



**Tạp chí Khoa học và Kinh tế Phát triển
Trường Đại học Nam Cần Thơ**

Website: jsde.nctu.edu.vn



Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn phần mềm kế toán của các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Thành phố Cần Thơ

Huỳnh Thị Cẩm Thơ^{1*}, Cao Thị Sen¹, Đinh Công Hiến¹, Phan Ngọc Bảo Anh¹, Thái Thị Bích Trân¹

¹Trường Đại học Tây Đô

*Người chịu trách nhiệm bài viết: Huỳnh Thị Cẩm Thơ (email: htctho@tdu.edu.vn)

Ngày nhận bài: 1/12/2024

Ngày phản biện: 25/12/2024

Ngày duyệt đăng: 10/1/2025

Title: Factors affecting the decision to choose accounting software for small and medium enterprises in Can Tho City

Keywords: accounting software, Can Tho City, regression analysis, small and medium-sized enterprises

Từ khóa: doanh nghiệp nhỏ và vừa, phần mềm kế toán, phân tích hồi quy, thành phố Cần Thơ

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the factors that influence small and medium-sized enterprises (SMEs) in Can Tho City when selecting accounting software (AS). Data was collected through direct surveys of 148 directors, deputy directors, and chief accountants from various companies. Analytical methods used included descriptive statistics, Cronbach's Alpha test, exploratory factor analysis (EFA), and multiple regression analysis. The research findings indicate that important factors in the decision to use AS include software features, user requirements, software costs, supplier reliability, after-sales service, and supplier support for business operations. Based on the research results, several managerial implications were proposed to assist accounting software companies in understanding the needs and preferences of their customers and developing appropriate business strategies.

TÓM TẮT

Nghiên cứu này nhằm phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định của doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) tại Thành phố Cần Thơ khi lựa chọn sử dụng phần mềm kế toán (PMKT). Chúng tôi đã thu thập dữ liệu thông qua khảo sát trực tiếp 148 Giám đốc, phó giám đốc và Kế toán trưởng của các doanh nghiệp. Các phương pháp phân tích sử dụng bao gồm thống kê mô tả, kiểm định Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá (EFA) và phân tích hồi quy đa biến. Kết quả nghiên cứu cho thấy, những nhân tố quan trọng trong quyết định sử dụng PMKT bao gồm: tính năng của phần mềm, yêu cầu của người sử dụng, giá phí của phần mềm, tính tin cậy của nhà cung cấp (NCC), khả năng hỗ trợ doanh nghiệp từ NCC và dịch vụ sau bán hàng. Dựa vào kết quả nghiên cứu, một số hàm ý quản trị được đề xuất nhằm hỗ trợ cho các công ty phần mềm kế toán nắm bắt được nhu cầu và thị hiếu của khách hàng, từ đó xây dựng chiến lược kinh doanh phù hợp.

1. GIỚI THIỆU

Trong bối cảnh nền kinh tế phát triển, việc sử dụng phần mềm kế toán (PMKT) đã trở nên ngày càng cần thiết để hỗ trợ quản lý doanh nghiệp, đặc biệt trong bộ phận kế toán với yêu cầu chính xác cao về dữ liệu. Ngoài ra, bộ phận kế toán cũng đóng vai trò quan trọng trong sự điều hành và kiểm soát tổng thể của doanh nghiệp, ảnh hưởng đáng kể đến các bộ phận khác. Vì vậy, kế toán cần cung cấp thông tin kịp thời, trung thực, đáng tin cậy và phù hợp với yêu cầu và mong muốn của doanh nghiệp. Vì lẽ đó, các doanh nghiệp chưa sử dụng PMKT dần chuyển hướng sử dụng trong tương lai, trong khi các doanh nghiệp đã sử dụng có thể phát sinh nhu cầu sử dụng phần mềm mới.

Việc lựa chọn PMKT phù hợp trở thành một quyết định quan trọng đối với doanh nghiệp. PMKT được lựa chọn phải đáp ứng một cách tốt nhất nhu cầu hiện tại và có thể linh hoạt thích ứng với các nhu cầu sử dụng trong tương lai của doanh nghiệp. Do đó, việc tìm hiểu, đánh giá và lựa chọn phần mềm phù hợp là một thách thức đối với các doanh nghiệp, đặc biệt là Doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV). Sự đa dạng của thị trường phần mềm, các nhà cung cấp, phiên bản và tiêu chí lựa chọn kèm theo yêu cầu đa dạng của khách hàng đã tạo ra một quá trình ra quyết định phức tạp đối với các doanh nghiệp (Jadhav & Sonar, 2009) [4]. Một câu hỏi thường được đặt ra là lựa chọn sản phẩm của nhà cung cấp (NCC) nào là phù hợp nhất với doanh nghiệp và làm cách nào để chọn một gói PMKT phù hợp với đặc thù của doanh nghiệp. Đây chính là lý do tại sao chúng tôi nghiên cứu đề tài “Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn PMKT của các DNNVV tại Thành phố Cần Thơ”. Dựa trên kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả đề xuất một số hàm ý quản trị nhằm hỗ trợ các công ty phần mềm kế toán nắm

bắt được nhu cầu, sở thích của khách hàng, từ đó xây dựng chiến lược kinh doanh phù hợp.

2. PHƯƠNG TIỆN VÀ PHƯƠNG PHÁP

Nghiên cứu này sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện phi xác suất. Theo Tabachnich & Fidell (1996) (trích bởi Nguyễn Đình Thọ, 2011) [5], để phân tích hồi quy bội một cách tốt nhất, cỡ mẫu tối thiểu cần đạt được tính bằng công thức $n \geq 50 + 8m$ (m: số biến độc lập). Vì nghiên cứu này gồm 6 biến độc lập, cỡ mẫu tối thiểu được tính là $50 + 8 \times 6 = 98$. Để đảm bảo tính đại diện của kết quả nghiên cứu, đề tài đã chọn cỡ mẫu phỏng vấn là 200. Tuy nhiên, chỉ có 148 phiếu khảo sát hợp lệ được thu thập và sử dụng cho phân tích.

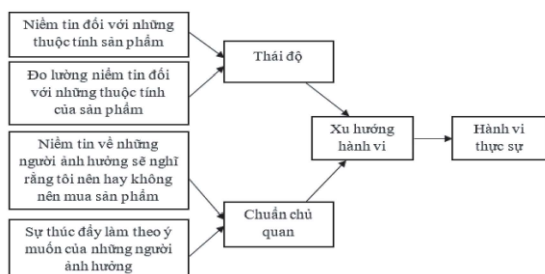
Các phương pháp nghiên cứu được sử dụng là thống kê mô tả, kiểm định độ tin cậy thang đo Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA và hồi quy đa biến.

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1 Cơ sở lý thuyết

3.1.1 Thuyết hành động hợp lý TRA

Thuyết hành động hợp lý TRA (Theory of Reasoned Action) là một mô hình đã được xây dựng từ năm 1967 bởi Ajzen & Fishbein, và đã trải qua điều chỉnh và mở rộng theo thời gian. Mô hình TRA (Fishbein & Ajzen, 1975) [3] cho thấy rằng xu hướng tiêu dùng là yếu tố dự đoán tốt nhất về hành vi tiêu dùng. Để tăng cường sự quan tâm đến các yếu tố đóng góp vào xu hướng mua, hai yếu tố quan trọng cần được xem xét, đó là thái độ và chuẩn chủ quan của khách hàng (sự tác động của người khác cũng dẫn tới thái độ của họ).



Hình 1. Thuyết hành động hợp lý TRA

(Nguồn: Fishbein & Ajzen, 1975)

Trong mô hình TRA, thái độ được đo bằng cách đánh giá ý thức về các thuộc tính của sản phẩm. Người tiêu dùng sẽ chú ý đến những thuộc tính mang lại lợi ích cần thiết và đánh giá mức độ quan trọng khác nhau cho từng thuộc tính. Dựa vào trọng số của các thuộc tính này, ta có thể dự đoán gần đúng quyết định mua sắm của người tiêu dùng.

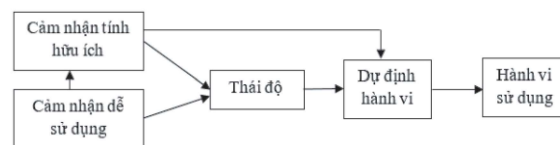
Yếu tố chuẩn chủ quan có thể được đo thông qua người có quan hệ với người tiêu dùng (như gia đình, bạn bè, đồng nghiệp, ...) và sự thiện cảm hoặc không thiện cảm khi người đó mua hàng. Mức độ ảnh hưởng của yếu tố chuẩn chủ quan đến xu hướng mua của người tiêu dùng phụ thuộc vào hai yếu tố: (1) mức độ đồng ý hoặc phản đối việc mua của người tiêu dùng và (2) động cơ của người tiêu dùng để tuân theo mong muốn của những người có ảnh hưởng.

Trong mô hình thuyết hành động hợp lý TRA thì niềm tin của mỗi cá nhân về các thuộc tính của sản phẩm hay tính tin cậy vào thương hiệu của NCC sẽ ảnh hưởng đến thái độ hướng tới hành vi. Thái độ hướng tới hành vi sẽ ảnh hưởng đến xu hướng mua sản phẩm. Do đó thái độ sẽ giải thích được lý do dẫn đến xu hướng ứng dụng PMKT của doanh nghiệp.

3.1.2 Mô hình chấp nhận công nghệ (TAM)

Dựa trên lý thuyết về hành động hợp lý (TRA), Davis (1986) đã phát triển mô hình chấp nhận công nghệ (Technology Acceptance Model –TAM), tập trung vào việc nghiên cứu và dự đoán sự chấp nhận và sử dụng công nghệ [2].

Theo mô hình này, sự chấp nhận và sử dụng công nghệ phụ thuộc vào hai yếu tố chính: thái độ sử dụng (nhận thức về lợi ích) và thái độ dễ sử dụng (nhận thức về đơn giản, tiện lợi). Nếu người dùng tin tưởng và cho rằng công nghệ sẽ mang lại lợi ích và dễ sử dụng, họ sẽ có xu hướng chấp nhận và sử dụng công nghệ đó. Mô hình TAM đã trở thành một công cụ quan trọng để hiểu và dự đoán hành vi sử dụng công nghệ trong nhiều hoàn cảnh khác nhau. Như vậy, khi người sử dụng nhận thức được sự hữu ích, hiệu quả từ các thuộc tính của hệ thống PMKT mang lại giúp nâng cao kết quả công việc. Bên cạnh đó, thuộc tính dễ dàng sử dụng thì sẽ thúc đẩy thái độ hướng tới cách sử dụng (niềm tin vào thuộc tính sản phẩm phần mềm và tính tin cậy NCC). Thái độ hướng tới sử dụng sẽ ảnh hưởng đến ý định sử dụng PMKT.



Hình 2. Mô hình chấp nhận công nghệ (TAM)

(Nguồn: Davis, 1986)

3.2 Mô hình nghiên cứu

Chúng tôi đã kết hợp lý thuyết hành động hợp lý (TRA), mô hình chấp nhận công nghệ (TAM) và những kết quả nghiên cứu từ các tác giả trước đây để đề xuất một mô hình nghiên cứu gồm 6 nhân tố như sau:

- Yêu cầu của người sử dụng: là điều kiện mà người sử dụng đưa ra để lựa chọn PMKT như các tiêu chí, chức năng, và tính năng mà họ mong muốn phần mềm cung cấp để đáp ứng nhu cầu kế toán và quản lý tài chính của họ (Abu Musa, 2005; Huy et al., 2019) [1],[8].

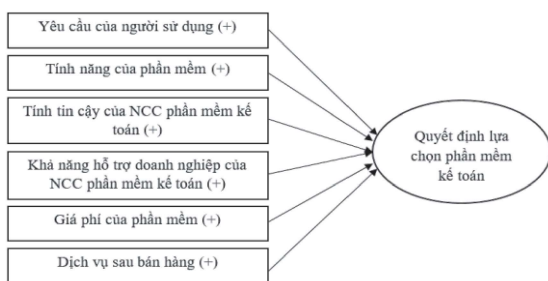
- Tính năng của phần mềm: Là những đặc điểm về khả năng của phần mềm như tính linh hoạt, tính bảo mật và an toàn dữ liệu, tính tin cậy, ngôn ngữ lập trình hay tính năng web, ... (Abu Musa, 2005) [1].

- Tính tin cậy của nhà cung cấp phần mềm kế toán: Là khả năng tin tưởng vào nhà cung cấp phần mềm bao gồm sự tin tưởng vào danh tiếng của nhà cung cấp, nhà cung cấp có các sản phẩm phần mềm phổ biến trên thị trường... (Jadhav, R. Sonar, 2009; Huy et al., 2019) [4],[8].

- Khả năng hỗ trợ doanh nghiệp của nhà cung cấp phần mềm kế toán: Là sự tư vấn, hỗ trợ doanh nghiệp các phiên bản phần mềm dùng thử miễn phí; hỗ trợ bảo trì và nâng cấp; hướng dẫn cách sử dụng; tổ chức các khóa đào tạo, huấn luyện cho người dùng mới... (Jadhav, R. Sonar, 2009; Huy et al., 2019; Nam & Hải, 2020; Nhị et al., 2014) [4],[6],[8].

- Giá phí của phần mềm: Là toàn bộ chi phí doanh nghiệp bỏ ra để sử dụng phần mềm kế toán bao gồm giá phần mềm, chi phí cài đặt, chi phí đào tạo, chi phí tài liệu hướng dẫn sử dụng, ... (Parry et al., 2010; Huy et al., 2019) [7],[8].

- Dịch vụ sau bán hàng: Là các hoạt động của nhà cung cấp phần mềm đối với khách hàng sau bán hàng bao gồm dịch vụ tư vấn, bảo hành, bảo trì, hỗ trợ người dùng... (Parry et al., 2010) [7].



Hình 3. Mô hình nghiên cứu đề xuất

(Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp và đề xuất, 2024)

Theo đó, nhóm tác giả đưa ra giả thuyết nghiên cứu, cụ thể như sau:

- Giả thuyết H1: Yêu cầu của người sử dụng có mối quan hệ tỷ lệ thuận (+) với quyết định lựa chọn PMKT.

- Giả thuyết H2: Tính năng của phần mềm có mối quan hệ tỷ lệ thuận (+) với quyết định lựa chọn PMKT.

- Giả thuyết H3: Tính tin cậy NCC PMKT có mối quan hệ tỷ lệ thuận (+) với quyết định lựa chọn PMKT.

- Giả thuyết H4: Khả năng hỗ trợ doanh nghiệp của NCC PMKT có mối quan hệ tỷ lệ thuận (+) với quyết định lựa chọn PMKT.

- Giả thuyết H5: Giá phí của phần mềm có mối quan hệ tỷ lệ thuận (+) với quyết định lựa chọn PMKT.

- Giả thuyết H6: Dịch vụ sau bán hàng có mối quan hệ tỷ lệ thuận (+) với quyết định lựa chọn PMKT.

Mô hình nghiên cứu đề xuất được sử dụng để kiểm định các giả thuyết được đặt ra ở trên có dạng:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1YC_i + \beta_2TN_i + \beta_3TC_i + \beta_4HT_i + \beta_5GP_i + \beta_6DV_i + u_i$$

Trong đó:

Y: Quyết định lựa chọn PMKT

β_0 : là hệ số chặn

$\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_6$: là hệ số hồi quy riêng phần

YC: Yêu cầu của người sử dụng

TN: Tính năng của phần mềm

TC: Tính tin cậy của NCC PMKT

HT: Khả năng hỗ trợ doanh nghiệp của NCC PMKT

GP: Giá phí của phần mềm

DV: Dịch vụ sau bán hàng

u_i : Sai số ngẫu nhiên

3.3 Kiểm định độ tin cậy của thang đo

Bảng 1. Kết quả kiểm định thang đo

Biến quan sát	Hệ số tương quan biến - tổng	Hệ số Cronbach's Alpha nếu loại bỏ biến	Cronbach's Alpha
Yêu cầu của người sử dụng			
YC1	0,655	0,761	0,817
YC2	0,580	0,796	

YC3	0,656	0,760	
YC4	0,658	0,760	
Tính năng của phần mềm			
TN1	0,715	0,701	
TN2	0,628	0,727	
TN3	0,703	0,707	0,784
TN4	0,614	0,733	
TN5	0,610	0,747	
Tính tin cậy của NCC PMKT			
TC2	0,548	0,524	
TC3	0,444	0,598	
TC4	0,588	0,496	
Khả năng hỗ trợ doanh nghiệp của NCC PMKT			
HT1	0,585	0,663	
HT2	0,473	0,724	0,746
HT3	0,637	0,629	
HT4	0,471	0,725	
Giá phí của PMKT			
GP1	0,440	0,576	
GP2	0,424	0,587	0,649
GP3	0,521	0,521	
GP4	0,349	0,639	
Dịch vụ sau bán hàng			
DV1	0,460	0,597	
DV2	0,503	0,582	0,669
DV3	0,490	0,575	
DV4	0,373	0,652	
Quyết định lựa chọn PMKT			
LC1	0,661	0,780	
LC2	0,573	0,819	0,828
LC3	0,690	0,767	
LC4	0,698	0,764	

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát, 2024

3.4 Phân tích nhân tố khám phá (Exploratory Factor Analysis, EFA)

Phân tích nhân tố cho các nhân tố độc lập: Kết quả phân tích nhân tố được thể hiện trong Bảng 3 cho thấy, chỉ số KMO của các biến độc lập là

0,741 > 0,5 điều này chứng tỏ dữ liệu dùng để phân tích nhân tố là hoàn toàn thích hợp. Hệ số chi bình phương của kiểm định Bartlett's đạt 1197,000 với mức ý nghĩa Sig = 0,000 < 0,05 cho thấy dữ liệu dùng để phân tích EFA là hoàn toàn phù hợp và các biến quan sát có tương quan với nhau trong tổng thể.

Phân tích nhân tố cho nhân tố phụ thuộc: Tương tự như phân tích nhân tố cho các biến độc lập, chúng tôi thực hiện phân tích nhân tố khám phá cho biến phụ thuộc theo phương pháp trích yếu tố Principal component với phép xoay Varimax. Kết quả phân tích thể hiện ở Bảng 2.

Kết quả phân tích đã diễn đạt qua Bảng 2 cho thấy chỉ số KMO là 0,806 > 0,5 nên phân tích nhân tố là hoàn toàn thích hợp. Hệ số chi bình phương của kiểm định Bartlett đạt 210,693 với mức ý nghĩa Sig = 0,000 < 0,05 chứng tỏ các biến quan sát có tương quan với nhau trong tổng thể. Eigenvalue = 2,643 > 1 đại diện cho phần biến thiên được giải thích bởi mỗi nhân tố, thì nhân tố rút trích ra có ý nghĩa tóm tắt thông tin tốt nhất. Tổng phương sai trích đạt 66,069 % > 50% cho thấy thang đo “Quyết định lựa chọn PMKT” đạt giá trị hội tụ.

Bảng 2. Kết quả phân tích EFA cho biến phụ thuộc

TT	Biến quan sát	Quyết định lựa chọn PMKT
1	LC4	0,844
2	LC3	0,839
3	LC1	0,818
4	LC2	0,747

(Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát, 2024)

Bảng 3. Kết quả phân tích EFA cho các biến độc lập

Khái niệm	Quan sát	Hệ số tải nhân tố					
		1	2	3	4	5	6
Tính tin cậy của NCC PMKT	TN3	0,841					
	TN2	0,814					
	TN1	0,798					
	TN4	0,788					
	TN5	0,622					
Môi trường kiểm soát	YC4		0,816				
	YC3		0,773				
	YC1		0,772				
	YC2		0,726				
Thông tin truyền thông	HT3			0,812			
	HT1			0,780			
	HT2			0,702			
	HT4			0,672			
Hoạt động kiểm soát	DV2				0,765		
	DV3				0,745		
	DV1				0,682		
	DV4				0,623		
Đánh giá rủi ro	GP3					0,753	
	GP2					0,708	
	GP1					0,666	
	GP4					0,613	
Tính tin cậy của NCC PMKT	TC4						0,860
	TC2						0,831
	TC3						0,709
Hệ số Eigenvalue		4,704	2,428	2,197	1,925	1,841	1,621
Phương sai trích (%)		19,601	10,115	9,152	8,021	7,671	6,755
Tổng phương sai trích %							61,315

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát, 2024

Kết quả phân tích EFA cho thấy, các biến độc lập và biến phụ thuộc trong mô hình đều đạt giá trị hội tụ và giá trị phân biệt chấp nhận được, dữ liệu của nghiên cứu thích hợp với phương pháp phân tích EFA. Kết quả rút trích được 06 nhân tố gồm 24 biến quan sát từ mô hình. Các nhân tố rút trích được cho thấy không thay đổi so với mô hình nghiên cứu đề xuất ban đầu.

Sự tác động của các nhân tố đến sự lựa chọn PMKT như sau:

- Tính năng của phần mềm có tác động cùng chiều và mạnh nhất đến quyết định lựa chọn PMKT. Cụ thể, trong điều kiện các yếu tố khác

không đổi, nếu tính năng phần mềm tăng lên 1 đơn vị thì quyết định lựa chọn PMKT sẽ tăng 0,401 đơn vị. Kết quả nghiên cứu này phù hợp với nghiên cứu của Abu Musa (2005) [1].

- Yêu cầu của người sử dụng có tác động cùng chiều đến quyết định lựa chọn PMKT. Cụ thể, trong điều kiện các yếu tố khác không đổi, nếu yêu cầu của người sử dụng tăng lên 1 đơn vị thì quyết định lựa chọn PMKT sẽ tăng 0,244 đơn vị. Kết quả nghiên cứu này phù hợp với nghiên cứu của Abu Musa (2005) và Huy et al. (2019) [1],[8].

- Giá phí của phần mềm có tác động cùng chiều đến quyết định lựa chọn PMKT. Cụ thể,

trong điều kiện các yếu tố khác không đổi, nếu giá phí của phần mềm tăng lên 1 đơn vị thì quyết định lựa chọn PMKT sẽ tăng 0,162 đơn vị. Kết quả nghiên cứu này phù hợp với nghiên cứu của Parry et al. (2010) và Huy et al. (2019) [7],[8].

- Tính tin cậy của NCC PMKT có tác động cùng chiều đến quyết định lựa chọn PMKT. Cụ thể, trong điều kiện các yếu tố khác không đổi, nếu tính tin cậy của NCC PMKT tăng lên 1 đơn vị thì quyết định lựa chọn PMKT sẽ tăng 0,147 đơn vị. Kết quả nghiên cứu này phù hợp với nghiên cứu của Jadhav & Sonar (2009), Huy et al. (2019) [8].

- Khả năng hỗ trợ doanh nghiệp của NCC PMKT có tác động cùng chiều đến quyết định lựa chọn PMKT. Cụ thể, trong điều kiện các yếu tố khác không đổi, nếu khả năng hỗ trợ doanh nghiệp của NCC PMKT tăng lên 1 đơn vị thì quyết định lựa chọn PMKT sẽ tăng 0,108 đơn vị. Kết quả nghiên cứu này phù hợp với nghiên cứu của Jadhav & Sonar (2009), Nam & Hải (2020), Huy et al. (2019), Nhị et al. (2014) [4],[7],[8],[9].

- Dịch vụ sau bán hàng có tác động cùng chiều đến quyết định lựa chọn PMKT. Cụ thể, trong điều kiện các yếu tố khác không đổi, nếu dịch vụ sau bán hàng tăng lên 1 đơn vị thì quyết định lựa chọn PMKT sẽ tăng 0,082 đơn vị. Kết quả nghiên cứu này phù hợp với nghiên cứu của Parry et al. (2010) [7].

3.5 Hàm ý quản trị

Dựa vào kết quả phân tích, một số hàm ý quản trị được đề xuất cho công ty cung cấp PMKT như sau:

Về tính năng của phần mềm: Bảo đảm toàn diện yêu cầu của người sử dụng, bao gồm phân tích dữ liệu và hợp nhất báo cáo tài chính chính, đồng thời tăng cường tốc độ và xử lý hiệu quả. Đặc biệt, phần mềm đảm bảo an toàn và bảo mật cao cho dữ liệu, đảm bảo rằng thông tin quan trọng không bị xâm phạm. Ngoài ra, nó còn linh

hoạt và dễ dàng cập nhật để phù hợp với các thay đổi trong môi trường hoạt động. Phần mềm tích hợp nhiều dịch vụ và tiện ích liên quan, tạo ra một hệ thống đồng nhất và đáp ứng mọi yêu cầu của người dùng. Trong trường hợp xảy ra lỗi hoặc sự cố, phần mềm có khả năng khôi phục dữ liệu nhanh chóng và đầy đủ, chắc chắn rằng không có thông tin quan trọng nào bị mất đi.

Về yêu cầu của người sử dụng: PMKT cần phù hợp với quy mô và tổ chức bộ máy kế toán của doanh nghiệp, đồng thời cần phản ánh đúng đặc điểm tổ chức và quản lý sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Nó cần cung cấp khả năng hoạt động để dễ dàng chuyển đổi hoặc nâng cấp khi doanh nghiệp có nhu cầu.

Về giá phí của phần mềm: Đây là chi phí mua phần mềm từ NCC, phản ánh tổng chi phí để sở hữu và sử dụng phần mềm, gồm những chi phí: Chi phí cài đặt, Chi phí đào tạo, Chi phí về tài liệu, Chi phí dữ liệu ban đầu. Xem xét kỹ các yếu tố này trong quá trình đánh giá phí phần mềm sẽ giúp tính toán chi phí tổng thể và đưa ra quyết định lựa chọn phần mềm phù hợp với ngân sách và yêu cầu của doanh nghiệp.

Về tính tin cậy của NCC PMKT: Để lựa chọn được một NCC PMKT tin cậy, hãy xem xét các yếu tố quan trọng như uy tín trên thị trường, đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp và khả năng hỗ trợ sau bán hàng. Điều này đảm bảo rằng doanh nghiệp sẽ nhận được sự hỗ trợ và dịch vụ tốt nhất khi triển khai và sử dụng PMKT.

Về khả năng hỗ trợ doanh nghiệp của NCC PMKT: Khả năng hỗ trợ doanh nghiệp của NCC PMKT là yếu tố quan trọng, cần được đảm bảo tốt nhất và kịp thời trong quá trình sử dụng và làm việc. Điều này đảm bảo rằng người dùng có sự hỗ trợ đáng tin cậy và có thể giải quyết mọi vấn đề liên quan đến PMKT một cách nhanh chóng,

đồng thời giúp doanh nghiệp sử dụng PMKT một cách hiệu quả, tiết kiệm chi phí và thời gian.

Về dịch vụ sau bán hàng: công ty cung cấp PMKT phải luôn đảm bảo hỗ trợ đầy đủ và chuyên nghiệp, cập nhật và nâng cấp định kỳ, giải quyết sự cố nhanh chóng, phát triển tính năng tùy chỉnh theo yêu cầu, cũng như tư vấn chiến lược để tối ưu hóa hiệu quả sử dụng phần mềm trong quản lý kinh doanh cho khách hàng giúp khách hàng thấy an tâm và hài lòng.

4. KẾT LUẬN

Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng có 06 nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn PMKT gồm: Yêu cầu người sử dụng, tính năng của phần mềm, tính tin cậy của NCC PMKT, khả năng hỗ trợ doanh nghiệp của NCC PMKT, giá phí của phần mềm và dịch vụ sau bán hàng. Trong số này, nhân tố tính năng của phần mềm có tác động mạnh nhất đến quyết định lựa chọn PMKT, tiếp đến là yêu cầu người sử dụng, giá phí của phần mềm, tính tin cậy của NCC PMKT, khả năng hỗ trợ doanh nghiệp của NCC PMKT và cuối cùng là dịch vụ sau bán hàng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Abu-Musa, A. A. (2005). The determinates of selecting accounting software: A proposed model. *Review of Business Information Systems (RBIS)*, 9(3), 85-110.

[2] Davis, F. D. (1986). *A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and*

Results (Doctoral Thesis). Massachusetts Institute of Technology.

- [3] Fishbein, M., & Ajzen, I. (1977). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Publisher: Reading, MA: Addison-Wesley.
- [4] Jadhav, A. S., & Sonar, R. M. (2009). Evaluating and selecting software packages: A review. *Information and software technology*, 51(3), 555-563.
- [5] Nguyễn Đình Thọ (2011). *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh*. Nhà xuất bản Lao động - Xã hội.
- [6] Nam, N. P & Hải, N. V. (2020). Các nhân tố ảnh hưởng đến lựa chọn PMKT của DNNVV tại Đồng Nai. *Tạp chí Kế toán & Kiểm toán*, 5, 83-86.
- [7] Parry, S., Jones, R., Rowley, J., & Kupiec-Teahan, B. (2010). *Understanding customers and relationships in software technology SMEs* (No. 10017).
- [8] Huy, P. Q., Hưng, T. Đ., Thảo, Đ. T. T. & Trinh, T. H. (2019). Nhân tố ảnh hưởng đến lựa chọn PMKT của DNNVV tại TP.HCM. *Tạp chí Kế toán & Kiểm toán*, 11, 83-86.
- [9] Nhị, V. V., Liên, M. B. & Lam, P. T. (2014). Định hướng lựa chọn PMKT phù hợp cho các DNNVV tại Việt Nam. *Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á*, 25(7), 2-23.