyến khích người dân tích cực tham gia vào hoạt động xây dựng, thực thi chính sách của chính quyền địa phương. Ngoài ra, có thể xây dựng cơ chế khen thưởng cho những cá nhân tích cực tham gia và có những đóng góp nổi bật cho việc thực thi chính sách ở địa phương.

Thứ ba, đổi mới tổ chức và hoạt động của các tổ chức chính trị - xã hội theo hướng: i) Tăng tính độc lập, tự chủ để nâng cao khả năng đại diện cho người dân, hạn chế tình trạng “hành chính hóa”, “quan liêu hóa”, xa rời nhân dân như hiện nay; ii) Tinh gọn về bộ máy, giảm các cơ quan trung gian không cần thiết, hướng về cơ sở, củng cố tổ chức ở cơ sở để gần dân, nắm bắt tốt tâm tư nguyện vọng của nhân dân, qua đó, đại diện và bảo vệ quyền lợi cho dân; ii) Hoạt động đúng chức năng, nhiệm vụ, tránh tình trạng chạy

theo hoạt động phong trào, “giải trí hóa” như hiện nay, tập trung vào chức năng đại diện cho nhân dân trong việc tham gia vào các hoạt động xây dựng, thực thi chính sách và chức năng kiểm soát quyền lực nhà nước ở địa phương. Ngoài ra, xây dựng cơ chế phù hợp để thu hút sự tham gia của các cá nhân tiêu biểu, các nhân sĩ, trí thức, những người có uy tín ở địa phương vào Mặt trận Tổ quốc và các tổ chức chính trị - xã hội nhằm nâng cao chất lượng bộ máy và năng lực giám sát, phản biện xã hội của các tổ chức này.

Thứ tư, nâng cao năng lực của đội ngũ cán bộ của chính quyền địa phương thực hiện các hoạt động liên quan đến sự tham gia của người dân. Chú trọng các hoạt động đào tạo, bồi dưỡng chuyên môn, nghiệp vụ để nâng cao trình độ đội ngũ hiện có. Cải tiến các khâu tuyển dụng, bố trí công việc trong quy trình công tác cán bộ để chọn được những người có trình độ chuyên môn phù hợp vào các vị trí công việc. Đồng thời, cần sắp xếp lại bộ máy cho phù hợp với điều kiện thực tế, giảm các cơ quan trung gian, thiết lập thêm các cơ quan chuyên trách và bổ sung thêm công chức chuyên trách ở cấp cơ sở.

Thứ năm, đa dạng hóa các hình thức tham gia của người dân vào quá trình hoạch định và thực thi chính sách công của chính quyền địa phương. Chú ý mở rộng các quyền tham gia trực tiếp của người dân. Tổ chức thực thi quyền trưng cầu ý dân để nhân dân có thể bàn bạc, quyết định các vấn đề của quốc gia và địa phương. Hoàn thiện cơ chế pháp lý để nhân dân thực hiện quyền bãi miễn đại biểu. Chú ý phát triển các hình thức tham gia ý kiến, bỏ phiếu trực tuyến phù hợp với xu hướng phát triển của chính quyền số, chính phủ điện tử nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho nhân dân có thể tham gia bàn bạc, thảo luận, góp ý, quyết định nhiều vấn đề chính sách liên quan đến lợi ích của mình. Bên cạnh đó, chú ý lựa chọn và áp dụng các hình thức tham gia phù hợp với điều kiện thực tế, trình độ dân trí của các địa phương nhằm mở rộng sự tham gia và nâng cao hiệu quả thực tế của việc thực hiện các quyền tham gia.

Thứ sáu, chú ý khắc phục “tính hình thức” trong việc tổ chức các hoạt động liên quan đến

sự tham gia của người dân, nhất là các hoạt động “dân bàn và quyết định”, “dân kiểm tra, giám sát” trực tiếp, “dân tham gia ý kiến”. Tăng cường sự tham gia của nhân dân đối với các vấn đề chính sách quan trọng, liên quan trực tiếp đến lợi ích của người dân, như: quy hoạch, đất đai, giảm nghèo, an sinh xã hội. Đảm bảo thực hiện tối đa các quyền tham gia của nhân dân theo quy định thông qua việc tổ chức các hình thức tham gia phù hợp với điều kiện thực tế. Chú trọng đến các hoạt động tiếp thu ý kiến của nhân dân, có báo cáo giải trình rõ ràng về mức độ tiếp thu các ý kiến, kết quả xử lý các vụ việc có liên quan đến các đề xuất, kiến nghị của nhân dân. Tăng cường các hoạt động đánh giá, đo lường hiệu quả thực tế đạt được từ các hoạt động tham gia của người dân để có phương án điều chỉnh cho phù hợp.

3. KẾT LUẬN

Trong quá trình thực thi chính sách công, người dân có vai trò vừa là chủ thể thực thi vừa là đối tượng thụ hưởng. Phát huy sự tham gia của người dân vào quá trình này sẽ mang lại nhiều hiệu quả thực tế cho cả cơ quan thực thi và người dân. Xu hướng chung của các nước phát triển là mở rộng sự tham gia của người dân vào công việc của nhà nước, một mặt, phát huy quyền làm chủ của người dân; mặt khác, góp phần hạn chế “sự thất bại của nhà nước”, nâng cao chất lượng và hiệu quả thực tế của chính sách công. Ở Việt Nam, trong những năm gần đây, cùng với xu thế dân chủ hóa đời sống xã hội, cơ sở pháp lý cho sự tham gia của người dân được chú ý hoàn thiện ở nhiều khía cạnh: nội dung, hình thức, mức độ. Đặc biệt, với việc ban hành Luật Thực hiện dân chủ ở cơ sở vào năm 2022, chủ trương “Dân biết, dân bàn, dân làm, dân kiểm tra, dân giám sát, dân thụ hưởng” được thể chế hóa. Cùng với việc mở rộng quyền tham gia, hiệu quả thực tế đạt được trong thực hiện quyền tham gia của người dân vào quá trình thực thi chính sách công của chính quyền địa phương cũng đạt được nhiều sự cải thiện. Để tiếp tục nâng cao hiệu quả tham gia của người dân, cần chú ý sửa đổi những điểm bất hợp lý trong các quy định của pháp luật; nâng cao trình độ dân trí và năng lực của đội ngũ cán bộ thực thi chính sách; phát huy vai trò của các

tổ chức đại diện cho nhân dân; đa dạng hóa các hình thức tham gia phù hợp với xu hướng phát triển chính phủ điện tử, chính quyền số; khắc phục “tính hình thức” trong triển khai một số hoạt động liên quan đến sự tham gia của người dân.

Lời cảm ơn

Nghiên cứu này được thực hiện trong khuôn khổ đề tài khoa học công nghệ cấp cơ sở của Trường Đại học Quy Nhơn với mã số T2023.815.25.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. S. Kwak. Deconstructing the multi-layered nature of citizen participation in Vietnam: conceptual connotations, discourses of international development, and the country's institutional context, *Asian Journal of Political Science*, **2019**, 27(3), 257-271.
2. S. P. Huntington, J. M. Nelson. *No easy choice: political participation in developing countries*, Harvard University Press, Massachusetts, 1976.
3. S. R. Arnstein. A ladder of citizen participation, *Journal of the American Planning Association*, **1969**, 35(4), 216-224.
4. World Bank. *World development report: governance and development*, Washington DC, 1992.
5. ADB. *Governance: sound development management*, Manila, Philippines, 1999.
6. N. T. Bình. Sự tham gia của người dân vào hoạt động hành chính công, *Nghiên cứu Lập pháp*, **2019**, 13(389), 11-19.
7. Đảng Cộng sản Việt Nam. *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng, Tập 1*, Nxb Chính trị Quốc gia Sự thật, Hà Nội, 2021.
8. P. T. Diễm. Sự tham gia của người dân vào quy trình chính sách hướng tới mục tiêu quản trị quốc gia hiện đại, hiệu quả, *Lý luận chính trị*, **2023**, 545, 12-18.
9. CECODES, VFF-CRT, RTA & UNDP. *Chỉ số hiệu quả quản trị và hành chính công cấp tỉnh ở Việt Nam (PAPI) năm 2022: đo lường từ kinh nghiệm thực tiễn của người dân*, Hà Nội, 2023.
10. N. V. Cường, N. H. Quang. Cơ chế bảo đảm sự tham gia của nhân dân trong hoạt động của cơ quan nhà nước trước yêu cầu hoàn thiện Nhà nước pháp quyền, *Nghiên cứu Lập pháp*, **2022**, 15(463), 3-12.
11. Mặt trận Tổ quốc Việt Nam, Bộ Nội vụ, Hội Cựu chiến binh Việt Nam. *Báo cáo chỉ số hài lòng của người dân đối với sự phục vụ của cơ quan hành chính nhà nước năm 2022*, Hà Nội, 2022.
12. Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam. *Báo cáo kết quả công tác Mặt trận năm 2019, chương trình phối hợp và thống nhất hành động năm 2020 của Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam*, Hà Nội, 2020.
13. Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam. *Báo cáo kết quả công tác Mặt trận năm 2010, chương trình phối hợp và thống nhất hành động năm 2021 của Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam*, Hà Nội, 2021.
14. Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam. *Báo cáo kết quả công tác Mặt trận năm 2021, chương trình phối hợp và thống nhất hành động năm 2022 của Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam*, Hà Nội, 2022.
15. Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam. *Báo cáo kết quả công tác Mặt trận năm 2022, chương trình phối hợp và thống nhất hành động năm 2023 của Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam*, Hà Nội, 2023.
16. P. K. Cúc. Phương thức tham gia xây dựng Đảng, xây dựng Nhà nước của Mặt trận Tổ quốc Việt Nam - thực trạng và giải pháp, *Mặt trận*, **2023**, 241, 28-33.
17. Tổng cục Thống kê. *Kết quả khảo sát mức sống dân cư Việt Nam năm 2020*, Nxb Thống Kê, Hà Nội, 2021.
18. N. T. Anh. *Các tổ chức chính trị - xã hội trong việc kiểm soát quyền lực nhà nước ở Việt Nam hiện nay*, Luận án tiến sĩ, Học viện Khoa học xã hội, Hà Nội, 2020.



© 2024 by the authors. This Open Access Article is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

<https://doi.org/10.52111/qnjs.2024.18404>

62 | Tạp chí Khoa học Trường Đại học Quy Nhơn, 2024, 18(4), 53-62

Tác động của công bố thông tin tiêu thụ nước đến giá trị doanh nghiệp: tình huống nghiên cứu trong ngành thực phẩm Việt Nam

Phạm Thị Thúy Hằng*, Nguyễn Minh Thư, Nguyễn Thị Minh Ảnh,
Nguyễn Thị Thanh Hằng, Lê Đỗ Thành Công, Trương Đức Thành Đạt

Khoa Tài chính – Ngân hàng và Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Quy Nhơn, Việt Nam

*Ngày nhận bài: 05/12/2023; Ngày sửa bài: 22/03/2024;
Ngày nhận đăng: 25/03/2024; Ngày xuất bản: 28/08/2024*

TÓM TẮT

Nghiên cứu phân tích tác động của công bố thông tin tiêu thụ nước đến giá trị doanh nghiệp từ dữ liệu 23 công ty thực phẩm niêm yết trên Sở Giao dịch Chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh và Sở Giao dịch Chứng khoán Hà Nội trong giai đoạn từ năm 2010 đến năm 2021. Bằng cách sử dụng các phương pháp ước lượng như bình phương nhỏ nhất (OLS), hiệu ứng cố định (FE), hiệu ứng ngẫu nhiên (RE) và hồi quy hai giai đoạn (2SLS), nghiên cứu đã cho thấy rằng các công bố về mức tiêu thụ nước tác động tích cực đến giá trị doanh nghiệp. Thông qua lý thuyết các bên liên quan, lý thuyết tín hiệu, lý thuyết tính hợp pháp và lý thuyết kinh tế chính trị, nghiên cứu cung cấp bằng chứng thực nghiệm về lợi ích của việc tự nguyện công bố thông tin tiêu thụ nước và hàm ý chính sách cho các nhà quản trị doanh nghiệp, nhà đầu tư và cơ quan quản lý.

Từ khóa: Công bố thông tin, giá trị công ty, mức tiêu thụ nước, ngành thực phẩm, Việt Nam.

*Tác giả liên hệ chính.

Email: phamthithuyhang@qnu.edu.vn

Effect of water disclosure on firm value: evidence from food sector in Vietnam

Pham Thi Thuy Hang*, Nguyen Minh Thu, Nguyen Thi Minh Anh,
Nguyen Thi Thanh Hang, Le Do Thanh Cong, Truong Duc Thanh Dat

Faculty of Finance - Banking and Business Administration, Quy Nhon University, Vietnam

Received: 05/12/2023; Revised: 22/03/2024;

Accepted: 25/03/2024; Published: 28/08/2024

ABSTRACT

This paper explores the association between water disclosure and firm value in Vietnam's food sector, based on the samples of 23 listed food firms on the Ho Chi Minh City Stock Exchange (HOSE) and the Hanoi Stock Exchange (HNX) from 2010 to 2021. By employing Ordinary Least Squares (OLS), Fixed Effects (FE), Random Effects (RE) and Two-Stage Least Squares (2SLS) estimation methods, our study indicates that water consumption reporting is positively associated with firm value. Through the lenses of stakeholder theory, signalling theory; legitimacy theory and political economy theory, the study is expected to provide empirical evidence of voluntary water disclosure's benefits and policy implications for managers, investors, and regulatory authorities.

Keywords: *Firm value, food industry, information disclosure, Vietnam, water consumption.*

1. INTRODUCTION

The fast-changing movement confronts many barriers relevant to the scarcity of natural resources, especially water. Since the rapid economic growth and industrialization have generated heightened demand. The available water resources are diminishing, and this scarcity presents an increasing corporate risk to physical assets, reputation, and financial stability.¹ Therefore, the company increasingly recognizes the need to align its goals with pursuing sustainable growth through responsible operations in using water.² Consequently, promoting efficient water resource usage fosters sustainability, resilience, competitiveness, and stakeholder trust.³

Ministry of Finance enacted Circular No.155/2015/TT-BTC on October 6th, 2015,

which outlined information disclosure guidelines for listed firms. It introduces a compulsory disclosure mandate for sustainable development, requiring companies to report on seven sustainable development dimensions, including water consumption, in their annual reports. Circular No. 96/2020/TT-BTC has replaced Circular No. 155/2015/TT-BTC since January 1st, 2021 and retained the sustainable development requirements, including water disclosure information.

Many theorem studies prove a favourable association between voluntary disclosure and company's value. From a signalling theory perspective, sustainability information gives favorable notice to the potential stakeholders;⁴ thus increasing the value of firm performance.⁵ The stakeholder theory posits that a firm with more

*Corresponding author.

Email: phamthithuyhang@qnu.edu.vn

transparent information regarding sustainable activities is motivated by stakeholders' benefits.⁶ Furthermore, legitimacy theory³ also anticipates that environmental, social, and governance information have a beneficial effect on both corporate performance and value.

Nevertheless, the empirical studies' outcomes are controversial in the water and corporate value relationship. Numerous studies have demonstrated the beneficial effects.⁷⁻⁹ Other researchers demonstrate the unfavorable effect.⁷ Finally, many studies show a non-effect association,^{10,11} which reveals that the nexus among water disclosure and enterprise value still needs to be explored.

To address the existing literature gaps, the study examines how water disclosure effects enterprise value in an emerging country like Vietnam. In this study, we selected the food industry as a case study for several compelling reasons. Firstly, the food industry in Vietnam plays a vital role in the country's economy and academic landscape.¹² It serves crucial functions such as providing food security, meeting nutritional requirements, and generating employment possibilities. Secondly, the food sector is closely attached to health and consumer safety.^{13,14} Since then, the food industry has attracted significant attention from the public, surpassing other industries.¹⁵ Thirdly, the food processing sector heavily relies on essential resources such as water, raw materials, and electricity. Water consumption by the food industry is significant due to resource extraction demands, intricate production procedures, and extensive-scale operations. Fourthly, the extensive supply chain of the food industry increases water consumption. Finally, food companies' production operations have a detrimental influence on the environment. This is mainly due to their insufficient knowledge about waste management, failure to enforce regulations, and lack of civil society engagement in environmental conservation.¹² All of these

factors lead to substantial water consumption in the food industry.¹⁶

The study provides contributions to the academic literature in two distinct ways. Firstly, it offers empirical evidence support water disclosure's impact on firm value under perspectives of stakeholder, signalling, legitimacy and political economy theory. Secondly, it suggests valuable insights for managers, investors, and regulatory authorities, especially in Vietnam's food industry.

The rest of this paper follows a format: Section 2 summarizes the theoretical frameworks and relevant literature. Section 3 presents an overview of research methodology. Section 4 provides the empirical findings. Finally, Section 5 showcases the conclusion and discussion.

2. THEORETICAL FRAMEWORK AND LITERATURE REVIEWS

2.1. Effect of water disclosure on firm value

The stakeholder theory emphasizes the crucial role of a company's cooperation with its stakeholders in achieving success.¹⁷ Companies are not independent entities motivated solely by self-interest; rather, they bear a responsibility to confer benefits upon stakeholders¹⁸ including employees, customers, suppliers, authorities, stockholders, governments, environmentalists, and other groups or individuals affected by the company.¹⁹ Gaining stakeholder support and endorsements is vital for the enterprise's ongoing viability.²⁰ The corporate social responsibility revelation has proven to be efficacious in securing stakeholder approval.¹⁸ Therefore, according to stakeholder theory, it is evident that organizations ought to improve transparency regarding their water usage policies through increased information disclosure. This approach will enable firms to effectively address the concerns and expectations of stakeholders,²¹ ensuring their continuous investment and expediting the firm's sustainable development.

Signalling theory suggests that corporations employ signals as a means of communicating

their capacity to generate profits in the current or future market.²² These signals extend beyond financial information and encompass non-financial data, such as the company's social and environmental performance and risk management, thus affecting stock prices and firm value.^{23,24}

Legitimacy theory centers on the interplay between companies and society, emphasizing the fundamental argument that all activities undertaken by the corporation should be appropriate and adhere to the prevailing values, norms, and societal expectations.²⁵ Firms voluntarily reveal their social and environmental information to strengthen their social legitimacy and social responsibility.²⁶ All effort outcomes lead to enhanced firm value.¹⁸

Political economy theory asserts the intertwined and interdependent relationship between society, politics, and the economy,²⁷ forming one coherent entity. Consequently, businesses must consider societal and political factors when assessing firm performance. Voluntarily releasing financial, social, and environmental information is a way for companies to alleviate pressure from various, including governments, customers, and environmental organizations, while enabling firms to align their interests with stakeholders.²⁷ In other words, disclosing information regarding water consumption contributes to the company's sustainable development.

Several empirical studies have examined water disclosure's impact on firm value in nations; however, the findings need more consensus due to varying evidence. The first research stream showed that water consumption reporting has a beneficial association with enterprise value. Khuong et al.⁸ conducted an empirical study with 170 publicity firms on HOSE between 2015 and 2019. The outcome asserts that water disclosure is positively associated with firm value using the Ordinary Least Squares (OLS) estimate method. Ali et al.²⁸ support that water consumption favorably affects earnings per share (EPS). According to their market capitalization, the study concentrated on the top 50 companies in Malaysia's electrical sector.

However, Simionescu et al.⁷ discovered two outcomes within their study context. This study examined how water, waste, and energy consumption effects 71 Information Technology firms listed in the S&P 500 from 2009 through 2020. The results indicate that water consumption positively impacts Return on Assets (ROA), indicating increased profitability. In contrast, water consumption negatively affects the Price-to-Book (PB) ratio, signaling a possible market value decline.

On the other hand, Burritt et al.¹¹ discovered a nonlinear relationship between disclosing water consumption and company value with data from 100 listed Japanese firms. Particularly, profitability was unaffected by water disclosures.

Table 1. Summary of previous studies.

Author	Dataset	Research period	Methodology	Sign
Khuong, et al. ⁸	170 public companies on the Ho Chi Minh Stock Exchange	2015 - 2019	OLS	Positive
Ali, et al. ²⁸	The top 50 market-capitalization companies in the power and electric generation sector	2014 - 2018	OLS	Positive on EPS
Simionescu, et al. ⁷	71 technological companies (S&P 500)	2009 - 2020	OLS	Negative on PB Positive on ROA
Burritt, et al. ¹¹	100 listed companies in Nikkei 225	2013 - 2014	OLS	No effect

2.2. Hypothesis development

Both stakeholder theory^{6,20} and signal theory^{4,22} propose that the enhancement of transparency in the disclosure of information has a beneficial impact on the value of a company. Furthermore, the inclusion of political economy theory,²⁴ and legitimacy theory¹ support that the water disclosure positively affects firm value. To shed light on conflicting empirical evidence, some recent studies centered on emerging economies^{2,25,29} indicate a beneficial association between water usage and enterprise value. The implementation of Circular No. 96/2020/TT-BTC, which relates to disclosure information, has prompted Vietnamese enterprises, especially those operating in the food industry, to disclose non-financial information. Based on the actual food industry's situation and the argumentation above, we propose the research hypothesis:

Hypothesis: Water disclosure has a favorable impact on corporate value.

3. RESEARCH METHODS

3.1. Data

This study analyzed a dataset from 23 food publicity firms on the Ho Chi Minh Stock Exchange (HOSE) and Ha Noi Stock Exchange (HNX) from 2010 through 2021. According to www.cophieu68.com, which is a collective count of 32 food companies that are currently listed and actively traded on both the HOSE and the HNX. The dataset was collected from 23 food companies, which is 72% of all listed food firms on both the HOSE and HNX. The study's sample was chosen from companies that possessed comprehensive financial data during the examination period. The correctness assurance and financial data reliability can be achieved by sourcing authoritative financial statements. By utilizing historical transaction records, stock prices can be extracted, and data regarding water disclosure is obtained from the firms' annual reports using a scoring technique. All data is winsorized at the 1% and 99% levels to ensure accuracy and remove outliers.

3.2. Variables

3.2.1. Dependent variable

Table 2 presents a complete summary of the definitions and measures of the variables included in the present study. Tobin's q (Q) serves as the dependent variable, which measures the firm's market-to-book value discrepancy. Since 2017, this indicator has gained widespread recognition and evaluates efficiency using market profitability indicators as a proxy firm value.³⁰ To get (Q), add up the market value of common shares, the book value of preferred shares, and the book value of total liabilities; then divided by the book value of total assets.³¹ Additionally, another measurement employed in the calculation Tobin's q is QD.³¹⁻³³ QD is obtained by dividing the aggregate value of the firm (including the market value of common stocks, the book value of the preferred stock, long-term debt, short-term debt and subtracting the book value of net current assets) by total assets' book value. An alternative dependent variable is the MB ratio, representing the business's value and the firm's growth opportunities.³⁴

3.2.2. Independent variable

Independent variable is Water Disclosure (WCD). Since Vietnam hasn't an official dataset for Vietnam in this domain, we must use the coding method from other research studies.³⁵⁻³⁸ Wiseman³⁶ created a way to evaluate environmental disclosure based on specificity and the presence or absence of monetary information. This method has been used in several studies to measure environmental disclosure.³⁷ Because of the low disclosure level observed in Vietnam's food sector, we will give WCD a score between 0 and 2. A score of 2 indicates the disclosure of details about monetary and quantity information, a score of 1 represents general information disclosure, and a score of 0 suggests no water consumption information.

3.2.3. Control variables

The control variables consist of GOV, LEV and SIZE, which are employed to control the government ownership, leverage and the size of

listed firms, as in previous studies by Simionescu et al.⁷ First, the government ownership value (GOV) measures the government's control over a company, calculated by dividing the owned government share by the total number of shares outstanding.³⁹ A number of studies have demonstrated a positive impact of GOV on firm value,^{40,41} while Musallam⁴² reveals an unfavourable effect. Second, the leverage percentage⁴³ is calculated by dividing total debt by equity. The influence of LEV on firm value continues a topic of contention in scholarly discourse.⁴⁴⁻⁴⁸ Some scholars provide evidence of a favourable effect of LEV on firm value,^{44,46} while others reveal an opposite finding.^{47,48} The final control variable is the firm's size (SIZE) which is calculated by the natural logarithm of total assets to measure. A previous study opines a favourable association between company size and firm value.⁴⁶

Table 2. The variables.

Variables	Formula
Dependent variable	
Q	(Market value of equity + Book value of debt) / Book value of total assets.
Independent variable	
WCD	A binary variable that equals 2 if a corporation provides detailed disclosure of monetary and quantity information on water consumption, and 1 if general information disclosure, else 0.
Control variables	
GOV	The percentage of government ownership
LEV	Debt/ equity
SIZE	Ln (total assets)
Others (For robustness test)	
QD	[(Market value of common shares + Book value of preferred shares) + Book value of long term debt + Book value of short term liabilities – (Book value of current asset – Book value of inventory)] / Book value of total asset
MB	Market value of share / Book value of share

3.3. Research model

The research model proposed utilizes panel data, building upon the research conducted by Khuong, et al.,⁸ Khunkaew, et al.⁹ and Simionescu, et al.:⁷

$$Q_{it} = \beta_0 + \beta_1 WCD_{it} + \beta_2 GOV_{it} + \beta_3 LEV_{it} + \beta_4 SIZE_{it} + \text{Year dummies} + \epsilon_{it} \quad (1)$$

The paper uses four main estimation methods, including Ordinary Least Square (OLS), Fixed Effects (FE), Random Effects (RE), and Two-stage Least Square (2SLS), to examine the relationship between water disclosure and corporate value. In OLS estimation, there might be a correlation between explanatory variables and unobserved and time-constant characteristics, causing bias and inconsistent results.⁴⁹ To address this issue, FE and RE are recommended to employ. However, the two methods still consist of potential errors.^{50,51} Thus, instrument variables are applied in 2SLS³³ to address endogeneity concerns and enhance the robustness of our analysis.

4. EMPIRICAL RESEARCH

4.1. Descriptive statistics

Table 3. Descriptive statistics.

Variables	Obs	Mean	SD	Min	Max
Q	270	1.396	0.849	0.477	5.889
QD	268	1.016	0.853	-0.173	5.487
MB	265	0.086	0.068	-0.096	0.289
WCD	275	0.567	0.866	0	2
GOV	275	0.219	0.233	0	0.619
LEV	270	1.038	0.817	0.121	4.122
SIZE	262	27.278	1.619	25.248	32.209

Table 3 presents the variables' descriptive analysis in this study. The Q's mean value is 1.396, indicating that, on average, companies operating in the food industry have a market value of roughly 140% of their book value. Notably, the maximum recorded value for Q is 5.889, showing a corporation that possesses a market value above its book value by nearly 6 times. In contrast, the minimum recorded figure

is 0.477, meaning a company with a market value that is only 0.477 times its book value. Moving on to other factors, the mean water disclosure (WCD) value is observed to be 0.567, suggesting that food companies frequently disclose water consumption at an intermediate level. GOV has a mean of 0.219, indicating that, on average, the government controls over 21% of firms in the food industry. The average value of LEV is 1.038, which reveals the firm's debt is typically 1.038 times its equity. Particularly, the lowest value of LEV is 0.121, whilst the max value is 4.122. Lastly, SIZE displays a mean of 27.278, with 32.209 being the highest number and 25.248 being the lowest.

Table 4. Pearson analysis.

	Q	QD	MB	WCD	GOV	LEV	SIZE
Q	1						
QD	0.981***	1					
MB	0.769***	0.740***	1				
WCD	0.407***	0.398***	0.320	1			
GOV	0.134**	0.130**	-0.098	-0.124**	1		
LEV	-0.162***	-0.115	-0.062	-0.049	-0.028	1	
SIZE	0.192***	0.201***	0.313***	0.312	-0.356	0.044	1

***, **, *: 1%, 5%, 10% significant level

4.3. Regression analysis

In Table 5, we use a t-test to investigate differences in firm value factors such as Q, QD, MB, and other variables between the water disclosed group (WCD > 0) and the non-disclosure group (WCD=0). Firm value of WCD > 0 group is significantly higher than the

Table 5. Subsample analysis.

	WCD=0	WCD > 0	Difference	T	p-value
Q	1.167	1.912	-0.745	-7.271	0.000
QD	0.784	1.514	-0.730	-7.097	0.000
MB	2.789	4.558	-1.769	-5.729	0.000
GOV	0.244	0.165	0.078	2.617	0.005
LEV	1.066	0.977	0.089	0.837	0.202
SIZE	26.962	27.970	-1.007	-4.868	0.000

4.2. Correlation analysis

Regarding the correlation analysis, the result in Table 4 displays the findings that reveal important relationships between various variables and firm value (Q). Water disclosure (WCD) significantly correlates with Q at the 1% significance level which means that the firms disclosing more information about their water consumption will likely have higher value. Furthermore, there is a positive association between government ownership (GOV), firm size (SIZE), and Q, suggesting that higher government ownership and bigger size firms tend to obtain better Q. In contrast, leverage (LEV) exhibits a negative correlation with Q at a significance level of 1%.

non-disclosure group. Furthermore, the control variables such as government ownership (GOV) and company size (SIZE) also show differences between the two groups in this analysis. The p-value of 0.202 indicates that the mean of the variable leverage ratio⁴³ is not notably different between both groups.

After the examination of the subsample, we conduct a regression analysis. The coefficients, together with corresponding standard deviations, are enclosed between parentheses and denoted by an asterisk to express the level of significance. In Table 6, the OLS method is employed to estimate the model, which examines how water disclosure effects enterprise value. Both variations of the OLS model were employed with and without year dummies. To assess heteroscedasticity, we employed the Breusch-Pagan test. The presence of a significant p-value suggests the rejection of the null hypothesis, indicating the existence of heteroscedasticity. Consequently, we apply robust standard errors in the OLS estimation to account for this heteroscedasticity. Moreover, VIF values (Variance Inflation Factor) below 10 indicate a low level of correlation among variables or low multicollinearity. The findings from both models indicate a statistically significant impact of the WCD on Q. Therefore, this finding provides approval to the above hypothesis, revealing water disclosure has a favorable effect on corporation value.

Table 6. Impact of water disclosure on firm value.

Dependent variable	Q	
	OLS	OLS
WCD	0.354^{***}	0.356^{***}
	(0.055)	(0.064)
GOV	0.928^{***}	0.947^{***}
	(0.207)	(0.210)
LEV	-0.187^{***}	-0.188^{***}
	(0.057)	(0.058)
SIZE	0.098^{***}	0.100^{***}
	(0.031)	(0.032)
Const	-1.523[*]	-1.504[*]
	(0.862)	(0.892)
Year dummies	No	Yes
R-square	0.254	0.270

***, **, *: 1%, 5%, 10% significant level

Table 7 indicates FE and RE estimation methods, which reinforce the beneficial impact of WCD on Q at 1% and 5% significant levels. Hausman test results prove that FE method provides a better alignment to the data than the RE. 2SLS estimation method mitigates endogeneity in the research model. The findings obtained in the 2SLS estimation provide evidence that strongly supports our hypothesis. Next, Durbin and Wu-Hausman tests prove that 2SLS method resolves endogeneity effectively.

Table 7. Impact of water disclosure on firm value.

Dependent variable	Q		
	FE	RE	2SLS
WCD	0.101^{**}	0.164^{***}	0.365^{***}
	(0.049)	(0.047)	(0.061)
GOV	-0.362	-0.053	2.330^{***}
	(0.279)	(0.258)	(0.815)
LEV	-0.041	-0.053	-0.208^{***}
	(0.071)	(0.065)	(0.063)
SIZE	0.328^{***}	0.161^{***}	0.172^{***}
	(0.103)	(0.058)	(0.054)
Const	-7.498^{***}	-3.030[*]	-3.834^{**}
	(2.791)	(1.586)	(1.624)
Year dummies	No	No	
R-square	0.124	0.101	0.115
Hausman (Chi ²)	20.28	<i>p-value</i>	0.0004
Durbin (Chi ²)	3.938	<i>p-value</i>	0.047
Wu-Hausman F	3.905	<i>p-value</i>	0.049

***, **, *: 1%, 5%, 10% significant level

4.4. Robustness tests

For the purpose of substantiating the research outcomes, we replace the primary dependent variable, Q, with two alternative proxies, namely Tobin's Q detail (QD) and the market-to-book

ratio (MB). Table 8 presents the estimation approach for the QD variable utilizing the OLS, FE, and RE methods. Table 9 displays the OLS estimate as well as the 2SLS estimate for the MB variable, facilitating a full examination of the findings. The results shown in both tables provide more evidence to support our hypothesis that WCD has an advantageous impact on firm value. In relation to the alternative proxy QD, we notice that the WCD has a positive impact on the QD in all three estimating methods. Nevertheless, the variables GOV and LEV lack a statistically significant influence on corporate value. Moreover, government ownership has a non-effect for MB in the OLS estimation. The 2SLS estimated a favorable impact of WCD on MB, with a significance level of 10%. The Durbin and Wu-Hausman test reveals that 2SLS outcome is sustainable.

Table 8. Robustness test 1.

Dependent variable	QD		
	OLS	FE	RE
WCD	0.360^{***} (0.065)	0.085[*] (0.050)	0.146^{***} (0.048)
GOV	0.965^{***} (0.213)	-0.280 (0.287)	0.052 (0.262)
LEV	-0.139^{**} (0.059)	-0.007 (0.071)	-0.028 (0.065)
SIZE	0.106^{***} (0.032)	0.282^{***} (0.104)	0.161^{***} (0.057)
Const	-2.114^{**} (0.907)	-6.687^{**} (2.837)	-3.470^{**} (1.576)
Year dummies	Yes	No	No
R-square	0.2556	0.093	0.075
Hausman (Chi ²)	9.51	p-value	0.0496

***, **, *: 1%, 5%, 10% significant level

Table 9. Robustness test 2.

Dependent variable	MB	
	OLS	2SLS
WCD	0.595^{***} (0.194)	0.433[*] (0.249)
GOV	0.975 (0.640)	2.738^{**} (1.165)
LEV	-0.462^{***} (0.173)	-0.621^{***} (0.201)
SIZE	0.421^{***} (0.098)	1.158^{***} (0.391)
Const	-7.959^{***} (2.731)	-28.531^{***} (10.716)
R-square	0.224	0.013
Year dummies	Yes	No
Durbin (score) chi2	4.769	p-value: 0.029
Wu-Hausman F	4.744	p-value: 0.030

***, **, *: 1%, 5%, 10% significant level

5. CONCLUSIONS

By employing Ordinary Least Squares (OLS), Fixed Effects (FE), Random Effects (RE), and Two-Stage Least Squares (2SLS), this study presents robust and compelling empirical evidence that the voluntary information disclosure on water consumption exerts a positive influence on the firm value of enterprises operating within Vietnam's food industry. The outcomes are highly supported by stakeholder, signalling, legitimacy and political economy theory. Additionally, the study provides evidence about water consumption information has a positive effect on firm value in the food industry. Finally, this study fills the research gap and offers valuable insights into the nation's industrial environment's context-specific intricacies.

The study's findings are significant for sustainable finance scholars and enterprises, particularly in emerging economies like Vietnam. Firstly, it recommends that managers prioritize

disclosing water consumption information. This approach enables managers to effectively address transparency and sustainability needs, satisfying stakeholders' expectations. Secondly, it offers notable benefits to investors, who can leverage the disclosed information to make decisions when choosing stocks, given its positive effect on firm value. Thirdly, the regulatory authorities can take advantage of research outcomes to develop robust and effective policies referring to information disclosure practices. Finally, policymakers may promote accountability, environmental responsibility, and long term value creation within the food industries.

However, this study is subject to limitations, such as omitting control variables (ownership structure and growth proxies), which may have caused biases and absent variables' concerns. In addition, acquiring data was challenging due to the official sources on sustainable reporting in Vietnam. Thus, the findings might not capture the entire landscape of water disclosure in Vietnam's food industries. Therefore, by addressing these constraints in the future, scholars can enhance comprehensive and robust outcomes, contribute to a full understanding of the relationship between disclosure practice and corporation's value in Vietnam.

REFERENCES

1. P. Jones, D. Hillier, D. Comfort. Water stewardship and corporate sustainability: a case study of reputation management in the food and drinks industry, *Journal of Public Affairs*, **2015**, *15*(1), 116-126.
2. C. Sukmadilaga, S. Winarningsih, I. Yudianto, T. U. Lestari, E. K. Ghani. Does green accounting affect firm value? Evidence from ASEAN countries, *International Journal of Energy Economics and Policy*, **2023**, *13*(2), 509-515.
3. M. F. Alsayegh, R. A. Rahman, S. Homayoun. Corporate economic, environmental, and social sustainability performance transformation through ESG disclosure, *Sustainability*, **2020**, *12*(9), 3910-3930.
4. S. M. Bae, M. A. K. Masud, J. D. Kim. A cross-country investigation of corporate governance and corporate sustainability disclosure: a signaling theory perspective, *Sustainability*, **2018**, *10*(8), 2611-2627.
5. S. C. Pulino, M. Ciaburri, B. S. Magnanelli, L. Nasta. Does ESG disclosure influence firm performance?, *Sustainability*, **2022**, *14*(13), 7595.
6. U. Uwuigbe, J. Jimoh. Corporate environmental disclosures in the Nigerian manufacturing industry: a study of selected firms, *African Research Review*, **2012**, *6*(3), 71-83.
7. L. N. Simionescu, S. C. Gherghina, Z. Sheikha, H. Tawil. Does water, waste, and energy consumption influence firm performance? Panel data evidence from S&P 500 information technology sector, *International Journal of Environmental Research and Public Health*, **2020**, *17*(14), 5206-5235.
8. N. V. Khuong, T. T. H. Nguyen, H. M. Bui, N. T. Liem, P. A. Quoc, D. Q. Y. Nhi, N. T. K. Loan, and N. Q. Bao. The effect of water disclosure on firm value in Vietnamese listed companies, *Polish Journal of Environmental Studies*, **2022**, *31*(4), 3645-3651.
9. R. Khunkaew, J. Wichianrak, M. Suttipun. Sustainability reporting, gender diversity, firm value and corporate performance in ASEAN region, *Cogent Business & Management*, **2023**, *10*(1), 1-24.
10. O. Akinlo, O. O. Iredele. Corporate environmental disclosures and market value of quoted companies in Nigeria, *The Business & Management Review*, **2014**, *5*(3), 171-184.
11. R. L. Burritt, K. L. Christ, A. Omori. Drivers of corporate water-related disclosure: evidence from Japan, *Journal of Cleaner Production*, **2016**, *129*, 65-74.
12. T. T. M. Dieu. Greening food processing industries in Vietnam: opportunities and constraints, *Environment, Development and Sustainability*, **2006**, *8*, 229-249.
13. A. Souliotis, K. Giazitzi, G. Boskou. A tool to benchmark the food safety management systems in Greece, *Benchmarking: An International Journal*, **2018**, *25*(8), 3206-3224.

14. D. Kong, L. Shi, Z. Yang. Product recalls, corporate social responsibility, and firm value: Evidence from the Chinese food industry, *Food Policy*, **2019**, 83, 60-69.
15. X. Partalidou, E. Zafeiriou, G. Giannarakis, N. Sariannidis. The effect of corporate social responsibility performance on financial performance: the case of food industry, *Benchmarking: An International Journal*, **2020**, 27(10), 2701-2720.
16. R. Khedkar, K. Singh. Food industry waste: a panacea or pollution hazard?, *Paradigms in Pollution Prevention*, **2018**, 35-47.
17. J. Tullberg. Stakeholder theory: some revisionist suggestions, *The Journal of Socio-Economics*, **2013**, 42, 127-135.
18. R. F. Ratri, M. Dewi. *The effect of financial performance and environmental performance on firm value with Islamic social reporting (ISR) disclosure as intervening variable in companies listed at Jakarta Islamic Index (JII)*, The 34th SHS Web of Conferences, Kuching Sarawak, Malaysia, 2017.
19. T. K. Chiu, Y. H. Wang. Determinants of social disclosure quality in Taiwan: an application of stakeholder theory, *Journal of Business Ethics*, **2015**, 129, 379-398.
20. X. Liu, V. Anbumozhi. Determinant factors of corporate environmental information disclosure: an empirical study of Chinese listed companies, *Journal of Cleaner Production*, **2009**, 17(6), 593-600.
21. D. D. Grosbois, D. A. Fennell. Determinants of climate change disclosure practices of global hotel companies: application of institutional and stakeholder theories, *Tourism Management*, **2022**, 88, 104404.
22. A. Firmansyah, M. C. Husna, M. A. Putri. Corporate social responsibility disclosure, corporate governance disclosures, and firm value in Indonesia chemical, plastic, and packaging sub-sector companies, *Accounting Analysis Journal*, **2021**, 10(1), 9-17.
23. M. N. Utomo, S. Rahayu, K. Kaujan, S. A. Irwandi. Environmental performance, environmental disclosure, and firm value: empirical study of non-financial companies at Indonesia stock exchange, *Green Finance*, **2020**, 2(1), 100-113.
24. A. W. Wirawan, L. J. Falah, L. Kusumadewi, D. Adhariani, C. D. Djakman. The effect of corporate social responsibility on the firm value with risk management as a moderating variable, *Journal of Asia-Pacific Business*, **2020**, 21(2), 143-160.
25. B. Solikhah. An overview of legitimacy theory on the influence of company size and industry sensitivity towards CSR disclosure, *International Journal of Applied Business and Economic Research*, **2016**, 14(5), 3013-3023.
26. P. Kurnia, E. Darlis, A. A. Putra. Carbon emission disclosure, good corporate governance, financial performance, and firm value, *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, **2020**, 7(12), 223-231.
27. J. Cotter, N. Lokman, M. M. Najah. Voluntary disclosure research: which theory is relevant?, *Journal of Theoretical Accounting Research*, **2011**, 6(2), 77-95.
28. I. M. Ali, N. M. Husin, B. Alrazi. *The effect of corporate water disclosure on financial performance*, The 28th IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, Sapporo, Japan, 2021.
29. H. T. T. Pham, S. C. Jung, S. Y. Lee. Governmental ownership of voluntary sustainability information disclosure in an emerging economy: evidence from Vietnam, *Sustainability*, **2020**, 12(16), 6686.
30. D. A. Carter, D. A. Rogers, B. J. Simkins, S. D. Treanor. A review of the literature on commodity risk management, *Journal of Commodity Markets*, **2017**, 8, 1-17.
31. K. H. Chung, S. W. Pruitt. A simple approximation of Tobin's q, *Financial Management*, **1994**, 70-74.
32. K. H. Chung, H. Jo. The impact of security analysts' monitoring and marketing functions on the market value of firms, *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, **1996**, 31(4), 493-512.
33. H. Jo, M. A. Harjoto. Corporate governance and firm value: the impact of corporate social responsibility, *Journal of Business Ethics*, **2011**, 103(3), 351-383.

34. O. V. Peramato, I. M. G. Sánchez, J. M. Ferrero. Capital structure as a control mechanism of a CSR entrenchment strategy, *European Business Review*, **2018**, 30(3), 340-371.
35. R. Said, Y. H. Zainuddin, H. Haron. The relationship between corporate social responsibility disclosure and corporate governance characteristics in Malaysian public listed companies, *Social Responsibility Journal*, **2009**, 5(2), 212-226.
36. J. Wiseman. An evaluation of environmental disclosures made in corporate annual reports, *Accounting, Organizations and Society*, **1982**, 7(1), 53-63.
37. S. Zeng, X. Xu, Z. Dong, V. W. Tam. Towards corporate environmental information disclosure: an empirical study in China, *Journal of Cleaner Production*, **2010**, 18(12), 1142-1148.
38. S. Zeng, X. Xu, H. Yin, C. M. Tam. Factors that drive Chinese listed companies in voluntary disclosure of environmental information, *Journal of Business Ethics*, **2012**, 109, 309-321.
39. M. Alfaraih, F. Alanezi, H. Almujaed. The influence of institutional and government ownership on firm performance: evidence from Kuwait, *International Business Research*, **2012**, 5(10), 192-200.
40. R. Mishra, S. Kapil. Effect of ownership structure and board structure on firm value: evidence from India, *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, **2017**, 17(4), 700-726.
41. G. E. Oyedokun, S. Isah, N. S. Awotomilusi. Ownership structure and firm value of quoted consumers goods firms in Nigeria, *Journal of Accounting and Strategic Finance*, **2020**, 3(2), 214-228.
42. S. R. Musallam. State ownership and firm value: simultaneous analyses approach, *Journal of Asia Business Studies*, **2020**, 14(1), 50-61.
43. H. Jenkins, N. Yakovleva. Corporate social responsibility in the mining industry: exploring trends in social and environmental disclosure, *Journal of Cleaner Production*, **2006**, 14(3-4), 271-284.
44. V. A. Aivazian, Y. Ge, J. Qiu. The impact of leverage on firm investment: Canadian evidence, *Journal of Corporate Finance*, **2005**, 11(1-2), 277-291.
45. J. J. McConnell, H. Servaes. Equity ownership and the two faces of debt, *Journal of Financial Economics*, **1995**, 39(1), 131-157.
46. J. Obradovich, A. Gill. The impact of corporate governance and financial leverage on the value of American firms, *International Research Journal of Finance and Economics*, **2012**, 91, 1-14.
47. X. V. Vo, C. Ellis. An empirical investigation of capital structure and firm value in Vietnam, *Finance Research Letters*, **2017**, 22, 90-94.
48. I. Chakraborty. Capital structure in an emerging stock market: the case of India, *Research in International Business and Finance*, **2010**, 24(3), 295-314.
49. J. M. Wooldridge. *Introductory econometrics: a modern approach*, Cengage Learning, USA, 2015.
50. M. Collischon, A. Eberl. Let's talk about fixed effects: let's talk about all the good things and the bad things, *KZfjSS Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, **2020**, 72(2), 289-299.
51. L. A. Barros, D. R. Bergmann, F. H. Castro, A. D. M. D. Silveira. Endogeneity in panel data regressions: methodological guidance for corporate finance researchers, *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, **2020**, 22, 437-461.



© 2024 by the authors. This Open Access Article is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

Developing Physical Education contents for students with weaker health at Quy Nhon University

Nguyen Sy Duc*, Bui Van Kien, Nguyen Ngoc Chau

Department of Physical Education, Quy Nhon University, Vietnam

Received: 16/10/2023; Revised: 06/03/2024;

Accepted: 08/03/2024; Published: 28/08/2024

ABSTRACT

The current Physical Education courses at Quy Nhon University (QNU) is a mass program for non-major students. There has not yet been a system of fully applied research-based exercises that is suitable for different groups of students. Based on the practice of teaching and learning Physical Education at Quy Nhon University, there is a group of 565 students (94 male, 471 female) with weaker health such as those with rapid or low pulses or with limb defects which are confirmed by their medical results after check-ups at the beginning of the academic year or from officially-certified health agencies. This fact required appropriate activities for those students so as to avoid strong and dangerous physical activities that may negatively affect them. Therefore, chess is chosen for these groups of students, including 03 credits, each of which has 30 periods of teaching.

Keywords: *Quy Nhon University, building course contents, physical education, weak health, students.*

*Corresponding author:

Email: nguyensyduc@qnu.edu.vn

Xây dựng nội dung học phần Giáo dục thể chất cho sinh viên sức khỏe yếu Trường Đại học Quy Nhơn

Nguyễn Sỹ Đức*, Bùi Văn Kiên, Nguyễn Ngọc Châu

Khoa Giáo dục thể chất, Trường Đại học Quy Nhơn, Việt Nam

Ngày nhận bài: 16/10/2023; Ngày sửa bài: 06/03/2024;

Ngày nhận đăng: 08/03/2024; Ngày xuất bản: 28/08/2024

TÓM TẮT

Chương trình học phần giáo dục thể chất của Trường Đại học Quy Nhơn (ĐHQN) hiện nay là chương trình đại trà cho sinh viên không chuyên, chưa xây dựng được hệ thống các bài tập ứng dụng đầy đủ và có cơ sở khoa học, phù hợp với đặc điểm, đối tượng tập luyện và các bài tập kỹ năng vận động khác nhau. Trên cơ sở đánh giá thực trạng giảng dạy và học tập môn học Giáo dục thể chất (GDTC) tại Trường ĐHQN và thống kê số liệu khám sức khỏe đầu năm học, bài viết đã xác định được 565 (94 nam, 471 nữ) sinh viên có sức khỏe yếu (SKY) là các sinh viên khi khám sức khỏe đầu năm học tại Trường ĐHQN hoặc có xác nhận của các cơ quan y tế có thẩm quyền bị tật mạch nhanh hoặc chậm và các sinh viên bị tật về chân, tay mà theo khuyến cáo của các bác sĩ là cần hạn chế vận động. Từ đó xây dựng nội dung học phần GDTC cho sinh viên nhóm SKY của Trường ĐHQN bao gồm 03 tín chỉ, mỗi tín chỉ 30 tiết theo hướng lựa chọn môn thể thao phù hợp là môn Cờ Vua, hạn chế các hoạt động vận động mạnh, nguy hiểm gây ảnh hưởng không tốt đến đối tượng là sinh viên SKY.

Từ khóa: Trường Đại học Quy Nhơn, xây dựng nội dung học phần, giáo dục thể chất, sức khỏe yếu, sinh viên.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Thông tư số 25/2015/TT-BGDĐT ngày 14 tháng 10 năm 2015 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo (GD&ĐT) quy định Chương trình môn học Giáo dục thể chất (GDTC) thuộc các chương trình đào tạo trình độ đại học thì khối lượng kiến thức của chương trình môn học GDTC mà người học cần tích lũy tối thiểu là ba (03) tín chỉ. Cơ sở giáo dục đại học quy định cụ thể khối lượng kiến thức môn học này phù hợp với yêu cầu của từng ngành đào tạo. Người học là người khuyết tật hoặc không đủ sức khỏe học một số nội dung trong chương trình môn học GDTC được xem xét miễn, giảm những nội dung không phù hợp hoặc được học các nội dung thay thế phù hợp. Thủ trưởng cơ sở giáo dục đại học quy định cụ

thể việc miễn, giảm và quy định các nội dung học tập thay thế đối với người khuyết tật, người không đủ sức khỏe học tập.

Thực tiễn cho thấy còn nhiều yếu tố ảnh hưởng tới hiệu quả công tác giảng dạy và học tập môn học GDTC như: sự quan tâm của lãnh đạo Nhà trường, nội dung chương trình đào tạo, điều kiện cơ sở vật chất, sân bãi, trang thiết bị, dụng cụ, các phương tiện giảng dạy,...¹⁻⁵

Trường Đại học Quy Nhơn (ĐHQN) đã tiến hành triển khai chương trình giảng dạy môn học GDTC cho sinh viên theo hướng tự chọn, người học được chọn các môn thể thao yêu thích, qua đó nâng cao thể chất của người học và chất lượng công tác GDTC của Nhà trường.³ Tuy

*Tác giả liên hệ chính.

Email: nguyensyduc@qnu.edu.vn

nhiên Khoa GDTC – Trường ĐHQN chỉ mới xây dựng được chương trình học phần GDTC đại trà cho sinh viên không chuyên,³ chưa xây dựng được hệ thống các bài tập ứng dụng trong giảng dạy môn học GDTC cho sinh viên SKY một cách đầy đủ và có cơ sở khoa học, phù hợp với đặc điểm, đối tượng tập luyện và các bài tập kỹ năng vận động khác nhau. Trong quá trình giảng dạy môn học GDTC cho sinh viên SKY, các giảng viên trên cơ sở kinh nghiệm của bản thân đúc rút từ quá trình giảng dạy đã giảm lượng vận động của các bài tập cho đối tượng đại trà. Vì vậy, việc áp dụng các bài tập giảng dạy cho sinh viên SKY còn thiếu tính thống nhất, thiếu đồng bộ, hiệu quả ứng dụng còn thấp.

Hiện nay, rất nhiều cơ sở giáo dục đại học đã áp dụng chương trình GDTC cho đa dạng các đối tượng sinh viên như Đại học Đà Nẵng có chương trình GDTC nâng cao, đại trà và cho sinh viên có SKY, Trường Đại học Cần Thơ, Đại học Quốc gia Hà Nội, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh, Đại học Thái Nguyên... cũng đã có Chương trình GDTC đại trà và GDTC cho sinh viên SKY.

Từ những vấn đề trên cho thấy việc xây dựng nội dung môn học GDTC cho sinh viên nhóm SKY của Trường ĐHQN theo hướng lựa chọn môn thể thao phù hợp, hạn chế các hoạt động vận động mạnh, nguy hiểm gây ảnh hưởng không tốt đến đối tượng là sinh viên SKY mà theo khuyến cáo của các bác sĩ là cần hạn chế vận động là cần thiết. Thông qua cơ sở lý luận và các điều kiện thực tiễn, tác giả lựa chọn nghiên cứu bài viết: “*Nghiên cứu xây dựng nội dung môn học Giáo dục thể chất cho sinh viên sức khỏe yếu Trường Đại học Quy Nhơn*”.

Quá trình nghiên cứu bài viết sử dụng các phương pháp sau: tổng hợp và phân tích tài liệu để hình thành cơ sở lý luận của bài viết, hoàn thiện chương tổng quan các vấn đề nghiên cứu; phỏng vấn giúp xác định, lựa chọn được môn thể thao phù hợp với nhóm sinh viên SKY; quan sát sơ phạm để đánh giá thực trạng cơ sở vật chất, trang thiết bị và thực trạng công tác GDTC; toán học thống kê phân tích và xử lý các số liệu thu thập được trong quá trình nghiên cứu.⁶

Khách thể nghiên cứu: Bài viết tiến hành tổng hợp kết quả khám sức khỏe đầu năm học của 2.829 (868 nam, 1.961 nữ) SV Khóa 45 Trường ĐHQN, xác định được 565 SV SKY (94 nam, 471 nữ) để tiến hành nghiên cứu; Bài viết cũng đã tiến hành phỏng vấn 18 giảng viên Khoa GDTC Trường ĐHQN để xác định nội dung giảng dạy và kiểm nghiệm tính hợp lý của nội dung học phần GDTC cho SV SKY mà bài viết đã xây dựng.

2. NỘI DUNG

2.1. Thực trạng chương trình học phần GDTC Trường ĐHQN

2.1.1. Thực trạng cơ sở vật chất, trang thiết bị phục vụ giảng dạy

Bảng 1. Thực trạng cơ sở vật chất giảng dạy và học tập GDTC Trường ĐHQN.

TT	Tên	Số lượng	Diện tích sàn xây dựng (m ²)	Hiệu quả sử dụng
1	Nhà tập đa năng	1	6.622	Tốt
2	Sân bóng chuyền	5	2.216	Tốt
3	Sân bóng đá	2	9.127	Tốt
4	Sân bóng rổ	2	680	Tốt
5	Sân cầu lông	9	1.360	Tốt

Bảng 2. Thực trạng trang thiết bị giảng dạy và học tập GDTC tại Trường ĐHQN.

TT	Tên gọi của máy, thiết bị	Nước, năm sản xuất	Số lượng	Hiệu quả sử dụng
1	Lật đập lò xo tập võ	Việt Nam, 2020	2	Tốt
2	Giá tập đập bóng chuyền	Việt Nam, 2013	2	Tốt
3	Nệm lật đập đá - đấm	Việt Nam, 2013	2	Tốt
4	Tập bật đánh đầu	Việt Nam, 2013	5	Tốt
5	Quả bóng chuyền	Việt Nam, 2020	300	Tốt
6	Quả bóng rổ	Việt Nam, 2020	40	Tốt
7	Quả bóng đá	Việt Nam, 2020	150	Tốt

TT	Tên gọi của máy, thiết bị	Nước, năm sản xuất	Số lượng	Hiệu quả sử dụng
8	Ổng cầu lông	Việt Nam, 2020	19	Tốt
9	Vợt cầu lông	Việt Nam, 2020	100	Tốt
10	Địch đá di động	Việt Nam, 2020	5	Tốt
11	Vợt đá	Việt Nam, 2020	20	Tốt

Thông qua quan sát, kiểm tra, đánh giá thực trạng có thể khẳng định cơ sở vật chất và trang thiết bị phục vụ công tác giảng dạy và học tập trong chương trình học phần GDTC cho sinh viên không chuyên Trường ĐHQN mới đáp ứng được cơ bản về nhu cầu sử dụng hỗ trợ học tập, tập luyện cho sinh viên.

Chính vì vậy, cần có nhiều biện pháp để nâng cao hiệu quả trong việc khai thác tối đa sân bãi dụng cụ và đầu tư mua sắm thêm các trang thiết bị phục vụ cho công tác giảng dạy và học tập môn GDTC.

2.1.2. Thực trạng đội ngũ giảng viên giảng dạy môn GDTC Trường ĐHQN

Hiện nay có 01 Phó giáo sư, 4 tiến sĩ, 02 nghiên cứu sinh, 09 thạc sĩ, 01 cao học đang tham gia công tác giảng dạy tại Khoa GDTC Trường ĐHQN. Điều này cho thấy đội ngũ giảng viên trong Khoa Giáo dục thể chất đều đủ điều kiện, đáp ứng yêu cầu về chuyên môn, nghiệp vụ trong hoạt động giảng dạy và nghiên cứu khoa học phục vụ cho công tác GDTC trong và ngoài Trường ĐHQN. Tuy nhiên, đối chiếu với Quyết định 2160/QĐ-TTg ngày 11/11/2013 của Thủ tướng Chính phủ về việc Phê duyệt “Quy hoạch phát triển TDTT Việt Nam đến năm 2020, định hướng đến năm 2030” tỷ lệ sinh viên trên giảng viên của Trường Đại học Quy Nhơn của năm học 2022 - 2023 là 1/728, cao hơn rất nhiều so với tỷ lệ của Quyết định 2160 là 1/400.

2.1.3. Thực trạng Chương trình học phần GDTC của Trường ĐHQN

Chương trình GDTC của Trường ĐHQN được xây dựng theo hướng tự chọn (chọn 1 trong 7 môn thể thao: Bóng đá, Bóng chuyền, Bóng rổ,

Cầu lông, Võ Karatedo, Võ Taekwondo, Võ cổ truyền Việt Nam), đảm bảo theo quy định của Thông tư số 25/2015 của Bộ Giáo dục và Đào tạo (GD&ĐT). Học phần được triển khai trong 03 học kỳ, 3 tín chỉ, mỗi tín chỉ 30 tiết.³⁻⁵

Bảng 3. Chương trình học phần GDTC - Trường ĐHQN.

TT	Tên học phần	Phân phối		
		Nội dung	Lý thuyết	Thực hành
1	Giáo dục thể chất 1	Bóng đá 1 Bóng chuyền 1 Bóng rổ 1 Võ cổ truyền Việt Nam 1 Võ Taekwondo 1 Võ Karatedo 1 Cầu lông 1	04	26
2	Giáo dục thể chất 2	Bóng đá 2 Bóng chuyền 2 Bóng rổ 2 Võ cổ truyền Việt Nam 2 Võ Taekwondo 2 Võ Karatedo 2 Cầu lông 2	04	26
3	Giáo dục thể chất 3	Bóng đá 3 Bóng chuyền 3 Bóng rổ 3 Võ cổ truyền Việt Nam 3 Võ Taekwondo 3 Võ Karatedo 3 Cầu lông 3	04	26

Chương trình học phần GDTC gồm 03 học phần; các học phần GDTC 1, GDTC 2 được giảng dạy trong năm học thứ nhất; học phần GDTC 3 được giảng dạy trong học kỳ I năm học thứ 2; Yêu cầu môn học là sinh viên phải hoàn thành học phần GDTC trước đó mới được đăng ký các học phần tiếp theo; Đây là chương trình đại trà cho tất cả sinh viên, chưa phù hợp với các em sinh viên khuyết tật hoặc SKY có nhu cầu được học các học phần thay thế tương ứng.

- Về kiểm tra, đánh giá kết quả môn học: Kiểm tra, đánh giá kết quả môn học theo quy định của chương trình, nội dung kiểm tra phù hợp với các môn thể thao được lựa chọn, được

thể hiện cụ thể trong đề cương chi tiết từng học phần. Sử dụng thang 10 điểm cho tất cả các hình thức đánh giá trong học phần. Trong đó: điểm quá trình: 40%; Thi cuối kỳ: 60%.

2.2. Đánh giá thực trạng sức khỏe, thể lực và kết quả môn học GDTC của SV SKY tại Trường ĐHQN

2.2.1. Đánh giá thực trạng sức khỏe của SV SKY tại Trường ĐHQN theo kết quả khám sức khỏe định kỳ

Bảng 4. Kết quả tổng hợp về kiểm tra y tế đầu năm học của nhóm SV SKY Khóa 45 Trường ĐHQN (n = 2.829).

TT	Xếp loại sức khỏe	NAM (n = 868)		NỮ (n = 1961)	
		n	%	n	%
1	1 (Rất khỏe)	60	6,90	55	2,80
2	2 (Khỏe)	287	33,1	468	23,9
3	3 (Trung bình)	273	31,4	616	31,4
4	4 (Yếu)	218	25,1	744	37,9
5	5 (Rất Yếu)	30	3,5	78	4

Bảng 5. Phân loại các loại bệnh của các sinh viên xếp loại sức khỏe nhóm 4, 5 năm 2023 Trường Đại học Quy Nhơn.

TT	Loại bệnh	NAM				NỮ			
		Nhóm 4 (n = 218)		Nhóm 5 (n = 30)		Nhóm 4 (n = 744)		Nhóm 5 (n = 78)	
		n	%	n	%	n	%	n	%
1	Mạch nhanh	89	40,8	1	3,3	458	61,5	16	20,5
2	Mạch chậm	1	0,4	1	3,3	1	0,1	0	0
3	Béo phì	70	32,1	5	16,7	58	7,8	1	1,3
4	Nhẹ cân	3	1,4	3	10	48	6,4	16	20,5
5	Tật khúc xạ	54	24,8	10	33,3	258	34,5	36	46,1
6	Sâu răng	19	8,7	2	6,7	117	15,7	12	15,4
7	Mất sức nhai	79	36,2	6	20	196	26,3	8	10,2
8	Viêm mũi	15	6,9	3	10	29	3,9	2	2,5
9	Tật ở chân, tay	2	0,9	3	10	1	0,1	2	2,5

2.2.2. Xác định sinh viên được miễn học các học phần GDTC hoặc tham gia các học phần GDTC dành cho sinh viên SKY

Căn cứ trên kết quả kiểm tra sức khỏe đầu năm, những em có sức khỏe nhóm 4 hoặc nhóm 5 mà theo khuyến cáo của các chuyên gia y tế không nên vận động hoặc hạn chế vận động mạnh, căn

Kết quả cho thấy hầu hết tất cả sinh viên năm nhất đều được đánh giá kiểm tra sức khỏe định kỳ đầu năm học; đối chiếu với Quyết định số 1613/BYT-QĐ ngày 15 tháng 8 năm 1997 của Bộ trưởng Bộ Y tế ban hành tiêu chuẩn về quy định tiêu chuẩn sức khỏe và phân loại sức khỏe để khám tuyển, khám định kỳ cho thấy: thực trạng xếp loại sức khỏe của sinh viên rất đáng báo động, sinh viên thuộc nhóm 1, 2, 3 chỉ chiếm tỷ lệ tương đối, trong khi nhóm sức khỏe nhóm 4 và 5 của cả nam (28,6%) và nữ (41,9%) khá cao.

Căn cứ Bảng 3, ta nhận thấy tỷ lệ sinh viên mắc các tật về mắt và béo phì, nhẹ cân, tật khúc xạ, sâu răng, viêm mũi chiếm đa số, ở đây bài viết chỉ lựa chọn các sinh viên có các tật mạch nhanh, chậm và tật ở chân, tay mà theo khuyến cáo của bác sĩ là hạn chế vận động mạnh, gồm 92 sinh viên nam nhóm 4; 5 sinh viên nam nhóm 5; 460 sinh viên nữ nhóm 4 và 18 sinh viên nữ nhóm 5 là đối tượng bài viết hướng đến để thực hiện nghiên cứu.

cứ Quyết định số 3308/QĐ-ĐHQN ngày 17 tháng 12 năm 2018 của Hiệu trưởng Trường Đại học Quy Nhơn về việc ban hành Quy định miễn giảm học phần GDTC, Giáo dục quốc phòng và an ninh, Trường ĐHQN thành lập Hội đồng sức khỏe sinh viên gồm Phó Hiệu trưởng phụ trách, Lãnh đạo phòng Đào tạo đại học, Lãnh đạo phòng Công tác chính trị và Sinh viên, nhân viên

y tế và Khoa GDTC để xét miễn học học phần GDTC. Riêng với năm 2023, Trường đã quyết định miễn học các học phần GDTC cho 10 sinh viên (7 nữ, 3 nam).

Tóm lại số sinh viên của Trường ĐHQN được miễn các học phần GDTC chiếm tỷ lệ rất ít, số lượng còn lại trong các nhóm sinh viên sức khỏe yếu vẫn phải tham gia các học phần GDTC hiện có là 94 sinh viên nam và 471 sinh viên nữ, khi tham gia các học phần này không phù hợp và rất nguy hiểm đối với sức khỏe các em này. Như vậy, việc xây dựng học phần GDTC phù hợp dành cho sinh viên SKY của Trường ĐHQN là nhân văn, rất phù hợp để các sinh viên SKY có môi trường rèn luyện, học tập để hoàn thiện bản thân.

2.3. Nghiên cứu xây dựng nội dung giảng dạy GDTC cho sinh viên SKY tại Trường ĐHQN

2.3.1. Đánh giá sự phù hợp của nội dung học phần GDTC hiện hành đối với sinh viên SKY Trường ĐHQN

Bảng 6. Kết quả phỏng vấn sự phù hợp của nội dung học phần GDTC hiện hành đối với sinh viên SKY Trường ĐHQN (n = 565).

TT	Nội dung phỏng vấn	Kết quả	
		n	%
1	Nhu cầu tập luyện TDTT nâng cao sức khỏe		
	Có (nếu Có, trả lời câu tiếp theo)	565	100
	Không	0	0
2	Chương trình học phần GDTC hiện hành có phù hợp		
	Có	0	0
	Không (nếu không, trả lời câu tiếp theo)	565	100
2	Sẵn sàng tham gia thực nghiệm các nội dung GDTC dành cho SV SKY		
	Có, sẵn sàng	565	100
	Không	0	0

Kết quả tất cả 100% nam, nữ sinh viên SKY đều có nhu cầu tập luyện các nội dung GDTC nâng cao sức khỏe và đánh giá chương trình học phần GDTC hiện hành của Trường ĐHQN không phù hợp để các em tập luyện và sẵn sàng tham gia tập luyện nội dung GDTC dành cho SV SKY. Như vậy, việc tiến hành xây dựng các nội dung GDTC vừa là nâng cao sức khỏe vừa là đáp ứng nhu cầu tập luyện GDTC của nhóm sinh viên SKY tại Trường ĐHQN.

2.3.2. Tổng hợp nội dung môn thể thao phù hợp với sinh viên SKY

Kết quả phỏng vấn nhóm SV SKY cho thấy mức độ ưa thích môn thể thao khác nhau giữa nam và nữ:

- Đối với SV nam có mức độ ưa thích và rất ưa thích đạt 100% ở 3 môn thể thao là: Thể dục, Bóng bàn, Cờ Vua (những môn thể thao còn lại đều có mức đánh giá dưới 70%).

- Đối với SV nữ mức độ ưa thích và rất ưa thích đạt tập trung vào 2 môn là: Bóng bàn và Cờ Vua.

Sau khi đánh giá được mức độ ưa thích môn thể thao của nhóm SV SKY tại Trường ĐHQN, bài viết tiến hành phỏng vấn 20 chuyên gia, nhà khoa học, giảng viên GDTC về tầm quan trọng và mức độ phù hợp của các môn thể thao SV ưa thích để đưa vào nội dung giảng dạy GDTC. Cách thức phỏng vấn theo 3 mức rất phù hợp, phù hợp và không phù hợp. Kết quả 100% các chuyên gia được phỏng vấn hoàn toàn đồng ý việc xây dựng nội dung môn học GDTC cho SV SKY Trường ĐHQN và lựa chọn môn Cờ Vua là môn học phù hợp với điều kiện của Nhà trường để đưa vào giảng dạy cho sinh viên SKY.

Bài viết đã xây dựng Đề cương chi tiết học phần GDTC cho sinh viên SKY tại Trường ĐHQN bao gồm 03 tín chỉ, mỗi tín chỉ 30 tiết khoa học, phù hợp với quỹ thời gian và điều kiện thực tiễn của Nhà trường, bám sát các quy định hiện hành của Nhà nước và các quy định của Nhà trường, phù hợp với nhu cầu, nguyện vọng của các sinh viên SKY.

2.3.3. Xây dựng nội dung học phần GDTC – Cờ Vua cho SV SKY

Các nội dung dự kiến đưa vào giảng dạy trong chương trình học phần GDTC – Cờ Vua dành cho sinh viên SKY Trường ĐHQN:⁷

- Giới thiệu môn Cờ Vua: Vị trí, vai trò môn Cờ Vua; Cấu trúc môn học; Yêu cầu môn học.

- Lịch sử, xu thế phát triển và tác dụng môn Cờ Vua: Lịch sử phát triển môn Cờ Vua trên thế giới; Lịch sử phát triển môn Cờ Vua ở Việt Nam; Xu hướng phát triển môn Cờ Vua; Tác dụng của môn Cờ Vua.

- Luật Cờ Vua: Bản chất và mục đích của một ván cờ; Các nhân tố trên bàn cờ; Cách thức di chuyển quân; Quyền đi quân, nước đi và hoàn thành nước đi; Ký hiệu ghi chép các nước đi, cách thức ghi biên bản; Một số ký hiệu ghi chép trận đấu; Quyền đi quân, nước đi và hoàn thành nước đi; Ký hiệu ghi chép các nước đi, cách thức ghi biên bản; Một số ký hiệu ghi chép trận đấu; Nhập thành; Bắt tốt qua đường; Phong cấp tốt; Chiếu vua; Kết thúc ván cờ khi đối thủ chiếu hết vua; Một số trường hợp hòa cờ; Các thuật ngữ trong Cờ Vua; Giá trị tương đối của các quân cờ; Các giai đoạn của ván cờ; Cờ thế.

Các nội dung này được truyền tải xen kẽ với các nội dung thực hành và bố trí phù hợp với các nguyên tắc xây dựng nội dung môn học và các quy định về pháp lý khi xây dựng chương trình của Nhà trường.

2.4. Đánh giá tính phù hợp và khả thi của nội dung học phần GDTC cho SV SKY

Để đánh giá tính phù hợp và tính khả thi của nội dung học phần GDTC cho SV SKY đã xây dựng, Bài viết tiến hành phỏng vấn bằng phiếu hỏi 2 nhóm đối tượng là nhóm sinh viên SKY và các giảng viên tại Khoa GDTC, Trường Đại học Quy Nhơn.

Bảng 7. Kết quả phỏng vấn SV SKY về tính phù hợp và tính khả thi của nội dung học phần GDTC – Cờ Vua cho sinh viên SKY (n = 565).

TT	Nội dung phỏng vấn	Kết quả	
		n	%
1	Môn Cờ Vua mà Bài viết lựa chọn có phù hợp với đối tượng là SV SKY Trường Đại học Quy Nhơn		
	Rất phù hợp	480	85
	Phù hợp	85	15
	Không phù hợp	0	0
2	Anh (chị) có đồng ý lựa chọn môn Cờ Vua là môn học GDTC		
	Đồng ý	565	100
	Không đồng ý	0	0
3	Bài viết xây dựng nội dung môn học GDTC để giảng dạy cho đối tượng là SV SKY có tính khả thi	565	100
	Rất khả thi	480	85
	Khả thi	85	15
	Không khả thi	0	0

Bảng 8. Kết quả phỏng vấn giảng viên Khoa GDTC về tính phù hợp và khả thi của nội dung học phần GDTC – Cờ Vua cho sinh viên SKY (n = 18).

TT	Nội dung phỏng vấn	Kết quả	
		n	%
1	Môn Cờ Vua mà Bài viết lựa chọn có phù hợp với đối tượng là SV SKY Trường Đại học Quy Nhơn		
	Rất phù hợp	15	83
	Phù hợp	3	17
	Không phù hợp	0	0
2	Đề cương chi tiết mà Bài viết xây dựng có phù hợp		
	Rất phù hợp	18	100
	Phù hợp	0	0
	Không phù hợp	0	0
3	Các nội dung giảng dạy mà bài viết lựa chọn có phù hợp để đạt được các chuẩn đầu ra học phần		
	Rất phù hợp	15	83
	Phù hợp	3	17
	Không phù hợp	0	0
4	Phương pháp kiểm tra đánh giá có đánh giá được chuẩn đầu ra của học phần		
	Rất phù hợp	18	100
	Phù hợp	0	0
	Không phù hợp	0	0

TT	Nội dung phỏng vấn	Kết quả	
		n	%
5	Bài viết xây dựng nội dung môn học GDTC để giảng dạy cho đối tượng là SV SKY có tính khả thi		
	Rất khả thi	18	100
	Khả thi	0	0
	Không khả thi	0	0

Kết quả bảng cho thấy tất cả các sinh viên, giảng viên được phỏng vấn đều đánh giá nội dung học phần GDTC cho SV SKY mà bài viết lựa chọn xây dựng là phù hợp và có tính khả thi trên đối tượng là SV SKY, nội dung và phương pháp đánh giá học phần khoa học, đánh giá được chuẩn đầu ra của học phần.

3. KẾT LUẬN

Trường ĐHQN đã thực hiện chương trình giảng dạy các học phần trong chương trình GDTC cho sinh viên theo hướng tự chọn, người học được chọn các môn thể thao yêu thích, tuy nhiên mới chỉ dừng lại ở chương trình đại trà cho tất cả sinh viên, chưa phù hợp với các đối tượng sinh viên khác nhau.

Bài viết đã xác định được nhóm đối tượng sinh viên sức khỏe yếu để tham gia các học phần GDTC cho sinh viên SKY gồm các sinh viên khi khám sức khỏe đầu năm học tại Trường ĐHQN hoặc có xác nhận của các cơ quan y tế có thẩm quyền bị tật mạch nhanh hoặc chậm và các sinh viên bị tật về chân, tay mà theo khuyến cáo của các bác sĩ là cần hạn chế vận động hoặc vận động nhẹ mà không được Nhà trường miễn học các học phần GDTC không chuyên. Qua tổng hợp kết quả khám sức khỏe đầu năm học của Trường Đại học Quy Nhơn Bài viết đã xác định được 565 sinh viên (94 nam, 471 nữ) để tham gia các học phần GDTC cho sinh viên SKY gồm các sinh viên khi khám sức khỏe bị tật mạch nhanh hoặc chậm và các sinh viên bị tật về chân, tay mà theo khuyến cáo của các bác sĩ là cần hạn chế vận động hoặc vận động nhẹ.

Qua đánh giá nhu cầu tập luyện của các sinh viên SKY và phỏng vấn các chuyên gia,

nhà khoa học, Bài viết đã lựa chọn môn Cờ Vua là môn thể thao không có những hoạt động vận động mạnh, phù hợp với đối tượng sinh viên SKY và xây dựng đề cương chi tiết để đề xuất giảng dạy cho đối tượng sinh viên SKY của Trường Đại học Quy Nhơn. Đề cương bám sát các quy chế, quy định hiện hành của Nhà trường, được thực hiện trong 3 học kỳ, mỗi học kỳ 30 tiết, chia làm 15 tuần. Nội dung vừa có lý thuyết, vừa có thực hành, ngoài ra còn rèn luyện tính tự giác, tích cực, tự học của sinh viên. Việc kiểm tra, đánh giá bao quát hết các nội dung được học, đánh giá được trình độ của người học.

Lời cảm ơn

Nghiên cứu này được thực hiện trong khuôn khổ bài viết khoa học công nghệ cấp cơ sở của Trường Đại học Quy Nhơn với mã số T2023.818.28.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- N. Toán, P. D. Tôn. *Lý luận và phương pháp thể dục thể thao*, Nxb Thể dục thể thao, Hà Nội, 2006.
- L. V. Lãm, P. X. Thành. *Giáo trình thể dục thể thao trường học*, Nxb Thể dục thể thao, Hà Nội, 2008.
- N. T. Hùng. *Xây dựng chương trình giáo dục thể chất học phần tự chọn, ngoại khóa cho sinh viên Trường Đại học Quy Nhơn*, Luận án tiến sĩ, Trường Đại học Thể dục thể thao TP. Hồ Chí Minh, 2017.
- N. V. Hòa. *Cải tiến chương trình giảng dạy các môn thể thao tự chọn cho sinh viên không chuyên Trường Đại học Cần Thơ*, Luận án tiến sĩ, Trường Đại học Thể dục thể thao TP. Hồ Chí Minh, 2017.
- T. H. Quang. *Nghiên cứu giải pháp nâng cao hiệu quả công tác giáo dục thể chất cho Trường Đại học Bách Khoa*, Luận án tiến sĩ, Viện Khoa học Thể dục thể thao, Hà Nội, 2019.
- N. X. Sinh, L. V. Lãm, P. N. Viễn, L. Q. Hiệp. *Giáo trình phương pháp nghiên cứu khoa học thể dục thể thao*, Nxb Thể dục thể thao, Hà Nội, 1999.
- L. V. Tiên, N. V. Tri. *Giáo trình Cờ Vua*, Nxb Thể dục thể thao, Hà Nội, 2010.



© 2024 by the authors. This Open Access Article is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

<https://doi.org/10.52111/qnjs.2024.18406>

Tương đồng và khác biệt giới tính trong chiến lược phân nản của khách hàng người Anh - Mĩ trong lĩnh vực du lịch và khách sạn

Trương Văn Định*, Bùi Thị Ngọc Trâm, Nguyễn Tố Liên

Khoa Ngoại Ngữ, Trường Đại học Quy Nhơn, Việt Nam

*Ngày nhận bài: 22/01/2024; Ngày sửa bài: 31/01/2024;
Ngày nhận đăng: 07/02/2024; Ngày xuất bản: 28/08/2024*

TÓM TẮT

Bài báo tìm hiểu những tương đồng và khác biệt giới tính trong chiến lược phân nản của khách hàng Anh - Mĩ trong lĩnh vực Du lịch - Khách sạn. Phương pháp định tính và định lượng được sử dụng trong nghiên cứu. Dữ liệu được thu thập từ các bộ phim và ấn phẩm dạy tiếng Anh với trích đoạn hội thoại có chứa phát ngôn phân nản của khách hàng. Nghiên cứu được thực hiện với các chiến lược phân nản được xác định dựa trên phân loại chiến lược phân nản có sửa đổi của Murphy và Neu. Kết quả cho thấy những điểm tương đồng và khác biệt giới tính trong chiến lược phân nản. Cả nam và nữ khách hàng Anh - Mĩ đều sử dụng chiến lược “*Thể hiện sự không đồng tình*”, “*Thể hiện sự khó chịu*”, “*Yêu cầu*” và “*Thể hiện sự thất vọng*” và số lượng chiến lược phân nản nam và nữ sử dụng là như nhau. Tuy nhiên, phụ nữ thường sử dụng các chiến lược “*Thể hiện sự không đồng tình & Thể hiện sự khó chịu & Yêu cầu & Đe dọa*” trong khi nam giới sử dụng các chiến lược “*Thể hiện sự không đồng tình*”, “*Thể hiện sự không đồng tình & Yêu cầu*”, “*Tỏ ra khó chịu & Thể hiện sự không đồng tình*”, “*Thể hiện sự không đồng tình & Chỉ trích*”. Kết quả nghiên cứu cho thấy người học tiếng Anh cần lưu ý những tương đồng và khác biệt giới tính trong chiến lược phân nản người Anh - Mĩ hay sử dụng để có thể đạt được mục đích trong các tình huống giao tiếp nội ngôn cũng như giao văn hóa khi cần phân nản hay xử lý phân nản.

Từ khóa: *Phân nản của khách hàng, chiến lược phân nản, phát ngôn phân nản, tương đồng và khác biệt giới tính.*

*Tác giả liên hệ chính.

Email: truongvandin@qnu.edu.vn

Gender similarities and differences in Anglo-American customer complaint strategies in tourism and hospitality industry

Truong Van Dinh*, Bui Thi Ngoc Tram, Nguyen To Lien

Department of Foreign Languages, Quy Nhon University, Vietnam

Received: 22/01/2024; Revised: 31/01/2024;

Accepted: 07/02/2024; Published: 28/08/2024

ABSTRACT

The article aims to investigate the gender similarities and differences in Anglo-American customer complaint strategies in the Tourism and Hospitality Industry to help readers gain some insight into the cultural characteristics of Anglo-Americans through the speech act of complaining. The qualitative and quantitative approaches were used in the study. The data were collected from movies and publications with dialogue extracts containing complaint utterances given by both male and female customers. The complaint strategies identified based on Murphy and Neu's revised classification of complaint strategies. The findings highlight the gender similarities and differences in the complaint utterances. As regards complaint strategies, both men and women used strategies "Showing disapproval", "Showing annoyance", "Requesting" and "Showing disappointment" and the number of complaint strategies pursued by men and women is almost the same. However, women regularly employed the strategies "Showing disapproval & Showing annoyance & Requesting & Threatening", while men resorted to the strategies "Showing disapproval", "Showing disapproval & Requesting", "Showing annoyance & Showing disapproval", "Showing disapproval & Expressing criticism". The study results show that learners of English need to be fully aware of gender similarities and differences in complaint strategies pursued by Anglo-American customers, so that they can achieve their goals in intra-lingual as well as cross-cultural communication situations where complaints need to be made or addressed.

Keywords: *Customer complaints, complaint strategies, complaint utterances, gender similarities and differences.*

1. INTRODUCTION

Communication is the basis for all human relationships. It is said to be an art developed through practice and used by human beings as a tool to share with others, understand, resolve conflicts and establish social relationships. We all know about the importance of good communication skills and are fully aware of the consequences of lacking these essential skills. Included in the consequences are the failure to

achieve desired communication goals, ruined social relationships and a damaged reputation. It is for these reasons that one always tries to avoid hurting others' images and feelings in any circumstance. However, in communication, there are times when we encounter situations where we have to show that we have a negative evaluation of others' wants, acts, personal characteristics, goods, beliefs or values. One of the acts that demonstrate that we have a negative evaluation of others is complaining.

*Corresponding author.

Email: truongvandin@qnu.edu.vn

Gender is an issue of great interest to researchers. There have been many research works on this issue with a view to gaining some insight into it. Differences between men and women are acknowledged. Holmes¹ observes that “[...] *some researchers have suggested that women and men belong to different cultural groups*”. Wardhaugh² clearly affirms the distinct differences between men and women and he deduces that these differences derive from different socialization practices. Sharing Holmes and Wardhaugh’s view on the gender differences, Spolsky³ also agrees that “[...] *we should not be surprised to find reflexes of gender differences [...], for most societies differentiate men and women in various marked ways*”.

Reality shows that gender differences are expressed in many aspects: from habit, manners, communication style to perspective and outlook on life. Of these, communication style shows gender differences the most clearly.

2. THEORETICAL BACKGROUND

2.1. Speech act theory

2.1.1. Definition of speech act

In communication, interlocutors perform many different actions via language. Although expressed in various forms, these actions are generally referred to as speech acts. Speech act was first introduced by Austin,⁴ and later developed by many other scholars like Searle,⁶ Yule.⁵ Austin⁴ discovers that when a person says something, he simultaneously does something. Austin⁴ identifies three distinct levels of action beyond the act of utterance. He distinguishes the act of saying something, what a person does in saying it, and what this person does by saying it, and he calls these acts *the locutionary*, *the illocutionary* and *the perlocutionary act*, respectively. Yule⁵ explains these 3 acts as follows:

Locutionary act: It is the basic act of producing a meaningful linguistic expression.

Illocutionary act: It is performed via the communicative force of an utterance.

Perlocutionary act: It is the effect S intended the utterance to have on H or listener.

Basically, “*in attempting to express themselves, people do not only produce utterances containing grammatical structures and words, they perform actions via those utterances*”. (Yule⁵). Searle⁶ believes that “*speech acts are the basic or minimal units of linguistic communication*.”

Sharing Searle’s⁶ view, Richards⁷ states that *speech act is an utterance as a functional unit in communication*. According to Yule,⁵ “*actions performed via utterances are generally called speech acts*”. Speech acts serve their function once they are said or communicated and they are commonly referred to acts such as *apologizing, promising, ordering, answering, requesting, complaining, warning, inviting, refusing* and *congratulating*.

2.1.2. Classification of speech act

Based on their functions, Austin⁴ classifies speech acts into 5 five types of functions, namely: *verdictives* (e.g., appraising,...) *exercitives* (e.g., appointing, voting, ordering, urging, advising, warning...), *commissives* (e.g., promise, propose,...), *behabitives* (e.g., apologizing, congratulating, commending, condoling, cursing and challenging), and *expositives* (e.g., conceding, assuming,...).

However, Searle⁸ proposes the most influential and widely used classification of speech acts with a focus on how listeners respond to utterances, which is on the contrary to Austin, who focuses his attention on how speakers realize their intentions in speaking. Searle’s⁸ classification consists of five broad types, namely:

Commissives: committing the speaker to doing something (e.g. a promise or a threat).

Declarations: changing the state of affairs in the world (e.g. a pronouncement at court).

Directives: getting the listener to do something (e.g. a suggestion or a request).

Expressives: expressing feelings and attitudes about something (e.g. an apology or a compliment).

Representatives: describing states or events in the world (e.g. an assertion or a report).

The speech act of complaining belongs to *behabitives* as Austin's classification, and to *expressives*, as Searle's.

2.1.3. Speech act of complaining

"Complain", is defined by Crowther⁹ as "say that one is dissatisfied, unhappy, etc."

Semantically, "complaining" is explained by Wierbicka¹⁰ as follows:

I say: something bad is happening (to me).

I feel something bad because of that.

I say this because I want to cause someone to know about it and to do something because of that would cause me to feel better.

Pragmatically, according to Brown and Levinson,¹¹ "complaining" is an act that threatens the positive-face want, by indicating (potentially) that S does not care about H's feelings, wants, etc. With the speech act of complaining, Brown and Levinson¹¹ explain that "S indicates that he doesn't like/want one or more of H's wants, acts, personal characteristics, goods, beliefs or values".

In communication, complaining is a pervasive form of social interaction, showing the desire to have personal needs satisfied. "Complaining", as explained by Kowalski¹² "is a form of communication that expresses dissatisfaction regardless of having actually experienced the subjective feeling of dissatisfaction or not".

Using a pragmatic view, Trosborg¹³ affirms that "a complaint is [...] an illocutionary act in which the speaker (the complainer) expresses his/her disapproval, negative feelings etc. towards the state of affairs described in

the proposition (the complainable) and for which he/she holds the hearer (the complaine) responsible, either directly or indirectly".

Olshtain and Weinbach¹⁴ (in G. Kasper & S. Blum-Kulka (Eds.). *Interlanguage Pragmatics*, Oxford University Press) offer a more coherent explanation, saying that "in the speech act of complaining, S expresses displeasure or annoyance-censure-as a reaction to a past or ongoing action, the consequences of which are perceived by S as affecting her unfavorably. This complaint is usually addressed to H whom S holds, at least partially, responsible for the offensive action".

Olshtain and Weinbach¹⁴ believe that when voicing a complaint, S holds 4 following preconditions: H performs a socially unacceptable act (SUA); S perceives the SUA as offensive; H must take responsibility for the SUA, and S feels obliged to express her frustration or annoyance.

The speech act of complaining was in the focus of a study conducted by Murphy and Neu¹⁵ (in S. M. Gass, & J. Neu (Eds). *Speech Acts Across Cultures: Challenges to Communication in a Second Language*, Mouton de Gruyter) in 1996 to compare the components of the speech act set produced by American native students and Korean non-native students of English with a context where the students had to express disapproval to their professor. From the collected data, the authors identified 5 complaint strategies employed by the American and Korean students: *using of the inclusive pronoun "we"; using of questions; depersonalization of the problem; using mitigators to soften the complaint and accepting partial responsibility for the problem.*

In the present study, the researchers accepted Trosborg's definition of complaint, considering it as the foundation for our analysis and evaluation and identify the complaint strategies based on Murphy and Neu's revised classification of complaint strategies.

2.2. Politeness theories

2.2.1. Definition of politeness

Politeness is an important factor that influences the way members of a cultural community think and behave. Researchers agree that politeness is a culture-specific concept and different cultures have different perceptions of politeness. Watts¹⁶ asserts that “[...] *we cannot be at all certain that an English native speaker today understands “politeness” in exactly the same way as the German native speaker understands “Hoflichkeit” or the French native speaker “politesse”*. Summing up the issue of politeness, Châu¹⁷ concludes that “*politeness is first and foremost a cultural issue, which is unique to each culture. Every society has to be polite. The thing is what, to what extent or how is considered as polite is culture-specific*”.

In pragmatics, the concept of politeness is of special interest to scholars. One of the reasons for politeness to be the focus of pragmatists, as explained by Brown and Levinson¹¹ is “[...] *the issues addressed there [...] have a perennial importance, for they raise questions about the foundations of human social life and interaction*”.

Brown and Levinson¹¹ believe that “*politeness [...] presupposes that potential for aggression as it seeks to disarm it, and makes possible communication between potentially aggressive parties*”.

Leech¹⁸ remarks that “*Politeness is manifested not only in the context of conversation*

but also in the way conversation is managed or structured by its participants such as speaking at the wrong time (interrupting) or being silent at the wrong time has impolite implications”.

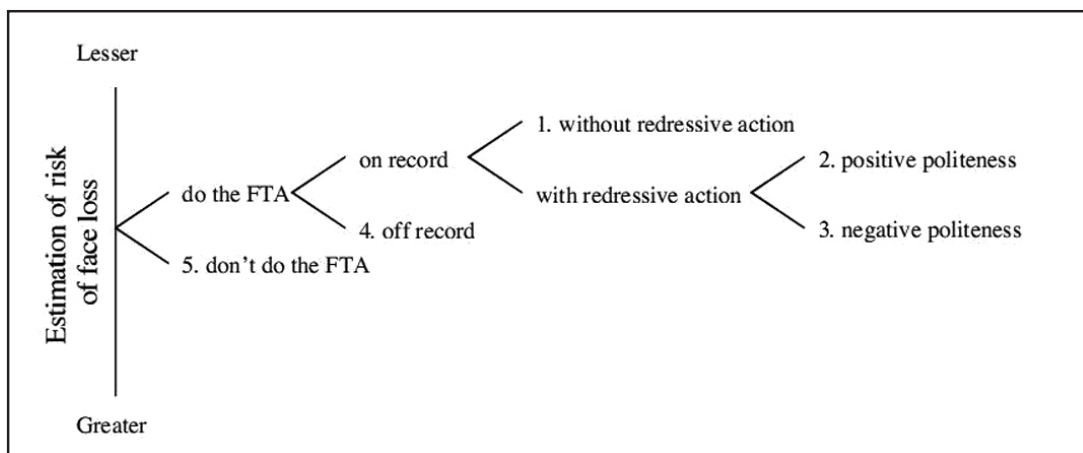
Talking about politeness, one cannot help mentioning *face*. *Face* refers to our public self-image or face wants. There are two types of face wants: face-threatening acts and face-saving acts. Yule⁵ explains that a face-threatening act (FTA) is one that threatens another person's expectations regarding self-image and a face-saving act is a speech act performed by S to lessen a possible threat posed to H's face if he perceives that his actions or words are likely to constitute this threat.

Brown and Levinson¹¹ divide *face* into two categories: *negative face*, the basic claim to territories, personal preserves, and rights to non-distraction, and *positive face*, the positive consistent self-image or personality claimed by interactants. The concept of “*positive face*” and “*negative face*” is the foundation of “*negative politeness*” and “*positive politeness*”.

2.2.2. Brown and Levinson's politeness theory

Brown and Levinson¹¹ put forward their theory of politeness with its core concept being “*face*”. Their theory consists of a set of possible strategies for avoiding FTAs or for minimizing the face threat of the FTAs. The strategies are shown in Figure 1.

Figure 1. Possible strategies for doing FTAs.¹¹



According to Brown and Levinson¹¹, the more an act threatens S's or H's face, the more S will want to choose a higher numbered strategy.

As can be seen from Figure 1, S can choose either to do or not to do the FTA. When S realizes that the risk of the FTA is so great or he does not want to, offend H, he can say or do nothing that is likely to damage H's face, which means he chooses strategy 5. If S decides to do an FTA, he can choose one of the other four strategies.

S can choose to go off record if he produces a communicative act indirectly addressed to H.

The “*bald on record*” strategy is chosen, whenever S wants to do the FTA with maximum efficiency more than he wants to satisfy H's face, even to any degree.

With redressive action, S gives face to H, which means he attempts to counteract the potential face damage of the FTA by doing it in such a way that no face threat seems to be intended. S, in general, recognizes H's face wants and himself wants them to be achieved. The redressive strategies include positive politeness and negative politeness.

“*Positive politeness*”, according to Brown and Levinson¹¹, “*is redress directed to the addressee's positive face, his perennial desire that his want (or the action/ acquisition/ values resulting from them) should be thought of as desirable*”. Positive politeness is used by S to make H feel a sense of closeness, feel good about himself, as well as his interests, and attempt to avoid conflict. With redressive action, S shows respect for H's face, and also S's face. Positive politeness has 15 strategies: *notice, attend to H, exaggerate, intensify interest to H, use in-group identity markers, seek agreement, avoid disagreement, presuppose/ raise/ assert/ common ground, joke, assert or presuppose S's knowledge of and concern for H's wants, offer, promise, be optimistic, include both S and H in the activity, give (or ask for) reasons, assume or assert reciprocity, and give gifts to H.*

“*Negative politeness*”, according to Brown and Levinson¹¹, “*is redressive action to the addressee's negative face; his want to have his freedom of action unhindered and his attention unimpeded*”. Negative politeness is used by S to interact with H in non-imposing way. With negative politeness, the risk of FTAs on H is reduced. Negative politeness has 10 strategies: *be conventionally indirect, question, hedge, be pessimistic, minimize the imposition, give deference, apologize, interpersonalize S and H: avoid the pronouns "I" and "you", state the FTA as a general rule, norminalize, and go on record as including a debt, or as not including H.*

Let's consider the following dialogue:

(19)

- *Damn, boy. What the hell took so long?*

- Well, you had the two well-done steaks, so it usually takes a little while to cook.

- Yeah, well, could you get me some more ketchup?

- Sure. No problem.

The underlined complaint utterance of dialogue (19) contains the word “*damn*”, which is a swear word that people use to show that they are annoyed, disappointed, etc.¹⁹ and the word “*hell*” which is a swear word that some people use when they are annoyed or surprised or to emphasize something.¹⁹

According to Holmes¹, “*Swear words [...] may express annoyance, aggression and insult, for instance, or they may express solidarity and friendliness*”. In terms of politeness, “*expressing solidarity and friendliness*” is the manifestation of the positive politeness.

In the present study, the researchers accepted Brown and Levinson's viewpoint on politeness and base ourselves on these two authors' politeness framework to identify and classify complaint strategies used by Anglo-American male and female customers in complaint utterances in conversation.

2.3. Previous studies

Politeness is a universal concept. It is an indispensable aspect when the speech acts are mentioned. A lot of researches into different speech acts have been carried out under the umbrella of politeness. In recent years, various studies on speech acts have recorded a lot of impressive achievements, helping researchers gain some insight into the mechanism for the formation and realization of the speech acts in human communication. However, so much will have to be done to find out about the interesting aspects of these topics. Typical is the aspect of gender in complaining in communication.

Studies of language and gender have indicated that men and women are different in many aspects, including speech. Specifically, to elaborate the contrasts between males and females in their use of different strategies of complaint in English and Persian and ascertain the degree to which independent variables like gender and language affect the application of these strategies during informal communication, Mehrabani²⁰ conducted a study entitled “*Investigating the Relationship Between Gender and Different Strategies of Expressing Complaint in English and Persian Films*”. This study targets at pointing out the differences between English and Persian males and females in relation to the application of the previously-mentioned strategies. The corpus for the study contained complaint utterances given by male and female movie players. The utterances are contrastively studied in order to identify how the patterns of distribution of complaint strategies differ between the two genders. This study follows on-participant observation research predicated on the ground of qualitative research design, where the researcher used worksheet to record what was going on in the movies, identified the complaint utterances, then applied the worksheet and pen and inserted these utterances into the worksheet table and classified them based

on the different strategies and sub-strategies. The study findings show that as for the area of comparison across the ‘*same-language cross-gender*’ section, relating to the implementation of complaint strategies, the application of opener, act-statement, justification of speaker, justification of addressee, and valuation were more widespread among English males than females. Also, Persian males applied act-statement and justification of addressee, while complaining, more than females did, whereas valuation was a complaint strategy, found to be more prevalent among Persian females than males.

Among a considerable number of research works on the speech act of complaint that have been carried out, a work entitled “*Gender differences in complaint strategies among Iranian upper-intermediate EFL students*” by Kakolaki and Shahrokhi.²¹ The study aims to shed light on the politeness of complaining used by Iranian male and female EFL learners and it further investigated the effect of participants’ gender on their perception of politeness in performing complaint strategies. He gathered the required data from Iranian EFL learners consisted of a number of 60 language learners (30 males and 30 females) studying at upper intermediate level at Iran Language Institute in Esfahan, Iran and analyzing it through Chi-square technique. The study findings reveal that gender was an important factor in the rating of politeness. This manifests itself in the proof that the male learners were more direct in their complaint utterances than the female learners, which means the female learners were more polite than the male ones in voicing a complaint.

Ndubisi and Ling²² carried out a study entitled “*Evaluating gender differences in the complaint behavior of Malaysian consumers*” to investigate whether male and female Malaysian consumers differ in their dissatisfaction complaint behavior and its aftermath. The study

examines the moderation effect of gender in the relationship between public complaint behavior, private complaint behavior and customer defection. The data for the study were collected from 218 Malaysian customers of retail banks. The survey instrument used in the study was a questionnaire consisting of three sections. Sections one and two contain the items measured on a five-point Likert scale ranging from 1 (very unlikely) to 5 (very likely), used to evaluate dissatisfied complaint action and defection with the complaint utterances categorized into public and private. Section three contains respondents' demographic profile. The study findings show that customer complaint behavior can explain defection. Although both public and private complaints have significant impact on defection, the impact produced by private complaints is greater than that by public ones. This indicates that among customers who defect, many are unlikely to complain to the bank before leaving. The number of bank customers who complain before defecting is modest. This result is not caused by the customers' gender but by a generic view of male and female customers of Malaysian banks. Regardless of their sex types, they are generally less likely to complain to the banks before defection.

An investigation into gender differences in complaints is a piece of interesting research. Although there have been a lot of works on the speech act of complaining in different aspects, there has been no research on complaining in the Tourism and Hospitality Industry. Therefore, the researchers decided to carry out a study entitled "*Gender similarities and differences in customer complaints in Tourism and Hospitality Industry in English conversation*" with a view to finding out the similarities and differences in complaints voiced by male and female customers in the Tourism and Hospitality Industry in terms of complaint strategies to help readers learn more about the cultural characteristics of Anglo-Americans through the speech act of

complaining and maximize the effectiveness of the use of this speech act in intra-lingual as well as cross-cultural communication.

3. METHODOLOGY

3.1. Research methods

The study's design was based on a mixed-method approach to achieve the aim of the study. Specifically, the study was conducted based on the qualitative and quantitative approaches. The qualitative approach was used to classify and describe conversations made by Anglo-American male and female customers in the Tourism and Hospitality Industry in order to identify complaint strategies and linguistic means of displaying complainers' attitudes in these utterances. Besides, some techniques used in linguistics such as semantic, context and pragmatic analyses were also used to support the qualitative approach. The quantitative approach with statistical analysis techniques was used to count and analyze the collected data. The contrastive analysis was applied to compare and contrast the types of complaint strategies used in the complaint utterances. Lastly, the description and interpretation techniques were used to characterize and interpret the findings.

3.2. Data collection

In order to gather data for the study, the researchers collected 60 dialogues containing customer complaint utterances (30 male and 30 female) from 04 Anglo-American movies, 33 video clips and 02 publications designed to teach communicative English to find out about gender similarities and differences in complaint strategies used in complaint utterances given by Anglo-American customers in conversation.

3.3. Data analysis

Having been gathered, the complaint utterances were analyzed to identify complaint strategies that Anglo-American customers used in the complaint utterances collected based on Brown and Levinson's¹¹ politeness theory. As stated in 1,

in the present study, the researchers accepted Trosborg's¹³ definition of complaint and took this definition as the basis for the researchers' analysis and evaluation. With Trosborg's¹³ definition of complaint as the basis, the researchers singled out the complaint utterances from the dialogues collected and then identified complaint strategies from these complaint utterances based on Murphy and Neu's¹⁵ revised classification of complaint strategies.

Following are the illustrations of two complaint strategies used in two complaint utterances from two dialogue extracts from the transcripts of 2 Anglo-American movies:

(1)

- I want to occupy your room in the afternoon.
- Sir, you are not lucky as we don't have any booking of that room till the afternoon. But sir, as you know 12 p.m. is our last checkout time and if you like to stay more then you have to pay for that.
- What? What the hell are you talking about? Why do I have to pay?
- Sir, it is the rule, sir. You will be happy to hear that you will not have to pay full-day room rent if you stay till the afternoon. Then you will be charged only 50 percent of the room rent.

Based on the situational context and the words used in the underlined complaint utterance of dialogue extract (1) as well as Trosborg's¹³ definition of complaint, the complaint strategy was identified as "*Showing annoyance*".

(2)

- Excuse me. I think there's a mistake in the check. We only had two glasses of wine, not a bottle.
- Yes, you're right. I'm very sorry.

- It's not my day.
- Today, I'll get you a new check.
- Thank you.

Based on the situational context and the words used in the underlined complaint utterance of dialogue (2) as well as Trosborg's¹³ definition of complaint, the complaint strategy was identified as "*Showing disapproval*".

After the complaint strategies displayed in the complaint utterances had been identified, they were counted and presented in the form of tables, subjected to contrastive analysis in order to identify the gender similarities and differences in the complaint strategies used in the complaint utterances given by Anglo-American customers in conversation.

4. FINDINGS AND DISCUSSION

In the present study, the researchers employed the theory of politeness proposed by Brown and Levinson,⁶ as a theoretical foundation to investigate the complaint strategies identified from 60 complaint utterances (30 male and 30 female) collected from English movies, video clips and publications designed to teach communicative English as data to find out about gender similarities and differences in complaint utterances made by Anglo-American customers in daily communication.

4.1. Complaint strategies used by Anglo-American male and female customers

4.1.1. Complaint strategies used by Anglo-American male customers

Based on the analysis of the collected data, the researchers found that Anglo-American male customers used 8 different complaint strategies with varying levels of frequency. The study results are presented in Table 1.

Table 1. Distribution of types of complaint strategies used by Anglo-American male customers.

No.	Types of complaint strategies used by Anglo-American male customers	N°	%
1	Showing disapproval	9	30
2	Showing disapproval & Requesting	5	16.67
3	Showing disapproval & Threatening	1	3.33
4	Showing disapproval & Showing annoyance	9	30
5	Showing annoyance	2	6.67
6	Showing annoyance & Showing disappointment	1	3.33
7	Showing annoyance & Expressing criticism	1	3.33
8	Showing annoyance & Showing disapproval & Requesting	2	6.67
Total		30	100

Table 1 shows that the male customers used 8 types of complaint strategies with a wide range of frequencies. The complaint strategies most frequently used by the male customers is “*Showing disapproval*” and “*Showing disapproval & Showing annoyance*” accounting for 30% each, followed by “*Showing disapproval & Requesting*” with 16.67%. 2 strategies “*Showing annoyance*” and “*Showing annoyance & Showing disapproval & Requesting*” account for the same percentage with 6.67%, twice as high as the remaining 3 strategies “*Showing annoyance & Showing disappointment*”, “*Showing disapproval & Threatening*”, “*Showing annoyance & Expressing criticism*”.

In the section that follows, the researchers will explain the meaning of the complaint sentences that Anglo-American male customers use to make complaints. The numbers in brackets are the ordinal numbers of the dialogues in the appendix.

4.1.1.1. *Showing disapproval*

“*Disapproval*”, according to Wehmeier¹⁴ (Chief Editor) “*is a feeling that you do not like an idea, an action or somebody’s behavior because you think it is bad, not suitable or going to have a bad effect on somebody else*”. *Showing disapproval* is one of the two strategies employed by the male customers with 30%, as in:

(3)

- Excuse me. I think there's a mistake in the check. We only had two glasses of wine, not a bottle.
- Yes, you're right. I'm very sorry.
- It's not my day.
- Today, I'll get you a new check.
- Thank you.

In the underlined complaint utterance of dialogue (3), the man expressed his displeasure with the waiter at being served a bottle of wine instead of 2 glasses. Maybe, in this case, the waiter had misunderstood the male customer’s order. He had only ordered 2 glasses of wine, not a bottle.

4.1.1.2. *Showing disapproval & requesting*

In communication, “*Showing disapproval*” often goes hand in hand with requesting, which according to Trosborg¹³, is an impositive act the speaker performs in order to affect the hearer’s intentional behavior for the benefit of only the speaker and at the cost of the hearer. *Showing disapproval & Requesting* was used with 16.67%, as in:

(4)

- Good afternoon. I am Eduard staying in Room 3. I have no hot water and there is a

gecko on the ceiling. I couldn't sleep well last night. Can you go and fix the water heater? ...And please I need to gecko out of my room.

- I apologize for the inconvenience.
- I will ask a room boy to take the gecko out and they will send my engineer to fix the water heater.
- Okay, thank you.

In the underlined complaint utterance of dialogue (4), the man complained to the receptionist that the hotel's service was too poor, such as no hot water. And that he was displeased with a gecko crying on the ceiling, which means that the restaurant service is not good. After that, the man requests that the problems be fixed.

4.1.1.3. *Showing disapproval & threatening*

Threatening is defined by Wierzbicka¹⁰ as “utterances that refer to a future action by the speaker which is regarded as bad for the addressee”. It is common knowledge that threatening is a rarely used act except when the complainer is either in a bad mood or too angry. “*Showing disapproval & Threatening*” was used by the male customers with 3.33%, as in:

(5)

- If you stay till afternoon then you will be charged only 50 percent of the room rent.
- Hey man... don't you know I have settled my account already.
- Yes, sir. But...
- Hey, listen to me? I will not pay a single cent for four hours. Are you deaf? I will not pay anymore. Is that clear to you?
- Sir, I really understand your problem. But I am afraid I have nothing I can do before 12 p.m. is our last checkout time and if you want to stay more. You have to pay that is the rule we have for all of our guests.
- I have been staying in this hotel for three days. Your service is so poor. I will complain about you.

- We are very sorry, sir.

In the underlined complaint utterances of dialogue extract (5), the man raised his complaint about the poor service and he threatened to complain to the hotel employee about the receptionist's bad handling of his complaint.

4.1.1.4. *Showing disapproval & showing annoyance*

“*Annoyance*” is “*the feeling of being slightly angry*” (Wehmeir¹⁹). *Showing disapproval & Showing annoyance* is one of the two strategies was the most frequently used by the male customers with 30%, as in:

(6)

Man: The food quality is very bad in this hotel.

Manager: Why, sir?

Man: This is because I feel ill after consuming the food.

Manager: Thanks for the feedback. We will surely look into the matter.

Man: In addition to this there is also not much services. When I feel ill there was no one to call. We were so helpless here.

Manager: I am so sorry, sir. Next time such will never happen.

In the underlined complaint utterance of dialogue extract (6), the man expressed his displeasure with the poor quality of the hotel's food, which caused him to fall ill as well as this hotel's bad service when he needed help.

4.1.1.5. *Showing annoyance*

“*Showing annoyance*” was a strategy chosen male customers with 6.67%, as in:

(7)

Guest Excuse me, I just checked into my room, and there's hair in the tub and it's not mine. It's really gross.

Rose Oh, I'm so sorry. That's not acceptable at all. I'll clean the tub for you immediately, or if you'd like, I can see if another room is available.

Guest Thank you. If you clean it, that will be just fine. I have to go out. I'll be back in about an hour.

In the underlined complaint utterance of dialogue (7), the man showed Rose that he was extremely discontented with the hotel's poor service and the lack of hygiene.

4.1.1.6. *Showing annoyance & showing disappointment*

“Showing annoyance” and “Showing disappointment” are two different emotional expressions that can be conveyed through various means. While “Showing annoyance” refers to the expression of displeasure at the other's speech or acts, “Showing disappointment” refers to the feeling of sadness or dissatisfaction that arises when one is not pleased with what one expects. Both kinds of feelings can be expressed through various means such as avoiding eye contact, biting one's nails, frowning, scowling, or saying something with a hint of sarcasm. This strategy was employed by the male customers with 3.33%, as in:

(8)

- Hello.
- Hi, sir.
- I'm the receptionist of the hotel. I contacted the restaurant, but unfortunately, the chef said that we ran out of the lobster soup and because of the weather, we can't buy the ingredients at this moment. Could you change to another soup?
- What a great night! First the room and now is the soup. What else did your hotel run out of?
- I'm really sorry about that.

In the underlined complaint utterance of dialogue extract (8), S sarcastically exclaimed

“What a great night!” showing that this male customer had to experience successive problems that made him uncomfortable and extremely frustrated with the service and the quality of food. Therefore, he uttered a sarcastic sentence without issuing any demand.

4.1.1.7. *Showing annoyance & expressing criticism*

“Showing annoyance” and “Expressing criticism” are two different ways of conveying dissatisfaction or irritation. Criticizing refers to acts “that show that S has a negative evaluation of some aspect of H's positive face” (Brown & Levinson¹¹). As such, while “Showing annoyance” refers to the expression of displeasure or irritation, “Expressing criticism” refers to the act of pointing out flaws or shortcomings in something or someone. Both of the speech acts can manifest themselves via various means such as a pinched expression, exaggerated sigh, or using a sharpening tone while one is speaking, or pointing out specific flaws. *Showing annoyance & Expressing criticism* was used by the male customers with 3.33%, as in:

(9)

- Good afternoon, sir. Welcome to A La Cat.
- Menu is this normal? Sir... Having your customers wait like they're going to be attended to by the president.
- I'm so sorry about that. So sorry about that.

In the underlined complaint utterance of dialogue extract (9), the customer showed his anger at being kept waiting for so long on a note of disapproval.

4.1.1.8. *Showing annoyance & showing disapproval & requesting*

In communication, “Showing annoyance” refers to the expression of displeasure, “Showing disapproval” to the act of expressing dissatisfaction and “Requesting” to the act of asking for something politely or officially. In the

service sector, showing annoyance, complaining, and requesting are often seen together. When displeased with a service or a product, consumers often express their annoyance, voice their complaint and then make a request for things done. This strategy was used by the male customers with 6.67%, as in:

(10)

G1: Yes, this is Scott Hayek in room 313. I have a problem with my laptop. I can't seem to connect to the Internet. It's very important. I'm really in a bind. I've got this wedding tomorrow, and I need to check the registry.

FD: I'm very sorry for your inconvenience,

Mr. Hayek. Please allow me to call Gary. He's our maintenance engineer. He's pretty good with computers.

In the underlined complaint utterance of dialogue extract (10), the man was annoyed at the hotel's poor Internet service. After implicitly showing his annoyance and complaint, he made an indirect request for an urgent repair.

4.1.2. Complaint strategies used by Anglo-American female customers

The analysis of the collected data shows that the female customer used 8 different complaint strategies at different frequencies. The study results are presented in Table 2:

Table 2. Distribution of types of complaint strategies used by Anglo-American female customers.

No.	Types of complaint strategies used by Anglo-American female customers	N°	%
1	Showing disapproval	8	26.67
2	Showing disapproval & Requesting	3	10
3	Showing disapproval & Threatening	2	6.67
4	Showing disapproval & Showing annoyance	11	36.67
5	Showing annoyance	1	3.33
6	Showing annoyance & Showing disappointment	1	3.33
7	Showing annoyance & Showing disapproval & Requesting	3	10
8	Showing annoyance & Showing disapproval & Requesting & Threatening	1	3.33
Total		30	100

As indicated in Table 2, the female customers used 8 complaint strategies with a variety of ratings. "Showing disapproval & Showing annoyance" is the most frequently used strategy with 36.67%, followed by "Showing disapproval" with 26.67%. "Showing disapproval & Requesting" and "Showing annoyance & Showing disapproval & Requesting" takes the same 10%. "Showing disapproval & Threatening" with 6.67%, twice as high as the 3 remaining strategies "Showing annoyance", "Showing annoyance & Showing disappointment" and "Showing annoyance & Showing disapproval & Requesting" & Threatening".

In the part that follows, the strategies the female customers used to make complaints will be elaborated with the numbers in brackets being the ordinal numbers of the dialogues in the appendix.

4.1.2.1. Showing disapproval

Showing disapproval is a strategy used by the female customers with 26.67%, as in:

(11)

- Excuse me.
- Yes sir.
- I asked for my steak rare and this is well done.

- I'm very sorry I'll send it back to the kitchen.
- Could we have a check, please?
- Yes sir, your check.
- Thanks.

In the underlined complaint utterance of dialogue (11), the woman expressed a complaint to the employee when he did not follow her request "I asked for my steak rare and this is well done". This shows the lack of professional service restaurant business.

4.1.2.2. *Showing disapproval & requesting*

Showing disapproval & Requesting is a strategy used by the female customers with 10%, as in:

(12)

Julie: I'll call the waiter over now. Excuse me!

Waiter: Yes, madam. How can I help you?

Julie: One of my friends ordered a rare steak and you've brought him a well-done steak. My other friend's carrots are overcooked and her potatoes are raw. Can you send them back to the kitchen to be replaced please?

Waiter: I apologize for the steak. I'll replace it straight away. Both the carrots and the potatoes are supposed to be like that. I'm afraid there is nothing I can do.

In the underlined complaint utterance of dialogue extract (12), Julie was not satisfied with misunderstood her friend's order and she complained to the waiter about the restaurant's service quality and made an explicit request for things done.

4.1.2.3. *Showing disapproval & threatening*

Showing disapproval & threatening is a strategy used by the female customers with 6.67%, as in:

(13)

- Are you a manager here?
- Yes, madam. I am Brett. I am the manager in this café. How may I help you?
- I am sorry to say that the burger wasn't good at all. Your cookie put a lot of salt on my

burger. I am not paying for that. I am sorry.

- I apologize for that, madam. Let me do my best. I will ask my team to bring you a new one, and they will give you one soda water for free. I am sure it won't happen next time.
- That would be great.

In the underlined complaint utterance of dialogue extract (13), this woman was so displeased with the quality of the burger that she explicitly expressed her displeasure by affirming that she was not paying for that burger.

4.1.2.4. *Showing disapproval & showing annoyance*

Showing disapproval & showing annoyance is a strategy the most frequently used by the female customers with 36.67%, as in:

(14)

- How may I help you?
- Good morning. I'm calling from room 360. I'm so disappointed because I traveled all the way here to find a filthy room and I tried a lot to book this room and only to discover that it was filthy.
- I completely understand your frustration.
- I feel the same way.
- I apologize for the inconvenience.
- This way at the moment we will speak with my hotel manager about your problem.
- Thank you for your patience.

In the underlined complaint utterance of dialogue (14), the female customer did not hide her extreme disappointment and annoyance at the room's poor hygiene and she explicitly complained to the hotel staff about it.

4.1.2.5. *Showing annoyance*

Showing annoyance is a strategy used by the female customers with 3.33%, as in:

(15)

G: Waitress.

W: Yes, madam. Is there anything wrong?

G: Certainly, there is. This cup is very dirty.

W: I'm sorry, madam. I'll get you another one.

In the underlined complaint utterance of dialogue extract (15), the female customer expressed irritation at the restaurant's lack of hygiene and she explicitly displayed her discomfort by asserting that "*Certainly there is. This cup is very dirty.*"

4.1.2.6. *Showing annoyance & showing disappointment*

Showing annoyance & Showing disappointment is a strategy used by the female customers with 3.33%, as in:

(16)

Guest: Waiter.

Waitress: Yes, madam. What can I do for you?

Guest: I ordered my lunch 20 minutes ago, but it has not appeared yet.

Waitress: I am sorry about that, madam. I'll speak to the headwaiter immediately.

In the underlined complaint utterance of dialogue extract (16), the female customer's order is forgotten by the restaurant and she has been waiting for being served for up to 20 minutes. Therefore, she felt fairly annoyed about the professionalism of the restaurant staff.

4.1.2.7. *Showing annoyance & showing disapproval & requesting*

Showing annoyance & Showing disapproval & Requesting is a strategy used by the female customers with 10%, as in:

(17)

- Good morning. How can I help you?
- Good morning. I'm calling from Room 204. I came all the way here for a good holiday and I paid a lot to book this room, but I found out that the water is not even running and the guest room next door is very noisy. Can you do something about this?
- Sorry to hear that, ma'am. I will talk to my hotel managers about this right now.

- Okay.

In the underlined complaint utterance of dialogue (17), the woman displayed her disillusion and displeasure at the quality of the hotel. The woman showed her annoyance, expressed her disapproval and requested that something be done at once.

4.1.2.8. *Showing annoyance & showing disapproval & requesting & threatening*

This strategy was used by the female customers with 3.33%, as in:

(18)

- The water was so cold this is unacceptable. I'm gonna make a complaint.
- This is the front desk. How can I help you?
- This is Anita Martin from Room 101. I'd like to make a complaint
- Sure, madam. What seems to be the problem?
- There's no hot water in my room so I had to take a cold shower. This is unacceptable I'm very disappointed with your service. I'd like you to resolve this matter as quickly as possible or I'll have to cancel my reservation.
- Please accept our sincerest apologies for not having hot water.

In the underlined complaint utterance of dialogue extract (18), the hotel guest pointed out the problems, which were not so small that she expressed extreme annoyance and disappointment with the receptionist. Then, this guest requested that the matter be solved quickly and she issued a threat to the hotel, saying that she would cancel her reservation if her requirements were not satisfied immediately.

4.1.3. *Gender similarities and differences in Anglo-American customer complaint strategies*

A summary of the results of the different types of complaint strategies obtained from the analysis of male and female customer complaints is presented in Table 3:

Table 3. Distribution of types of complaint strategies used by Anglo-American male and female customers.

No.	Types of complaint strategies used by Anglo-American male and female customers	Male		Female	
		N ^o	%	N ^o	%
1	Showing disapproval	9	30	8	26.67
2	Showing disapproval & Requesting	5	16.67	3	10
3	Showing disapproval & Threatening	1	3.33	2	6.67
4	Showing disapproval & Showing annoyance	9	30	11	36.67
5	Showing annoyance	2	6.67	1	3.33
6	Showing annoyance & Showing disappointment	1	3.33	1	3.33
7	Showing annoyance & Expressing criticism	1	3.33	0	0
8	Showing annoyance & Showing disapproval & Requesting	2	6.67	3	10
9	Showing annoyance & Showing disapproval & Requesting & Threatening	0	0	1	3.33
Total		30	100	30	100

4.1.3.1. Gender similarities in Anglo-American customer complaint strategies

As shown in Table 3, the complaint strategies used by the male and female customers have some similarities. First, both genders used the same number of complaint strategies, which are 8 strategies, and these strategies had a diverse range of frequencies. Second, both genders used the strategy “*Showing annoyance & Showing disappointment*” with the same percentage of 3.33%.

4.1.3.2. Gender differences in Anglo-American customer complaint strategies

Table 3 shows that there are some differences between male and female customers in the use of complaint strategies. First, women used “*Showing disapproval & Showing annoyance*” with the proportion higher than that of men (36.67% compared to 30%). Second, “*Showing disapproval & Threatening*” used by women is twice as high as men (6.67% and 3.33% respectively) while “*Showing disapproval & Threatening*” was used by men with the percentage twice as high as women. Third, with a not inconsiderable proportion, men followed “*Showing annoyance & Expressing criticism*” with 3.33%, but women did not resort to this strategy. Likewise, women pursued the strategy “*Showing annoyance & Showing disapproval & Requesting & Threatening*” with 3.33% while

men did not utilize this strategy. Fourth, the strategies “*Showing disapproval & Requesting*” and “*Showing disapproval*” were used with the percentages higher by men (30% and 16.67% respectively) than by women (26.67% and 10% respectively) while women chose the strategy “*Showing annoyance & Showing disapproval & Requesting*” with the higher percentage than men (10% versus 6.67%). Fifth, the strategy “*Showing annoyance*” was adopted with the percentage by men twice as high as by women.

5. CONCLUSION

The analysis of the consumer complaint utterances highlights some gender similarities and differences in the complaint strategies pursued by Anglo-American customers. As regards the similarities, both genders used the same number of complaint strategies whose range of frequencies was diverse and they employed the strategy “*Showing annoyance & Showing disappointment*” with the same percentage. As for the differences: first, women used “*Showing disapproval & Showing annoyance*” with the proportion much higher than that of men. Second, “*Showing disapproval & Threatening*” used by women was twice as high as men while “*Showing disapproval & Threatening*” was used by men with the percentage twice as high as women. Third, with a not inconsiderable proportion, men followed “*Showing annoyance & Expressing criticism*”, but women did not

resort to this strategy. Likewise, women pursued the strategy “*Showing annoyance & Showing disapproval & Requesting & Threatening*” while men did not utilize this strategy. Fourth, the strategies “*Showing disapproval & Requesting*” and “*Showing disapproval*” were used with the percentages higher by men by women while women chose the strategy “*Showing annoyance & Showing disapproval & Requesting*” with the higher percentage than men. Fifth, the strategy “*Showing annoyance*” was adopted with the percentage by men twice as high as by women. Although 60 complaint utterances is a modest number, the research findings help paint a striking picture of the distinct similarities and differences in complaint strategies employed by Anglo-American male and female customers in conversation. Learners of English need to be fully aware of gender similarities and differences in Anglo-American customer complaints so that they can achieve their goals in intra-lingual as well as cross-cultural communication situations where complaints need to be made or addressed.

REFERENCES

1. J. Holmes. *An introduction to sociolinguistics (4th edition)*, Routledge, New York, 2013.
2. R. Wardhaugh. *An introduction to Sociolinguistics*, Basil Blackwell, USA, 2010.
3. B. Spolsky. *Sociolinguistics*, Oxford University Press, New York, 1998.
4. J. L. Austin. *How to do things with words*, Oxford University Press, UK, 1962.
5. G. Yule. *Pragmatics*, Oxford University Press, New York, 1996.
6. J. R. Searle. *Speech acts*, Cambridge University Press, UK, 1969.
7. J. C. Richards, J. Platt, H. Platt. *Longman dictionary of language teaching and applied linguistics*, Pearson Education, London, 1992.
8. J.R. Searle. *Expression and meaning*, Cambridge University Press, UK, 1979.
9. J. Crowther (Editor). *Oxford advanced learners' encyclopedic dictionary*, Oxford University Press, España, 1992.
10. A. Wierzbicka. *English speech act verbs, a semantic dictionary*, Academic Press Australia, Sydney, 1987.
11. P. Brown, S. C. Levinson. *Politeness: some universals in language usage*, Cambridge University Press, UK, 1987.
12. R. M. Kowalski. Complaints and complaining: functions, antecedents, and consequences, *Psychological Bulletin*, **1996**, 119(2), 179-196.
13. A. Trosborg. *Interlanguage pragmatics: requests, complaints and apologies*, De Gruyter Mouton, Berlin, 1995.
14. G. Kasper, S. B. Kulka (Eds). *Interlanguage pragmatics*, Oxford University Press, New York, 1993.
15. S. M. Gass, J. Neu (Eds). *Speech acts across cultures: challenges to communication in a second language*, Mouton de Gruyter, Berlin, 1996.
16. R. J. Watts, S. Ide, K. Ehlich (Eds). *Politeness in language, studies in its history, theory and practice (2nd edition)*, Mouton de Gruyter, Berlin, 2005.
17. Đ. H. Châu. *Đại cương ngôn ngữ học (Tập 2, Ngữ dụng học)*, Nxb Giáo dục, 2009.
18. G. Leech. *Principles of pragmatics*, Longman, London, 1983.
19. S. Wehmeier. *Oxford advanced learner's dictionary of current English (7th edition)*, Oxford University Press, Oxford, 2005.
20. Z. Mehrabani. Investigating the relationship between gender and different strategies of expressing complaint in English and Persian films, *Journal of Studies in Learning and Teaching English*, **2012**, 1(2), 65-86.
21. L. N. Kakolaki, M. Shahrokhi. Gender differences in complaint strategies among Iranian upper intermediate EFL students, *Studies in English Language Teaching*, **2016**, 4(1), 1-15.
22. N. O. Ndubisi, T. Y. Ling. Evaluating gender differences in the complaint behavior of Malaysian consumers, *Asian Academy of Management Journal*, **2007**, 12(2), 1-13.



© 2024 by the authors. This Open Access Article is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

<https://doi.org/10.52111/qnjs.2024.18407>

The impact of social capital on employment ability of new graduates of the Faculty of Economics and Accounting at Quy Nhon University

Su Thi Thu Hang*, Nguyen Phuc Nhan, Le Anh Kiet,
Le Thi Loi, Le Thi Luu, Bui Thi Y Ngoc

Faculty of Economics and Accounting, Quy Nhon University, Vietnam

*Received: 23/02/2024; Revised: 08/04/2024;
Accepted: 11/04/2024; Published: 28/08/2024*

ABSTRACT

The study surveyed 204 graduate students of the Faculty of Economics and Accounting to determine the impact of social capital on their ability to find jobs through a logistic regression model. Research results show that social capital factors including Frequency of contact with friends, Frequency of contact with family and relatives, Number of organizations and groups involved, Education level, Father's education level and family trust level all have a positive impact on the ability of students of the Faculty of Economics and Accounting to find a job. Besides, research results also show that the higher the academic performance rating is, the greater the likelihood of finding a job becomes.

Keywords: *Social capital, ability to find jobs, students.*

*Corresponding author:

Email: suthithuhang@qnu.edu.vn

Nghiên cứu tác động của vốn xã hội đến khả năng có việc làm của sinh viên mới tốt nghiệp Khoa Kinh tế và Kế toán Trường Đại học Quy Nhơn

Sử Thị Thu Hằng*, Nguyễn Phúc Nhân, Lê Anh Kiệt,
Lê Thị Lợi, Lê Thị Lưu, Bùi Thị Y Ngọc

Khoa Kinh tế và Kế toán, Trường Đại học Quy Nhơn, Việt Nam

Ngày nhận bài: 23/02/2024; Ngày sửa bài: 08/04/2024;
Ngày nhận đăng: 11/04/2024; Ngày xuất bản: 28/08/2024

TÓM TẮT

Nghiên cứu khảo sát 204 sinh viên đã tốt nghiệp của khoa Kinh tế và Kế toán Trường Đại học Quy Nhơn để xác định tác động của vốn xã hội đến khả năng tìm kiếm việc làm của sinh viên thông qua mô hình hồi quy logistic. Kết quả nghiên cứu cho thấy các yếu tố vốn xã hội bao gồm: Mức độ thường xuyên liên lạc với bạn bè, Mức độ thường xuyên liên lạc với gia đình, họ hàng, Số lượng các tổ chức hội nhóm có tham gia, Trình độ học vấn của bố, Mức độ tin tưởng gia đình đều có tác động thuận chiều đến khả năng tìm kiếm việc làm của sinh viên khoa Kinh tế và Kế toán. Bên cạnh đó, kết quả nghiên cứu cũng cho thấy xếp loại kết quả học tập càng cao thì khả năng tìm được việc làm càng lớn.

Từ khóa: Vốn xã hội, khả năng tìm việc làm, sinh viên.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Vấn đề tìm kiếm được một công việc sau khi tốt nghiệp luôn là mối quan tâm của hầu hết các bạn sinh viên. Các nghiên cứu về vấn đề việc làm đã chỉ ra rằng khả năng tìm việc làm của sinh viên sau khi tốt nghiệp chịu sự ảnh hưởng của nhiều nhân tố.¹⁻³ Trong đó, vốn xã hội (VXH) đóng một vai trò vô cùng quan trọng đối với khả năng tìm được công việc của sinh viên sau khi tốt nghiệp. Nghiên cứu của Manroop & Richardson⁴ đã tập trung sự ảnh hưởng của VXH của người tìm việc đến kết quả tìm việc và phát hiện rằng chất lượng, quy mô, sự đa dạng của lượng VXH của người tìm việc có tác động ý nghĩa lên quá trình tìm kiếm việc làm của người tìm việc như: Làm gia tăng thông tin về cơ hội việc làm, gia tăng khả

năng nhận được các đề nghị việc làm, gia tăng khả năng được tuyển dụng hoặc tái tuyển dụng.

Đã có rất nhiều nghiên cứu trên thế giới về ảnh hưởng của VXH đến khả năng có việc làm của sinh viên sau khi tốt nghiệp.⁵⁻⁷ Hầu hết các nghiên cứu đều đưa ra được minh chứng cho thấy có sự tác động của VXH đến khả năng tìm việc làm và đặc điểm của công việc. Ở Việt Nam, các nghiên cứu^{8,9} đều đồng ý rằng VXH có tác động tích cực đến khả năng tìm việc làm của sinh viên sau khi tốt nghiệp. Khi người tìm việc có lợi thế về VXH, họ nỗ lực nhiều hơn khi tìm việc và thực hiện nhiều hành vi tìm việc hơn bởi lẽ họ có lợi thế hơn về thông tin cơ hội việc làm, chi phí tìm việc thấp hơn và công việc được kỳ vọng sẽ ổn định hơn.¹⁰

*Tác giả liên hệ chính.

Email: suthithuhang@qnu.edu.vn

Tuy nhiên, trong thời gian còn đang đi học, phần lớn các bạn sinh viên chưa tham gia vào các hoạt động xã hội dẫn đến mạng lưới quan hệ xã hội thấp và VXH không cao. Điều này dẫn đến những thách thức đối với sinh viên khi tìm kiếm việc làm và cơ hội thăng tiến trong sự nghiệp. Khi không có nhiều mạng lưới xã hội, thông tin cơ hội việc làm của sinh viên cũng bị thu hẹp, họ mất nhiều thời gian hơn để tìm kiếm được việc làm. Chính vì thế, nghiên cứu được thực hiện để đóng góp thêm bằng chứng thực nghiệm để sinh viên và các bên liên quan nhận thức tầm quan trọng của VXH đến khả năng tìm kiếm việc làm, từ đó giúp sinh viên có động lực để cải thiện VXH của mình tốt hơn ngay khi còn ngồi ghế nhà trường.

Khoa Kinh tế và Kế toán Trường Đại học Quy Nhơn với quy mô đào tạo gần 1.200 sinh viên đại học chính quy, số lượng sinh viên tốt nghiệp hàng năm trung bình khoảng gần 300 sinh viên tốt nghiệp. Do vậy, để đưa ra những giải pháp hỗ trợ sinh viên có việc làm sớm nhất có thể, nhóm nghiên cứu đã thực hiện nghiên cứu đề tài: “Tác động của vốn xã hội đối với khả năng có việc làm của sinh viên mới tốt nghiệp khoa Kinh tế và Kế toán Trường Đại học Quy Nhơn”. Với mục tiêu xác định mức độ tác động của VXH đến khả năng có việc làm để từ đó đề xuất các khuyến nghị nhằm nâng cao hiệu quả của việc sử dụng VXH, góp phần giúp sinh viên tốt nghiệp nâng cao khả năng có việc làm.

2. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU

2.1. Vai trò của vốn xã hội đối với khả năng có việc làm

VXH được hiểu là “nguồn lực gắn với mạng lưới xã hội và được sử dụng bởi những người cho các hành động”.¹¹ Như vậy, VXH bao gồm ba thành phần: thứ nhất là các nguồn lực gắn kết mà cá nhân có được trong xã hội, thứ hai là khả năng tiếp cận và sử dụng các nguồn lực này và cuối cùng là hành động của cá nhân là hành động mang tính mục đích tìm kiếm lợi ích. VXH tạo ra sự kết nối bền chặt giữa người với người, giúp cho các nguồn lực, các ý tưởng, thông tin và công nghệ có thể được lan tỏa. Điều này không

chỉ tạo điều kiện cho sự phát triển của các hoạt động đổi mới sáng tạo mà còn giúp cho vốn con người của các cá nhân được tăng lên.

Quá trình tìm việc đối với mọi người thường gặp nhiều khó khăn, do đó họ thường nhờ vào sự giúp đỡ của gia đình, bạn bè, và tất cả các mối quan hệ khác của bản thân khi tìm kiếm việc làm. Kết quả của cuộc khảo sát người lao động của Pellizzari¹² đã chỉ ra rằng hơn một nửa trong số họ đều nhờ vào các mối quan hệ xã hội của họ để tìm kiếm được việc làm. VXH và ảnh hưởng của nó đối với thị trường việc làm đã trở thành một khía cạnh quan trọng giúp mọi người tìm kiếm việc làm dễ dàng hơn.¹³

Theo Nguyễn Ngọc Sơn và Đặng Sao Mai,⁸ nguồn VXH như mối quan hệ với cha mẹ, họ hàng người thân đóng vai trò quan trọng trong việc tìm kiếm việc làm của các sinh viên mới tốt nghiệp. Sinh viên có thể dựa vào các mối quan hệ của bố mẹ cũng như các phương tiện truyền thông để tìm kiếm việc làm. Bên cạnh đó, sinh viên cũng có thể dựa vào thông tin từ các mối quan hệ với bạn bè, thầy cô và những anh chị trong các câu lạc bộ, tổ chức mà mình từng tham gia để nâng cao khả năng tìm kiếm việc làm.

Mô hình lý thuyết về vai trò của VXH đối với hành vi tìm việc¹⁰ đã cho thấy người có vốn lao động xã hội cao sẽ có xu hướng thực hiện nhiều hoạt động tìm việc hơn nguyên nhân là họ có lợi thế hơn về thông tin cơ hội việc làm, chi phí tìm việc thấp hơn và công việc được kỳ vọng sẽ ổn định hơn. Bên cạnh đó nghiên cứu này cũng cho thấy một người tìm việc có ưu thế về VXH hơn thường có xu hướng yêu cầu một mức lương cao hơn, điều này có thể được giải thích là do 3 nguyên nhân: (1) Chi phí tìm kiếm thấp hơn, (2) cơ hội việc làm nhiều hơn, và (3) khả năng bị sa thải ít hơn.

Như vậy, VXH là nguồn vốn quan trọng đối với từng cá nhân. Nó giúp cho các cá nhân có thể phát triển vốn con người và tạo cơ hội để họ có thể tìm kiếm được việc làm hay phát triển vị thế trong công việc. Các mối quan hệ xã hội cũng là những kênh quan trọng để sinh viên mới tốt nghiệp có thể sử dụng để tìm kiếm việc làm.

2.2. Tổng quan các nghiên cứu trong và ngoài nước

Nghiên cứu của nhóm tác giả Nguyễn Ngọc Sơn và Đặng Sao Mai⁸ tập trung vào việc xem xét nhận thức của những sinh viên tốt nghiệp về vai trò của VXH và phân tích những ảnh hưởng của VXH tới việc làm của sinh viên. Kết quả, các nhân tố ảnh hưởng đến tìm kiếm việc làm bao gồm các biến: tham gia các hoạt động, mối quan hệ gia đình, bạn bè và mức độ ổn định công việc. Những sinh viên tham gia một cách tích cực vào các hoạt động tại trường hay tham gia vào các câu lạc bộ, hội, cơ hội sinh viên có thể tìm được việc làm sẽ cao hơn, và mất ít thời gian hơn. Bên cạnh đó, những công việc mà sinh viên tìm được thông qua gia đình thì sẽ ổn định hơn các công việc được giới thiệu thông qua bạn bè hay các mối quan hệ khác. Hơn nữa, các mối quan hệ từ bạn bè cũng có ảnh hưởng tích cực đối với khả năng có việc làm của sinh viên sau khi tốt nghiệp. Tuy nhiên, sự hỗ trợ từ các mối quan hệ trong gia đình có phần linh hoạt và hiệu quả hơn so với quan hệ từ bạn bè.

Nghiên cứu của Phạm Xuân Quỳnh và Cao Văn Hôn⁹ xem xét vai trò của các mối quan hệ xã hội trong quá trình sinh viên tốt nghiệp tại Trường Đại học An Giang tìm kiếm việc làm. Nhóm tác giả tiến hành điều tra thông tin việc làm từ những sinh viên tốt nghiệp. Sau đó tiến hành phân tích nhân tố khám phá (EFA) và hồi quy Binary logistic để xác định xem yếu tố VXH nào tác động đến khả năng tìm việc làm của sinh viên tốt nghiệp. Kết quả nghiên cứu cho thấy sự gắn kết với các tổ chức xã hội giúp sinh viên tiếp cận thông tin việc làm và đảm bảo việc làm tốt hơn. Đồng thời thông qua các mối quan hệ xã hội từ gia đình, thầy cô, bạn bè sinh viên có được nhiều thông tin về việc làm hơn. Hơn nữa, việc thường xuyên tạo lập, gắn kết, và chia sẻ với bạn bè, gia đình, thầy cô sẽ giúp tăng cơ hội nghề nghiệp cho sinh viên. Ngoài ra, nghiên cứu cũng nhấn mạnh rằng không phải tất cả việc làm của sinh viên đều có liên quan đến chuyên ngành học tập của họ, điều này cho thấy sự bất hợp lý giữa giáo dục và việc làm trong thị trường lao động Việt Nam.

Kết quả nghiên cứu của Nguyễn Ngọc Sơn và Nguyễn Văn Đại¹⁴ lại nhấn mạnh tầm quan trọng của nền tảng gia đình đối với những người tìm việc trong khu vực nhà nước và doanh nghiệp gia đình, ít tác động trong khởi nghiệp. Ngược lại, sự gắn kết bạn bè giúp sinh viên tốt nghiệp nhiều khả năng tham gia vào doanh nghiệp tư nhân hơn. Giảng viên đại học đóng vai trò quan trọng trong việc làm sau đại học. Thứ hai, trình độ học vấn của người bố càng cao thì quá trình tìm việc làm có khả năng càng cao, nhưng trình độ học vấn của mẹ lại không ảnh hưởng. Đồng thời, sự hỗ trợ từ phía gia đình càng lớn thì quá trình tìm kiếm việc làm của cựu sinh viên sẽ càng ít đi.

Phạm Huy Cường¹⁵ đánh giá tác động của VXH đến khả năng tìm việc của sinh viên theo 3 khía cạnh: mạng lưới xã hội, niềm tin giữa cá nhân và sự tham gia vào các hoạt động xã hội của các sinh viên. Phân tích dữ liệu 1.073 sinh viên, nghiên cứu đã kết luận rằng, mạng lưới quan hệ xã hội thông qua các mối quan hệ (người thân, bạn bè - kênh thông tin không chính thức) sẽ giúp tìm việc dễ dàng hơn (thời gian tìm việc nhanh hơn) so với kênh thông tin chính thức (quảng cáo, các công ty dịch vụ việc làm, ứng tuyển trực tiếp,...). Đồng thời kết quả nghiên cứu cũng cho thấy VXH (tìm việc qua kênh không chính thức) có tác động tiêu cực đến mức tiền lương khởi điểm của người lao động.

Trên thế giới cũng có rất nhiều nghiên cứu về tác động của VXH đến khả năng tìm kiếm việc làm của sinh viên. Chẳng hạn như nghiên cứu của Yan Fengqiao và Mao Dan,¹⁶ từ việc phân tích dữ liệu từ 34 trường Đại học tại Bắc Kinh cho thấy rằng VXH khác nhau đối với sinh viên có hoàn cảnh xã hội khác nhau. Theo các tác giả, cả VXH của gia đình và cá nhân đều có tác động đáng kể tác động tích cực đến tỷ lệ tìm được việc làm, mức lương khởi điểm và sự hài lòng trong công việc của sinh viên tốt nghiệp. Tuy nhiên VXH cá nhân ảnh hưởng đến sự lựa chọn tìm kiếm việc làm của sinh viên, nhưng VXH gia đình tác động đến sự lựa chọn học tiếp của họ. Đồng thời VXH có tác động tích cực hơn đến tỷ lệ tìm được việc làm cho sinh viên tốt

nghiệp tại trường liên kết và trình độ đại học hơn so với trình độ thạc sĩ trở lên.

Nghiên cứu của Hyeon-Jin Kim và cộng sự¹⁷ đã xem xét liệu VXH của trường Đại học và gia đình có ảnh hưởng đến việc lựa chọn công việc của sinh viên đại học hay không. Kết quả của nghiên cứu cho thấy rằng: khi các biến nhân khẩu học như giới tính và loại trường đại học được kiểm soát, hồi quy logistic của 2.145 sinh viên đại học cho thấy chỉ có VXH đại học chẳng hạn như bạn bè, tình bạn, hoạt động ngoại khóa và tư vấn cố vấn học tập ảnh hưởng đến việc lựa chọn công việc của họ. Dựa trên phát hiện này, các sinh viên đại học, trong và ngoài khuôn viên trường, đều đề nghị hình thành mạng lưới chặt chẽ với các thành viên khác nhau của trường đại học và các cố vấn học tập để tạo mạng lưới liên tục với sinh viên của họ. Ngoài ra, ban quản trị trường đại học có thể giúp xây dựng hoạt động ngoại khóa định hướng nghề nghiệp và khuyến khích sinh viên đại học tham gia vào các hoạt động này.

Nghiên cứu của Harris Hyun-soo Kim¹⁸ phân tích vai trò của mạng lưới trong việc nhận hỗ trợ tìm kiếm việc làm, cụ thể là VXH liên quan đến quá trình này như thế nào và ở mức độ nào. Nghiên cứu chỉ ra rằng sở hữu nhiều vốn con người hơn có liên quan đến khả năng sử dụng các phương pháp tìm kiếm chính thức cao hơn, trong khi có nhiều VXH hơn sẽ làm tăng cơ hội tìm kiếm việc làm. Dữ liệu có được bằng cách sử dụng một cuộc khảo sát xuyên quốc gia được thực hiện ở Đông Nam Á. Kết quả của

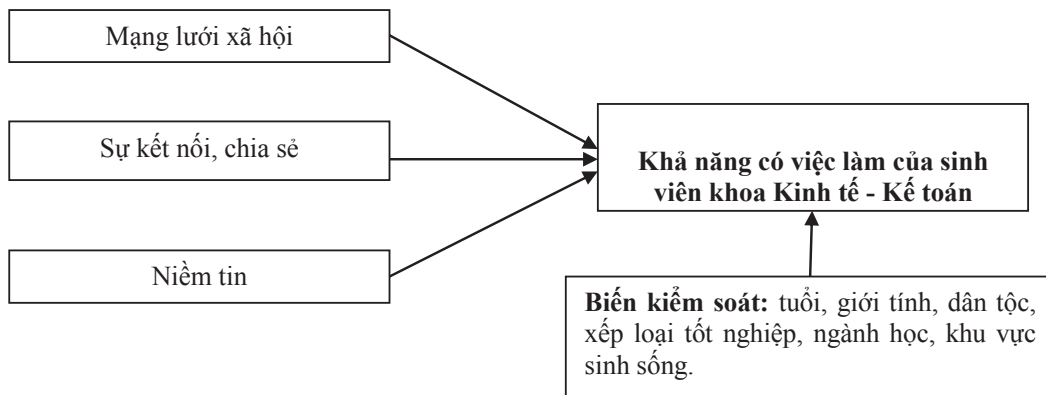
nghiên cứu cho thấy nếu bạn tích cực hơn trong các tổ chức tình nguyện, tham gia nhiều hơn vào các vấn đề cộng đồng, tương tác hàng ngày với nhiều mối quan hệ gia đình và ngoài gia đình hơn, có đời sống xã hội năng động hơn và được kết nối với nhiều người hơn có liên quan tích cực đến việc nhận được sự hỗ trợ từ những người khác trong khi tìm kiếm việc làm.

Như vậy, các nghiên cứu trong và ngoài nước đều cho thấy VXH có tác động đến khả năng tìm việc làm của sinh viên. Các nghiên cứu đều cho thấy những mối quan hệ xã hội mà sinh viên có được sẽ tạo điều kiện để họ tìm được việc làm nhanh chóng và dễ dàng hơn. Tuy nhiên việc đưa các biến đại diện cho VXH của từng nghiên cứu là khác nhau, thời điểm nghiên cứu cũng khác nhau nên có thể dẫn đến kết quả nghiên cứu không đồng nhất. Bên cạnh đó hiện tại vẫn chưa có nghiên cứu nào về tác động VXH đến khả năng có việc làm của sinh viên Trường Đại học Quy Nhơn.

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Theo các nghiên cứu trước,^{8,15} VXH được đo dựa trên ba khía cạnh mạng lưới xã hội, sự kết nối, sẻ chia và niềm tin. Do đó, nhóm tác giả xây dựng mô hình đánh giá tác động của VXH đến khả năng có việc làm của sinh viên khoa Kinh tế và Kế toán Trường Đại học Quy Nhơn được thể hiện trong Hình 1. Trong đó, các biến thể hiện các khía cạnh của VXH và các biến kiểm soát được đo lường như trong Bảng 1.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất.

Nguồn: Đề xuất của nhóm tác giả dựa vào các nghiên cứu trước

Bảng 1. Danh sách biến trong mô hình hồi quy.

TT	Tên biến	Mô tả	Kỳ vọng	Căn cứ chọn biến
Biến phụ thuộc				
1	Khả năng có việc làm	Nhận giá trị 1 nếu sau khi tốt nghiệp trong vòng 6 tháng, sinh viên kiếm được việc làm; nhận giá trị = 0 nếu sinh viên có việc làm trên 6 tháng sau khi tốt nghiệp hoặc chưa có việc làm	+	Nguyễn Ngọc Sơn và Đặng Sao Mai (2020), Son Ngoc Nguyen và Dai Van Nguyen (2021)
Biến độc lập				
Mạng lưới				
2	Số lượng các tổ chức hội nhóm có tham gia	Tổng số tổ chức hội nhóm cá nhân tham gia khi đi học và sau khi ra trường trong vòng 6 tháng.	+	Nguyễn Ngọc Sơn và Đặng Sao Mai (2020), Phạm Xuân Quỳnh và Cao Văn Hôn (2018), Son Ngoc Nguyen và Dai Van Nguyen (2021)
3	Trình độ học vấn của bố	Chưa tốt nghiệp THPT = 1, Tốt nghiệp THPT = 2, Tốt nghiệp đại học = 3, Trên đại học = 4	+	Nguyễn Ngọc Sơn và Đặng Sao Mai (2020), Xingshan Li (2017), Elena Obukhova và LetianZhang (2017), Son Ngoc Nguyen và Dai Van Nguyen (2021)
4	Trình độ học vấn của mẹ	Chưa tốt nghiệp THPT =1, Tốt nghiệp THPT =2, Tốt nghiệp đại học = 3, Trên đại học = 4	-	Xingshan Li (2017), Son Ngoc Nguyen và Dai Van Nguyen (2021)
5	Thu nhập bình quân đầu người trong gia đình mỗi tháng	Dưới 5 triệu = 1, 5 đến dưới 10 triệu = 2, 10 đến dưới 15 triệu = 3, từ 15 triệu trở lên = 4	+	Xingshan Li (2017)
6	Lĩnh vực nghề nghiệp có liên quan với bố/mẹ	Nhận giá trị bằng 1 nếu nghề nghiệp của sinh viên có liên quan với nghề nghiệp của bố/mẹ, nhận giá trị bằng 0 nếu không liên quan	+	Son Ngoc Nguyen và Dai Van Nguyen (2021)
Kết nối chia sẻ				
7	Mức độ thường xuyên liên lạc với bạn bè	Không bao giờ =1, Khoảng vài lần trong năm =2, Mỗi tháng 1 lần =3, Mỗi tuần 1 lần =4, Mỗi ngày 1 lần = 5	+	Phạm Xuân Quỳnh và Cao Văn Hôn (2018), Harris Hyun-soo Kim (2019), Son Ngoc Nguyen và Dai Van Nguyen (2021)
8	Mức độ thường xuyên liên lạc với thầy cô	Không bao giờ =1, Khoảng vài lần trong năm =2, Mỗi tháng 1 lần =3, Mỗi tuần 1 lần =4, Mỗi ngày 1 lần = 5	+	Phạm Xuân Quỳnh và Cao Văn Hôn (2018), Harris Hyun-soo Kim (2019)
9	Mức độ thường xuyên liên lạc với gia đình/họ hàng	Không bao giờ =1, Khoảng vài lần trong năm =2, Mỗi tháng 1 lần =3, Mỗi tuần 1 lần =4, Mỗi ngày 1 lần = 5	+	Phạm Xuân Quỳnh và Cao Văn Hôn (2018), Harris Hyun-soo Kim (2019), Son Ngoc Nguyen và Dai Van Nguyen (2021)

TT	Tên biến	Mô tả	Kỳ vọng	Căn cứ chọn biến
	Niềm tin			
10	Mức độ tin tưởng bạn bè	Không tin tưởng = 1, Tin tưởng không nhiều lắm = 2, Tin tưởng nhiều = 3, Tin tưởng rất nhiều = 4	+	Harris Hyun-soo Kim (2019)
11	Mức độ tin tưởng thầy cô	Không tin tưởng = 1, Tin tưởng không nhiều lắm = 2, Tin tưởng nhiều = 3, Tin tưởng rất nhiều = 4	+	Harris Hyun-soo Kim (2019)
12	Mức độ tin tưởng gia đình/họ hàng	Không tin tưởng = 1, Tin tưởng không nhiều lắm = 2, Tin tưởng nhiều = 3, Tin tưởng rất nhiều = 4	+	Phạm Xuân Quỳnh và Cao Văn Hơn (2018), Harris Hyun-soo Kim (2019)
	Biến kiểm soát			
13	Giới tính	Nam = 1, Nữ = 0	+	Harris Hyun-soo Kim (2019), Elena Obukhova và LetianZhang (2017), Son Ngoc Nguyen và Dai Van Nguyen (2021)
14	Tuổi	Số tuổi của sinh viên	+	Harris Hyun-soo Kim (2019)
15	Ngành học	Kinh tế = 1, Kế toán/kiểm toán = 0	+/-	
16	Xếp loại tốt nghiệp	Trung bình = 1, Khá = 2, Giỏi = 3 Xuất sắc = 4	+	Elena Obukhova và LetianZhang (2017)
17	Khu vực sinh sống	Thành thị = 1, Nông thôn = 0	+	Elena Obukhova và LetianZhang (2017)

Nguồn: Đề xuất của nhóm dựa vào các nghiên cứu trước

3.2. Phương pháp thu thập và phân tích dữ liệu

Đối tượng điều tra của nghiên cứu là sinh viên mới tốt nghiệp khoa Kinh tế - Kế toán Trường Đại học Quy Nhơn khóa 39, 40 và 41 tương ứng với năm tốt nghiệp là 2020, 2021 và 2022. Nghiên cứu sử dụng bảng câu hỏi khảo sát và tiến hành khảo sát trực tuyến thông qua google form. Bảng câu hỏi được thiết kế dựa trên tổng hợp tài liệu từ các nghiên cứu trước kết hợp với mục tiêu nghiên cứu của nhóm tác giả. Về cỡ mẫu, nhóm tác giả tính dựa trên công thức Cochran:

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

với độ tin cậy là 95% và mức độ sai số cho phép là 10%, cỡ mẫu cần thiết là:

$$n = 1.962 \times \frac{0,5 \times (1-0,5)}{0,1^2} = 96,04.$$

Tất cả sinh viên thuộc đối tượng khảo sát đều được gửi bảng câu hỏi nhưng số lượng phản hồi mà nhóm thu được chỉ 204 phiếu, cả 204 quan sát này đều được đưa vào phân tích. Bài nghiên cứu sử dụng mô hình hồi quy logistic và dữ liệu được xử lý qua phần mềm Stata 14. Sau khi có kết quả mô hình hồi quy nhóm tác giả tiến hành phân tích kết quả.

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1. Thực trạng việc làm của sinh viên mới tốt nghiệp

Nghiên cứu khảo sát 204 sinh viên, trong đó có 28 nam (chiếm 13,7%) và 176 nữ (chiếm 86,3%). Sinh viên ngành Kế toán chiếm tỷ trọng cao nhất

là 65,2%, sinh viên ngành Kiểm toán chiếm tỷ trọng 3,4% và sinh viên ngành Kinh tế chiếm tỷ trọng 31,4%. Tỷ trọng này phù hợp với tỷ lệ của sinh viên các ngành đã tốt nghiệp trong khoa Kinh tế & Kế toán. Theo kết quả khảo sát sinh viên thì 201/204 sinh viên ra trường đang có việc làm, chiếm tỷ lệ 89,21%. Điều này cho thấy sinh viên khoa Kinh tế & Kế toán có khả năng xin được việc làm rất tốt, tỷ lệ có việc làm chiếm khá cao. Số liệu về thời gian tìm được việc làm của khoa Kinh tế & Kế toán được thể hiện trong Bảng 2.

Qua số liệu Bảng 2 chúng ta thấy được, phần lớn sinh viên có việc làm từ 0 đến 3 tháng sau khi nhận bằng tốt nghiệp (chiếm 66,18%). Tỷ lệ sinh viên tìm được việc làm trong khoảng thời gian từ 3 đến 6 tháng chiếm 22,06%. Số sinh viên xin được việc làm sau 6 tháng là 21 sinh viên (chiếm tỷ lệ 10,29%). Còn lại là những sinh viên chưa có việc làm chiếm tỷ lệ thấp nhất (chiếm 1,47%). Hầu hết các sinh viên đều xin được việc sớm, nhờ vậy giảm được sự lãng phí nguồn nhân lực, giúp sinh viên có được một

Bảng 3. Nơi làm việc và phương pháp tìm việc của sinh viên.

Năm tốt nghiệp	Công việc chính				Phương pháp tìm việc				
	Nhà nước	Tư nhân	Tự kinh doanh	Chưa đi làm	Nhờ gia đình, họ hàng	Nhờ bạn bè	Nhờ thầy cô, trường học	Trực tiếp ứng tuyển	Thông qua môi giới
2020	58	3	9	1	24	12	9	38	6
2021	45	6	6	1	10	4	3	43	2
2022	64	6	4	1	18	13	5	54	1
Tổng	167	15	19	3	52	30	17	135	9

Nguồn: Kết quả khảo sát

Bảng 3 cho thấy trong các công việc sinh viên hiện làm thì các công việc thuộc nhà nước chiếm tỷ lệ cao nhất (chiếm 81,86%), đồng thời tìm việc làm thông qua cách ứng tuyển trực tiếp là chủ yếu đối với 135/204 sinh viên ứng với tỷ lệ 66,17%, và công việc các sinh viên đang theo làm dựa trên khảo sát là có liên quan đến ngành học chiếm tỷ lệ cao nhất (40,65%). Về phương pháp tìm kiếm việc làm: Đối với sinh viên tốt nghiệp năm 2020 (Khóa 39), kết quả khảo sát

cho thấy có 42,69% từ ứng tuyển trực tiếp, từ các mối quan hệ của gia đình, họ hàng chiếm 26,96%; 13,4% từ các mối quan hệ bạn bè. Bên cạnh đó, 10,11% là từ thông tin của các thầy cô giáo, hay từ trường đại học, còn từ môi giới là 6,84%. Sinh viên tốt nghiệp năm 2021 (Khóa 40) có 69,35 % xin được việc từ ứng tuyển trực tiếp, từ các mối quan hệ trong gia đình - họ hàng chiếm 16,12% và 6,45% là từ các mối quan hệ của bạn bè. Ngoài ra, tìm được việc làm thông

Bảng 2. Thời gian có việc làm của sinh viên.

Thời gian tìm việc	Số lượng	Tỷ lệ (%)
0 - 3 tháng	135	66,18
3 - 6 tháng	45	22,06
Trên 6 tháng	21	10,29
Chưa có việc làm	3	1,47
Tổng	204	100

Nguồn: Kết quả khảo sát

Về nơi làm việc và phương pháp tìm việc của sinh viên khoa Kinh tế & Kế toán được thể hiện trong Bảng 3.

qua thầy cô giáo hay từ trường đại học là 4,83%, từ môi giới 3,25%. Đối với sinh viên tốt nghiệp năm 2022 (Khóa 41), kết quả khảo sát cho thấy rằng ứng tuyển trực tiếp chiếm tỷ lệ cao nhất (59,34%), thông qua môi giới chiếm tỷ lệ thấp nhất (1,09%). Quá trình khảo sát đối với sinh viên tốt nghiệp cho thấy thực tế sinh viên tìm kiếm việc có được sự hỗ trợ từ các mối quan hệ

Bảng 4. Kết quả hồi quy.

Biến số	Hệ số Beta (β)	Sai số chuẩn (Std. Err)	z	Mức ý nghĩa (P> z)
Số lượng các tổ chức hội nhóm có tham gia	0,6686***	0,1777	3,76	0,000
Trình độ học vấn của bố	0,7614*	0,4370	1,74	0,081
Trình độ học vấn của mẹ	-0,3835	0,3699	-1,04	0,300
Thu nhập bình quân đầu người trong gia đình	-0,5189	0,3375	-1,54	0,124
Lĩnh vực nghề nghiệp có liên quan với bố/mẹ	-0,1115	1,4019	-0,08	0,937
Mức độ thường xuyên liên lạc với bạn bè	0,8769***	0,2739	3,20	0,001
Mức độ thường xuyên liên lạc với thầy cô	-0,1962	0,3470	-0,57	0,572
Mức độ thường xuyên liên lạc với gia đình/họ hàng	0,4520**	0,2159	2,09	0,036
Mức độ tin tưởng bạn bè	-0,2015	0,5162	-0,39	0,696
Mức độ tin tưởng thầy cô	-0,5133	0,4733	-1,08	0,278
Mức độ tin tưởng gia đình/họ hàng	1,1530**	0,5002	2,30	0,021
Tuổi	0,3727	0,2829	1,32	0,188
Giới tính	-0,6035	0,7483	-0,81	0,420
Ngành học	-0,8969	0,6399	-1,4	0,161
Xếp loại tốt nghiệp	1,3736**	0,5520	2,49	0,013
Khu vực sinh sống	0,5898	0,6174	0,96	0,339

Ghi chú: *** có ý nghĩa thống kê ở mức 1%, ** có ý nghĩa thống kê mức 5%, * có ý nghĩa thống kê mức 10%

Nguồn: Nhóm tác giả tính toán trên Stata

Kết quả phân tích hồi quy chỉ ra rằng, việc sinh viên tham gia vào các tổ chức hội nhóm có ảnh hưởng tích cực đến khả năng có việc làm của bản thân sinh viên mới tốt nghiệp. Khi số lượng các tổ chức hội nhóm của sinh viên tốt nghiệp tăng lên thì khả năng có việc làm của cá nhân đó cũng tăng theo. Kết quả này trùng với kết quả nghiên cứu của các nghiên cứu trước.^{2,4,5} Sự tham gia tích cực vào tổ chức hội nhóm giúp

gia đình, họ hàng, bạn bè, thầy cô, môi giới. Tuy nhiên phần lớn là do chính bản thân sinh viên tự ứng tuyển trực tiếp công việc từ những nỗ lực bản thân để đạt được công việc bản thân lựa chọn.

4.2. Kết quả mô hình hồi quy và thảo luận:

Kết quả hồi quy dữ liệu bằng mô hình logistic được thể hiện trong Bảng 4.

họ mở rộng mạng lưới quan hệ dẫn đến tăng khả năng tiếp cận được nhiều nguồn thông tin, kiến thức hữu ích về việc làm hoặc có thể là cơ hội nghề nghiệp, hoặc tăng khả năng tiếp cận các mối quan hệ tích cực xung quanh từ đó giúp cho sinh viên mới tốt nghiệp tăng khả năng có việc làm sau khi ra trường. Bên cạnh đó, mạng lưới quan hệ xã hội của sinh viên tốt nghiệp được đại diện thông qua trình độ học vấn của bố có ảnh

hưởng tích cực đến khả năng có việc làm của sinh viên tốt nghiệp. Nhân tố trình độ học vấn của bố có ý nghĩa 10%, khi trình độ học vấn của bố tăng lên thì khả năng có việc làm của sinh viên tốt nghiệp cũng tăng. Kết quả này có sự khác biệt rõ rệt đối với kết quả nghiên cứu của Phạm Huy Cường⁴ đó là trình độ học vấn của bố không có ý nghĩa thống kê đối với cơ hội có việc làm. Điều này có thể là do sinh viên khoa Kinh tế & Kế toán chủ yếu nhờ những mối quan hệ của bố để tìm kiếm việc làm. Còn trình độ học vấn của mẹ không ảnh hưởng đến khả năng có việc làm của sinh viên cũng có thể là do sự hạn chế của phụ nữ trong việc phát triển các mối quan hệ để có thể nâng cao cơ hội việc làm cho sinh viên.

Nhóm yếu tố Kết nối chia sẻ của sinh viên tốt nghiệp có hai yếu tố ảnh hưởng đến khả năng có việc làm đó là mức độ thường xuyên liên lạc với bạn bè và mức độ thường xuyên liên lạc với họ hàng, gia đình. Mối quan hệ bạn bè thường chia sẻ thông tin về cơ hội việc làm, gợi ý về ngành nghề, và cung cấp mạng lưới xã hội rộng rãi. Qua sự kết nối này, sinh viên có thể nhận được sự hỗ trợ vững chắc trong quá trình tìm kiếm việc làm, đồng thời mở rộng khả năng tìm được cơ hội nghề nghiệp thích hợp. Mối quan hệ mật thiết với bạn bè không chỉ là nền tảng xã hội mà còn là nguồn lực quan trọng để xây dựng sự nghiệp sau khi tốt nghiệp. Bên cạnh đó, nếu sinh viên có mối quan hệ mật thiết với gia đình, họ hàng sẽ cung cấp thông tin về cơ hội việc làm, giúp sinh viên xây dựng mối quan hệ trong cộng đồng và tận dụng nguồn lực gia đình để tìm kiếm cơ hội nghề nghiệp. Sự hỗ trợ và động viên từ gia đình cũng kích thích lòng tự tin và sự quyết tâm trong quá trình tìm kiếm công việc, tạo thuận lợi cho sinh viên có thể thành công trong nghề nghiệp. Biến mức độ thường xuyên liên lạc với thầy cô không có ý nghĩa thống kê có thể là do mức độ liên hệ giữa sinh viên với thầy cô chưa thường xuyên nên không có nhiều tác động trong việc tìm kiếm việc làm.

Ngoài ra, sinh viên có mức độ tin tưởng vào gia đình/họ hàng càng cao thì khả năng có việc làm của sinh viên sau khi ra trường càng

lớn. Điều này là hoàn toàn hợp lý vì sự tăng cao của mức độ tin tưởng giữa sinh viên và gia đình không chỉ là nguồn năng lượng tích cực mà còn là yếu tố quan trọng mở ra cánh cửa thành công nghề nghiệp. Mối liên kết tinh thần mạnh mẽ này xây dựng nền tảng cho sự tự tin và lòng tin vào khả năng cá nhân. Gia đình không chỉ là nguồn hỗ trợ tinh thần mà còn đóng vai trò như một người bạn đồng hành tìm kiếm việc làm. Sự tin tưởng chung tạo ra một môi trường an toàn, khuyến khích sự sáng tạo và năng động. Từ đó, hỗ trợ sinh viên tăng cường cơ hội nghề nghiệp.

Cuối cùng, yếu tố xếp loại tốt nghiệp cũng có ảnh hưởng tích cực đến khả năng có việc làm của sinh viên mới tốt nghiệp. Thực tế, xếp loại tốt nghiệp cao không chỉ là kết quả học tập xuất sắc mà còn là lời chứng nhận về năng lực và cam kết của sinh viên. Những sinh viên có thành tích xuất sắc thường thể hiện sự chăm chỉ, kiên trì và sự sáng tạo. Nhà tuyển dụng đánh giá cao những ứng viên có xếp loại tốt vì chúng thường mang theo tri thức chuyên môn sâu sắc và khả năng giải quyết vấn đề hiệu quả. Xếp loại cao còn tượng trưng cho một tinh thần tự chủ và trách nhiệm, điều quan trọng trong môi trường làm việc. Như vậy, sinh viên tốt nghiệp với xếp loại cao thường có khả năng thu hút sự quan tâm của nhà tuyển dụng từ đó tăng cơ hội để có thể thành công và ổn định trong sự nghiệp.

5. KẾT LUẬN

Kết quả nghiên cứu một lần nữa cho thấy được VXH góp phần cải thiện trực tiếp đến khả năng có việc làm của sinh viên mới tốt nghiệp. Khi mức VXH tăng lên (như sinh viên tham gia nhiều tổ chức hơn; mức độ tham gia thường xuyên hơn; trình độ học vấn của bố tăng; mức độ liên lạc thường xuyên bạn bè/gia đình, họ hàng hơn; nhận được sự tin tưởng từ gia đình, họ hàng hơn,...) điều này làm tăng cơ hội sinh viên có được việc làm. Ngoài ra, kết quả xếp loại tốt nghiệp của sinh viên cũng có ảnh hưởng tích cực đến khả năng có việc làm của sinh viên. Trên cơ sở đó, việc các bạn sinh viên nâng cao VXH của mình sẽ giúp cho khả năng tìm việc cao hơn. Để

có thể nâng cao khả năng tìm việc làm cho các sinh viên khoa Kinh tế và Kế toán nói riêng và tất cả sinh viên mới tốt nghiệp nói chung, nhà trường cũng như các bạn sinh viên cần phải:

Thứ nhất, phát triển và cải thiện chất lượng các tổ chức, đoàn hội hiện có ở trường. Nhà trường thường xuyên tổ chức các lớp đào tạo, tập huấn để nâng cao năng lực và kỹ năng lãnh đạo cho các cán bộ trong các tổ chức, đoàn thể ở trường. Bên cạnh đó, nâng cao chất lượng hoạt động của Đoàn, Hội, hay các câu lạc bộ tình nguyện. Các hoạt động sinh hoạt định kỳ cần được thực hiện đầy đủ và nghiêm túc để duy trì sự gắn kết của các thành viên trong tổ chức. Nội dung sinh hoạt cần được thiết kế cẩn thận, kịp thời phổ biến các nguồn thông tin, kiến thức hữu ích về việc làm,... và lồng các ghép chương trình tư vấn việc làm, hay tổ chức các buổi chia sẻ, trao đổi kinh nghiệm về việc làm, hoặc mời diễn giả là các cá nhân đã thành công để chia sẻ, giúp cho các sinh viên được học hỏi kinh nghiệm.

Thứ hai, cần phát triển thêm các tổ chức, hội nhóm, câu lạc bộ ở trường. Nhà trường nên khuyến khích thành lập thêm một số câu lạc bộ liên quan đến việc làm, câu lạc bộ khởi nghiệp. Khi sinh viên tham gia các câu lạc bộ, hội nhóm này không những có thêm kiến thức, kinh nghiệm và còn có thể hợp tác với các sinh viên khác để đa dạng hóa các ý tưởng sáng tạo khởi nghiệp và mở rộng mạng lưới quan hệ của mình. Bên cạnh đó nhà trường cần phải quan tâm, tạo điều kiện về mặt tài chính để hỗ trợ các tổ chức, câu lạc bộ, hội nhóm hoạt động và phát triển, đặc biệt là trong giai đoạn đầu thành lập.

Thứ ba, sinh viên nên xây dựng và duy trì mạng lưới xã hội với bạn bè, gia đình và họ hàng, tạo mối quan hệ tích cực với bạn bè, gia đình, họ hàng, thường xuyên lắng nghe và trao đổi để biết thêm nhiều thông tin hữu ích cho quá trình tìm việc. Việc xây dựng mạng lưới xã hội có thể giúp sinh viên nhận được hỗ trợ từ bạn bè, gia đình và họ hàng trong quá trình tìm kiếm việc làm. Bạn bè và gia đình có thể chia sẻ thông tin về các cơ hội việc làm, giới thiệu sinh viên

cho những người có thể cung cấp việc làm, hoặc cung cấp hỗ trợ và lời khuyên trong quá trình tìm kiếm việc làm. Ngoài ra, mạng lưới xã hội cũng có thể cung cấp thông tin về các sự kiện, chương trình thực tập, hoặc các nguồn tài nguyên hữu ích khác liên quan đến việc làm. Sinh viên có thể tận dụng mạng lưới xã hội để tìm kiếm thông tin và kết nối với những người có kinh nghiệm trong lĩnh vực mà họ quan tâm.

Cuối cùng, nâng cao hiệu suất học tập của sinh viên cũng là việc cần thiết để nâng cao cơ hội tìm kiếm việc làm. Kết quả học tập là điều kiện quan trọng để sinh viên thành công trong việc tìm kiếm được việc làm, do đó cần phát triển kỹ năng học tập và nâng cao hiệu suất học tập bằng cách xác định mục tiêu học tập cụ thể và lập kế hoạch để đạt được chúng. Bên cạnh đó, cần tạo ra một môi trường học tập yên tĩnh, không xao lãng và có sự tập trung cao. Những việc này có thể giúp cho sinh viên nâng cao được kết quả học tập của mình từ đó dễ dàng tìm kiếm được việc làm hơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. L. P. Lan, C. T. M. Phương, N. T. K. Trinh. Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng tới khả năng có việc làm của sinh viên Đại học Ngoại thương sau khi tốt nghiệp, *Tạp chí Kinh tế đối ngoại*, **2016**, 84, 124-135.
2. N. T. Tiến, Đ. T. Linh, N. T. T. Liễu, N. Q. Bình, N. V. Rót. Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng tìm được việc làm của sinh viên Trường Cao đẳng Kinh tế Tài chính Vĩnh Long sau khi ra trường, *Tạp chí Khoa học và Kinh tế phát triển*, **2020**, 8, 65-80.
3. V. V. Tài, Đ. T. Huyền. Phân tích thống kê tỷ lệ có việc làm của sinh viên Khoa Khoa học Tự nhiên, Trường Đại học Cần Thơ, *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, **2016**, 44, 56-61.
4. L. Manroop, J. Richardson. Job search: a multidisciplinary review and research agenda, *International Journal of Management Reviews*, **2015**, 18(2), 206-227.

5. A. Franzen, D. Hangartner. Social networks and labour market outcomes: the non- monetary benefits of social capital, *European Sociological Review*, **2006**, 22(4), 355-368.
6. M. Granovetter. *Getting a job: a study of contacts and careers*, University of Chicago Press, Chicago, 1995.
7. N. Lin. Social networks and status attainment, *Annual Review of Sociology*, **1999**, 25, 467-487.
8. N. N. Sơn, Đ. S. Mai. Vốn xã hội và việc làm của sinh viên tốt nghiệp đại học ở Việt Nam hiện nay, *Tạp chí Khoa học xã hội Việt Nam*, **2020**, 6, 37-47.
9. P. X. Quỳnh, C. V. Hôn. Ảnh hưởng của vốn xã hội đến khả năng tìm việc làm của sinh viên tốt nghiệp, *Tạp chí Khoa học Đại học Đồng Tháp*, **2018**, 33, 35-44.
10. T. T. Hiệp, N. T. B. Hồng. Vai trò của vốn xã hội đối với hành vi tìm việc, *Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á*, **2020**, 7, 73-84.
11. N. Lin. *Social capital: a theory of social structure and action*, Cambridge University Press, 2001.
12. M. Pellizzari. Do friends and relatives really help in getting a good job?, *Industrial and Labor Relations Review*, **2010**, 63(3), 494-510.
13. E. Zubovic. *The role of social capital in the search for a job*, Master thesis, Faculty of School of Business and Law Department of Management, 2018.
14. N. N. Sơn, N. V. Đại. Social capital and job seeking of graduates: evidence from a transitional economy of Vietnam, *Journal of Economics and Development*, **2020**, 96-103.
15. P. H. Cường. *Vốn xã hội với tìm kiếm việc làm của sinh viên sau khi tốt nghiệp - nghiên cứu trường hợp cựu sinh viên Trường Đại học Khoa học xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội*, Luận án tiến sĩ, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội, 2016.
16. Y. Fengqiao, M. Dan. The impact of social capital on the employment of college graduates, *Chinese Education & Society*, **2015**, 48(1), 59-75.
17. H. J. Kim, D. Cho, Y. Hyun, J. H. Kim. The effect of social capital on college students' initial job selection in South Korea, *Journal of Business and Management*, **2014**, 3(2), 17-29.
18. H. H. S. Kim. Social capital and job search assistance: a multilevel analysis of East Asian countries, *International Sociology*, **2019**, 35(1), 45-69.



© 2024 by the authors. This Open Access Article is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

Factors affecting digital transformation - the role of dynamic capabilities

Nguyen Dang Tue*

Hanoi University of Science and Technology, Vietnam

Received: 25/01/2024; Revised: 07/05/2024;

Accepted: 21/05/2024; Published: 28/08/2024

ABSTRACT

From the reality of digital transformation activities taking place for small and medium-sized enterprises in Vietnam, the study developed and tested a model on the impact of digital transformation leadership, dynamic capabilities of small and medium enterprises (SMEs) and strategy on CDS. The study applied quantitative research methods based on structural model analysis (SEM). The author collected data from SMEs in the provinces of Ha Nam, Da Nang, Lam Dong, Lao Cai, Ho Chi Minh, and Hanoi. Analyzing data in SMEs shows the results of digital transformation leadership and dynamic capabilities that have a positive impact on community. At the same time, digital transformation leadership impacts the dynamic capacity of SMEs. The presented findings contribute to clarifying factors that can enhance digital transformation in SMEs. From the analysis results, policy implications for promoting digital transformation are suggested.

Keywords: *Dynamic capabilities, small and medium enterprises, digital transformation.*

*Corresponding author:

Email: tue.nguyendang@hust.edu.vn, nguyendangtue@gmail.com

Yếu tố tác động tới chuyển đổi số - vai trò của năng lực động

Nguyễn Đăng Tuệ*

Đại học Bách Khoa Hà Nội, Việt Nam

Ngày nhận bài: 25/01/2024; Ngày sửa bài: 07/05/2024;
Ngày nhận đăng: 21/05/2024; Ngày xuất bản: 28/08/2024

TÓM TẮT

Xuất phát từ thực tế về hoạt động chuyển đổi số đang diễn ra đối với các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Việt Nam, nghiên cứu đã phát triển và kiểm định một mô hình về tác động của lãnh đạo chuyển đổi số (CĐS), năng lực động của doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) và chiến lược đến CĐS. Nghiên cứu áp dụng phương pháp nghiên cứu định lượng trên cơ sở phân tích mô hình cấu trúc (SEM). Tác giả đã thu thập số liệu của các DNNVV ở các tỉnh thành Hà Nam, Đà Nẵng, Lâm Đồng, Lào Cai, Hồ Chí Minh, Hà Nội. Phân tích số liệu trong DNNVV cho kết quả lãnh đạo CĐS và năng lực động tác động tích cực tới CĐS. Đồng thời, lãnh đạo CĐS tác động tới năng lực động DNNVV. Những phát hiện được trình bày góp phần làm rõ các yếu tố có thể tăng cường CĐS ở DNNVV. Từ kết quả phân tích, các hàm ý chính sách để thúc đẩy CĐS được đưa ra.

Từ khóa: Năng lực động, doanh nghiệp nhỏ và vừa, chuyển đổi số.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Chuyển đổi số (CĐS) đã nổi lên như một chủ đề trọng tâm trong các thảo luận về chiến lược của doanh nghiệp. CĐS là cách “tổ chức áp dụng công nghệ số để tạo lập một mô hình quản trị kỹ thuật số để thu được lợi nhuận cao hơn”.¹ Sự thay đổi này tác động đến quy trình hoạt động và năng lực tổ chức.²

Ở Việt Nam, doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) hiện rất năng động trong việc thay đổi và triển khai công nghệ mới phục vụ hoạt động kinh doanh. Việc triển khai các công nghệ CĐS trong DNNVV giúp đổi mới, đáp ứng yêu cầu của chuỗi giá trị, nâng cao chất lượng. Các DNNVV đang khám phá các cơ hội mà các công nghệ CĐS cung cấp để thích nghi với môi trường

mới và thỏa mãn yêu cầu của khách hàng. Mặc dù vậy, DNNVV buộc phải đương đầu với các cản trở như thiếu nguồn lực, thiếu khả năng công nghệ và môi trường bất ổn.

Việc tích hợp các nguồn lực số đòi hỏi DNNVV phải duy trì được năng lực để tồn tại trong nền kinh tế số. Các nghiên cứu liên quan đến chủ đề này hầu hết thảo luận về việc áp dụng công nghệ số đến việc tích hợp tài nguyên và liên hệ giữa tài nguyên số và việc tạo lập giá trị. Chẳng hạn, một số nghiên cứu trước đây chỉ ra rằng các doanh nghiệp nhỏ và vừa ngại triển khai các công nghệ sản xuất tiên tiến do rủi ro cao.³ Ở một số tổ chức, chuyển đổi số bị giới hạn trong việc áp dụng các hệ thống thông tin nhằm mục đích cải tiến các quy trình kinh doanh trong ranh

*Tác giả liên hệ chính.

Email: tue.nguyendang@hust.edu.vn, nguyendangtue@gmail.com

giới tổ chức để đạt được hiệu quả, tiết kiệm chi phí và tối ưu hóa quy trình kinh doanh.⁴ Trong khi đó, nhiều DNNVV thất bại với CĐS vì thay đổi công nghệ mà không chuẩn bị đủ nguồn lực động, không đưa ra kế hoạch toàn diện và chiến lược CĐS mạch lạc. Do đó, tác giả kết hợp yếu tố nội bộ như năng lực động, lãnh đạo và chiến lược đổi mới doanh nghiệp để tìm hiểu các yếu tố tác động tới CĐS ở DNNVV trong quá trình tạo ra giá trị. Nghiên cứu sử dụng lý thuyết thể chế mới để làm cơ sở cho việc xây dựng mô hình nghiên cứu. Lý thuyết thể chế mới coi CĐS biến đổi thể chế một cách triệt để mang tính lan tỏa và phá vỡ cấu trúc trước đây của các doanh nghiệp.⁵

2. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU

2.1. Đặc điểm của CĐS

CĐS được đặc trưng bởi những thay đổi theo kế hoạch được tạo ra từ công nghệ tiên tiến.⁴ CĐS biến đổi tổ chức sang dữ liệu lớn, phân tích, đám mây, công nghệ truyền thông di động và nền tảng truyền thông xã hội để cung cấp hàng hóa và dịch vụ.⁶ CĐS giúp biến đổi quy trình sản xuất và văn hóa doanh nghiệp để đáp ứng những thay đổi do các công nghệ số mang lại.⁷ CĐS được đặc trưng bởi ba yếu tố: (1) xác định lại ranh giới doanh nghiệp; (2) mở cửa sản phẩm và dịch vụ với cộng đồng; và (3) định hình lại tổ chức và sản phẩm.⁸

2.2. Năng lực động

Các nghiên cứu trước đây⁹ đã cho thấy sự phân chia về mặt lý thuyết về năng lực động giữa dòng nghiên cứu dựa trên khái niệm của Teece và cộng sự¹⁰ và dòng nghiên cứu dựa trên quan điểm của Eisenhardt & Martin.¹¹ Để đo lường năng lực động, cần xác định quan điểm nào được áp dụng.

Teece và cộng sự¹⁰ xác định năng lực động là khả năng “tích hợp, xây dựng và cấu hình lại các năng lực trong và ngoài doanh nghiệp để ứng phó với môi trường đang biến đổi”. Vai trò của năng lực động là tác động và biến đổi nguồn lực hiện có của doanh nghiệp một cách phù hợp với các chiến lược mới.¹² Cách tiếp cận này khá rộng và tổng quát cũng như hướng tới

việc xác định các nền tảng chung như khả năng cảm nhận, nắm bắt và chuyển đổi.¹³ Ngược lại, Eisenhardt & Martin¹¹ không cung cấp một tập hợp năng lực chung mà đưa ra danh sách các ví dụ cho năng lực động, bao gồm các quy trình phát triển sản phẩm, các quy trình ra quyết định chiến lược, các quy trình nhân rộng, các thủ tục phân bổ nguồn lực, v.v.

Trong bài viết này, khái niệm mà Teece và cộng sự¹⁰ đã đưa ra được sử dụng. Về mặt lý thuyết, nghiên cứu này hướng đến việc đo lường năng lực động chung của một DNNVV, cung cấp các loại quy trình chung (cảm nhận, nắm bắt và chuyển đổi) chứ không phải các lĩnh vực chức năng cụ thể của năng lực động (ví dụ: phát triển sản phẩm).¹¹ Về mặt thực tiễn, quan điểm của Teece rất phổ biến trong các nghiên cứu thực nghiệm.¹⁴ Theo quan điểm của Teece, các năng lực động được chia thành: cảm nhận cơ hội - hiểm họa, nắm bắt cơ hội và duy trì tính cạnh tranh bằng cách sắp xếp nguồn lực doanh nghiệp.

2.2.1. Năng lực cảm nhận

Cảm nhận và định hình các cơ hội mới bao gồm việc nhận thức và diễn giải,¹³ và đòi hỏi việc xác định, phát triển, hợp tác phát triển và đánh giá các cơ hội công nghệ trong mối quan hệ với nhu cầu khách hàng.¹⁵ Để có thể cảm nhận để định hình CĐS, DNNVV cần có nhận thức về toàn bộ hệ sinh thái của mình, không chỉ về môi trường xung quanh và đối thủ trực tiếp mà còn về các hiểm họa mới.¹³ DNNVV cần cảm nhận để hiểu rõ hơn những diễn biến không lường trước được trong hoàn cảnh kinh doanh đang biến chuyển và hành động nhằm quản lý sự thay đổi.¹⁶

2.2.2. Năng lực nắm bắt

Việc nắm bắt liên quan đến khả năng cảm nhận vì các cơ hội hoặc khả năng được cảm nhận cần được giải quyết thông qua quy trình mới hoặc sự kết hợp của những lựa chọn thay thế.¹³ Năng lực nắm bắt cho phép doanh nghiệp hiểu được giá trị của những cơ hội tiềm năng, từ đó quyết định những sắp xếp lại cần thiết trong toàn tổ chức để nắm bắt giá trị của các cơ hội mới.¹⁷ Các doanh

ngành thường cảm nhận được cơ hội nhưng sau đó không nắm bắt được giá trị vì nhiều lý do như thiếu cam kết, ngại rủi ro hoặc thiếu nguồn lực tài chính. Để khắc phục điều đó, doanh nghiệp phải cải thiện các quy tắc và thói quen, tăng cường khả năng lãnh đạo và cải thiện các chiến lược để hiểu và nắm bắt cơ hội.

2.2.3. Năng lực cấu hình lại

Cấu hình lại có nghĩa là liên tục đổi mới và chuyển đổi các hoạt động thường lệ của tổ chức.¹⁷ Tái cấu trúc để chuyển đổi cơ cấu và nguồn lực khi DNNVV phát triển và môi trường thay đổi là điểm then chốt để phát triển bền vững.¹³ Do tính mới tương đối của CDS, nhiều DNNVV có thể không có tất cả các nguồn lực nội bộ cần thiết. Khả năng cấu hình lại giúp chuyển đổi nguồn lực hiện có và bổ khuyết những khoảng trống hiện tại trong cơ sở nguồn lực của một doanh nghiệp.¹⁷

2.3. Lý thuyết thể chế mới

Lý thuyết thể chế mới đã được các nghiên cứu trước sử dụng để xem xét nhiều khía cạnh của CDS.¹⁸ Mặc dù vậy, lý thuyết này ít được dùng để điều tra các khía cạnh nội bộ liên quan đến CDS.

Lý thuyết thể chế mới giải thích cách các doanh nghiệp tương tác cùng môi trường để sinh tồn và đối phó với cạnh tranh và thách thức. Doanh nghiệp là sản phẩm của sự hiểu biết đồng thuận chung về các chuẩn mực được chấp nhận của hoạt động tập thể.¹⁹ Lý thuyết thể chế mới nhấn mạnh ba lực lượng cơ bản định hình các doanh nghiệp. Đầu tiên là áp lực cưỡng chế, thường xuất phát từ quyền lực của chính phủ, hoặc mong muốn kiểm soát tài nguyên của các doanh nghiệp. Thứ hai là áp lực bắt chước, do sự phụ thuộc vào hành vi của các doanh nghiệp khác đề ra phương hướng hoạt động. Thứ ba là áp lực quy phạm, tức là những kỳ vọng của xã hội đối với hoạt động và sản phẩm dịch vụ của doanh nghiệp.

Lợi thế của lý thuyết thể chế mới trong việc nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng tới chuyển đổi số là có thể giúp khám phá sự thay

đổi trong áp dụng chuyển đổi số thông qua việc xem xét các áp lực và yếu tố bên ngoài đối với thực tiễn và văn hóa của doanh nghiệp.²⁰ So với các lý thuyết khác, lý thuyết thể chế mới có thể giải thích những thay đổi và đổi mới bằng cách nhấn mạnh yếu tố văn hóa thông qua hai cách tiếp cận: (1) liên hệ giữa bề tắc và thay đổi để làm rõ sự liên tục và đồng nhất cũng như thay đổi và không đồng nhất của doanh nghiệp;²¹ và (2) nhận thức sự bề tắc và thay đổi là do lập kế hoạch, hoạt động và hành động ở nhiều cấp độ. Vì thế, nghiên cứu này sử dụng lý thuyết thể chế mới để khám phá CDS như một sự thay đổi phức tạp và triệt để trong DNNVV.

2.4. Giả thuyết nghiên cứu

2.4.1. Năng lực động DNNVV và CDS

Theo lý thuyết thể chế mới, môi trường thể chế hình thành cấu trúc và hành động của doanh nghiệp. Các quyết định không được thúc đẩy hoàn toàn bởi các mục tiêu hợp lý về hiệu quả mà còn do nhân tố xã hội - văn hóa. CDS có thể không phải do động cơ nội bộ. DNNVV có thể ứng dụng công nghệ do các áp lực bên ngoài của đối thủ, khách hàng hoặc chính phủ.⁴ Việc đối phó, sự bắt buộc và tuân thủ quy định tác động đến các doanh nghiệp để áp dụng CDS. Bất kể áp lực bên ngoài như thế nào, thay đổi tổ chức là điều kiện tiên quyết và có thể trở thành nút thắt cho CDS nếu không thích nghi đúng cách.²²

Năng lực động cho phép DNNVV thay thế quy trình hiện tại bằng các quy trình và nguồn lực mới.²³ Năng lực động cũng là công cụ trong việc thiết kế lại cấu trúc tổ chức dựa trên các điều kiện mới. Từ quan điểm lý thuyết thể chế mới, năng lực động có thể được giải thích bằng cách nhấn mạnh khái niệm về các yếu tố cảm nhận. DNNVV cần phát triển cấu trúc kiến thức để giải quyết các cam kết giá trị và tạo điều kiện cho khả năng hành động trong môi trường thay đổi.²⁴

Do đó, nghiên cứu đề xuất năng lực động của DNNVV tác động đến CDS:

H1a: Năng lực động – cảm nhận của DNNVV tác động cùng chiều tới CDS.

H1b: Năng lực động – nắm bắt của DNNVV tác động cùng chiều tới CDS.

H1c: Năng lực động – cấu hình lại của DNNVV tác động cùng chiều tới CDS.

2.4.2. Lãnh đạo và CDS

Từ góc độ lý thuyết thể chế mới, CDS đại diện cho một sự thay đổi sắp xếp các cơ chế hỗ trợ kỹ thuật số khuếch tán thông qua các khía cạnh tổ chức.⁸ Theo lý thuyết thể chế mới, lãnh đạo là nhân tố căn bản của hệ thống các giá trị và niềm tin. Khi doanh nghiệp thay đổi, lãnh đạo cũng phải chuyển đổi tư duy và thích nghi.²⁵ DNNVV chuyển sang CDS bằng cách thúc đẩy văn hóa số phát triển.²⁶ Việc tạo ra thay đổi trong doanh nghiệp đòi hỏi lãnh đạo thúc đẩy các bên liên quan hướng tới hành động.²⁷

Vai trò lãnh đạo đảm bảo và thúc đẩy chuyển đổi sang công nghiệp 4.0 thông qua ba cách:²⁸ (1) đi theo xu hướng của các công nghệ mới; (2) xác định định hướng chiến lược thay đổi kỹ thuật số; và (3) dẫn dắt thay đổi nhanh chóng và chính xác. Lãnh đạo DNNVV có thể xây dựng các doanh nghiệp kết nối mạng hợp tác và tìm kiếm năng lực kỹ thuật số.²⁹ Lãnh đạo chuyển đổi tạo ra sự tin tưởng, nuôi dưỡng năng lực lãnh đạo ở người khác, thể hiện đạo đức, tập trung cả bản thân và những người đi theo vào các mục tiêu vượt qua nhu cầu trước mắt.³⁰ Lãnh đạo chuyển đổi tạo điều kiện cho một trong những nền tảng CDS - khả năng đổi mới của doanh nghiệp.³¹ Tác giả dựa trên những tổng hợp trên và theo quan điểm của lý thuyết thể chế mới để đưa ra giả thuyết:

H2: Lãnh đạo chuyển đổi số tác động cùng chiều tới CDS của DNNVV.

2.4.3. Chiến lược số và CDS

Năng lực động của DNNVV có thể bị hạn chế do người quản lý không có chiến lược và điều chỉnh khi cần thiết.³² Vì thế, năng lực động và chiến lược hoạt động song song. Theo đó, DNNVV cần phát triển năng lực động để thực hiện chiến lược CDS.³³

CDS là một quá trình phức tạp, thích nghi, đi kèm với sự thay đổi tổ chức.³⁴ DNNVV cần xác định chiến lược, tập trung vào việc thích ứng nhanh nhẹn và linh hoạt với thay đổi môi trường bên ngoài.³⁵ Chiến lược phải biến đổi nhanh chóng trong bối cảnh CDS khi khách hàng ngày càng yêu cầu chất lượng cao hơn và khả năng thích ứng và tùy biến lớn hơn.³⁶ Để có thể CDS hiệu quả, DNNVV phải có chiến lược xác định vai trò của hệ thống thông tin, các mục tiêu kinh doanh cần đạt thông qua CDS, lựa chọn các tiêu chuẩn và kiến trúc CDS và cách thức triển khai CDS. Một chiến lược CDS phải bao gồm tầm nhìn phát triển tận dụng các khả năng công nghệ số không giới hạn để cạnh tranh trong thị trường ngày nay.³⁷ Hơn nữa, sự liên kết chiến lược và quản trị trong thiết lập chiến lược CDS và đảm bảo năng lực động, hợp tác và chuyên môn kỹ thuật số đảm bảo thành công của CDS.³⁸ Do đó, mô hình kinh doanh của doanh nghiệp phải được sửa đổi theo phạm vi CDS.³⁹ Từ đó dẫn đến giả thuyết:

H3: Chiến lược số tác động cùng chiều tới CDS.

2.4.4. Chiến lược số làm trung gian trong quan hệ giữa lãnh đạo và CDS

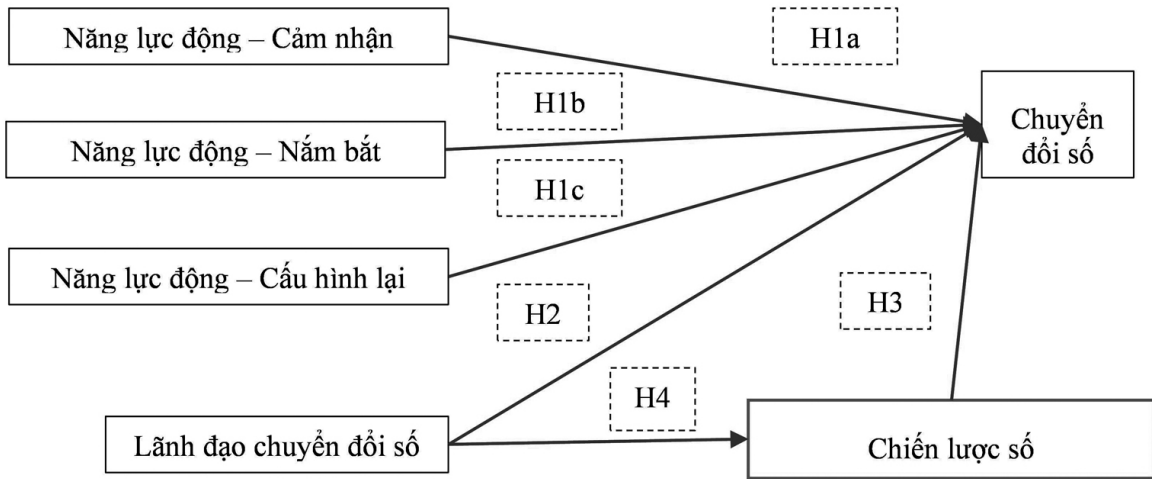
Trong bối cảnh của sự thay đổi thể chế, các niềm tin và thông lệ truyền thống suy yếu và bị thay thế bằng các niềm tin và thông lệ mới. Cần có một chiến lược bài bản để điều chỉnh sự thay đổi này.⁴⁰ CDS là quá trình liên tục thay đổi trong đó dữ liệu được thu thập liên tục, làm sạch, lưu trữ an toàn và phân tích trong môi trường kỹ thuật số để hỗ trợ phân tích và tạo ra đầu ra có ý nghĩa trong vòng lặp phản hồi. Sau đó, dữ liệu được trích xuất được xử lý để hỗ trợ cho tất cả nhân viên và tổ chức.³⁹ Vì thế, CDS đòi hỏi phải sửa đổi toàn diện các hoạt động, chiến lược, kỹ năng lãnh đạo, khả năng đổi mới.³⁷ CDS cũng ở cấp độ phức tạp hơn nhiều so với việc thiết lập chuyển đổi tổ chức hỗ trợ công nghệ thông tin.⁴¹ Quá trình CDS liên quan tới công nghệ, tầm nhìn rõ ràng và chiến lược chi tiết để hoàn thành các bước cần thiết.

Vì lý do này, lãnh đạo DNNVV chính là chìa khóa để vận hành chiến lược CDS và bảo đảm sự phù hợp với mục đích và sứ mệnh của doanh nghiệp.³⁶ Chiến lược CDS vững chắc có thể thúc đẩy CDS và cải thiện quy trình ra quyết định.⁴² Do đó, cho dù các nhà lãnh đạo có thể rất tài năng trong quản lý, đánh đổi giữa sự linh hoạt và hiệu quả. Tất cả đều vô ích nếu việc quản lý

không dựa trên các chiến lược tốt.³² Do đó, tác giả đề xuất giả thuyết sau:

H4: Chiến lược số đóng vai trò trung gian trong quan hệ lãnh đạo CDS và CDS.

Mô hình khái niệm của nghiên cứu này được trình bày trong Hình 1.



Hình 1. Mô hình khái niệm của nghiên cứu.

(Nguồn: Tác giả thiết kế)

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU - THU THẬP SỐ LIỆU

3.1. Phương thức thu thập số liệu

Nghiên cứu sử dụng tiếp cận định lượng để kiểm tra các mối quan hệ giữa lãnh đạo CDS, năng lực động, chiến lược CDS và CDS trong DNNVV. Dữ liệu được thu thập thông qua khảo sát bảng hỏi.

Tác giả đã tổ chức điều tra các DNNVV ở các tỉnh thành Hà Nam, Đà Nẵng, Lâm Đồng, Lào Cai, Hồ Chí Minh, Hà Nội trong năm 2022 và 2023. Tác giả chọn các tỉnh thành nói trên vì có nhiều DNNVV và ở các vùng miền khác nhau. Tính bảo mật của người tham gia được đảm bảo và được quyền lựa chọn tham gia hoặc tham gia vào điều tra sau khi nhận được bảng hỏi.

Tổng cộng có 300 bảng câu hỏi dạng google form đã được gửi đến email của người đại diện cho các DNNVV sau khi lãnh đạo của các DNNVV chấp thuận. Đại diện trả lời các câu hỏi là giám đốc doanh nghiệp hoặc cấp trưởng/

phó phòng của các phòng ban liên quan đến CDS trong DNNVV. Các doanh nghiệp này được chọn vì đã áp dụng công nghệ số để vận hành kinh doanh ở các mức độ khác nhau.

Các mục được đo bằng thang điểm Likert 5 cấp độ, từ “Hoàn toàn không đồng ý” (giá trị 1) đến “Hoàn toàn đồng ý” (giá trị 5).

Sáu chỉ số được sửa đổi để tương thích với hoàn cảnh CDS ở Việt Nam từ các thang đo trước đây của P. Podsakoff & N. Podsakoff⁴³ để đo lường lãnh đạo chuyển đổi số. Đo lường năng lực động ở ba khía cạnh cảm nhận (6 yếu tố), nắm bắt (4 yếu tố) và cấu hình lại (6 yếu tố), áp dụng thang đo trong nghiên cứu của Kump và cộng sự.⁴⁴ Các chỉ số khác được lấy từ nghiên cứu trước đây để đo lường chiến lược số⁴⁵ và CDS⁶ phù hợp với phạm vi, đối tượng của nghiên cứu này.

Mất một tháng để tập hợp đầy đủ các trả lời cho bảng hỏi từ mẫu mục tiêu, với 244 câu trả lời được hoàn thành và xác nhận đầy đủ thông

tin. Kích thước lấy mẫu là 244 với tỷ lệ phản hồi 81,3%. Tổng số doanh nghiệp được điều tra là 244 trong đó phần nhiều là DN nhỏ (174) và siêu nhỏ (64). Trong số DNNVV được điều tra chỉ

Bảng 1. Lĩnh vực của các DNNVV tham gia điều tra.

Lĩnh vực	Số lượng	Loại hình	Số lượng	Địa phương	Số lượng
Nông nghiệp	26	Vừa	6	Hà Nội	78
Du lịch	12	Nhỏ	174	Hà Nam	48
Giao thông vận tải	30	Siêu nhỏ	64	Hồ Chí Minh	41
Thương mại	76			Đà Nẵng	30
Công nghiệp	86			Lâm Đồng	28
Xây dựng	14			Lào Cai	16
Tổng	244	Tổng	244	Tổng	241

(Nguồn: Tác giả tổng hợp)

3.2. Phương pháp phân tích số liệu

Số liệu được phân tích và trình bày bằng công cụ mô hình cấu trúc bình phương nhỏ nhất (PLS-SEM). Phần mềm được sử dụng là SmartPLS 3.2.9 vì có thể đánh giá công cụ đo lường, mô hình khái niệm và phân tích đa nhóm cùng một lúc. Vì các giả thuyết dựa trên một khuôn khổ lý thuyết vững chắc, việc lựa chọn PLS-SEM làm phương pháp phân tích dữ liệu là hợp lý. PLS-SEM có thể xử lý sự phức tạp của mô hình với ít

Bảng 2. Tính hợp lệ hội tụ và độ tin cậy nhất quán nội bộ.

	Cronbach Alpha	CR	AVE
Năng lực động – cấu hình lại	0.866	0.9	0.602
Năng lực động – nắm bắt	0.834	0.887	0.666
Năng lực động – cảm nhận	0.818	0.869	0.531
Lãnh đạo chuyên đổi số	0.843	0.89	0.62
Chiến lược số	0.812	0.871	0.578
CĐS	0.755	0.838	0.514

(Nguồn: Tác giả tính toán)

Bảng 2 cho thấy tất cả các chỉ số và cấu trúc đáp ứng các tiêu chí đo lường cần thiết. Ngoài ra, giá trị alpha của Cronbach cao hơn ngưỡng chấp nhận được là 0,7 và giá trị AVE đều lớn hơn 0,5, biểu thị rằng tính hợp lệ hội tụ đạt ngưỡng. Hơn nữa, giá trị CR là 0.838 hoặc cao hơn, cao hơn mức tối thiểu yêu cầu là 0,70, do đó thể hiện tính nhất quán.

có 6 doanh nghiệp quy mô vừa. Lĩnh vực kinh doanh của các DNNVV tham gia điều tra được trình bày trên Bảng 1 cho thấy sự đa dạng của các DNNVV này.

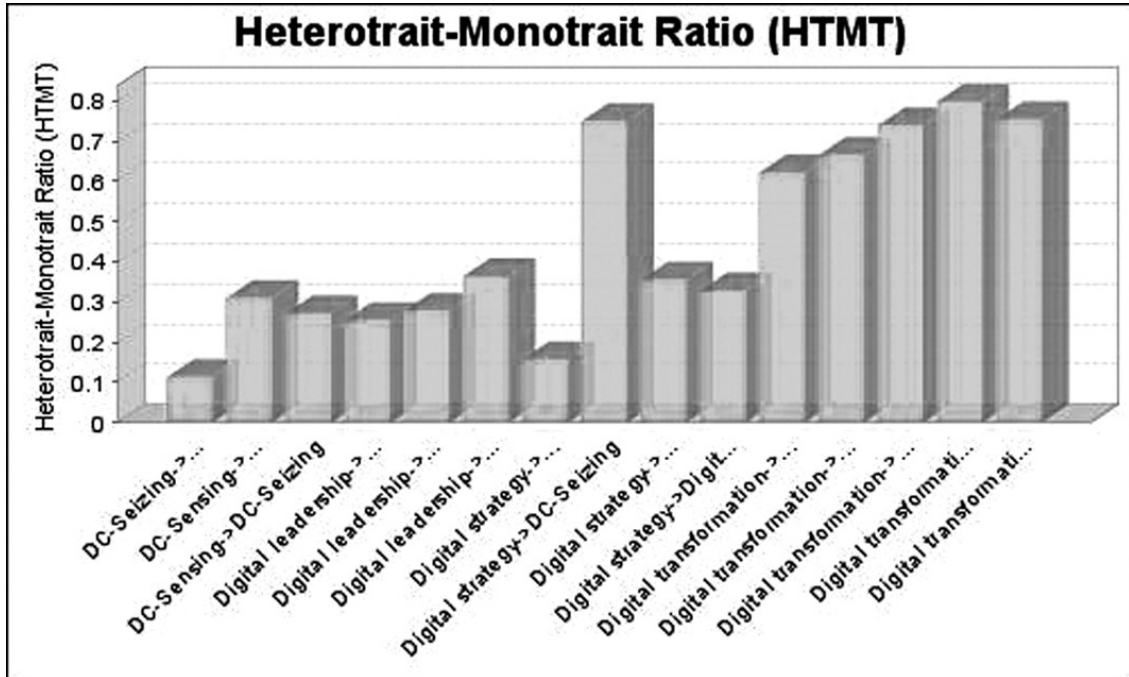
hạn chế hơn các phương pháp khác.⁴⁶ Ngoài ra, PLS-SEM có thể cung cấp kết quả hợp lệ ngay cả đối với kích thước mẫu vừa và nhỏ.⁴⁷

4. KẾT QUẢ CỦA NGHIÊN CỨU

4.1. Kiểm định sự tin cậy

Tác giả đã đánh giá độ tin cậy của các cấu trúc bằng cách sử dụng phân tích đo lường nhất quán nội bộ, thu được các giá trị chấp nhận được cho Cronbach alpha và độ tin cậy tổng hợp (CR).

Giá trị phân biệt thể hiện một cấu trúc là duy nhất. Tác giả đã kiểm tra giá trị phân biệt của các biến tiềm ẩn bằng cách xem xét giá trị HTMT. Như được thể hiện trong Hình 2, các cặp giá trị trong mô hình có hệ số HTMT <0.85 nên đạt giá trị phân biệt của các cặp biến tiềm ẩn.⁴⁸



Hình 2. Giá trị phân biệt của các cặp giá trị HTMT.

(Nguồn: Tác giả tính toán)

4.2. Giá trị của mô hình cấu trúc

Trước khi thử nghiệm mô hình cấu trúc, trước tiên Tác giả đã thử nghiệm tính giá trị. Giá trị được đo bằng hệ số inner VIF. Các giá trị inner VIF nên gần và thấp hơn 3.⁴⁹ Hầu hết giá trị inner VIF đều dưới ngưỡng này, tức là không tương đồng giữa các cấu trúc (Bảng 3). Tác giả cũng đã kiểm tra giá trị R2 đã điều chỉnh, hiển thị phương sai của biến nội sinh mà các biến ngoại sinh có thể giải thích. Giá trị R2 được điều chỉnh (0,82) chỉ ra rằng tất cả các cấu trúc kết hợp giải thích khoảng 82% phương sai trong biến CDS.

Cuối cùng, tính phù hợp được tính toán bằng phần còn lại bình phương trung bình gốc được tiêu chuẩn hóa (SRMR; 0.032) và chỉ số phù hợp định mức (NFI; 0.641). Giá trị SRMR cho thấy dữ liệu phù hợp,⁴⁸ trong khi giá trị NFI gần với 1 cho thấy sự phù hợp tốt.⁵⁰ Vì vậy mô hình dự đoán là thích hợp để kiểm tra các giả thuyết (Bảng 4).

4.3. Kiểm định giả thuyết

Tác giả đã thử nghiệm các giả thuyết được đề xuất bằng cách sử dụng SmartPLS trong Hình 3.

Bảng 3. Giá trị Inner VIF.

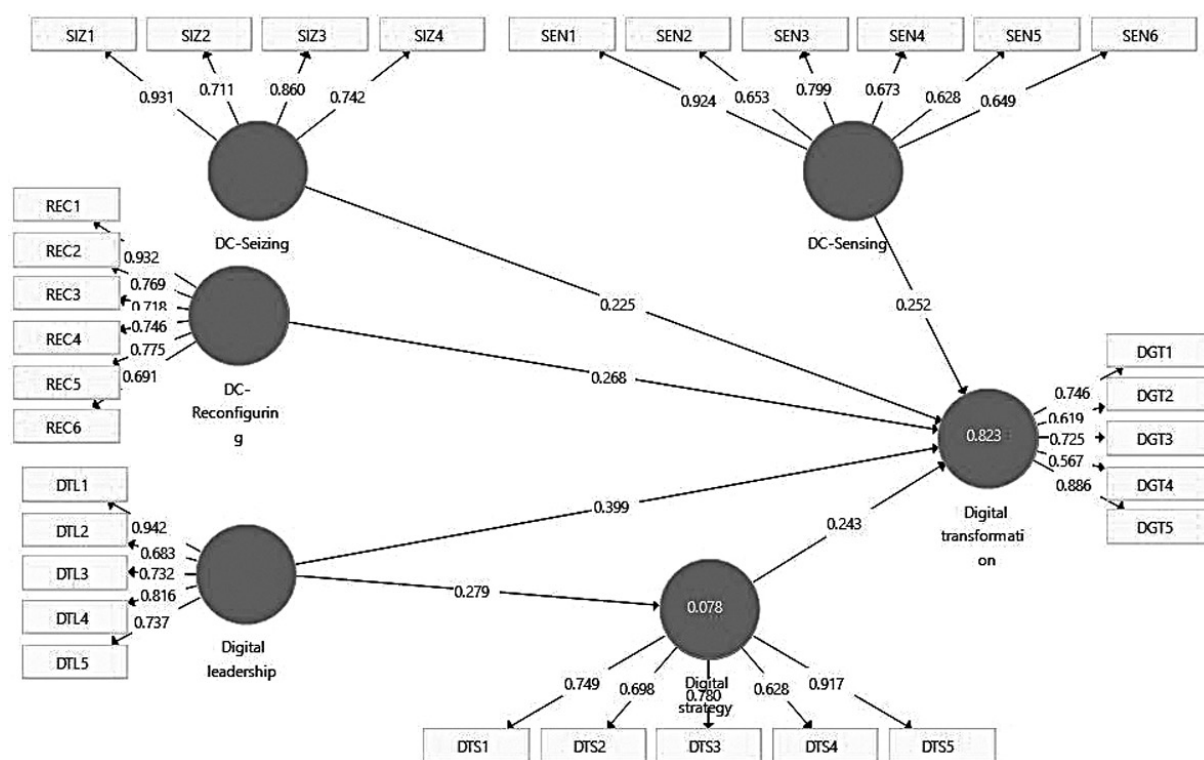
	DC-Reconfiguring	DC-Seizing	DC-Sensing	Digital leadership	Digital strategy	Digital transformation
DC-Reconfiguring						1.104
DC-Seizing						1.75
DC-Sensing						1.232
Digital leadership					1	1.196
Digital strategy						1.808
Digital transformation						

(Nguồn: Tác giả tính toán)

Bảng 4. Bảng thể hiện mô hình Model Fit.

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0.025	0.032
d_ULS	5.506	8.708
d_G	1.738	1.882
Chi-Square	1683.367	1804.313
NFI	0.665	0.641

(Nguồn: Tác giả tính toán)



Hình 3. Đường dẫn PLS của mô hình.

(Nguồn: Tác giả tính toán)

Kết quả trực tiếp xác định rằng H1a, H1b và H1c đã được hỗ trợ (β lần lượt = 0,252; 0,225 và 0,268 với p đều < 0,001). Tác động từ những năng lực động khác nhau tới CDS khá tương đương nhau. Giả thuyết H2 (β = 0,399; p < 0,001) cũng được chấp nhận, chứng minh rằng lãnh đạo chuyển đổi số tác động

trực tiếp đến CDS. Giả thuyết H3 được hỗ trợ (β = 0,243; p < 0,001). Từ đó thấy được quan hệ cùng chiều giữa chiến lược số và CDS. Cuối cùng, giả thuyết H4 (β = 0,279; p < 0,001) cũng được chấp nhận cho thấy lãnh đạo chuyển đổi số còn tác động gián tiếp tới CDS qua chiến lược số (Bảng 5).

Bảng 5. Kiểm tra giả thuyết.

Giả thuyết	Mối quan hệ	Beta	Std. Dev	Thống kê T	Giá trị P	Kết quả kiểm định giả thuyết
H1a	Năng lực động – cảm nhận → CDS	0.252	0.035	7.292	0	Chấp nhận
H1b	Năng lực động – nắm bắt → CDS	0.225	0.043	5.19	0	Chấp nhận
H1c	Năng lực động – cấu hình lại → CDS	0.268	0.038	7.005	0	Chấp nhận
H2	Lãnh đạo chuyển đổi số → CDS	0.399	0.034	11.844	0	Chấp nhận
H3	Chiến lược số → CDS	0.243	0.039	6.302	0	Chấp nhận
H4	Lãnh đạo chuyển đổi số → Chiến lược số → CDS	0.279	0.055	5.033	0	Chấp nhận

(Nguồn: Tác giả tính toán)

5. THẢO LUẬN

Nghiên cứu này đã kiểm tra mô hình khái niệm bao gồm một số biến số, cụ thể là lãnh đạo CDS và năng lực động, và cách các biến số này tương tác và tác động đến CDS dưới tác động điều độ của chiến lược CDS. Tác giả xây dựng liên hệ giữa các biến dựa trên lý thuyết thể chế mới. Kết quả cho các giả thuyết đề xuất được thảo luận chi tiết dưới đây.

5.1. Thảo luận về những phát hiện

Các giả thuyết H1a-H1b-H1c đề xuất rằng các năng lực động của DNNVV tác động đến CDS đều được hỗ trợ. Đúng như mô hình lý thuyết, các năng lực động có thể giúp định hình DNNVV để hướng tới CDS. Tương tự với các kết quả của nghiên cứu trước đây, năng lực động giúp DNNVV phá vỡ các quy trình, cấu trúc và quản lý truyền thống,²² từ đó đạt các thay đổi trong tổ chức. Các DNNVV cần tập trung cải thiện khả năng cảm nhận bằng cách cải thiện việc học tập và hỗ trợ thực hành quản lý kiến thức thích hợp. Đồng thời, DNNVV cần ứng dụng các công nghệ thông tin linh hoạt và chiến lược nhân sự để tăng khả năng nắm bắt và cấu hình lại trong môi trường kỹ thuật số.⁵¹

Nghiên cứu này đã cho thấy bằng chứng lãnh đạo CDS tác động đáng kể đến CDS (giả thuyết H2). Phát hiện này phù hợp với tổng quan tài liệu và lý thuyết thể chế mới. Thống nhất với các nghiên cứu trước đây, kết quả của nghiên

cứu này nhấn mạnh việc DNNVV cần tạo lập đội ngũ lãnh đạo có khả năng lãnh đạo chuyển đổi để đảm bảo sự phù hợp và tăng năng lực cạnh tranh.²⁷ Từ góc độ lý thuyết thể chế mới, phát hiện này một lần nữa khẳng định rằng lãnh đạo chuyển đổi có thể xây dựng các giá trị kỹ thuật số và chuyển đổi hệ thống niềm tin để đạt bất kỳ thay đổi tổ chức nào, đặc biệt với CDS.²⁸

Giả thuyết H3 được chấp nhận một lần nữa khẳng định chiến lược có thể giúp CDS bằng cách cải thiện quy trình ra quyết định⁴² đồng thời có thể liên kết và tăng cường quản trị nhằm giữ được hợp tác bên trong doanh nghiệp.³⁸ CDS không đơn giản là vấn đề tiêu chuẩn và kiến trúc mà chiến lược thành công dựa trên cách CDS được triển khai và chia sẻ. Vì vậy chiến lược chuyển đổi là tiên quyết với CDS bằng cách phối hợp các bước đi số hóa tương thích với định hướng chiến lược chung.

Giả thuyết H4 đề xuất rằng chiến lược làm trung gian cho quan hệ giữa lãnh đạo CDS với CDS. Giả thuyết này được chấp nhận cho thấy lãnh đạo chuyển đổi có thể tác động đến CDS theo nhiều cách, chẳng hạn như tạo liên hệ giữa sứ mệnh thay đổi tổ chức và định hình DNNVV trong quá trình tạo lập chiến lược.⁵² Chiến lược phù hợp cũng tăng ảnh hưởng của lãnh đạo trong việc truyền cảm hứng tới cấp dưới trong hoạt động chuyển đổi số, khuyến khích nhân viên đổi mới và đương đầu với rủi ro để hiện thực hóa cơ hội tiềm năng trong quá trình thực hiện chiến lược chuyển đổi số.

5.2. Ý nghĩa lý thuyết

Nghiên cứu này đem đến một số đóng góp giúp hiểu rõ hơn văn hóa hành vi và tổ chức trong CDS. Đầu tiên, nghiên cứu đã sử dụng lý thuyết thể chế mới để điều tra năng lực động trong bối cảnh CDS và tìm ra bằng chứng các năng lực động khác nhau của DNNVV liên quan tích cực đến CDS.

Thứ hai, nghiên cứu cho thấy lãnh đạo chuyên đổi số có thể chi phối chiến lược của DNNVV từ đó chi phối CDS. Đây là mối quan hệ chưa được nhiều nghiên cứu tìm hiểu và có thể được mở rộng hơn trong tương lai.

Thứ ba, nghiên cứu cho thấy chiến lược tác động đến CDS và xác định chiến lược CDS là yếu tố trung gian giữa lãnh đạo CDS và CDS. Nghiên cứu nhấn mạnh rằng chiến lược có thể giúp đạt được CDS trong DNNVV khi kết hợp với lãnh đạo nắm được kỹ năng CDS và các năng lực động của DNNVV.

6. KẾT LUẬN

Nghiên cứu trình bày một số phát hiện quan trọng về CDS. Đầu tiên, việc sử dụng lý thuyết thể chế mới trong điều tra năng lực động còn ít được thực hiện. Nghiên cứu này thu hẹp khoảng trống nghiên cứu đó thông qua việc sử dụng lý thuyết thể chế mới để điều tra mối quan hệ giữa năng lực động với CDS. Thứ hai, nghiên cứu cho thấy năng lực động, lãnh đạo và chiến lược có thể góp phần vào CDS, đặc biệt là khi nhiều DNNVV đang triển khai CDS để tồn tại trong và sau COVID-19. DNNVV có thể thành công với CDS bằng cách xây dựng khả năng nội bộ, lãnh đạo, mối quan hệ và sự liên kết của CDS với chiến lược hoạt động, tăng cường năng lực động để đáp ứng với sự thay đổi mạnh mẽ của môi trường kinh doanh. Tiềm năng đột phá của CDS giúp DNNVV tồn tại và phát triển trong cách mạng công nghiệp 4.0 là rất lớn. Thông qua CDS, DNNVV có thể tạo lợi thế cạnh tranh và tương tác với khách hàng theo cách tiếp cận cá nhân hơn bằng cách tận dụng giao tiếp đa kênh, cung cấp giải pháp tổng thể dựa trên thông tin về hành vi mua sắm mới. Mô hình kinh doanh của

các DNNVV dựa trên CDS được hình thành nhờ tùy chỉnh sản phẩm để thỏa mãn khách hàng. Mô hình kinh doanh của DNNVV có thể mở rộng và tích hợp các nguyên tắc của mô hình kinh doanh số, chẳng hạn như chia sẻ, hợp tác hoặc cải tiến sản phẩm để mở rộng nguồn thu nhập cũng như bao phủ các phân khúc thị trường.

Từ kết quả phát hiện, một số định hướng như sau được đề xuất để các DNNVV thực hiện tốt hoạt động CDS. Đầu tiên, phát hiện cho thấy CDS đòi hỏi thay đổi thể chế triệt để phá vỡ văn hóa tổ chức ứng dụng công nghệ thông tin mới và đòi hỏi các kỹ năng kỹ thuật số mới của toàn bộ tổ chức. Tất cả điều này tác động đến sự thích nghi với công nghệ và quyết định tiến trình của chiến lược CDS diễn ra nhanh hay chậm. Nghiên cứu này khẳng định rằng, ngoài kiến thức kỹ thuật số, các thuộc tính lãnh đạo chuyên đổi, chẳng hạn như tạo ra niềm tin, phát triển đội ngũ và nêu gương, có thể giúp CDS nhanh chóng. Phát kiến này cũng giúp định hướng nhân sự và đào tạo trong quá trình lập kế hoạch nghề nghiệp và tuyển dụng cho nỗ lực CDS. Sự quan trọng của lãnh đạo CDS được thể hiện rõ trong nghiên cứu này (lãnh đạo CDS tác động mạnh mẽ tới CDS cả trực tiếp và gián tiếp thông qua chiến lược số) Vì vậy các DNNVV cần đảm bảo năng lực lãnh đạo CDS để có thể có được quá trình CDS suôn sẻ. DNNVV cần tiếp cận quản lý chiến lược phù hợp: Các nhà lãnh đạo cấp cao có thể tập trung vào quan điểm lãnh đạo theo định hướng CDS chiến lược trong khi các nhà lãnh đạo cấp trung phát triển năng lực số cho người lao động. Cả hai cấp quản lý có thể đóng góp vào việc thực hiện thành công các sáng kiến CDS bằng cách định hình, định hướng kỹ thuật số của tổ chức đồng thời tác động có lợi đến phản ứng thay đổi của nhân viên.

Với sự tác động mạnh mẽ của năng lực động tới CDS, DNNVV cần chú ý đến các năng lực này để chuẩn bị cho CDS. Chẳng hạn, DNNVV có thể hưởng lợi từ các công cụ số thích hợp thu thập dữ liệu hành vi mua sắm chưa được khai thác trước đó và phân tích dữ liệu để có thể cá nhân hóa trải nghiệm của khách hàng.

Sử dụng công cụ số này yêu cầu doanh nghiệp phát triển năng lực cảm nhận, nắm bắt và cấu hình lại thông qua đào tạo nhân viên. DNNVV cần tạo quy trình thúc đẩy năng lực động. Lãnh đạo DNNVV cần thể hiện rõ vai trò cảm nhận và nắm bắt trong DNNVV về việc phổ biến kiến thức về xu hướng, hoạt động cạnh tranh và công nghệ, để tăng cường năng lực động.

Mặc dù đã đem đến một số kết quả đáng chú ý, nghiên cứu còn có một số hạn chế. Thứ nhất, nghiên cứu được thực hiện trên một kích thước mẫu nhỏ ở 6 tỉnh và thành phố. Các nghiên cứu trong tương lai cần khai thác mẫu lớn hơn bao phủ nhiều khu vực của Việt Nam và thực hiện phương pháp thu thập số liệu chặt chẽ hơn so với việc thu thập thông tin qua google form. Thứ hai, nghiên cứu này bị giới hạn bởi các yếu tố có thể tác động đến chiến lược CDS. Sẽ rất đáng để điều tra các biến số khác chưa được thu thập hoặc xử lý trong nghiên cứu này như loại hình sở hữu doanh nghiệp, ngành nghề kinh doanh, văn hóa hoặc quản lý tri thức và đổi mới. Hạn chế thứ ba là tác giả sử dụng số liệu mảng khi Việt Nam nhanh chóng thực thi các công nghệ CDS trong giai đoạn COVID-19. Do đó, sẽ rất hữu ích khi áp dụng phương pháp trường hợp điển hình hoặc nghiên cứu theo chiều dọc để kiểm tra cách năng lực động tác động tới CDS theo thời gian.

Lời cảm ơn

Bài báo này công bố một phần kết quả của đề tài NCKH công nghệ cấp Bộ Giáo dục và Đào tạo, mã số B2022-BKA-22 được triển khai thực hiện tại Trường Đại học Bách khoa Hà Nội.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. P. C. Verhoef, T. Broekhuizen, Y. Bart, A. Bhattacharya, J. Q. Dong, N. Fabian, M. Haenlein. Digital transformation: a multidisciplinary reflection and research agenda, *Journal of Business Research*, **2021**, 122(1), 889-901.
2. H. Li, Y. Wu, D. Cao, Y. Wang. Organizational mindfulness towards digital transformation as a prerequisite of information processing capability to achieve market agility, *Journal of Business Research*, **2021**, 122(1), 700-712.
3. D. Trabucchi, T. Buganza, C. Dell'Era, E. Pellizzoni. Exploring the inbound and outbound strategies enabled by user generated big data: evidence from leading smartphone applications, *Creativity and Innovation Management*, **2018**, 27(1), 42-55.
4. S. Bresciani, A. Ferraris, M. Romano, G. Santoro, S. Bresciani, A. Ferraris, M. Romano, G. Santoro. Building a digital transformation strategy. *Digital transformation management for agile organizations: a compass to sail the digital world*, Emerald Publishing Limited, Great Britain, 2021.
5. B. Hinings, T. Gegenhuber, R. Greenwood. Digital innovation and transformation: an institutional perspective, *Information and Organization*, **2018**, 28(1), 52-61.
6. J. Nwankpa, Y. Roumani. *IT capability and digital transformation: a firm performance perspective completed research paper*, International Conference on Information, Dublin, Ireland, 2016.
7. M. Nasiri, J. Ukko, M. Saunila, T. Rantala, Managing the digital supply chain: the role of smart technologies, *Technovation*, **2020**, 96-97, 102121.
8. G. Parmentier, V. Mangematin. Orchestrating innovation with user communities in the creative industries, *Technological Forecasting and Social Change*, **2014**, 83(1), 40-53.
9. C. E. Helfat, M. A. Peteraf. Managerial cognitive capabilities and the microfoundations of dynamic capabilities, *Strategic Management Journal*, **2015**, 36(6), 831-850.
10. D. J. Teece, G. Pisano, A. Shuen. Dynamic capabilities and strategic management, *Strategic Management Journal*, **1997**, 18(7), 509-533.
11. K. M. Eisenhardt, J. A. Martin. Dynamic capabilities: what are they?, *Strategic Management Journal*, **2000**, 21(10-11), 1105-1121.
12. V. Ambrosini, C. Bowman, N. Collier. Dynamic capabilities: an exploration of how firms renew their resource base, *British Journal of Management*, **2009**, 20(s1), S9-S24.

13. D. J. Teece. Explicating dynamic capabilities: the nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance, *Strategic Management Journal*, **2007**, 28(13), 1319-1350.
14. O. Schilke, S. Hu, C. E. Helfat. Quo vadis, dynamic capabilities? A content-analytic review of the current state of knowledge and recommendations for future research, *Academy of Management Annals*, **2018**, 12(1), 390-439.
15. D. J. Teece. A dynamic capabilities-based entrepreneurial theory of the multinational enterprise, *Journal of International Business Studies*, **2014**, 45(1), 8-37.
16. K. S. R. Warner, M. Wäger. Building dynamic capabilities for digital transformation: an ongoing process of strategic renewal, *Long Range Planning*, **2019**, 52(3), 326-349.
17. A. Yeow, C. Soh, R. Hansen. Aligning with new digital strategy: a dynamic capabilities approach, *The Journal of Strategic Information Systems*, **2018**, 27(1), 43-58.
18. R. Dubey, N. Altay, A. Gunasekaran, C. Blome, T. Papadopoulos, S. J. Childe. Supply chain agility, adaptability and alignment: empirical evidence from the Indian auto components industry, *International Journal of Operations & Production Management*, **2018**, 38(1), 129-148.
19. J. W. Meyer, B. Rowan. Institutionalized organizations: formal structure as myth and ceremony, *American Journal of Sociology*, **1977**, 83(2), 340-363.
20. D. Adebajo, P. L. Teh, P. K. Ahmed. The impact of supply chain relationships and integration on innovative capabilities and manufacturing performance: the perspective of rapidly developing countries, *International Journal of Production Research*, **2018**, 56(4), 1708-1721.
21. R. Greenwood, C. Oliver, R. Suddaby, K. Sahlin-Andersson. *The SAGE handbook of organizational institutionalism*, SAGE Publications Ltd, London, 2008.
22. R. Teichert. Digital transformation maturity: a systematic review of literature, *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, **2019**, 67(6), 1673-1687.
23. A. Ferraris, C. Giachino, F. Ciampi, J. Couturier. R&D internationalization in medium-sized firms: the moderating role of knowledge management in enhancing innovation performances, *Journal of Business Research*, **2021**, 128, 711-718.
24. J. P. Walsh. Managerial and organizational cognition: notes from a trip down memory lane, *Organization Science*, **1995**, 6(3), 280-321.
25. N. W. Biggart, G. G. Hamilton. An institutional theory of leadership, *The Journal of Applied Behavioral Science*, **1987**, 23(4), 429-441.
26. R. Chierici, D. Tortora, M. Del Giudice, B. Quacquarelli. Strengthening digital collaboration to enhance social innovation capital: an analysis of Italian small innovative enterprises, *Journal of Intellectual Capital*, **2020**, 22(3), 610-632.
27. J. A. Porfírio, T. Carrilho, J. A. Felício, J. Jardim. Leadership characteristics and digital transformation, *Journal of Business Research*, **2021**, 124, 610-619.
28. G. Sainger. Leadership in digital age: a study on the role of leader in this era of digital transformation, *International Journal on Leadership*, **2018**, 6(1), 1-6.
29. M. Frankowska, A. Rzeczycki. Reshaping supply chain collaboration - the role of digital leadership in a networked organization. *Boosting collaborative networks 4.0*, Springer Cham, Switzerland, 2020.
30. B. D. Waal, F. Outvorst, P. Ravesteyn. *Digital leadership: the objective-subjective dichotomy of technology revisited*, 12th European Conference on Management Leadership and Governance, Bucharest, Rumania, 2016.
31. S. Sasmoko, L. Mihardjo, F. Alamsjah, E. Djap. Dynamic capability: the effect of digital leadership on fostering innovation capability based on market orientation, *Decision Science Letters*, **2019**, 9(1), 1633-1644.
32. D. J. Teece. Dynamic capabilities and entrepreneurial management in large organizations: toward a theory of the (entrepreneurial) firm, *European Economic Review*, **2016**, 86, 202-216.
33. R. Shams, D. Vrontis, Z. Belyaeva, A. Ferraris, M. R. Czinkota. Strategic agility in international business: a conceptual framework for “agile” multinationals, *Journal of International Management*, **2021**, 27(1), 100737.
34. I. McCarthy, C. Tsinopoulos. Strategies for agility: an evolutionary and configurational

- approach, *Integrated Manufacturing Systems*, **2003**, *14*, 103-113
35. A. Franken, H. Thomsett. When it takes a network: creating strategy and agility through wargaming, *California Management Review*, **2013**, *55*(3), 107-133.
36. E. Henriette, M. Feki, I. Boughzala. Digital transformation challenges, *MCIS 2016 Proceedings*, Paphos, Cyprus, 2016.
37. K. Schwertner. Digital transformation of business, *The Journal of Supercomputing*, **2017**, *15*(1), 388-393.
38. M. Fischer, F. Imgrund, C. Janiesch, A. Winkelmann. Strategy archetypes for digital transformation: defining meta objectives using business process management, *Information & Management*, **2020**, *57*(5), 103262.
39. A. Correani, A. D. Massis, F. Frattini, A. M. Petruzzelli, A. Natalicchio. Implementing a digital strategy: learning from the experience of three digital transformation projects, *California Management Review*, **2020**, *62*(4), 37-56.
40. M. T. Dacin, J. Goodstein, W. R. Scott. Institutional theory and institutional change: introduction to the special research forum, *The Academy of Management Journal*, **2002**, *45*(1), 45-56.
41. L. Wessel, A. Baiyere, R. O. Taddei, J. Cha, T. B. Jensen. Unpacking the difference between digital transformation and IT-enabled organizational transformation, *Journal of the Association for Information Systems*, **2021**, *22*(1), 102-129.
42. P. Mikalef, M. Boura, G. Lekakos, J. Krogstie. Big data analytics capabilities and innovation: the mediating role of dynamic capabilities and moderating effect of the environment, *British Journal of Management*, **2019**, *30*(2), 272-298.
43. P. M. Podsakoff, N. P. Podsakoff. Experimental designs in management and leadership research: strengths, limitations, and recommendations for improving publishability, *The Leadership Quarterly*, **2019**, *30*(1), 11-33.
44. B. Kump, A. Engelmann, A. Kessler, C. Schweiger. Toward a dynamic capabilities scale: measuring organizational sensing, seizing, and transforming capacities, *Industrial and Corporate Change*, **2019**, *28*(5), 1149-1172.
45. H. Li, Q. Hu, G. Zhao, B. Li. The co-evolution of knowledge management and business model transformation in the post-COVID-19 era: insights based on chinese e-commerce companies, *Journal of Knowledge Management*, **2021**, *26*(5), 1113-1123.
46. C. M. Ringle, M. Sarstedt, D. W. Straub. A critical look at the use of PLS-SEM in "MIS quarterly", *Management Information Systems Quarterly*, **2012**, *36*(1), 3-14.
47. W. W. Chin. The partial least squares approach for structural equation modeling. *Modern methods for business research*, Lawrence Erlbaum Associates Publishers, Mahwah, NY, US, 1998.
48. J. Henseler, C. M. Ringle, M. A Sarstedt. New criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling, *Journal of the Academy of Marketing Science*, **2015**, *43*(1), 115-135.
49. J. F. Hair, J. J. Risher, M. Sarstedt, C. M. Ringle. When to use and how to report the results of PLS-SEM, *European Business Review*, **2019**, *31*(1), 2-24.
50. L. Hu, P. M. Bentler. Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: conventional criteria versus new alternatives, *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, **1999**, *6*(1), 1-55.
51. S. Menon, M. Suresh. Factors influencing organizational agility in higher education, *Benchmarking: An International Journal*, **2020**, *28*(1), 307-332.
52. K. Babnik, K. Breznik, V. Dermol, N. Trunk Širca. The mission statement: organisational culture perspective, *Industrial Management & Data Systems*, **2014**, *114*(4), 612-627.



© 2024 by the authors. This Open Access Article is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

<https://doi.org/10.52111/qnjs.2024.18409>

126 | *Tap chí Khoa học Trường Đại học Quy Nhơn*, **2024**, *18*(4), 113-126

Đặc điểm cú pháp của các mẫu động từ đơn trong các bản tình ca tiếng Anh

Nguyễn Thị Ngọc Hương*, Huỳnh Thị Cẩm Nhung

Khoa Ngoại Ngữ, Trường Đại học Quy Nhơn, Việt Nam

*Ngày nhận bài: 07/03/2024; Ngày sửa bài: 21/05/2024;
Ngày nhận đăng: 28/05/2024; Ngày xuất bản: 28/08/2024*

TÓM TẮT

Bài viết trình bày kết quả nghiên cứu về các đặc điểm cú pháp của các mẫu động từ đơn trong các bản tình ca tiếng Anh. Các mục tiêu nghiên cứu của công trình là xác định các loại mẫu của động từ đơn và xác định tần suất mức độ sử dụng của mỗi mẫu. Công trình có ý nghĩa khoa học, đóng góp dữ liệu cho lý luận nghiên cứu các đặc trưng ngôn ngữ của các bản tình ca tiếng Anh; công trình cũng có ý nghĩa thực tiễn đối với lĩnh vực dạy và học tiếng Anh như một ngoại ngữ. Những kết quả nghiên cứu này có ý nghĩa sư phạm đối với việc sử dụng các bài hát tiếng Anh trong việc dạy và học tiếng Anh như một ngoại ngữ. Nghiên cứu cũng giúp người học tiếng Anh có cái nhìn đầy đủ hơn về những đặc tính cú pháp của các mẫu mà trong đó các động từ đơn có thể được sử dụng.

Từ khóa: *Các mẫu động từ, động từ đơn, miền ngữ nghĩa, các bản tình ca tiếng Anh.*

*Tác giả liên hệ chính.

Email: nguyenthingochuong@qnu.edu.vn

Syntactic characteristics of verb patterns of single-word lexical verbs in English love songs

Nguyen Thi Ngoc Huong*, Huynh Thi Cam Nhung

Department of Foreign Languages, Quy Nhon University, Vietnam

Received: 07/03/2024; Revised: 21/05/2024;

Accepted: 28/05/2024; Published: 28/08/2024

ABSTRACT

This article presents the results of research on the syntactic patterns of single-word lexical verbs in English love songs. We explore all the types of patterns for single-word lexical verbs and the extent to which each type of pattern is used. The overall aim of the study is to provide information about the frequency of single-word lexical verb patterns, so that those with an academic interest will find it useful to know which types of lexical verb patterns occur commonly as well as which are rare in English love songs. In addition, research also helps English learners have a full understanding of the syntactic features of verb patterns in which a single-word lexical verb can be used. The findings hold pedagogical implications to the use of English songs in teaching and learning of EFL.

Keywords: *Verb patterns, single-word lexical verbs, semantic domains, English love songs.*

1. INTRODUCTION

A verb followed by another verb is a very common feature of English. The combinations of verbs can be problematic because the form the second verb takes can vary. A learner may suppose that because he has heard and seen *I intend (want, propose) to come*, he may say or write **I suggest to come*, that because he has heard and seen *Please tell me the meaning, Please show me the way*, he can say or write **Please explain me this sentence*. Because *He began talking about the weather* means about the same as *He began to talk about the weather*, the learner may suppose, wrongly, of course, that *He stopped talking about the weather* means the same as *He stopped to talk about the weather*. Also, he may know that *I like to help him* and *I like helping him* are

both correct, but be unaware that with the verb *dislike*, only the second pattern is possible. He usually uses *that* after some verbs such as *want, like, wonder* or infinitive/ *to*-infinitive after any verbs. He may think if it is correct to say *I think that, I know that, He told that*, then it must be correct to say *I want that, I like that, ...* It is the same for *I usually avoid meeting him (*I usually avoid to meet him)*, etc.

Obviously, how to get a verb pattern in a right way can occasionally be tricky, so Vietnamese learners of English often have great difficulty in deciding which sentence constructions, or verb patterns (VPs), a verb can be used in. Below are some mistakes that they usually make in speaking and writing:

- They may use transitive verbs as if they were intransitive verbs.

*Corresponding author.

Email: nguyenthingochuong@qnu.edu.vn

E.g. *She saw the film but didn't like.
(*She saw the film but didn't like it.*)

- They may also do the opposite. *Talk* is normally an intransitive verb, but in the following the learner has used it as a di-transitive verb.

E.g. *I talked my brother the problems.
(*I talked to my brother about the problems.*)

- Sometimes, they use a clause instead of an object + infinitive combination.

E.g. *I want that you open your books at page 11. (*I want you to open your books at page 11.*)

- Sometimes, they use a to-infinitive where a bare infinitive is needed.

E.g. *Did you hear him to come home last night? (*Did you hear him come home last night?*)

How to help the EFL learners acquire all this in a better way? From all the reasons above, we decide to choose "*Syntactic characteristics of verb patterns of single-word lexical verbs in English love songs*". The research questions are: (1) What are the most common verb patterns used in the English songs? And (2) What are the common syntactic structures of the key elements, especially the object, associated with the most common patterns?

We hope that the words as well as the sweet melodies of the songs will help our learners a lot in learning English more easily and quickly.

2. LITERATURE REVIEW

2.1. Theoretical background

Up to now, there has been a lot of research and exploration into the field of English verb patterns. Most linguists discussed the points including the process of analyzing and describing as well as subdivisions of verb patterns or a varying number of sub-patterns. They were mainly interested in the classification of verb patterns and list some (or a series of) verbs belonging to the pattern but not paying attention to their occurrences. In the panorama of single-word lexical verb pattern

research, it can be seen that there is an imbalance of linguistic focus on the ways of classifying verb patterns. Hornby¹ set out 25 verb patterns and each verb pattern is illustrated with some typical examples. Leech and Svartvik² offered six basic verb patterns in which the same verb can sometimes occur in various senses. Then Leech³ divided verb patterns into three types and each type also has its subtypes. In a little different way, Close,⁴ split verb patterns into five main types and like Leech and Svartvik, he claimed that a verb can enter into different patterns. Palmer⁵ provided the learners with 27 verb patterns and the numbers of the verbs belonging to the patterns. Generally speaking, none of them mentioned the occurrences of the verb patterns in which single-word lexical verbs can occur. Also, they did not tell us what sources or what registers the verbs they selected come from. Some do not offer the criteria to identify the patterns which have the same structure. Different from the linguists mentioned above, Biber et al.⁶ placed their greater emphasis not only on frequencies of verbs but also on frequencies of verb patterns. According to them, there are five major patterns and each pattern also has its own variation. In addition, they listed what verbs occurring in what patterns very carefully. They claim that most common verbs allow more than one pattern. For instance, *stand* can occur in three patterns: SV, SV+A, and SVOd. Others allow a wide range. For example, *consider* can occur in six patterns: SV, SVOd, SV + complement clause, SVOdPo (adjective), SVOdPo (noun phrase), and SVOd + complement clause. They also confirm that the SVOd is the most common pattern and the most common verbs occurring in this pattern are *meet*, *see*, *bring*, and *get* (75%). However, they considered and showed the frequency of single-word lexical verbs in only four registers: conversation, fiction, news and academic prose.

Apart from the linguists' theoretical studies, a few Vietnamese linguists such as Phạm,⁷ Hà⁸ and Nguyễn⁹ have recently conducted experiential studies in exploring the field of

verb patterns. Nevertheless, there was nothing new and special in their studies: they only used again many examples or tried to change the arrangement order of the linguists' verb patterns but did not discuss the circumstances in which the verb patterns occur.

In a word, each of them has his strong or weak points, but so far, research on single-word lexical verb patterns in English songs as well as their occurrences in this register have been left under-explored. The simple reason is that "language, as a pattern of human behavior, does not yield 'laws' like those of Newton or Einstein" Dixon.¹⁰ So is the language of songs. Through studying the use of single-word lexical verb patterns in songs, we can know the way in which people behave. So, all types of single-word lexical verb patterns are taken into consideration.

2.2. Classifications of patterns for single-word lexical verbs

Palmer⁵ defines a verb pattern as follows: "A verb pattern is the arrangement in the sentence of any verb (or particular usage of a verb) in regard to its combinations with complements, etc.". For instance, the verb *fix* belongs (among others) to the pattern SVOd whereas the verb *look* does not belong to this pattern, but to the pattern SVPs. Sometimes, a verb allows more than one pattern. For example, the verb *sing* can belong to both the pattern SV and SVOd. Of course, a verb pattern contains or does not contain a subject, because the subject, occasionally, is implicit, especially in imperatives.

According to Douglas Biber et al.,⁶ there are five major patterns: intransitive patterns, monotransitive patterns, ditransitive patterns, complex-transitive patterns, and copular patterns.

+ **Intransitive patterns** (*SV*) are the patterns in which verbs occur with no object or predicative complement.

+ **Monotransitive patterns** (*SVOd*) are the patterns in which verbs occur with a single direct object.

+ **Ditransitive patterns** (*SVOiOd*, *SVOdOi*, *SVOi* + complement clause) are the patterns in which verbs occur with two object noun phrases or sometimes with only an indirect object and a clause.

+ **Complex-transitive patterns** (*SVOdPo*, *SVOdA*) are the patterns in which verbs occur with a direct object noun phrase followed by an object predicative, or by an obligatory adverbial.

+ **Copular patterns** (*SVPs*, *SVA*) are the patterns in which verbs are followed by a subject predicative, or by an obligatory circumstance adverbial. Verbs in all patterns can occur with optional adverbial. Each verb pattern has its own variation. Based on Cowie & Hornby,¹² we would like to list here all sub-types of each kind of verb pattern (the optional adverbial element (+A) is excluded because it can be accompanied with all patterns as shown above).

a) Intransitive pattern

There is only one kind of intransitive pattern: SV.

b) Monotransitive patterns

Monotransitive patterns include the following major patterns: SVOd in which Od is a noun phrase and SVOd in which Od is a complement clause.⁶

- + SVOd (Od: NP)
- + SVOd (Od: complement clause)
 - SVOd (Od: *that*-clause)
 - SVOd (Od: *wh*-clause)
 - SVOd (Od: *to*-infinitive clause)
 - SVOd (Od: NP + *to*-infinitive)
 - SVOd (Od: *-ing* form)
 - SVOd (Od: NP + *-ing* form)

c) Ditransitive patterns

Ditransitive patterns include the following major patterns: SVOdOi (Oi: *to/for* + NP), SVOiOd (Od: NP), SVOiOd (Od: a complement clause), and SVOi.

- + SVODoI (Oi: *to/for* + NP)
- + SVOiOd (Od: NP)
- + SVOiOd (Od: a complement clause)
 - SVOiOd (Od: *that*-clause)
 - SVOiOd (Od: *wh*-clause)
 - SVOiOd (Od: *to*-infinitive clause)
- + SVOi (Ditransitive with only an indirect object)

d) Complex-transitive patterns

Complex-transitive patterns include the following major patterns: SVODPo (Po: NP), SVODPo (Po: AdjP), SVODPo (Po: a complement clause), and SVODA (A: obligatory adverbial).

- + SVODPo (Po: NP)
- + SVODPo (Po: AdjP)
- + SVODPo (Po: a complement clause)
 - SVODPo (Po: *to*-infinitive clause)
 - SVODPo (Po: *bare*-infinitive clause)
 - SVODPo (Po: *ing*- clause)
 - SVODPo (Po: *as/ like* + NP/ AdjP)

- + SVODA (A: obligatory adverbial)

e) Copular patterns

Copular patterns include the following patterns: SVPs (Ps: NP), SVPs (Ps: AdjP), SVPs (Ps: a complement clause), and SVA (A: obligatory adverbial).

- + SVPs (Ps: NP)
- + SVPs (Ps: AdjP)
- + SVPs (Ps: a complement clause)
 - SVPs (Ps: *that*-clause)
 - SVPs (Ps: *wh*-clause)
 - SVPs (Ps: *to*-infinitive clause)
 - SVPs (Ps: *bare*-infinitive clause)
 - SVPs (Ps: *ing*-clause)
- + SVA (A: obligatory adverbial)

Table 1 summarizes the five patterns with their subtypes. This framework is the basis for the analysis of the collected corpus of English love songs in terms of the syntactic characteristics associated with the single-word lexical verbs.

Table 1. Types of patterns for single-word lexical verbs.

	Verb patterns	Constituent elements & subtypes
a	Intransitive patterns	SV
b	Monotransitive patterns	+ SVOD (Od: NP) + SVOD (Od: complement clause)
c	Ditransitive patterns	+ SVODoI (Oi: <i>to/for</i> + NP) + SVOiOd (Od: NP) + SVOiOd (Od: a complement clause) + SVOi
d	Complex-transitive patterns	+ SVODPo (Po: NP) + SVODPo (Po: AdjP) + SVODPo (Po: a complement clause) + SVODA (A: obligatory adverbial)
e	Copular patterns	+ SVPs (Ps: NP) + SVPs (Ps: AdjP) + SVPs (Ps: a complement clause) + SVA (A: obligatory adverbial)

3. METHODOLOGY

Our approach is descriptive, quantitative and qualitative. The descriptive analysis makes information received become specific and vivid. The quantitative analysis provides us with concrete figures of the patterns for single-word lexical verbs. The qualitative analysis will illustrate these figures. As a result, the study will be concrete, persuasive and have a high reliability.

3.1. Data collection

The number of collected songs is 250. The songs have been collected from different books across a wide range of disciplines and published in collections such as “The best song book of all time”,¹¹ “World Best Collection’s Song Book”¹² (with musical scores and chords), “A collection of unforgettable love songs”,¹³ “152 ca khúc đẽ đời của Tứ quái Beatles”,¹⁴ and “The best ABBA collection”.¹⁵ The selected songs are based on the following themes: romantic love, familial love, friendship, the love of nature, life, homeland, peace, etc. The words in each song are written completely in English. There are also many songs in which lyrics are written under staves. Staff, or called staff, is a set of five horizontal parallel lines on which music is written.¹⁶

3.2. Data analysis

All the patterns for single-word lexical verbs were identified, classified, and statistically analyzed. The process of analyzing the data was as follows: we picked out all the verb patterns in which single-word lexical verbs are used; then we calculated the overall number of different patterns with the help of Excel software, and put the results in the statistical tables.

So as to get an exact count of occurrence of single-word lexical verb patterns, we also paid careful attention to the number of their repeated times. There are many songs in which some verses, especially choruses, are repeated. Of

course, the occurrences of single-word lexical verb patterns depend on the number of repeated times of that verse. For instance, the chorus in the song below is repeated twice. That means listeners can hear (or repeat) two times the same verbs appearing in this chorus (*know, need, tell, mean, make, am*).

1. *Oh oh, yea, yea*

I love you more than I can say

I'll love you twice as much tomorrow

Oh love you more than I can say

2. *Oh oh, yea, yea*

I miss you every single day

Why must my life be filled with sorrow

Oh love you more than I can say

“*CHORUS:*

*Don't you **know** I **need** you so*

Tell** me please I gotta **know

*Do you **mean** to **make** me cry*

***Am** I just another guy*

3. *Oh oh, yea, yea*

I miss you more than I can say

Why must my life be filled with sorrow

Oh love you more than I can say

(*CHORUS*)

4. *Oh oh, yea, yea*

I love you more than I can say

I'll love you twice as much tomorrow

Oh love you more than I can say

(*'Love you more than I can say' – Leo Sayer*)

We can also recognize the repeated passage with “Back to Ref.”, “Repeat *”, “Repeat ...”, “Repeat verse 1 and Chorus”, or with a point of reprise¹⁷ which is the colon placed at the end of a passage, telling us to repeat it (Figure 1).

OH! DARLING

Words and Music by JOHN LENNON and PAUL McCARTNEY

Slowly

1. Oh, — dar - ling, — please be - lieve me, —
 (2) dar - ling, — if you leave me, —

I'll nev - er do you _____ no harm; be -
 I'll nev - er make it _____ a - lone; be -

lieve me when I tell you, I'll nev - er do you _____ no
 lieve me when I beg you, don't ev - er leave me _____ a -

harm. _____
 lone. _____

1. A D A E
 2. Oh. _____



Figure 1. A paragraph with a point of reprise.

Apart from identifying verb patterns correctly, it is very necessary to recognize single-word lexical verbs of non-standard English in the process of picking them out. Some examples of non-standard lexical verbs are clippings (*it was v. 'twas, watched v. watch'd, want v. wan', crying v. cryin', thought v. tho't* (simple past of *think*),...; orthographic variations (*am not, is not, are not, has not, have not v. ain't; give me v. gimme; let me v. lemme,...*), oscillation (*been v. bin, make v. mek, says v. sez,...*) and obsolesces/obsolescents (*does v. doth, makes v. maketh, leaves v. leaveth,...*).

And it is also very important to recognize the variations of element order in the pattern. We need to understand the nature of the normal or unmarked order which may be altered to meet particular requirements of information flow, or to convey a special effect of emphasis. For example, the fronted object is often a demonstrative pronoun or a complement clause (e.g. *"This much I can say"* (OdASV) (*Love*

story' – *Andy Williams*) or *"Why she had to go I don't know"* (OdSV) (*'Yesterday'* – *Beatles*)).

When analyzing verb patterns, it is also necessary to pay attention to the structural cohesion between consecutive lines in order to identify the elements of verb patterns exactly:

SVOd (Od: *that*-clause)

*Girl, somehow I know deep inside
your heart that you need my tender touch.*

(*'Girl, you are my love'* – *Pink Boy*)

In addition, in a few cases where a verb is repeated many times, only one pattern is counted. The repeated forms are considered as occurrences, e.g. *When you said, said, said, said that you love me ...* (*'Beautiful Sunday'* – *Daniel Boone*). In this example, the verb *say* is repeated 4 times.

4. FINDINGS AND DISCUSSIONS

The analysis of the data revealed the frequencies of occurrences of patterns of the single-word verbs in the English songs as follows:

Table 2. Frequencies of occurrences of patterns of the single-word verbs in the English songs.

	No. of occurrences	Percentage
Monotransitive	3398	52.85%
Intransitive	1461	22.72%
Copular	645	10.03%
Complex-transitive	503	7.82%
Ditransitive	423	6.58%
Total	6430	100%

The analysis of English love songs, focusing on verb patterns, provides valuable insights into the linguistic choices made by songwriters within this genre. The predominant verb pattern observed is the monotransitive, with 3398 occurrences, constituting a significant 52.85% of the total. This finding indicates that love songs frequently utilize verbs that take a direct object, suggesting a focus on actions and expressions within the context of romantic relationships.

E.g. SVO

*I'll be there for you if you should **need** me*

*You don't have to **change** a thing*

*I **love** you just the way you are*

*So come with me and **share** the view*

I'll help you see forever too

***Hold** me now, **touch** me now*

I don't want to live without you.

(‘Nothing’s gonna change my love for you’ – Glenn Medeiros)

Following closely is the intransitive verb pattern, which appears 1461 times, making up 22.72% of the verb occurrences in the dataset. Intransitive verbs suggest actions that do not require a direct object, and their prevalence in love songs implies a significant emphasis on self-expression, personal emotions, or internal states of being when conveying romantic themes.

E.g. SV

*The sun will **rise** within your eyes // Come back to me then we will be happy together.*

(‘Boulevard’ – Dan Byrd)

*I was always certain love would **grow**.*

(‘Evergreen’ – Barbra Streisand)

*Oh, so you go again when the leading man **appears**.*

(‘Everytime you go away’ – Paul Young)

*And you know you can **survive**.*

(‘Hero’ – Mariah Carey)

So tell me all about it, tell me ‘bout the plans you’re makin’

Then tell me one thing more before I go.

(‘How am I supposed to live without you’ – M. Bolton, D. James)

I don't like to sleep alone

Stay with me, don't go.

(‘I don't like to sleep alone’ – Paul Anka)

*I wish I never met you, girl // You'll never **come** again.*

(‘Feelings’ – Morris Albert)

*A whole life so lonely // And then you **come** and ease the pain.*

(‘Eternal flame’ – Bangles)

You seemed to change, you acted strange.

*Why, I'll never **know**.*

(‘Are you lonesome tonight?’ – Elvis Presley)

You were my strength when I was weak

You were my voice when I couldn't speak

You were my eyes when I couldn't see.

(‘Because you loved me’ – Celine Dion)

I can never love again the way I loved you. Oh!

I can never cry again like I did when I left you...

*I can never **love** again now that we're apart.*

(‘Foolish beat’ – Adbbie Gibson)

The verbs *see*, *know*, sometimes fall into the expressions such as ‘you see’, ‘you know’. In this case, the expressions have the interactive and cohesive meaning, and “can act as monitoring devices, whereby the person who holds the conversational floor can check that other participants are still ‘tuned in’ to what is being said.” (Biber et al.)⁶. For that reason, these expressions can be regarded as discourse markers (Biber et al.)⁶ and therefore the verbs included in them fall into the SV pattern:

*Hey baby, you **see**, we got everything, baby*

*Even old, you **know**.*

(‘Everytime you go away’ – Paul Young)

Baby! When I met you, there was peace, I know.

(*'Islands in the stream'* – Kenny Rogers
Duet with Dolly Parton)

The copular verb pattern, with 645 instances, accounts for 10.03% of the total. Copular verbs link the subject of a sentence to a subject complement, indicating a potential inclination within love songs to describe or equate elements related to the theme of love. This pattern might reflect a tendency to use verbs that establish connections or portray relationships between different aspects of the romantic narrative. The single-word lexical verbs functioning as copulas in English love songs tend to occur with the SVA pattern more than with the SVPs pattern (See Table 5).

E.g. SVA

Here in your arms forever I'll stay.

(*'Over and over'* – David Fannel)

Say my name, sun shines through the rain

A whole life so lonely

And then you come and ease the pain

I don't want to lose this feeling ooh...

(*'Eternal flame'* – Bangles)

E.g. SVPs

Light summer leaves may turn gold // The love that me share will never grow old.

(*'Over and over'* – David Fannel)

We go to a party, and everyone turns to see

This beautiful lady is walking around with me,

And then she asks me "Do you feel alright?"

And I say "Yes, I feel wonderful tonight."

(*'Wonderful tonight'* – Eric Clapton)

Life seems dead and so unreal.

(*'You don't have to say you love me'* –
Dusty Springfield)

The complex-transitive verb pattern, observed 503 times, makes up 7.82% of the occurrences. This pattern involves verbs that require both a direct and an indirect object,

suggesting a nuanced and layered approach to describing actions in love songs. The relatively high frequency of complex-transitive verbs indicates a propensity for conveying intricate emotions or scenarios within the romantic context. In English love songs, they are typically popular with the SVODPo pattern in which the Po element is related to the object rather than to the subject.

E.g. SVODPo (Po: NP)

I just can't live a lie anymore

I would rather hurt myself

Than to ever make you cry.

(*'Goodbye'* – Air Supply)

Music, you're making me blue

But I'm alone without you.

(*'Music'* – F. R. David)

I don't care what's right or wrong.

I don't try to understand.

Let the devil take tomorrow.

Lord, tonight I need a friend.

(*'Help me make it through the night'* –
John Holt)

E.g. SVODPo (Po: ing-clause)

So you think you know the answers, oh no.

Well, the whole world's got ya dancing.

(*'Say you say me'* – Lionel Richie)

The SVODa pattern is also used to express a locative relationship between the direct object and the adverbial:

E.g. SVODa

Lay a whisper on my pillow

Leave the winter on the ground.

(*'It must have been love'* – Roxette)

She been gone so long.

But now the train is bringin' her home.

(The 1910 Fruit Gum Co.)

I get to buy me a ticket to the tropics, get alone and leave this place behind me.

(*'Ticket to the tropics'* – Gerard Joling)

Your love's **put** me at the top of the world.
 ('Top of the world' – Carpenters)
 They'll **take** us where we want to go.
 ('Nothing's gonna change my love for you' – Glenn Medeiros)
 I **see** the light of love in your eyes.
 ('Over and over' – David Fannel)

Lastly, the ditransitive verb pattern is present in 423 instances, accounting for 6.58% of the occurrences. Ditransitive verbs involve actions that have both a direct and an indirect object. The prevalence of this pattern suggests that love songs often incorporate verbs that describe the giving or exchanging of items or expressions within the framework of romantic relationships.

E.g. SVOO

*Don't worry. Be happy. Here, I **give** you my phone number*

When you worry, call me. I make you happy.
 ('Don't worry, be happy' – Bobby McFerrin)
 And your eyes
 They **tell** me how much you care
 Oh yes, you will always be my endless love.
 ('Endless love' – Diana Ross and Lionel Richie)

In summary, the distribution of verb patterns in English love songs reflects a diverse and nuanced use of language to convey various aspects of romantic experiences. The prominence of monotransitive and intransitive verb patterns suggests a focus on direct actions and personal emotions, while the inclusion of complex-transitive and ditransitive patterns indicates a desire to capture more intricate and multifaceted aspects of love within the lyrical narrative.

Basing on the above statistics, let's have a closer look at the realization of Od and Oi in some patterns of high frequency of occurrences.

Table 3. Frequencies of occurrences of realizations of Od of monotransitive patterns.

Od realization		No. of occurrences	Percentage
NP		2373	69.86%
Clause	that-clause	468	13.77%
	wh-clause	157	4.62%
	to-V clause	236	6.95%
	V-ing clause	29	0.85%
	NP + to-V clause	24	0.71%
	NP + bare-V clause	34	1.00%
	NP + V-ing clause	30	0.88%
	direct speech	46	1.35%
	Total	1024	30.14%
Total		3397	100%

Table 3 presents the findings of the realization of the Od of the monotransitive patterns. This detailed examination of the direct objects within the monotransitive patterns in English love songs reveals two primary groups: noun phrases (69.86%) and clauses (30.14%). This breakdown suggests that songwriters often

employ a diverse range of linguistic structures to convey the objects of actions within romantic contexts. The exploration of clause subtypes within this analysis provides further insight into the nuances of how actions are expressed.

Within the clause group, the most prevalent subtype is the *that*-clause, occurring 468 times

and accounting for 13.77% of the total clause occurrences. *That*-clauses are commonly used to provide additional information or context, indicating that love songs frequently employ a more descriptive and elaborate approach in specifying the direct object of actions.

E.g. Od realized by an NP

*When I **saw** you at the party, you were talking to a girlfriend.*

(‘Hey, hello’ – Joys)

*While we dance I **felt** your body, **touched** your face and then I **kiss** you.*

(‘Hello’ – Lionel Richie)

*I **close** my eyes and **see** your face.*

(‘From souvenir to souvenir’ – Demis Roussos)

Nothing’s gonna change my love for you

*You oughta know by now how much I **love** you*

The world may change my whole life through

But nothing’s gonna change my love for you.

(‘Nothing’s gonna change my love for you’ – Glenn Medeiros)

*You can **dance** ev’ry dance with the guy who gave you the eye; let him hold you tight.*

*You can **smile** ev’ry smile for the man who held your hand ‘neath the pale moonlight.*

(‘Save the last dance for me’ – The Drifters)

*Now just a memory the tears that I **cried***

*Now just a memory the sighs that I **sighed**.*

(‘Over and over’ – David Fannel)

E.g. Od realized by a *that*-clause

*I **guess** that we’ll meet*

We’ll meet in the end.

(‘Goodbye to romance’ – Ozzy Osbourne)

You were leaving in the morning

*But you **promised** you would call me.*

(‘Hey hello’ – Joy)

... ***Said** I loved you but I lied*

Cause this is more than love I feel inside

***Said** I loved you but I was wrong*

Cause love could never ever feel so strong.

(‘Said I love you ... but I lied’ – Michael Bolton)

*If we hold on together, I **know** our dreams will never die.*

(‘If we hold on together’ – Diana Ross)

I never dared to reach for the moon

*I never **thought** I’d known heaven so soon.*

(‘Over and over’ – David Fannel)

Wh-clauses constitute another notable subtype, with 157 occurrences, making up 4.62% of the total. These clauses, introduced by *wh*-words like "who," "what," "where," etc., add interrogative or relative elements to the direct object, suggesting an inclination towards posing questions or introducing relative clauses within the lyrical narrative of love songs.

E.g. Od realized by a *wh*-clause

*I don’t **know** why you said goodbye.*

(‘Boulevard’ – Dan Byrd)

I’ll never let you see

the way my broken heart is hurtin’ me.

*I’ve got my pride and I **know** how to hide*

all my sorrows and pain

I’ll do my crying in the rain.

(‘Crying in the rain’ – Everly Brothers)

To-V clauses, observed 236 times (6.95%) implies a desire for actions to be realized or completed, showcasing a sense of intention or purpose in the actions described within the love songs.

E.g. Od realized by a *to-V* clause

Here’s a little song I wrote

*You might **want** to sing it note for note.*

(‘Don’t worry, be happy’ – Bobby McFerrin)

My first love, you’re every breath that I take

You’re every step I make

*And I, I **want** to share all my love with you.*

(‘Endless love’ – Diana Ross and Lionel Richie)

*I **want** to call the stars down from the sky*

*I **want** to live a day that never dies*

*I **want** to change the world only for you*

*All the impossible I **want** to do*

*I **want** to hold you close under the sun*

*I **want** to kiss your smile and feel the pain.*

(‘When you tell me that you love me’ –

Diana Ross)

It won’t be easy, you’ll think it strange

*when I **try** to explain how I feel*

That I still need your love after all that I’ve done.

(‘Don’t cry for me Argentina’ – Madonna)

V-ing clauses, with 29 occurrences (0.88%), involve verbs in their gerund form (-*ing*). The infrequent use of this subtype indicates a less common but still present choice for conveying a sense of continuous or ongoing romantic activities.

E.g. Od realized by a *V-ing* clause

Baby you got me like ah, woo, ah

*Don’t you **stop** loving me (loving me)*

*Don’t **quit** loving me (loving me)*

*Just **start** loving me (loving me)...*

*Baby, **keep** loving me*

Just love me, yeah

Just love me.

(‘Love on the Brain’ – Rihanna)

Additionally, the analysis includes NP + *to-V* clauses (24 occurrences, 0.71%), NP + *bare-V* clauses (34 occurrences, 1.00%) and NP + *V-ing* clauses (30 occurrences, 0.88%). These structures involve noun phrases followed by an infinitive or gerund, respectively, providing variation in how direct objects are constructed within the monotransitive patterns.

E.g. Od realized by a NP + *to-V* clause, a NP + *bare-V* clause and a NP + *V-ing* clause

*I don’t **want** my heart to be broken*

(‘I beg of you’ – Elvis Presley)

*Let me **hear** you say.*

(‘Let me hear you say’ – Seventeen)

*I **hear** you calling, calling for me out in the night*

But it’s all bad, and I know that

(‘I hear you calling’ – Gob)

*I **see** friends shaking hands*

Saying, “How do you do?”

They’re really saying

I love you

(‘What a wonderful world’ – Louis Armstrong)

Finally, direct speech is utilized as a direct object in 46 instances, accounting for 1.35%. This finding suggests that love songs sometimes incorporate direct quotations, allowing for a more immediate and authentic expression of dialogue or sentiments within the lyrical content.

E.g. Od realized by a direct speech

*I sat on a rug **biding** my time*

Drinking her wine

*We **talked** until two and then she **said***

“It’s time for bed”

(‘Norwegian Wood’ – The Beatles)

*I’ll **say**, “will you marry me?” (and what you do me, baby?)*

Got me singing (uh-ooh, uh-ooh)

Got me singing (uh-ooh, uh-ooh)

Would you marry me, baby? (uh-ooh, uh-ooh, uh-ooh)

(‘Marry me’ – Jason Derulo)

*The man **said**, “Why you think you here?”*

*I **said**, “I got no idea”*

“I’m gonna, I’m gonna lose my baby”

“So I always keep a bottle near”

*He **said**, “I just think you’re depressed”*

“This me, yeah baby, and the rest”

(‘Rehab’ – Amy Winehouse)

Table 4. Frequencies of occurrences of realizations of Oi in ditransitive patterns.

Oi realization		No. of occurrences	Percentage
Prepositional phrase		58	13.71%
Other phrase		170	40.19%
Clause	<i>that</i> -clause	90	137 32.39%
	<i>wh</i> -clause	27	
	<i>to-V</i> clause	9	
	direct speech	11	
Only an indirect object		58	13.71%
Total		423	100%

Table 4 presents the findings concerning the syntactic structures of the Oi in the ditransitive patterns. A meticulous examination of the ditransitive patterns within English love songs sheds light on the structures employed to express the indirect object, revealing four major groups: prepositional phrase (13.71%), other phrases (40.19%), clause (32.39%) and only an indirect object. This breakdown suggests that songwriters utilize a variety of linguistic forms to convey the indirect objects of actions, adding complexity and depth to the narratives within romantic lyrics.

Among the groups, prepositional phrases are used in 13.71% of ditransitive patterns. Prepositional phrases often provide additional context or information about the relationship between the verb and its indirect object.

E.g. Oi realized as a prepositional phrase

I lost my faith, you gave it back to me.

(‘Because you loved me’ – Celine Dion)

I say goodbye to romance, yeah // goodbye to friend // goodbye to all the past.

(‘Goodbye to romance’ – Ozzy Osbourne)

The largest group, other phrases, constitutes 40.19% of ditransitive patterns. This category encompasses a diverse range of linguistic constructions beyond prepositional phrases and clauses. The use of other phrases suggests a high degree of creativity and flexibility in expressing indirect objects within the lyrical content of love songs. It could include various

phrase structures that contribute to the richness and variety of expressions in the songs.

E.g. Oi realized by a noun phrase

I’ll buy you a diamond ring, my friend if it makes you feel alright.

(‘Can’t buy me love’ – The Beatles)

If you were my girl, I’d give you it all // Why can’t you see he’s faking?

(‘He don’t love you’ – Human Nature)

I wanna tell you you mean all the world to me...// You changed my life, you showed me the way.

(‘Especially for you’ – Jason Donovan and Kylie Minogue)

The third group, clauses, makes up 32.39% of ditransitive patterns, indicating a substantial use of complex structures to convey indirect objects. A further exploration of the subtypes of clauses within this category provides additional insights into the ways in which indirect objects are framed. Within the clause group, *that*-clauses are the most prevalent, occurring 90 times. *That*-clauses serve to provide additional information or context to the indirect object, adding layers of meaning to the actions described within the romantic narrative of the songs. *Wh*-clauses, with 27 occurrences, introduce interrogative or relative elements to the indirect object, implying a desire for more detailed information or a connection to other elements within the lyrical content. *To-V* clauses appear 9 times.

E.g. Oi realized by a noun phrase and followed with a *that*-clause

SVOiOd (Oi: NP, Od: *that*-clause):

*You tell me that you need me,
Then you go and cut me down*
(‘Apologize’ – OneRepublic)

E.g. Oi realized by a noun phrase and *that* is often omitted

Have I told you lately I love you? Have I told you there’s no one else above you?
(‘Have I told you lately?’ – Rod Stewart)

Tell Laura I love her, **tell** Laura I need her
Tell Laura I may be late
I’ve something to do, that cannot wait
(‘Tell Laura I love her’ – Ray Peterson)

*When you told me you didn’t need me anymore
Well, you know I nearly broke down and cried
When you told me you didn’t need me anymore
Well, you know I nearly broke down and died*
(‘Oh darling’ – The Beatles)

E.g. Oi realized by a noun phrase and followed with a *wh*-clause

SVOiOd (Oi: NP, Od: *wh*-clause):

*How can I tell her about you?
Girl, please tell me what to do
Everything seems right whenever I’m with you
So girl, won’t you tell me
How to tell her about you*
(‘How can I tell her’ – Lobo)

E.g. Oi realized by a noun phrase and followed with a *to-V* clause

SVOiOd (Oi: NP, Od: *to-V* clause):

Tell her not to go
*I ain’t holding on no more
Tell her something in my mind freezes up from time to time*
(‘Tell her this’ – Del Amitri)

Direct speech is utilized as a direct object in 11 instances, adding a dynamic and immediate quality to the expression of the indirect object within the ditransitive patterns.

E.g. Oi realized by a *to+* noun phrase and followed with a direct speech

*And I think to myself:
“What a wonderful world”
Yes, I think to myself:
“What a wonderful world”*
(‘What a wonderful world’ - Louis Armstrong)

Oi, brought to bear as an indirect object, makes up 13.71% of ditransitive patterns.

E.g. With SVOi pattern

If your broken heart should need repaired, then I’m the man to see, I whisper sweet things. You tell all your friends, and they’ll come runnin’ to me.
(‘Handy man’ – James Taylor)

Say you say me, say it for always that’s the way it should be.

Say you say me, say it together naturally.
(Say you say me’ – Lionel Richie)

Table 5. Frequencies of occurrences of realizations of subtypes of copular patterns.

Structure		No. of occurrences		Percentage	
SVPs	Phrase	AdjP	169	188	26.20%
		NP	17		2.64%
		PreP	2		0.31%
	Clause	<i>that</i> -clause	9	20	1.40%
		<i>wh</i> -clause	0		0
		<i>to-V</i> clause	11		1.70%
		<i>V-ing</i> clause	0		0
		<i>bare-V</i> clause	0		0
		direct speech	0		0
			208	32.25%	
SVA		437	67.75%		

Table 5 presents the findings of the occurrences of realizations of subtypes of copular patterns. This table reveals two primary groups: SVA (67.75%) and SVPs (32.25%). This is different from the pattern for copula *be*: the copula *be* favours the SVPs more than the SVA. (See Nguyen Thi Ngoc Huong et al.)¹⁸ The A element usually refers to either position or direction where the subject of the clause is located. It sometimes refers to a duration.

E.g.: SVA (A: obligatory adverbial)

Baby, you're all that I want

*When you're **lying** here in my arms*

I'm finding it hard to believe

We're in heaven

(*'Heaven' – Bryan Adams*)

Love just comes and it goes.

*How long it's gonna **last**, say, nobody knows.*

(*'That's the way love is' – Marvin Gaye*)

*But when I **get** home to you*

I find the thing that you do

will make me feel alright.

(*'A hard day's night' – The Beatles*)

When occurring with the SVPs, the copula lexical verbs usually take a phrase (29.15%), especially an adjective phrase (26.20%). This is contrast to the patterns for copula *be*: *be* takes more often a noun phrase than an adjective phrase when it enters into the SVPs (See Nguyen Thi Ngoc Huong et al.)¹⁸ SVPs pattern is favored in English love songs because it concerns human feelings. “It reports an assessment of physical or mental state of being”.⁶

E.g.: Ps realized by an AdjP (adjective phrase)

Did your lady friend leave your nest again?

*That is very sad, makes me **feel** so bad.*

(*'Yellow bird' – The Brothers Four*)

(In this example, the subject of the verb *feel* is the object of the verb *make*.)

My love is just for you.

*I'll be **feeling** blue living without you.*

(*'Girl, you are my love' – Pink Boy*)

It is used to mark personal attitudes, often indicate some degree of likelihood in English love songs:

If I had to live my life without you near me,

The days would all be empty

*The nights would **seem** so long.*

(*'Nothing's gonna change my love for you' – Glenn Medeiros*)

Get, *come*, and *go* are relatively common. Although at first glance these verbs seem very similar in meaning, they are in fact sharply differentiated by their specific meanings. *Come* is used to “mark a change to a more favorable condition”;⁶ in contrast, *go* is typically used to “describe a change towards some undesirable state”, and “describes both changes experienced by humans and natural processes that happen to other things.”;⁶ and *get* is “usually used to describe a human experience changing to a new state”, “both physical and mental changes”.⁶

That keeps me searching for a heart of gold

*And I'm **getting** old*

Keep me searching for a heart of gold

*And I'm **getting** old.*

(*'Heart of gold' – Neil Young*)

*Turn me on when I **get** lonely.*

(*'She's a woman' – The Beatles*)

*Dreams that I've cherished now have **come** true.*

(*'Over and over' – David Fannel*)

*...nothing could **go** wrong because I knew someday we're gonna love again.*

(*'Someday we're gonna love again' – The Searchers*)

*Oceans apart, day after day, and I slowly **go** insane*

I hear your voice on the line, but it doesn't stop the pain.

(*'Right here waiting for you' – Richard Marx*)

5. CONCLUSIONS

The results we have had from analyzing verb patterns for single-word lexical verbs from 250 English love songs are:

The most common verb pattern observed is the monotransitive (SV_{Od}). The *Od* element in this kind of pattern is characteristically a noun phrase or a *that*-clause. In addition, *to-V* clause and *wh*-clauses are also relatively common. The second most common verb pattern detected is the intransitive pattern (SV). The popular patterns are relatively common. Unlike the copular *be*, single-lexical verbs have a preference for the SVA, and when used in the SVPs, they prefer taking an adjective phrase to any phrases or clauses. The complex-transitive pattern is typically popular with the SV_{Od}Po pattern in which the *Po* element is related to the object rather than to the subject. The SV_{Od}A pattern is also used to express a locative relationship between the direct object and the adverbial. The least common is the ditransitive verb pattern (SV_{OO}), in which the *Oi* is usually realized by other phrases and a phrase followed with a *that*-clause.

Of all the patterns above, the monotransitive (SV_{Od}) is the favourite pattern in English love songs. This proves that the language of English love songs, apart from its peculiarities, still obey the general norms of English language. In English love songs, this is the main device for the musicians to describe human conditions, as can be seen in 'Love me tender' by Elvis Presley.

Obviously, the SV_{Od} pattern is an indispensable device in English love songs. Of course, its presence in all songs does not mean that it is used most frequently in every song. In the song below, only 4 SV_{Od} are found against 12 SV patterns (the verbs of the SV are in bold form), as manifested in 'My home town' by Paul Anka.

Thus, no song is exclusively for a kind of pattern. So, the same song can be used to teach several patterns.

REFERENCES

1. A. S. Hornby. *A guide to patterns and usage in English*, The English Language Book Society and Oxford University Press, Great Britain, 1954.
2. G. N. Leech, J. Svartvik. *A communicative grammar of English*, Pearson Education Limited, London, 1975.
3. G. N. Leech. *An A-Z of English grammar and usage*, Edward Arnold, London, 1989.
4. R. A. Close. *A reference grammar for students of English*, Longman, London, 1975.
5. H. E. Palmer. *A grammar of English words*, Longman, London, 1993.
6. Biber, Douglas, S. Johansson, G. Leech, S. Conrad, E. Finegan. *Longman grammar of spoken and written English*, Pearson Education Limited, Harlow, 1999.
7. V. B. Phạm. *Ngữ pháp tiếng Anh hiện đại (A modern English grammar)*, Nxb Hải Phòng, Hải Phòng, 1997.
8. V. B. Hà. *Những mẫu câu tiếng Anh (Patterns of English)*, Nxb Thành phố Hồ Chí Minh, Thành phố Hồ Chí Minh, 1998.
9. H. L. Nguyễn. *An outline of Syntax*, Nxb Thành phố Hồ Chí Minh, Thành phố Hồ Chí Minh, 2000.
10. R. M. W. Dixon. *A new approach to English grammar on semantic principles*, Clarendon Press, Oxford, 1992.
11. V. P. Nguyễn, T. Mỹ, V. Thê, N. Bích, T. Ngọc, Q. Diễm, A. Ngọc. *The best song book of all time*, Nxb Trẻ, Thành phố Hồ Chí Minh, 2003.
12. V. P. Nguyễn, V. Thê, T. H. Vũ, T. Ngọc. *World best collection's song book (with musical scores and chords)*, Nxb Trẻ, Thành phố Hồ Chí Minh, 2000.
13. C. Yên. *A collection of unforgettable love songs*, Nxb Trẻ, Thành phố Hồ Chí Minh, 2004.

14. T. Kỳ. *152 ca khúc để đời của Tír quái Beatles*, Nxb ‘Sóng’, Thành phố Hồ Chí Minh, 1973.
15. V. P. Nguyễn, B. Nga, V. Thê, T. Hiền. *The best ABBA collection*, Nxb Trẻ, Thành phố Hồ Chí Minh, 2004.
16. A. Cowie. *Oxford advanced learner’s encyclopedic dictionary*, Oxford University Press, Oxford, 1993.
17. T. T. Đào, M. T. Đỗ, B. Đức. *Thuật ngữ và kỹ hiệu âm nhạc thường dùng*, Nxb Văn hóa, Hà Nội, 1984.
18. T. N. H. Nguyễn, T. C. N. Huỳnh, N. P. T. Bùi. Các mẫu động từ *be, have* và *do* trong các bài hát tiếng Anh về tình yêu, *Tạp chí Ngôn ngữ & Đời sống*, **2020**, 10(303), 90-94.



© 2024 by the authors. This Open Access Article is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

Factors influencing students' personal financial management: a case study of students at Quy Nhon University

Tran Thi Dieu Huong*

Faculty of Finance-Banking and Business Administration, Quy Nhon University, Vietnam

*Received: 25/02/2024; Revised: 21/05/2024;
Accepted: 28/05/2024; Published: 28/08/2024*

ABSTRACT

The purpose of this study is to identify factors affecting students' personal financial management. The research data was collected from 492 students of Quy Nhon University. Research results indicate that financial education in the family, financial knowledge and mindful expenditure style have a positive impact on students' personal financial management. Among them, mindful expenditure style is the most significant factor influencing students' personal financial management. In addition, the research also shows that students' financial management is not influenced by support from friends. In addition, the study also proposes some recommendations to improve personal financial management skills for students.

Keywords: *Personal financial management of students, financial education in the family, financial knowledge, mindful expenditure style, support from friends.*

*Corresponding author:

Email: tranthidieuhuong@qnu.edu.vn

Các nhân tố ảnh hưởng đến quản lý tài chính cá nhân của sinh viên: nghiên cứu trường hợp sinh viên của Trường Đại học Quy Nhơn

Trần Thị Diệu Hương*

Khoa Tài chính – Ngân hàng và Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Quy Nhơn, Việt Nam.

Ngày nhận bài: 25/02/2024; Ngày sửa bài: 21/05/2024;
Ngày nhận đăng: 28/05/2024; Ngày xuất bản: 28/08/2024

TÓM TẮT

Nghiên cứu này nhằm mục đích xác định các yếu tố ảnh hưởng đến quản lý tài chính cá nhân của sinh viên. Thông qua việc thu thập dữ liệu từ 492 sinh viên của Trường Đại học Quy Nhơn, kết quả cho thấy sự giáo dục tài chính trong gia đình, hiểu biết tài chính và phong cách chi tiêu có kiểm soát ảnh hưởng thuận chiều đến việc quản lý tài chính cá nhân của sinh viên. Trong đó, phong cách chi tiêu có kiểm soát là nhân tố ảnh hưởng lớn nhất đến quản lý tài chính cá nhân của sinh viên. Ngoài ra nghiên cứu còn cho thấy quản lý tài chính của sinh viên không bị tác động bởi sự hỗ trợ từ bạn bè. Hơn nữa, nghiên cứu cũng đưa ra một số đề xuất nhằm tăng cường khả năng quản lý tài chính cá nhân cho sinh viên.

Từ khóa: Quản lý tài chính cá nhân của sinh viên, sự giáo dục của gia đình, hiểu biết tài chính, phong cách chi tiêu có kiểm soát, sự hỗ trợ từ bạn bè.

1. GIỚI THIỆU

Hiện nay, xã hội ngày càng phát triển, công nghệ ngày càng hiện đại, nhu cầu con người không ngừng gia tăng, đòi hỏi chúng ta phải chi tiêu nhiều hơn. Vì vậy việc quản lý chi tiêu hàng ngày có vai trò rất quan trọng đối với mỗi người. Nếu chúng ta quản lý tài chính cá nhân (QLTCCN) không tốt sẽ dẫn đến thâm hụt ngân sách, từ đó sẽ ảnh hưởng đến chính bản thân mỗi người và toàn xã hội. Như vậy để giúp nâng cao chất lượng cuộc sống của mỗi cá nhân cũng như góp phần phát triển kinh tế xã hội bền vững, thì mọi người cần tăng cường hiểu biết về QLTCCN.

Việt Nam là quốc gia đang không ngừng phát triển, tuy nhiên trình độ dân trí tài chính còn thấp, đặc biệt là các bạn sinh viên (SV). Đây là nhóm đối tượng thường chưa biết cách kiểm soát

quản lý chi tiêu nên dễ mất cân bằng tài chính, do các bạn bắt đầu rời xa vòng tay cha mẹ để bước vào cánh cửa đại học và đang bước đầu tự quản lý chi tiêu của mình. Dường như sinh viên tại các nước có nền kinh tế đang chuyển đổi như Việt Nam vẫn lúng túng trong quản lý tài chính dẫn đến việc chi tiêu mất kiểm soát, rơi vào khủng hoảng khi phải vật lộn với các khoản vay nợ cũng như không có tích lũy cho tương lai.¹ Chính vì lý do đó, việc nghiên cứu về QLTCCN của SV đang được quan tâm hơn ở Việt Nam²⁻⁴ và một số quốc gia khác.⁵⁻⁷ Như vậy, việc nghiên cứu QLTCCN là cấp thiết và quan trọng đối với mỗi người, đặc biệt là các bạn SV.

Bước vào môi trường đại học, SV cũng bắt đầu tự lập, hòa nhập vào môi trường mới và việc kiểm soát tài chính cũng vì vậy mà quan trọng hơn hẳn. Ngày nay, mặc dù SV Việt Nam

*Tác giả liên hệ chính.

Email: tranthidieuhuong@qnu.edu.vn

đã có một số hiểu biết nhất định về QLTCN, tuy nhiên để hiểu sâu và căn kẽ hơn thì đây vẫn là một câu hỏi khó. Bởi bên cạnh việc hiểu biết về tài chính và sự giáo dục tài chính trong gia đình, thì khi bắt đầu tập tự lập trong môi trường mới, SV có thể bị ảnh hưởng chi phối bởi bạn bè và phong cách chi tiêu thể hiện rõ ràng hơn khi rời xa gia đình, điều này có thể tác động đến việc quản lý chi tiêu của mỗi cá nhân. Vấn đề này hiện nay ở Việt Nam vẫn đang bị bỏ ngỏ, chính vì vậy chủ đề “Các nhân tố ảnh hưởng đến QLTCN của SV: Nghiên cứu trường hợp SV của Trường Đại học Quy Nhơn” cần được làm rõ nhằm giúp SV có những hiểu biết hơn về thói quen chi tiêu của mình sẽ bị tác động bởi những yếu tố nào, dẫn đến việc chi tiêu hợp lý và không hợp lý, từ đó có cách quản lý tài chính tốt hơn.

Nghiên cứu này được thực hiện với mục tiêu xác định các nhân tố ảnh hưởng đến QLTCN của SV, cụ thể là trường hợp SV của Trường Đại học Quy Nhơn (ĐHQN). Để từ đó đưa ra một số khuyến nghị với gia đình, nhà trường và SV nhằm hướng SV đến thói quen chi tiêu có kế hoạch, hợp lý, có ích cho cả gia đình và xã hội.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

2.1. Quản lý tài chính cá nhân

Trong xã hội hiện đại, mỗi cá nhân cũng giống như các doanh nghiệp, họ cũng có các khoản thu nhập, chi tiêu, những cơ hội đầu tư... nhằm thực hiện những mục tiêu riêng cùng với những khó khăn, rủi ro, cơ hội và thách thức có thể đối mặt. Ở các doanh nghiệp, họ có các công cụ tài chính cùng với những nhân viên kế toán tài chính chuyên nghiệp nên việc quản lý chi tiêu, thu nhập, đầu tư thuận lợi hơn. Trong khi đó, đối với cá nhân để có thể quản lý tốt tình hình tài chính thì mỗi người phải tự trang bị cho mình sự hiểu biết cũng như kinh nghiệm trong việc QLTCN.

QLTCN đề cập đến việc quản lý tiền nhằm đảm bảo an ninh tài chính ngắn hạn và dài hạn. Cụ thể, “QLTCN là một tập hợp các hành vi bao gồm quản lý tiền mặt, quản lý tín dụng, lập kế hoạch tài chính, đầu tư, bảo hiểm, lập kế

hoạch nghỉ hưu và lập kế hoạch tài sản”.⁸ Như vậy, QLTCN là việc theo dõi, kiểm tra, kiểm soát chi tiêu, thu nhập, tiết kiệm và đầu tư của mỗi cá nhân nhằm đạt được những kế hoạch đã đề ra, đồng thời tránh khỏi những rủi ro về mất cân bằng tài chính.

2.2. Ý nghĩa của việc QLTCN đối với SV

Ngày nay, việc quản lý tài chính sao cho hiệu quả có ý nghĩa rất lớn với các bạn SV, nhất là những SV đi học xa nhà. Đây là những đối tượng đang dần tập chủ động quản lý chi tiêu của mình mà ít có sự kiểm soát sát sao từ gia đình với nhiều cám dỗ từ bên ngoài.

Nhiều SV thường không nhìn nhận tình hình tài chính của mình, mà chỉ lo đua đòi so sánh mình với người khác.⁷ Điều này là do lối sống hiện tại khiến họ muốn thể hiện với bạn bè, tặng các khoản chi tiêu không hợp lý, cụ thể là phân bổ các khoản tiền đáng lẽ để chi tiêu cho các nhu cầu cơ bản nhưng lại sử dụng để giải trí, dẫn đến việc hết tiền trước kỳ cha mẹ gửi sinh hoạt phí tiếp theo.⁹

Trong thời kỳ kinh tế phát triển mạnh mẽ, nhiều SV không giỏi xác định quy mô ưu tiên của nhu cầu và quản lý tài chính.¹⁰ Nếu ai đó không giỏi quản lý tài chính của mình, thì chi tiêu của anh ta sẽ mất kiểm soát và có thể tự gây hại cho chính mình.⁵ Có thể nói việc QLTCN tốt có ý nghĩa rất quan trọng đối với tất cả mọi người, đặc biệt là các bạn SV. Nó giúp cho SV làm chủ được khoản thu nhập mình đang có, làm chủ được cuộc sống và chủ động hơn trong mọi trường hợp.

2.3. Mô hình nghiên cứu

Khi biết QLTCN tốt sẽ giúp cuộc sống của mỗi cá nhân dần trở nên thoải mái hơn và không bị căng thẳng về mặt tài chính. Để nghiên cứu về QLTCN, các lý thuyết về phát triển con người,¹¹ xã hội của người tiêu dùng¹² và hành vi quy hoạch¹³ đã được sử dụng và xem xét. Một số nghiên cứu đã cho rằng giáo dục tài chính trong gia đình,⁵ hiểu biết về tài chính,¹⁴ bạn bè¹⁵ và phong cách chi tiêu¹⁶ là những nhân tố ảnh hưởng đến QLTCN.

Rosa và Listiadi cho rằng sự giáo dục tài chính trong gia đình sẽ tác động đến QLTCN của SV.⁵ Dạy con cái QLTCN có thể nói là một cách giáo dục thông minh bởi điều này giúp những đứa trẻ hiểu về tiền bạc và sự vất vả, khó nhọc để có được đồng tiền. Đồng thời nó sẽ phát triển các kỹ năng quản lý tài chính, xây dựng ý thức tiết kiệm và sử dụng tiền một cách có trách nhiệm, tránh lãng phí và nợ nần không cần thiết. Những việc này phải được cha mẹ chỉ bảo từ nhỏ để hình thành cho con trẻ những thói quen tốt, giúp tạo dựng nền tảng tài chính tốt trong tương lai. Ngoài ra theo Wulandari và Hakim, giáo dục tài chính trong gia đình có ảnh hưởng tích cực đến QLTCN của SV vì cha mẹ là người thầy đầu tiên trong việc giáo dục hướng dẫn con cái quản lý tiền và là hình mẫu cho chúng.¹⁷ Chính vì vậy nghiên cứu cho rằng giáo dục tài chính trong gia đình có tác động cùng chiều đến việc QLTCN của SV.

Giả thuyết H1. Giáo dục tài chính trong gia đình có ảnh hưởng tích cực trong việc QLTCN của SV.

Hiểu biết về tài chính giúp SV làm chủ trong chi tiêu cũng như dễ dàng giải quyết những vấn đề liên quan đến quyết định tài chính. Hiểu biết tài chính cung cấp kiến thức giúp đánh giá, lựa chọn và đưa các quyết định tài chính thông minh, sáng suốt. Mức độ hiểu biết của một người về tài chính càng tốt thì khả năng QLTCN của họ càng tốt.¹⁸ Do đó, hiểu biết về tài chính có ảnh hưởng tích cực với QLTCN của SV.

Giả thuyết H2. Hiểu biết về tài chính có tác động tích cực trong việc QLTCN của SV.

Một trong những nhân tố đóng vai trò quan trọng trong việc QLTCN là sự hỗ trợ từ

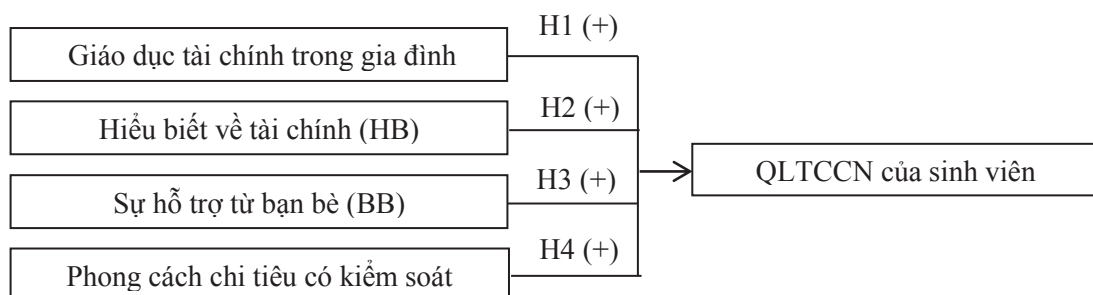
bạn bè.¹⁵ Khi bắt đầu vào môi trường đại học, SV dần tập tữ chủ hơn, đặc biệt là các bạn sống xa gia đình. Lúc này các bạn dành nhiều thời gian hơn cho các bạn cùng lứa tuổi, giao lưu và tiếp xúc nhiều hơn. Điều đó khiến cho SV dễ dàng bị ảnh hưởng tính nết bởi bạn bè.⁵ Nếu có những người bạn tốt, có sự am hiểu về tài chính, có kế hoạch chi tiêu hợp lý giúp bản thân SV nâng cao được khả năng QLTCN của mình đồng thời cũng học hỏi được từ bạn bè những thói quen tốt. Như vậy, sự hỗ trợ từ bạn bè có tác động tích cực đến việc QLTCN của SV.

Giả thuyết H3. Sự hỗ trợ từ bạn bè có mối quan hệ thuận chiều với QLTCN của SV.

Khi quản lý tiền của mình, mọi người đưa ra nhiều quyết định khác nhau, chẳng hạn như liệu số tiền họ có trong tay có nên được chi tiêu sau này hay không, nên tiêu nó vào những thú vui bất thường hay những nhu cầu thiết yếu. Chi tiêu có kiểm soát là phong cách chi tiêu liên quan đến việc hạn chế chi tiêu, kiểm soát chi tiêu hiệu quả hơn. Cụ thể những người theo phong cách chi tiêu này có khả năng tự chủ cao, không nhượng bộ những ham muốn mà thường hạn chế chi tiêu để có thể tiêu tiền trong tương lai vào những việc quan trọng hơn đối với họ, điều này sẽ mang lại cho họ nhiều niềm vui hơn.¹⁹ Do đó, phong cách chi tiêu có kiểm soát quan hệ thuận chiều với QLTCN của SV.

Giả thuyết H4. Phong cách chi tiêu có kiểm soát ảnh hưởng tích cực đến việc QLTCN của SV.

Như vậy, để xác định các nhân tố ảnh hưởng đến QLTCN của SV tại Trường Đại học Quy Nhơn, mô hình nghiên cứu được đề xuất như sau:



Hình 1. Mô hình nghiên cứu.

Nguồn: Tác giả đề xuất

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Để nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến QLTCNN của SV, bảng hỏi đã được thiết kế dựa trên sự kế thừa và phát triển từ các công trình nghiên cứu đi trước. Để hoàn thiện bảng hỏi này, nghiên cứu đã tiến hành xin ý kiến 5 chuyên gia và phỏng vấn thử 15 SV nhằm kiểm tra mức độ rõ ràng của bảng hỏi, cũng như sự phù hợp của các câu hỏi với mô hình nghiên cứu.

Việc thu thập dữ liệu được thực hiện thông qua khảo sát từng sinh viên của Trường Đại học Quy Nhơn với sự hỗ trợ của Google Forms. Danh sách SV khảo sát được chọn ngẫu nhiên với sự trợ giúp của các Fanpage ở Trường. Sau quá trình khảo sát, kết quả cho thấy có tổng cộng 492 phiếu điều tra hợp lệ được thu thập và sử dụng làm dữ liệu cho nghiên cứu.

Để đánh giá thang đo, nghiên cứu tiến hành phân tích hệ số tin cậy Cronbach's alpha và phân tích nhân tố khám phá EFA. Đồng thời thông qua phân tích hồi quy bội để kiểm định các giả thuyết của mô hình về các nhân tố ảnh hưởng đến QLTCNN của SV tại Trường ĐHQN.

4. KẾT QUẢ KIỂM ĐỊNH

4.1. Kiểm định thang đo

Để đảm bảo độ tin cậy của thang đo các nhân

tố ảnh hưởng đến QLTCNN của SV Trường ĐHQN, hệ số tin cậy Cronbach's alpha được xác định. Hầu hết các biến quan sát trong nghiên cứu đều có hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0,3 và hệ số Cronbach's alpha của các thang đo đều vượt qua ngưỡng 0,7. Điều này cho thấy thang đo hiện tại là đáng tin cậy và có tính chất đo lường tốt. Do đó, nó đáp ứng các yêu cầu để tiếp tục phân tích nhân tố khám phá trong nghiên cứu. Tuy nhiên, trong thang đo giáo dục tài chính trong gia đình, hai biến quan sát GD4 và GD5 đã không đáp ứng yêu cầu về hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0,3 và đã bị loại bỏ. Đáng chú ý là, sau khi loại bỏ hai biến này, hệ số Cronbach's alpha của thang đo đã tăng lên.

Trong quá trình phân tích nhân tố khám phá (EFA), nghiên cứu đã sử dụng phương pháp trích hệ số là Principal Component Analysis (PCA) và áp dụng phép xoay Varimax để nhóm các nhân tố lại với nhau. Kết quả tại bảng 1 cho thấy phân tích nhân tố EFA rất thích hợp bởi hệ số KMO bằng 0,867 (lớn hơn 0,5) với mức ý nghĩa sig bằng 0,000 và đã rút trích ra được 4 nhóm nhân tố.

Bảng 1. Kết quả phân tích nhân tố khám phá thang đo các nhân tố ảnh hưởng đến QLTCNN của SV Trường ĐHQN.

Mã hóa	Biến quan sát	Nhân tố			
		1	2	3	4
HB3	Tôi đang tích lũy để đầu tư tài chính	0,819			
HB4	Tôi quan tâm đến các chỉ số lạm phát và mức độ lạm phát	0,781			
HB5	Tôi chia nhỏ các khoản tiền đang có để đầu tư	0,773			
HB1	Tôi hay theo dõi lãi suất tiền gửi tại các ngân hàng	0,734			
HB2	Tôi thường xuyên cập nhật giá cả trên thị trường	0,729			
GD2	Tôi luôn nhìn cách chi tiêu của cha mẹ để học tập		0,823		
GD1	Tôi được cha mẹ hướng dẫn cách sử dụng tiền hợp lý		0,821		
GD3	Cha mẹ giúp tôi hiểu về giá trị của đồng tiền		0,775		
PCCT4	Tôi ít khi có những khoản nợ vào cuối tháng			0,717	
PCCT5	Tôi có quỹ dự phòng cho riêng mình			0,682	
PCCT1	Tôi thường tính toán và suy nghĩ kỹ trước khi quyết định mua những món hàng mà mình thích			0,661	
PCCT2	Tôi thường nhớ chính xác trong ví (túi) có bao nhiêu tiền			0,613	
PCCT3	Tôi thường quan tâm đến hàng giảm giá			0,605	

Mã hóa	Biến quan sát	Nhân tố			
		1	2	3	4
BB2	Tôi luôn nhờ bạn bè tư vấn khi muốn mua một cái gì đó				0,757
BB1	Tôi thích đi mua sắm với bạn bè				0,707
BB4	Phong cách sống của bạn bè có ảnh hưởng đến cách tôi chi tiêu				0,674
BB3	Tôi hay cho bạn bè mượn tiền				0,673
	Eigenvalues	5,492	2,161	1,669	1,116
	Phương sai rút trích (%)	18,998	14,859	14,503	13,042
	Cronbach's alpha	0,856	0,848	0,705	0,753

Nguồn: Kết quả phân tích nhân tố EFA từ số liệu điều tra

Thang đo QLTCN gồm 8 biến quan sát. Sau khi đạt độ tin cậy thông qua kiểm tra bằng Cronbach's alpha, nghiên cứu tiếp tục kiểm định mức độ hội tụ của các biến quan sát. Kết quả tại bảng 2 cho thấy phân tích nhân tố EFA thích

hợp bởi hệ số KMO bằng 0,873 (lớn hơn 0,5) với mức ý nghĩa sig bằng 0,000 và đã trích được 1 nhân tố duy nhất dùng để giải thích thang đo QLTCN của SV là hợp lý.

Bảng 2. Kết quả phân tích nhân tố khám phá thang đo QLTCN của SV.

Mã hóa	Biến quan sát	Nhân tố
		1
QLTC4	Tôi coi trọng rèn luyện thói quen quản lý tiền bạc	0,846
QLTC3	Tôi coi trọng việc kiểm soát chi tiêu mỗi tháng	0,829
QLTC8	Tôi theo dõi các khoản chi tiêu và điều chỉnh nếu cần thiết	0,810
QLTC1	Tôi coi trọng việc lập kế hoạch chi tiêu và tuân thủ kế hoạch đó	0,778
QLTC7	Cách tôi quản lý tiền ở hiện tại có ảnh hưởng đến tương lai của tôi	0,693
QLTC6	Tôi cân nhắc các sự lựa chọn khác nhau khi mua hàng trả góp	0,677
QLTC2	Tôi coi trọng việc thiết lập các mục tiêu tài chính trung hạn (3 - 5 năm)	0,669
QLTC5	Tôi luôn ghi chép lại các khoản thu, chi của mình	0,637
	Eigenvalues	4,455
	Phương sai rút trích (%)	55,688

Nguồn: Kết quả phân tích nhân tố EFA từ số liệu điều tra

4.2. Phân tích hồi quy tuyến tính bội

Hầu hết hệ số tương quan giữa biến QLTCN và các biến khác trong ma trận tương quan đều vượt

qua ngưỡng 0,5, chỉ trừ biến bạn bè (BB) có hệ số tương quan là 0,28.

Bảng 3. Tóm tắt kết quả mô hình hồi quy tương quan bội.

Mô hình	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy đã chuẩn hóa	Giá trị t	Mức ý nghĩa	Đa cộng tuyến		
	B	Độ lệch chuẩn	Beta			Độ chấp nhận	VIF	
Hằng số	0,448	0,132		3,398	0,001			
GD	0,184	0,030	0,211	6,148	0,000	0,672	1,488	
HB	0,255	0,026	0,311	9,786	0,000	0,784	1,276	
BB	-0,026	0,028	-0,028	-0,911	0,363	0,840	1,190	
PCCT	0,476	0,035	0,475	13,579	0,000	0,645	1,550	
R ² điều chỉnh = 0,612		Giá trị kiểm định F = 194,601			Mức ý nghĩa = 0,000			

Biến phụ thuộc: QLTC

Từ bảng 3, chúng ta có thể thấy giá trị kiểm định F là 194,601 với mức ý nghĩa rất nhỏ (sig. = 0,000). Điều này chứng tỏ rằng mô hình hồi quy tuyến tính bội là phù hợp với tập dữ liệu và có thể được sử dụng. Hơn nữa, do hệ số VIF nhỏ (dưới 2), cho thấy không có hiện tượng đa cộng tuyến nên các biến độc lập không có mối quan hệ chặt chẽ với nhau. Sự tương thích của mô hình với biến quan sát được thể hiện bởi hệ số R² điều chỉnh, có giá trị là 0,612. Điều này cho thấy mô hình có khả năng giải thích khoảng 61,2% sự biến thiên của biến phụ thuộc QLTC (QLTCCN của SV) bằng các biến độc lập có trong mô hình. Đây là một tỷ lệ tương đối cao, ngụ ý rằng mô hình có khả năng khá tốt trong việc dự đoán và giải thích biến phụ thuộc dựa trên 3 biến độc lập.

Dựa trên kết quả hồi quy ở bảng 3, hàm hồi quy về các nhân tố ảnh hưởng đến QLTCCN của SV có dạng như sau:

$$QLTC = 0,211GD + 0,311HB + 0,475PCCT$$

Từ phương trình trên, ta có thể thấy rằng mỗi yếu tố trong mô hình hồi quy đều có tác động tỷ lệ thuận đến QLTCCN của SV. Điều này được biểu diễn bởi các hệ số beta chuẩn hóa, mà tất cả đều là dương. Trong đó có 3 thành phần đo lường các nhân tố đều có ảnh hưởng đáng kể đến việc QLTCCN của SV (với mức ý nghĩa sig

Nguồn: Kết quả phân tích hồi quy từ số liệu điều tra

dưới 0,05). Tuy nhiên, biến sự hỗ trợ từ bạn bè (BB) không có ảnh hưởng đến QLTCCN của SV vì không có ý nghĩa thống kê.

5. KẾT LUẬN

Kết quả nghiên cứu xác định có 3 nhân tố ảnh hưởng đến QLTCCN của SV Trường ĐHQN là giáo dục tài chính trong gia đình, hiểu biết về tài chính và phong cách chi tiêu có kiểm soát. Trong đó nhân tố phong cách chi tiêu có kiểm soát được xác định có ảnh hưởng lớn nhất đến QLTCCN của SV, với hệ số beta chuẩn hóa là 0,475, cao nhất so với các nhân tố còn lại (hiểu biết tài chính và giáo dục tài chính trong gia đình). Mặt khác, kết quả cho biết sự hỗ trợ từ bạn bè không ảnh hưởng đến việc QLTCCN của SV. Tức việc QLTCCN của SV không bị ảnh hưởng từ bạn bè mà bởi chính bản thân mỗi SV.

Phong cách chi tiêu có kiểm soát của mỗi SV ảnh hưởng lớn nhất đến việc QLTCCN của họ. Hay nói cách khác chính bản tính chi tiêu này giúp cho SV QLTCCN tốt và hiệu quả hơn. Họ biết cách kiểm soát tính toán các khoản chi tiêu nào là cần thiết và quan trọng với họ, đồng thời không bị cám dỗ với những ham muốn nhất thời, từ đó giúp cho họ QLTCCN tốt và thiết lập được các mục tiêu tài chính trong tương lai. Ngược lại nếu SV không làm chủ được mình, chi tiêu

không có kiểm soát và kế hoạch hợp lý thì sẽ khó mà chi tiêu đủ và không có dư để tiết kiệm.

Bên cạnh đó, sự hiểu biết về tài chính cũng có tác động đáng kể đến QLTCN của SV. SV có hiểu biết về tài chính tốt sẽ biết cách thức quản lý tài chính của mình tốt hơn. Trình độ hiểu biết tài chính của một người càng cao họ sẽ càng giỏi hơn trong việc đưa ra quyết định về tài chính của mình. Kiến thức tài chính mà SV ở trường đại học hoặc từ các môi trường khác có được sẽ vô thức có tác động đến QLTCN của SV.

Hơn nữa, việc giáo dục tài chính trong gia đình là rất cần thiết vì nó ảnh hưởng đến việc QLTCN của SV. Những cá nhân có cách quản lý tài chính tốt đều bắt nguồn từ cách giáo dục tài chính trong gia đình họ. Nếu một người được giáo dục tài chính từ gia đình, họ sẽ có xu hướng khôn ngoan trong việc quản lý tài chính của mình.

Khi bước vào môi trường đại học, sinh viên cũng bắt đầu tự lập và hòa nhập vào môi trường mới. Vì vậy, việc kiểm soát tài chính trở nên cực kỳ quan trọng và cần thiết hơn bao giờ hết. Do đó, để hướng SV đến thói quen chi tiêu có kế hoạch, vừa lành mạnh, hợp lý mà lại có ích cho cả gia đình và xã hội thì trọng trách đầu tiên là từ gia đình. Vai trò của gia đình trong việc giáo dục quản lý tài chính cho con em là vô cùng quan trọng và có tầm ảnh hưởng lớn. Cha mẹ nên cho con hiểu giá trị của đồng tiền và tập cho chúng các thói quen tốt, tự lập trong việc quản lý tài chính khi chúng còn nhỏ. Bên cạnh đó, nhà trường là một nhân tố đóng vai trò quan trọng không kém tới việc hình thành nên thói quen tốt trong việc QLTCN của mỗi SV. Bởi vì sau gia đình thì phần lớn thời gian còn lại của SV đều ở trường, tiếp xúc với bạn bè và thầy cô, chính vì thế mà nhà trường cần đưa ra các biện pháp tạo điều kiện cho SV tham gia các lớp học cơ bản về quản lý tài chính. Ngoài ra, nhà trường có mở thể các câu lạc bộ về quản lý tài chính, tại đây các SV có thể giao lưu chia sẻ với nhau về các cách quản lý tiền hiệu quả cùng lúc đó

nhà trường có thể mở các môn học về đầu tư tài chính, QLTCN cho tất cả SV mọi ngành thay vì chỉ những ngành kinh tế như hiện nay. Cùng lúc đó nhà trường có thể mời các chuyên gia về tài chính để hỗ trợ tư vấn cho các SV khi đi học xa gia đình. Chính vì thế mà SV cần chủ động hơn trong việc lắng nghe, tiếp thu học hỏi các bài học tài chính từ cha mẹ, nhà trường và thầy cô, trang bị tốt kiến thức giúp SV tránh được thói quen không tốt trong việc quản lý tài chính. Và điều quan trọng nhất đó là bản thân của mỗi SV cần có ý thức trong việc quản lý tài chính của mình, tích cực tham gia các khóa học, các câu lạc bộ hay các cuộc thi về quản lý tài chính để trau dồi kinh nghiệm cho bản thân. Đặc biệt SV cần phải thường xuyên học hỏi, tập cho mình thói quen lập kế hoạch, đưa ra các mục tiêu về tài chính. Việc này giúp cho mỗi SV hoàn thành được mục tiêu trong học tập và cuộc sống của mình.

Tuy nhiên hạn chế của nghiên cứu là chưa đưa các biến như khu vực sống, giới tính, khối ngành đang theo học... vào mô hình nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến QLTCN của SV. Đây có thể là gợi mở thú vị cho nghiên cứu tiếp theo.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Đ. T. T. Vân, N. Đ. Tuệ. *Quản lý tài chính cá nhân và khởi nghiệp*, Nxb Khoa học Kỹ thuật, Hà Nội, 2018.
- L. L. Hậu, L. T. Nghiêm, N. L. T. Anh. Các nhân tố ảnh hưởng đến kỹ năng quản lý ngân quỹ cá nhân của sinh viên Trường Đại học Cần Thơ, *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, **2019**, 55, 127-134.
- T. T. Hằng, N. T. T. Thủy, H. T. P. Thảo, T. H. Thu, H. N. Q. Trang, B. T. Việt. Các nhân tố tác động đến kỹ năng QLTCN của sinh viên Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội, *Tạp chí Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương*, **2022**, 88-90.
- T. T. M. Ly, N. P. My, L. T. T. Thảo, T. V. Phong. Các nhân tố ảnh hưởng đến kỹ năng quản lý tài chính của sinh viên, *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, **2023**, 102-105.

5. I. Rosa, A. Listiadi. Pengaruh literasi keuangan, pendidikan keuangan di keluarga, teman sebaya, dan kontrol diri terhadap manajemen keuangan pribadi, *Jurnal Manajemen*, **2020**, *12*(2), 244-252.
6. M. Z. Dewi, A. Listiadi. Pengaruh status sosial ekonomi, pendidikan pengelolaan keuangan keluarga dan literasi keuangan terhadap manajemen keuangan pribadi siswa akuntansi SMK, *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, **2021**, *3*(6), 3544-3552.
7. S. I. Salsabilla, N. Tubastuvi, P. Purnadi, M. N. Innayah. Factors affecting personal financial management, *Jurnal Manajemen Bisnis*, **2022**, *13*(1), 168-184.
8. N. A. Dowling, T. Corney, L. Hoiles. Financial management practices and money attitudes as determinants of financial problems and dissatisfaction in young male Australian workers, *Journal of Financial Counseling and Planning*, **2009**, *20*(2), 5-13.
9. M. N. Farida, Y. Soesatyo, T. S. Aji. Influence of financial literacy and use of financial technology on financial satisfaction through financial behavior, *International Journal of Education and Literacy Studies*, **2021**, *9*(1), 86-95.
10. N. P. L. Ernawatiningsih. Analisis determinan terhadap manajemen keuangan mahasiswa program studi akuntansi di perguruan tinggi swasta kota denpasar, *Jurnal Bakti Saraswati: Media Publikasi Penelitian dan Penerapan Ipteks*, **2018**, *7*(1), 77-87.
11. J. J. Arnett. Emerging adulthood: a theory of development from the late teens through the twenties, *American Psychologist*, **2000**, *55*(5), 469-480.
12. G. P. Moschis. *Consumer socialization: a life-cycle perspective*, Lexington Books, Maryland, 1987.
13. I. Ajzen. The theory of planned behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, **1991**, *50*(2), 179-211.
14. A. N. Yushita. Pentingnya literasi keuangan bagi pengelolaan keuangan pribadi, *Nominal, Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, **2017**, *6*(1), 11-26.
15. I. Nuryana, A. Wicaksono. Pengaruh sikap keuangan, teman sebaya, dan kecerdasan spiritual melalui kontrol diri terhadap perilaku pengelolaan keuangan, *Economic Education Analysis Journal*, **2020**, *9*(3), 940-958.
16. R. Aulianingrum, R. Rochmawati. Pengaruh literasi keuangan, status sosial ekonomi orang tua, dan gaya hidup terhadap pengelolaan keuangan pribadi siswa, *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*, **2021**, *15*(2), 198-206.
17. W. Wulandari, L. Hakim. Pengaruh love of money, pendidikan keuangan di keluarga, hasil belajar manajemen keuangan, dan teman sebaya terhadap manajemen keuangan pribadi mahasiswa, *Jurnal Pendidikan Akuntansi*, **2016**, *4*(3), 1-8.
18. L. S. Hariani, E. Andayani. Manajemen keuangan pribadi: literasi ekonomi, literasi keuangan, dan kecerdasan spiritual, *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, **2020**, *15*(3), 162-170.
19. D. Maison. What shapes spending styles: demographics, income or individual psychological traits?, *Journal of Insurance, Financial Markets and Consumer Protection*, **2018**, *29*, 3-26



© 2024 by the authors. This Open Access Article is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

MỤC LỤC

1.	Nghiên cứu mối quan hệ cấu trúc tuyến tính của dịch vụ thuyết minh du lịch lên hình ảnh điểm đến và ý định quay trở lại điểm đến của du khách: nghiên cứu tại Bình Định và Phú Yên Phạm Trần Trúc Viên	5
2.	Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến công bố thông tin kế toán môi trường tại các doanh nghiệp thủy điện Việt Nam Trần Thu Vân, Lê Trần Hạnh Phương, Lê Nữ Như Ngọc	25
3.	Nhận thức của giáo viên THPT về hoạt động phản hồi lỗi trong bài viết tiếng Anh Nguyễn Thị Thu Hiền, Nguyễn Thị Thuý Kiều	37
4.	Sự tham gia của người dân vào quá trình thực thi chính sách công của chính quyền địa phương ở Việt Nam Nguyễn Tuấn Anh, Nguyễn Trung Kiên	53
5.	Tác động của công bố thông tin tiêu thụ nước đến giá trị doanh nghiệp: tình huống nghiên cứu trong ngành thực phẩm Việt Nam Phạm Thị Thuý Hằng, Nguyễn Minh Thư, Nguyễn Thị Minh Ánh, Nguyễn Thị Thanh Hằng, Lê Đỗ Thành Công, Trương Đức Thành Đạt	63
6.	Xây dựng nội dung học phần Giáo dục thể chất cho sinh viên sức khỏe yếu Trường Đại học Quy Nhơn Nguyễn Sỹ Đức, Bùi Văn Kiên, Nguyễn Ngọc Châu	75
7.	Tương đồng và khác biệt giới tính trong chiến lược phân nản của khách hàng người Anh - Mĩ trong lĩnh vực du lịch và khách sạn Trương Văn Định, Bùi Thị Ngọc Trâm, Nguyễn Tố Liên	83
8.	Nghiên cứu tác động của vốn xã hội đến khả năng có việc làm của sinh viên mới tốt nghiệp Khoa Kinh tế và Kế toán Trường Đại học Quy Nhơn Sử Thị Thu Hằng, Nguyễn Phúc Nhân, Lê Anh Kiệt, Lê Thị Lợi, Lê Thị Lưu, Bùi Thị Y Ngọc	101
9.	Yếu tố tác động tới chuyên đổi số - vai trò của năng lực động Nguyễn Đăng Tuệ	113
10.	Đặc điểm cú pháp của các mẫu động từ đơn trong các bản tình ca tiếng Anh Nguyễn Thị Ngọc Hường, Huỳnh Thị Cẩm Nhung	127
11.	Các nhân tố ảnh hưởng đến quản lý tài chính cá nhân của sinh viên: nghiên cứu trường hợp sinh viên của Trường Đại học Quy Nhơn Trần Thị Diệu Hường	145

