

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN VẬN DỤNG KẾ TOÁN QUẢN TRỊ CHIẾN LƯỢC
TẠI CÁC DOANH NGHIỆP MAY TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH HUNG YÊN
*Factors Affecting the Application of Strategic Management Accounting
at Garment Enterprises in Hung Yen Province*

Đào Thị Thanh^{1,*}

Tóm tắt:

Nghiên cứu này nhằm xác định các nhân tố ảnh hưởng đến việc vận dụng kế toán quản trị chiến lược tại các doanh nghiệp May trên địa bàn tỉnh Hưng Yên. Đề xuất mô hình các nhân tố ảnh hưởng cụ thể tại các doanh nghiệp này. Đo lường mức độ tác động của các nhân tố đến việc vận dụng kế toán quản trị chiến lược tại các doanh nghiệp May trên địa bàn tỉnh Hưng Yên. Bằng phương pháp nghiên cứu định tính kết hợp định lượng theo mô hình nhân tố khám phá (EFA). Kết quả nghiên cứu cho thấy có sáu nhân tố có ảnh hưởng tích cực đến vận dụng kế toán quản trị chiến lược tại các công ty này theo thứ tự giảm dần của mức độ tác động như sau: Phân cấp quản lý, mức độ tham gia của kế toán, chiến lược kinh doanh, trình độ công nghệ, sự không chắc chắn của môi trường kinh doanh và mức độ cạnh tranh.

Từ khóa: Doanh nghiệp May, Nhân tố ảnh hưởng, Kế toán quản trị chiến lược, Tỉnh Hưng Yên.

Abstract:

This paper aims to identify factors affecting the application of strategic management accounting at Garment enterprises in Hung Yen province. Propose a model of specific influencing factors at these enterprises. Measure the level of impact of factors on the application of strategic management accounting at Garment enterprises in Hung Yen

Article history:

Received: 20/8/2024

Accepted: 20/9/2024

Published: 01/10/2024

Authors' affiliations:

¹ Trường Đại học Sư phạm kỹ thuật Hưng Yên, Hưng Yên, Việt Nam

* Địa chỉ e-mail tác giả liên hệ:

thanhtanh2404@gmail.com

* Số điện thoại tác giả liên hệ: +84 989948333

province. Using qualitative research methods combined with quantitative research according to the exploratory factor model (EFA). The research results show that there are six factors that have a positive impact on the application of strategic management accounting at these companies in descending order of impact level as follows: Management decentralization, level of accountant participation, Business strategy, Technology level, perceived environment uncertainty and level of competition.

Keywords: Garment enterprises, Influencing factors, Strategic management accounting, Hung Yen province.

I. MỞ ĐẦU

Nghiên cứu về kế toán quản trị chiến lược (SMA), các kỹ thuật kế toán quản trị chiến lược (SMAT), vận dụng SMA, các nhân tố ảnh hưởng đến vận dụng SMA và tác động của vận dụng SMA đến thành quả hoạt động (TQHĐ) của doanh nghiệp (DN) đã được nhiều tác giả trong và ngoài nước thực hiện. Nghiên cứu về SMA đầu tiên được Simmond (1981) [1] đưa ra xuất phát từ khung chiến lược của Porter nhằm cung cấp và phân tích dữ liệu KTQT của chính DN và đối thủ cạnh tranh, giúp DN phát triển và giám sát chiến lược kinh doanh. Kể từ đó nhiều nghiên cứu liên quan đến SMA đã được thực hiện, điển hình được kể đến như Shank (1989) [2], Bromwich (1990) [3], và Yazdifar (2003) [4]. Các nghiên cứu nêu bật vai trò ngày càng cần thiết của thông tin kế toán trong quá trình quản trị chiến lược, giúp tạo ra và duy trì lợi thế cạnh tranh. Tình hình biến động và cạnh tranh khốc liệt hiện nay của môi trường kinh doanh (MTKD) đặt ra yêu cầu cấp bách của các nhà quản trị trong việc duy trì và phát triển DN bền vững. Điều này đòi hỏi các DN phải có chiến lược kinh doanh phù hợp để có thể thích ứng với những thay đổi của MTKD. Từ khâu hoạch định chiến lược, thực thi chiến lược

đến khâu đánh giá chiến lược đều rất cần thiết các thông tin về nội bộ DN cũng như các thông tin bên ngoài DN, không chỉ về thông tin tài chính mà còn cần phải có các thông tin phi tài chính. Chức năng của kế toán quản trị (KTQT) truyền thống mới chỉ cung cấp thông tin cho các vấn đề ngắn hạn. Thông tin kế toán phục vụ cho quản trị chiến lược là bước phát triển chức năng của kế toán quản trị, phục vụ cho mục tiêu dài hạn.

Hung Yên có vị trí địa lý thuận lợi, có 2 khu công nghiệp lớn về Dệt may, là nơi tạo ra nhiều sản phẩm may mặc chất lượng cho thị trường nội địa và cho xuất khẩu. Các doanh nghiệp May đóng vai trò ngày càng quan trọng, đóng góp lớn vào ngân sách của tỉnh, tạo nhiều công ăn việc làm cho người lao động. Tuy nhiên, các doanh nghiệp May trên địa bàn chủ yếu theo phương thức CTM (Cut - Make - Trim) vẫn là chủ yếu (chiếm 65%), hàng FOB mới chiếm 25%, ODM và OBM chỉ đạt 10%, nguồn nguyên liệu phụ thuộc nhiều vào khách hàng. Vì thế, hiệu quả sản xuất các DN May còn thấp và giá trị tăng thêm của hàng May xuất khẩu chỉ rơi vào khoảng 25%. Bên cạnh đó, chi phí về lao động đã từng được coi là lợi thế của Việt Nam nói chung đã dần bị mất đi trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng. Điều này càng gia tăng áp lực cạnh tranh cho các DN May Việt Nam nói chung, DN May trên địa bàn tỉnh Hưng Yên nói riêng. Các DN cần phải có chiến lược phát triển thích ứng với môi trường kinh doanh biến đổi không ngừng. Hệ thống thông tin do SMA cung cấp được coi là hữu hiệu phục vụ cho nhà quản trị ra quyết định chiến lược và kiểm soát, đánh giá hiệu quả của việc thực hiện chiến lược. Để nâng cao nhận thức vai trò, tầm quan trọng của việc vận dụng SMA và giúp đẩy nhanh tiến trình vận dụng, cần có nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng đến việc vận dụng SMA tại các DN này.

II. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU VỀ CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN VẬN DỤNG KẾ TOÁN QUẢN TRỊ CHIẾN LƯỢC

Nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng đến việc vận dụng SMA cũng được nhiều tác giả đề cập. Khởi đầu từ việc nhận thấy DN cần tập trung vào khách hàng, phân tích hiệu quả hoạt động của khách hàng, từ đó cần hiểu rõ và tạo ra giá trị gia tăng cho khách hàng. Các nghiên cứu tiếp theo chỉ

ra những thay đổi, bất ổn của môi trường là vấn đề DN luôn phải theo dõi để đưa ra những quyết sách phù hợp. Từ đó đòi hỏi hệ thống kiểm soát và các kỹ thuật KTQT phức tạp hơn là cần thiết. Cravens và Guilding (2001) [5] trong nghiên cứu thực nghiệm về việc áp dụng các SMAT đã nhấn mạnh 8 yếu tố trong chiến lược cạnh tranh bao gồm việc nghiên cứu và phát triển chất lượng sản phẩm; công nghệ sản phẩm, phạm vi của sản phẩm, chất lượng của dịch vụ, giá cả, mức chi tiêu cho quảng cáo và sự bao quát của thị trường là những yếu tố thúc đẩy các DN áp dụng các SMAT.

Nghiên cứu của Cadez & Guiding (2008) [6], khám phá mối tương quan thuận chiều giữa việc kế toán viên có tham gia vào quá trình đưa ra quyết định quản trị với việc vận dụng SMA.

Kết quả nghiên cứu khám phá nhân tố mới được phát triển không những về chiều rộng mà còn về chiều sâu, bên cạnh các mô hình nghiên cứu nhiều nhân tố của một số tác giả [6]-[10]. Các nghiên cứu của Cravens và Guilding (2001) [5], Lachmann và cộng sự (2013) [11] là những nghiên cứu tập trung khai thác chiều sâu của một nhân tố, ví dụ khai thác nhiều quan điểm khác nhau của nhân tố chiến lược trong kinh doanh hay những khía cạnh khác nhau của một nhân tố như nghiên cứu tám khía cạnh trong chiến lược cạnh tranh, đặc điểm cấu trúc DN (quy mô, hình thức sở hữu vốn và tính pháp lý và đặc điểm của quản trị DN để xác định những khía cạnh mâu chốt trong mỗi nhân tố đó có ảnh hưởng chi tiết như thế nào đến việc vận dụng SMA.

Nghiên cứu về các nhân tố tác động đến việc vận dụng các SMA ở Việt Nam, mở đầu là nghiên cứu của Đoàn Ngọc Phi Anh (2012) [12], tác giả đã có kết luận rằng sự cạnh tranh và phân cấp trong quản lý là hai nhân tố có tác động cùng chiều đến việc vận dụng SMA ở Việt Nam.

Bùi Thị Trúc Quy (2020) [13] đã công bố trong luận án tiến sĩ của mình, các nhân tố ảnh hưởng tới vận dụng SMA bao gồm: Mức độ cạnh tranh; Quy mô công ty; Trình độ công nghệ; Xây dựng chiến lược kinh doanh và Kế toán tham gia vào việc ra QĐCL có ảnh hưởng đến việc vận dụng SMA tại các DN sản xuất ở khu vực Đông Nam Bộ, tuy nhiên nhân tố phân cấp quản lý thì không thấy được mối liên hệ này.

Lê Thị Mỹ Nương (2020) [14] đã tổng hợp và công bố sáu nhân tố bao gồm: cơ cấu tổ chức, văn hóa công ty, trình độ nhân viên, công nghệ và

nhận thức về thị trường kinh doanh và chiến lược kinh doanh đều tác động trực tiếp đến vận dụng SMA.

Nghiên cứu của tác giả Trần Thị Phương Lan (2023) [15] đưa ra 7 nhân tố ảnh hưởng đến vận dụng kế toán quản trị chiến lược và TQHD của DN. Các nhân tố ảnh hưởng đến việc vận dụng SMA bao gồm: Mức độ cạnh tranh, cảm nhận về tính không chắc chắn của môi trường (PEU), cấu trúc sở hữu, chiến lược kinh doanh, định hướng thị trường, cơ cấu tổ chức và CNTT. Kết quả nghiên cứu cho thấy các nhân tố có tác động trực tiếp, thuận chiều đến vận dụng SMAT.

Đỗ Thị Thu Thảo (2023) [16], nghiên cứu các nhân tố tác động đến việc vận dụng SMA và ảnh hưởng đến TQHD của các DN niêm yết tại Việt Nam. Kết quả nghiên cứu có 7 nhân tố bao gồm: Quy mô DN, định hướng chiến lược, sử dụng CNTT, sự tham gia của nhân viên vào quá trình ra quyết định, trình độ kế toán viên, cường độ cạnh tranh và nhận thức về sự không chắc chắn của MTKD.

Những nghiên cứu trong lĩnh vực, ngành đặc thù cho thấy sự khác biệt về đối tượng, phạm vi cũng như nguồn thu thập dữ liệu ở mỗi nghiên cứu sẽ gắn với góc nhìn, kết quả khác nhau. Đây chính là tiền đề để xác lập các điểm mới và tính đặc thù nghiên cứu ở mỗi ngành nghề kinh doanh về SMA cũng như các nhân tố ảnh hưởng đến việc vận dụng SMA.

III. LÝ THUYẾT NỀN VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

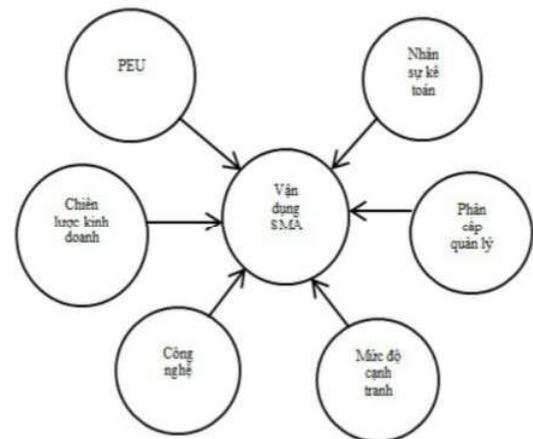
Căn cứ vào lý thuyết dự phòng và lý thuyết đại diện để xây dựng mô hình nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng đến vận dụng SMA. Nội dung lý thuyết và vận dụng lý thuyết trong nghiên cứu này như sau:

- *Lý thuyết dự phòng*: Lý thuyết dự phòng được sử dụng để nghiên cứu SMA trong mối quan hệ tương tác với môi trường hoạt động của doanh nghiệp. Theo lý thuyết này thì thành quả hoạt động của tổ chức phụ thuộc vào nền tảng của tổ chức đó. Nền tảng ở đây được hiểu là khả năng ứng phó với sự không chắc chắn của môi trường kinh doanh (PEU). Lý thuyết phù hợp giữa cơ cấu tổ chức và các biến theo ngữ cảnh được gọi chung là lý thuyết dự phòng. Lý thuyết dự phòng được vận dụng trong nghiên cứu này để giải thích sự tác động của nhân tố trình độ công nghệ (CN) và chiến lược kinh doanh (CLKD), PEU và mức độ

cạnh tranh (CT) đến vận dụng SMA ở các DN May trên địa bàn tỉnh Hưng Yên.

- *Lý thuyết đại diện*: Lý thuyết đại diện khẳng định rằng do không có thông tin đầy đủ và bất cân xứng thông tin giữa bên ủy quyền và bên được ủy quyền nên sẽ phát sinh xung đột về lợi ích. Vì vậy, để hạn chế xung đột thì cần có sự phân cấp quản lý, đảm bảo lợi ích cân bằng giữa bên ủy quyền và bên được ủy quyền. Lý thuyết đại diện được các nhà quản lý sử dụng để xây dựng hệ thống kế toán quản trị chiến lược cho từng đơn vị, bộ phận phù hợp với cấu trúc tổ chức của doanh nghiệp. Để xây dựng hệ thống kế toán quản trị chiến lược phù hợp nhằm nâng cao kết quả hoạt động của từng bộ phận, đảm bảo lợi ích của nhà đầu tư và các cổ đông thì cần thiết quan tâm đến tính cân đối của thông tin. Vì vậy, thông qua lý thuyết đại diện, nghiên cứu đã hình thành ý tưởng về tác động của nhân tố phân cấp quản lý (PCQL) và mức độ tham gia của kế toán (KT) vào việc ra quyết định chiến lược đến vận dụng kế toán quản trị chiến lược ở các DN may trên địa bàn tỉnh Hưng Yên.

Trên cơ sở đó tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như sau:



Hình 1. Mô hình nghiên cứu

IV. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Áp dụng phương pháp nghiên cứu định tính, nghiên cứu được thực hiện dựa trên dữ liệu sơ cấp, được thu thập thông qua hình thức khảo sát trực tuyến bằng phiếu điều tra thiết kế trên google form. Phiếu điều tra được thiết kế gồm câu hỏi đóng và mở, sử dụng thang đo Likert 5 mức độ (từ 1 tương ứng với mức độ Rất thấp cho đến 5 tương ứng với mức độ Rất tốt) để thu thập ý kiến đánh giá của đối tượng được khảo sát đối với các biến trong mô hình nghiên cứu. Tổng số 110 DN

May trên địa bàn tỉnh Hưng Yên được lựa chọn theo phương thức thuận tiện để thực hiện khảo sát. Tuy nhiên, chỉ thu được 103 phiếu có đầy đủ thông tin và đảm bảo yêu cầu để đưa vào phân tích. Đây cũng được coi là số lượng mẫu đảm bảo cho việc phân tích nhân tố và phân tích hồi quy.

Áp dụng phương pháp nghiên cứu định lượng, dữ liệu thu thập được tổng hợp và xử lý trên Excel và SPSS 20. Kỹ thuật thống kê mô tả được sử dụng để mô tả đặc điểm mẫu điều tra và thực trạng vận dụng SMA tại các DN được khảo sát. Kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố khám phá EFA được sử dụng để kiểm định mức độ ảnh hưởng của các biến độc lập đến biến phụ thuộc trong mô hình nghiên cứu.

Phương trình hồi quy có dạng sau:

$$Y = \beta_0 + \beta_i \times X_i + \varepsilon \quad (1)$$

Trong đó:

Y: Biến phụ thuộc, đại diện cho việc vận dụng SMA

β_0 : Hằng số

X_i : Biến độc lập được kỳ vọng có ảnh hưởng đến việc lựa chọn SMA của các doanh nghiệp May trên địa bàn tỉnh Hưng Yên. Các biến độc lập bao gồm: PEU, chiến lược kinh doanh, công nghệ, mức độ cạnh tranh, phân cấp quản lý và quy mô DN.

β_i : Hệ số tương quan giữa biến độc lập và biến phụ thuộc, thể hiện mức độ ảnh hưởng của các biến độc lập lên biến phụ thuộc trong mô hình.

ε : sai số (chênh lệch giữa giá trị thực tế với giá trị dự báo).

V. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

Kiểm định thang đo và mối tương quan giữa biến tổng và các biến quan sát về vận dụng SMA trong mô hình, xác định các biến quan sát có ý nghĩa. Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha cho thấy hệ số Cronbach's Alpha của các biến đều lớn hơn 0,6, điều này cho thấy các biến độc lập trong mô hình nghiên cứu đều đảm bảo độ tin cậy. Đồng thời hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát trong từng nhân tố đều lớn hơn 0,3, hệ số Cronbach's Alpha của các biến quan sát không vượt quá hệ số Cronbach's Alpha của biến độc lập. Như vậy các biến trong mô hình nghiên cứu đều đảm bảo độ tin cậy.

Hệ số KMO và kiểm định Bartlett dùng để phân tích về độ phù hợp của nhân tố trong mô hình nghiên cứu. Kết quả trong bảng 2 cho thấy hệ số

KMO = 0,712 thỏa mãn điều kiện $0,5 < KMO < 1$, điều này chứng tỏ dữ liệu dùng để phân tích nhân tố là hoàn toàn phù hợp. Đồng thời kiểm định Bartlett có Sig = 0,000 < 0,5, chứng tỏ các biến quan sát có tương quan tuyến tính trong mỗi nhân tố và mô hình nghiên cứu phù hợp với nhân tố đề ra.

Kết quả phân tích hồi quy bội

Tác giả sử dụng mô hình hồi quy tuyến tính bội theo phương pháp bình phương bé nhất với sự hỗ trợ của phần mềm SPSS 20 để nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng của mỗi biến giải thích. Mô hình hồi quy tuyến tính được sử dụng để kiểm định các giả thuyết được đặt ra ở trên.

$$VD = \beta_0 + \beta_1 \times PEU + \beta_2 \times KT + \beta_3 \times CLKD + \beta_4 \times CT + \beta_5 \times CN + \beta_6 \times PCQL + \varepsilon$$

Theo dữ liệu trong bảng 3 ta thấy giá trị R bình phương là 0,735 cho thấy các biến độc lập đưa vào phân tích hồi quy giải thích được 73,5% sự biến thiên của biến phụ thuộc, còn lại 26,5% là do các biến ngoài mô hình và sai số ngẫu nhiên.

Từ kết quả phân tích hồi quy, ta thấy các biến độc lập PEU, KT, CLKD, CT, CN, PCQL là có ý nghĩa thống kê với giá trị Sig. < 0,05. Các biến trong mô hình được đo lường bởi các đơn vị khác nhau nên hệ số Beta là hệ số đã được chuẩn hóa. Mô hình các nhân tố ảnh hưởng được biểu diễn dưới dạng phương trình hồi quy chuẩn hóa như sau:

$$VD = 0,136 + 0,225 \times PEU + 0,351 \times KT + 0,261 \times CLKD + 0,183 \times CT + 0,232 \times CN + 0,368 \times PCQL$$

Như vậy sau khi sử dụng các công cụ kiểm định Cronbach's Alpha, EFA, phân tích hồi quy, nghiên cứu đã xác định được 6 nhân tố tác động đến vận dụng SMA trong các DN May trên địa bàn tỉnh Hưng Yên lần lượt theo thứ tự như sau:

Nhân tố "*Phân cấp quản lý*" có tác động mạnh nhất đến việc áp dụng SMA. Như vậy khi phân cấp quản lý càng tối ưu sẽ thúc đẩy việc áp dụng có hiệu quả SMA.

Nhân tố "*Mức độ tham gia của kế toán*" có tác động mạnh thứ hai đến việc áp dụng SMA. Kế toán viên cần thiết tham gia vào quá trình quản trị chiến lược để mang lại hiệu quả quản trị tối ưu.

Nhân tố "*Chiến lược kinh doanh*" có tác động cùng chiều đến việc áp dụng SMA. Để xây dựng chiến lược kinh doanh hiệu quả, nhà quản lý doanh nghiệp cần thu thập nhiều thông tin quan trọng và phù hợp. Chính lúc này, vận dụng SMA

sẽ giúp kế toán có thể đưa ra thông tin cần thiết, đáp ứng nhu cầu nhà quản lý. Vì vậy đẩy nhanh quá trình vận dụng SMA là cần thiết và xây dựng chiến lược kinh doanh càng chi tiết, khoa học, hợp lý thì quá trình ứng dụng các SMAT vào thực tiễn càng thuận lợi hơn.

Nhân tố “*Công nghệ*” có tác động đến việc vận dụng SMA. Điều này hoàn toàn phù hợp với thời đại cách mạng công nghiệp 4.0 hiện nay. Theo đó DN có trình độ công nghệ càng cao thì càng thuận lợi và vận dụng SMA hiệu quả.

Nhân tố “*Cảm nhận về tính không chắc chắn của môi trường*” có tác động thuận chiều đến việc vận dụng SMA. Việc vận dụng hiệu quả SMA cần thiết phải xem xét đến các yếu tố mà DN khó có thể điều tiết trực tiếp từ môi trường như: Thông tin về thị trường, nhà cung cấp, tồn thất khi quyết định không phù hợp...

Nhân tố “*Mức độ cạnh tranh*” cũng là nhân tố có tác động đến vận dụng SMA tại các DN May trên địa bàn tỉnh Hưng Yên. Quan tâm đến mức

độ cạnh tranh của DN về giá cả, chất lượng, kênh phân phối sản phẩm... khi xem xét áp dụng SMA vào thực tiễn là điều cần thiết phải thực hiện.

VI. KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ

Áp dụng kết hợp phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng, nghiên cứu đã phân tích, đánh giá và đo lường mức độ ảnh hưởng của các nhân tố ảnh hưởng đến vận dụng SMA, đó là: (1) sự không chắc chắn của môi trường kinh doanh, (2) mức độ tham gia của kế toán, (3) chiến lược kinh doanh, (4) mức độ cạnh tranh, (5) trình độ công nghệ, (6) phân cấp quản lý.

Kết quả nghiên cứu đã phản ánh khái quát về các nhân tố ảnh hưởng đến việc vận dụng SMA tại các DN May trên địa bàn tỉnh Hưng Yên. Để các DN này có thể vận dụng hiệu quả SMA, tác giả đề xuất một số khuyến nghị sau:

Bảng 1. Phân tích độ tin cậy của thang đo Cronbach's Alpha

Ký hiệu	Biến	Tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha
<i>PEU (Cronbach's Alpha = 0,709)</i>			
PEU1	Mức độ SP/dịch vụ mới được đưa ra thị trường	0,641	0,729
PEU2	Sự thay đổi của môi trường pháp lý	0,658	0,672
PEU3	Khả năng phán đoán về thị hiếu, sở thích của khách hàng	0,691	0,695
<i>KT (Cronbach's Alpha =0,689)</i>			
KT1	Nhận thức của kế toán viên về mục tiêu cung cấp thông tin	0,426	0,578
KT2	Sự phù hợp với trình độ chuyên môn của kế toán viên	0,441	0,652
KT3	Mức độ đóng góp xây dựng chiến lược của kế toán viên	0,507	0,672
<i>CLKD(Cronbach's Alpha =0,612)</i>			
CLKD1	CLKD được xây dựng phù hợp với mục tiêu của DN	0,324	0,678
CLKD2	CLKD được xây dựng thích ứng với biến động của MTKD	0,343	0,596
CLKD3	CLKD được phân tích cụ thể trước khi áp dụng	0,403	0,596
<i>CT(Cronbach's Alpha =0,624)</i>			
CT1	Cạnh tranh về nguyên liệu, hàng hóa nhập	0,488	0,671
CT2	Cạnh tranh về giá	0,506	0,580
CT3	Cạnh tranh về chất lượng sản phẩm	0,416	0,609
CT4	Cạnh tranh về kênh phân phối	0,421	0,629
<i>CN(Cronbach's Alpha =0,606)</i>			
CN1	Mức độ sử dụng công nghệ ở hệ thống kế toán	0,546	0,658
CN2	Mức độ chú trọng đầu tư phát triển công nghệ	0,597	0,434
<i>PCQL(Cronbach's Alpha =0,632)</i>			
PCQL1	Chỉ lãnh đạo mới là người đưa ra các quyết định quan trọng	0,397	0,582
PCQL1	Bất kỳ quyết định quan trọng nào của nhân viên đều phải được lãnh đạo chấp thuận	0,360	0,429
PCQL1	Nhân viên có thể tự ra quyết định nếu được phân quyền	0,308	0,493
<i>Vận dụng SMA (Cronbach's Alpha =0,648)</i>			
VD1	Nhận thức về tầm quan trọng của việc vận dụng SMA	0,576	0,521
VD2	Mức độ sẵn sàng khi DN vận dụng SMA	0,553	0,443
VD3	Khó khăn khi vận dụng SMA	0,443	0,591

Bảng 2. Kết quả kiểm định KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) và kiểm định Bartlett

Kaiser - Meyer - Olkin Measure of sampling Adequacy.		0,712
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1028,269
	Df	90
	Sig.	0,000

Bảng 3. Kiểm định mức độ phù hợp của mô hình hồi quy

Model	R	R Squared	Adjusted R Squared	Std. Error of the Estimate	Durbin -Watson
1	0,756 ^a	0,735	0,689	0,43157	1,911

Thứ nhất, DN May tại Hưng Yên cần xây dựng chiến lược kinh doanh nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của DN, đặc biệt trong bối cảnh toàn cầu luôn biến động như hiện nay. Kết quả nghiên cứu cho thấy, sự cạnh tranh của thị trường về nguyên liệu, nhân lực, bán hàng và phân phối, về chất lượng sản phẩm, về sự đa dạng của sản phẩm, về giá cả, về dây chuyền công nghệ sản xuất đã có tác động thúc đẩy và khuyến khích các DN vận dụng nhiều hơn SMA. Theo đó, các nhà quản trị của các DN nhận thức được tầm quan trọng của

việc nâng cao năng lực cạnh tranh để hoạch định những chiến lược kinh doanh phù hợp trong từng giai đoạn phát triển của DN. Đồng thời là cơ sở để các DN xây dựng chiến lược liên kết tạo chuỗi giá trị, tạo thế mạnh của ngành May trong toàn tỉnh.

Thứ hai, các DN cần chú trọng và tăng cường hơn nữa việc kế toán tham gia vào việc ra quyết định chiến lược, thực thi chiến lược và giám sát chiến lược của đơn vị. Có chính sách hỗ trợ nhân viên kế toán tham gia các khóa bồi dưỡng của các hiệp hội nghề nghiệp có uy tín để cập nhật và ứng dụng những kỹ thuật SMA hiện đại, phù hợp với mô hình hoạt động của từng DN.

Thứ ba, Doanh nghiệp May tại Hưng Yên cải thiện mức độ về phân cấp quản lý, tăng cường sự minh bạch, rõ ràng về quy trình trách nhiệm để nâng cao chất lượng thông tin phục vụ cho quá trình quản trị chiến lược.

Bảng 4. Tóm tắt kết quả mô hình hồi quy

Model	Unstandardized		Standardized	T= B/Std	Sig.	Collinearity Statistics	
	Coefficients		Coefficients			Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
(Constant)	0,136	0,272		0,500	0,001		
PEU	0,225	0,072	0,241	3,125	0,000	0,679	1,240
KT	0,351	0,069	0,332	5,087	0,000	0,648	1,225
CLKD	0,261	0,068	0,203	3,838	0,012	0,569	1,493
CT	0,183	0,071	0,162	2,577	0,012	0,798	1,051
CN	0,232	0,073	0,209	3,178	0,032	0,712	1,274
PCQL	0,368	0,067	0,291	5,493	0,025	0,561	1,293

Thứ tư, các DN cần quan tâm hơn nữa việc ứng dụng CNTT trong hoạt động sản xuất kinh doanh cũng như hệ thống công nghệ thông tin phục vụ quản lý của đơn vị. Chú trọng vấn đề ứng dụng công nghệ, tăng cường cập nhật và ứng dụng những công nghệ hiện đại để gia tăng năng suất hoạt động, tăng hiệu quả làm việc. SMA hỗ trợ trực tiếp bằng việc lập dự toán về vốn, chi phí, thông tin về các bên liên quan để việc đầu tư, ứng dụng công nghệ hiệu quả. DN cần đầu tư để có một hệ thống thông tin hiệu quả phải đủ khả năng thu thập, xử lý, lưu trữ dữ liệu, giúp các nhà quản trị đưa ra quyết định chính xác và kịp thời.

LỜI CẢM ƠN

Nghiên cứu này được tài trợ bởi Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Hưng Yên trong đề tài mã số UTEHY.L.2024.28.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Simmonds K (1981), “Strategic management accounting”, *Manag Account*, vol. 59, no. 4, p. 26.
- [2] Shank, J.K. (1989), “Strategic cost management new wine or ju”, *Management Accounting Research*, vol. 1, p. 47.

- [3] Bromwich M (1990), “The case for strategic management accounting: the role of accounting information for strategy in competitive markets”, *Account Organ Soc*, vol. 15, p. 27.
- [4] Yazdifar, H. (2003), “Management accounting in the twenty-first-century firm: a strategic view”, *Strategic Change*, vol. 12, no. 2, p. 109.
- [5] Cravens, K.S. & Guilding, C. (2001), “An empirical study of the application of strategic management accounting techniques”, *Advances in Management Accounting*, vol. 10, no. 1, P. 95.
- [6] Cadez S & Guilding C (2008), “An exploratory investigation of an integrated contingency model of strategic management accounting”, *Account Organ Soc*, vol. 33, p. 836.
- [7] Pavlatos O (2015), “An empirical investigation of strategic management accounting in hotels”, *Int J Contemp Hosp Manag*, vol. 27, no. 5, p. 756.
- [8] Turner, M. J., Way, S. A., Hodari, D., & Witteman, W. (2017), “Hotel property performance: The role of strategic management accounting”, *International Journal of Hospitality Management*, vol. 63, May 2017, p. 33.
- [9] Kalkhouran, A. A. N., Nedaei, B. H. N., & Rasid, S. Z. A. (2017), “The indirect effect of strategic management accounting in the relationship between CEO characteristics and their networking activities, and company performance”, *Journal of Accounting & Organizational Change*, vol. 13, no. 4, p. 471.
- [10] Marten, P. U. Y. O., Sutrisno, T., Rahman, A. F., & Saraswati, E. (2022), “Environmental Uncertainty: Typology Of Strategy And Strategic Management Accounting Techniques On Company Performance”, *International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Science*, vol. 3, no 2, p. 489.
- [11] Lachmann, M., Knauer, T., & Trapp, R. (2013), “Strategic management accounting practices in hospitals: Empirical evidence on their dissemination under competitive market environment”, *Journal of Accounting and Organizational Change*, vol. 9, no. 3, p. 336
- [12] Anh, Đ. N. P. (2012), “Nghiên cứu nhân tố ảnh hưởng đến việc vận dụng Kế toán quản trị chiến lược trong các doanh nghiệp Việt Nam”, *Phát triển kinh tế*, no. 264, p. 9
- [13] Bùi Thị Trúc Quy (2020), *Các nhân tố ảnh hưởng đến việc áp dụng KTQTCL và sự tác động đến thành quả hoạt động tại các doanh nghiệp sản xuất – Nghiên cứu ở khu vực Đông Nam Bộ - Việt Nam*, Luận án tiến sĩ, Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.
- [14] Lê Thị Mỹ Nương (2021), *Các nhân tố ảnh hưởng đến việc thực hiện KTQTCL và sự tác động đến thành quả hoạt động tại các doanh nghiệp sản xuất Việt Nam*, Luận án tiến sĩ, Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.
- [15] Trần Thị Phương Lan (2023), *Các nhân tố tác động đến vận dụng kỹ thuật KTQTCL và thành quả hoạt động tại các DN Việt Nam*, Luận án tiến sĩ, Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.
- [16] Đỗ Thị Thu Thảo (2022), “Các nhân tố ảnh hưởng đến vận dụng SMA tại doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam” *Journal of Science and Technology - IUH*, vol. 58, no. 4, p. 68.