

Ứng dụng trò chơi mô phỏng kinh doanh (Business Simulation Game-BSG) tại các cơ sở giáo dục đại học Việt Nam: thách thức và giải pháp

Phạm Hà Trang*

*Trường ĐH Kinh tế Quốc dân

Received: 20/09/2024; Accepted: 26/09/2024; Published: 02/10/2024

Abstract: The business simulation game (BSG) is considered one of the game-changing teaching methods in the global digital transformation era. This game has gained significant attention among Vietnam's higher educational institutions since it delivers numerous advantages to students, namely enhancing study motivation, improving critical skills, boosting group work efficiency, etc. As a matter of fact, several universities and colleges in Vietnam have been applying it in many ways, including using it to establish a specific teaching course, integrating it as a supporting tool for certain courses, and implementing it to organize competitions for students. Nonetheless, there are challenges that universities, lecturers, and students might have to face when carrying out this teaching tool, such as the high cost of use, difficulties in comprehending the game, etc. Consequently, this research proposes some solutions to improve the effectiveness of using BSG in Vietnam.

Keywords: Consequently, Business Simulation Game-BSG

1. Mở đầu

Trước yêu cầu đổi mới căn bản, toàn diện giáo dục, đào tạo, đổi mới giáo dục đại học (ĐH) là một nhiệm vụ trọng tâm, nhất là trong bối cảnh tác động mạnh mẽ của cuộc cách mạng khoa học và công nghệ lần thứ tư và yêu cầu của quá trình chuyển đổi số đang diễn ra mạnh mẽ. Trong xu thế chuyển đổi số của thế giới hiện nay, ngày 3/6/2020, Thủ tướng Chính phủ đã phê duyệt Chương trình Chuyển đổi số quốc gia, trong đó giáo dục là một trong lĩnh vực được ưu tiên chuyển đổi số. Việc sử dụng trò chơi mô phỏng (TCMP) trong giáo dục, bao gồm giáo dục ngành kinh doanh, mang tính chuyển đổi số - một công cụ học tập đang được sử dụng ngày càng rộng rãi trên thế giới và được quan tâm trong giáo dục ĐH tại Việt Nam. Nghiên cứu này sử dụng những tư liệu liên quan đến TCMP kinh doanh để phân tích, so sánh, và hệ thống hóa nhằm tìm ra những thách thức khi sử dụng trò chơi này trong quá trình giảng dạy. Từ đó, nghiên cứu đưa ra các giải pháp phù hợp cho các cơ sở đào tạo ĐH, giảng viên và sinh viên (SV).

2. Kết quả nghiên cứu

2.1. Tổng quan về TCMP Kinh doanh (Business Simulation Game-BSG)

2.1.1. Khái niệm TCMP kinh doanh

TCMP kinh doanh là một công cụ học tập sử dụng công nghệ để mô phỏng những xu hướng thị trường và quy trình kinh doanh giống với thực tế. Bối cảnh của hầu hết các BSG là một ngành công nghiệp toàn

cầu duy nhất. Trong đó, người tham gia học sẽ quản lý một công ty ảo và sẽ cạnh tranh với những công ty ảo khác. Do bối cảnh trò chơi là ảo, vì vậy người học sẽ không phải đối mặt với bất kỳ rủi ro kinh doanh thực tế nào. Về phương thức sử dụng, trò chơi này có thể được tích hợp hỗ trợ cho một học phần giảng dạy hoặc được sử dụng như một học phần riêng biệt.

BSG được tiến hành chơi theo 3 bước như sau:

Bước 1: Lớp học được chia làm các đội 3-5 SV, trong mỗi đội các thành viên đảm nhận nhiều vai trò khác nhau. Các đội thi đấu với nhau bằng cách quản lý các doanh nghiệp đa quốc gia qua nhiều vòng chơi, mỗi vòng thường đại diện cho một năm tài chính.

Bước 2: Ở mỗi vòng chơi, các công ty phân tích xu hướng của thị trường, bao gồm sở thích của người tiêu dùng, độ nhạy cảm về giá, chi phí sản xuất, tốc độ tăng trưởng thị trường, môi trường kinh doanh... Sau đó, SV cần phải áp dụng kiến thức và lý thuyết về kinh doanh đã được học ở những học phần khác để đưa ra những quyết định chiến lược cho công ty. Sau mỗi vòng chơi, các kết quả về hiệu quả kinh doanh như thị phần, lợi nhuận ròng... sẽ được báo cáo lại cho từng đội chơi.

Bước 3: Khi kết thúc tất cả các vòng chơi, trò chơi sẽ dựa vào kết quả của tất cả các vòng và công bố đội giành chiến thắng. Đồng thời các đội thực hiện phân tích quá trình ra quyết định của mình ở từng vòng chơi, cụ thể các đội cần phân tích được mình đã thành công ở đâu, thất bại ở đâu, nguyên nhân dẫn đến thất bại đó

và giải pháp khắc phục là gì. Sau khi hoàn thành phân tích, các đội sẽ tổng hợp và báo cáo lại cho giảng viên dưới hình thức văn bản hoặc thuyết trình.

2.1.2. Lợi ích của TCMP kinh doanh trong giáo dục ĐH

BSG tạo một môi trường học tập nơi SV chủ động nghiên cứu thông tin về thị trường mô phỏng, từ đó có thể tự mình đưa ra các quyết định chiến lược cho công ty, điều này giúp cho SV nâng cao động lực trong học tập hơn. BSG giúp SV tiếp thu kiến thức về kinh doanh tốt hơn, đặc biệt là về chiến lược và đàm phán trong kinh doanh. Khi tham gia trò chơi này, SV có cơ hội phát triển kỹ năng mềm như tư duy phản biện, giải quyết vấn đề, quản lý thời gian, làm việc nhóm.

2.1.3. Một số ứng dụng TCMP kinh doanh phổ biến trên thế giới

1) Global Challenge: Global Challenge là TCMP kinh doanh được phát triển bởi công ty Cesim (Phần Lan). Mỗi đội chơi quản lý một công ty ảo trong lĩnh vực điện thoại hoặc ô tô và được lựa chọn thâm nhập vào các thị trường Hoa Kỳ, Châu Âu, và Châu Á. Dựa trên những thông tin giả định về sở thích, tốc độ tăng trưởng, tiền tệ, thuế quan và các quy định khác nhau của người tiêu dùng trong trò chơi, các đội chơi ra quyết định thông qua một loạt các tính năng khác nhau mà trò chơi đưa ra. Hiện nay, sản phẩm Global Challenge của Cesim được sử dụng rộng rãi trên toàn thế giới

2) GlobalDNA: GlobalDNA là sản phẩm TCMP kinh doanh được tạo ra bởi công ty Capsim (Hoa Kỳ). GlobalDNA đưa ra nhiều kịch bản kinh doanh khác nhau trong lĩnh vực thiết bị xét nghiệm di truyền, thách thức SV phân tích dữ liệu thị trường toàn cầu, thích ứng với các phân khúc thị trường khác nhau và

đưa ra quyết định chiến lược trong bối cảnh quốc tế. GlobalDNA cho phép các nhóm đưa ra chiến lược cho 3 thị trường: Hoa Kỳ, Châu Á và Châu Âu. Trên thế giới, đây cũng là một BSG được sử dụng rộng rãi bởi nhiều cơ sở giáo dục ĐH như ĐH Pennsylvania, ĐH Florida (Hoa Kỳ), ĐH Waterloo (Canada).

3) The Business Strategy Game (The BSG): Đây là TCMP kinh doanh do McGraw-Hill Education (Hoa Kỳ) phát triển, trong đó các nhóm chơi điều hành các công ty ảo để cạnh tranh lẫn nhau và giành vị trí dẫn đầu thị trường toàn cầu về giày thể thao. Các đội chơi phải đưa ra quyết định liên quan đến sản xuất, nâng cấp nhà máy, nhân lực, vận chuyển và quản lý kho, marketing, trách nhiệm xã hội, tài chính. The BSG yêu cầu các công ty cạnh tranh trên 4 thị trường toàn cầu, bao gồm Châu Âu-Châu Phi, Bắc Mỹ, Châu Á-Thái Bình Dương và Châu Mỹ Latinh. Đây cũng là một trong những TCMP kinh doanh được lựa chọn phổ biến trên thế giới.

Trên thế giới còn rất nhiều BSG khác như Simunomics, Edumundo – Phone Ventures, BTS – Business simulation,... Những chương trình này tạo cơ hội cho SV thực hành đưa ra các chiến lược kinh doanh về sản xuất, marketing, logistics...

2.2. Một số ví dụ trong việc ứng dụng TCMP Kinh doanh

Nghiên cứu sử dụng dữ liệu thu thập từ Mô tả chi tiết học phần của Trường ĐH Cần Thơ, Trường ĐH Thăng Long, và Trường ĐH Cửu Long. Ngoài ra, nghiên cứu thu thập dữ liệu từ trang thông tin từ các cơ sở giáo dục ĐH khác như Trường ĐH Kinh tế - ĐH Quốc gia Hà Nội và Trường ĐH Phenikaa. Kết quả được trình bày như sau:

2.2.1. Sử dụng như một học phần độc lập

Bảng 2.1. Tổng quan học phần về TCMP kinh doanh tại Trường ĐH Cần Thơ, Trường ĐH Thăng Long và Trường ĐH Cửu Long

	Trường ĐH Cần Thơ	Trường ĐH Thăng Long	Trường ĐH Cửu Long
Tên học phần	Mô phỏng tình huống kinh doanh (Business Simulation game)	Mô phỏng kinh doanh (Business simulation)	Mô phỏng tình huống trong kinh doanh (Simulation of situation in Business)
Mã học phần	KT207	BA329	5210067
Phần 1: Giới thiệu về trò chơi	Sinh viên chủ động nghiên cứu trước thông tin về trò chơi như: thị trường/ngành kinh doanh, các chức năng trong công ty,...	Về phía giảng viên: giới thiệu phần mềm được sử dụng, phổ biến nội dung công việc sinh viên cần thực hiện, cung cấp mật khẩu trò chơi cho mỗi nhóm Về phía sinh viên: lập nhóm, chủ động nghiên cứu tài liệu và đăng nhập vào trò chơi	Về phía giảng viên: cung cấp mật khẩu trò chơi cho mỗi nhóm, giải thích mô hình Về phía sinh viên: lập nhóm, phân công thành viên vào các phòng ban chức năng, chơi thử và làm quen với giao diện trò chơi
Phần 2: Tiến hành các vòng chơi	Số vòng: 6 Các hoạt động chính: • Tiến hành lập nhóm, mỗi nhóm tương ứng với 1 công ty • Tìm hiểu thông tin cần thiết về thị trường ở mỗi vòng chơi	Số vòng: 6 Các hoạt động chính: Về phía sinh viên: • Lập và đặt tên nhóm • Phân công các thành viên vào các vị trí/ chức năng khác nhau	Số vòng: 7 (bao gồm 1 vòng chơi thử và 6 vòng chơi chính thức) Các hoạt động chính: Về phía sinh viên: • Phân tích và đánh giá thị trường

	<ul style="list-style-type: none"> • Lập cơ sở đưa ra các quyết định kinh doanh • Tính toán, phân tích kết quả lãi/lỗ và chuẩn bị cho vòng chơi tiếp theo 	<ul style="list-style-type: none"> • Tìm hiểu và thu thập thông tin các thị trường của vòng đó • Đưa ra quyết định chiến lược cho vòng đó • Đánh giá kết quả lãi/lỗ <p>Về phía giảng viên: giải đáp những câu hỏi của sinh viên về trò chơi mô phỏng</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Xây dựng mục tiêu và đưa ra quyết định kinh doanh • Phân tích quyết định kinh doanh của từng kỳ <p>Về phía giảng viên: hướng dẫn thực hành cho các nhóm</p>
Phần 3: Xây dựng kế hoạch kinh doanh và báo cáo	Các nhóm trình bày về kế hoạch kinh doanh của công ty	Các nhóm thuyết trình báo cáo kết quả của từng vòng, từ đó đề xuất giải pháp khắc phục	Tổng hợp, phân tích và báo cáo kết quả kinh doanh của từng kỳ, từ đó đề xuất cách xử lý

Nguồn: Tổng hợp từ Đề cương chi tiết học phần của Trường ĐH Cần Thơ (2022), Trường ĐH Thăng Long (2022) và Trường ĐH Cửu Long (2019)

Hiện nay, có một số cơ sở giáo dục ĐH ứng dụng BSG như một học phần độc lập, điển hình như ĐH Cần Thơ, Trường ĐH Thăng Long và Trường ĐH Cửu Long. Bảng 2.1 cho thấy Trường ĐH Cần Thơ, Trường ĐH Thăng Long và Trường ĐH Cửu Long đều đặt tên cho học phần khá tương tự nhau. Về cấu trúc học phần, cả ba cơ sở giáo dục ĐH đều có nội dung tương đồng. Mặc dù các công việc và nhiệm vụ đều khá tương đồng, tuy nhiên khi xét đến số vòng chơi, ba cơ sở giáo dục ĐH này lại có quy định riêng. Cụ thể, trong khi các SV thuộc ĐH Cần Thơ và Trường ĐH Thăng Long phải trải qua 6 vòng thi và không có vòng chơi thử, thì Trường ĐH Cửu Long cho phép SV được thử chơi một vòng trước khi vào vòng chính thức đầu tiên. Sau khi kết thúc các vòng chơi, các nhóm SV phải làm báo cáo trình bày về kế hoạch kinh doanh của mình, trong đó có Trường ĐH Thăng Long yêu cầu SV phải thuyết trình báo cáo này.

Việc sử dụng BSG như một học phần độc lập giúp cho SV phát triển được khả năng ứng dụng những lý thuyết về kinh doanh đã được học vào trong trò chơi, từ đó giúp SV có cái nhìn tổng quan nhất về kinh doanh. Ngoài ra, 3 trường ĐH này có yêu cầu chi tiết dành cho giảng viên trong việc giới thiệu và hướng dẫn SV về trò chơi làm quen với trò chơi nhanh chóng hơn.

2.2.2. Tích hợp hỗ trợ cho một học phần cụ thể

Trường ĐH Kinh tế - ĐH Quốc gia Hà Nội là một trong những trường tiên phong trong việc sử dụng BSG để hỗ trợ học phần. Cụ thể, Khoa Tài chính – Ngân hàng đã sử dụng Trò chơi kinh doanh nhỏ (Micro Business Game) trong học phần Thẩm định tài chính. Tại đây SV sẽ tham gia vận hành cửa hàng kinh doanh nước hoa quả nhỏ tại địa phương. Trò chơi bao gồm 4 vòng, trong đó mỗi vòng yêu cầu SV thực hành những hoạt động khác nhau:

Vòng 1: Nâng cao kiến thức tài chính và áp dụng để vận hành kinh doanh;

Vòng 2: Xác định cơ hội kinh doanh mới và giới thiệu sản phẩm;

Vòng 3: Mở rộng thị trường với các khoản đầu tư cần thiết;

Vòng 4: Tăng lợi nhuận.

Việc sử dụng trò chơi để lồng ghép vào học phần này giúp SV có cơ hội trải nghiệm thực tế, từ đó nâng cao khả năng áp dụng những lý thuyết về quản lý tài chính cá nhân, đầu tư, lập ngân sách...

2.2.3. Sử dụng như một công cụ thực hành trong các cuộc thi cho SV

BSG còn được sử dụng trong các cuộc thi cho SV trên toàn quốc. Ví dụ điển hình là cuộc thi *Cesim Elite Vietnam* được đồng tổ chức bởi Trường ĐH FPT TP.Hồ Chí Minh - Câu lạc bộ truyền thông Cóc Sài Gòn và *Cesim Elite Vietnam*. Thông qua việc ứng dụng TCMP của *Cesim*, cuộc thi bao gồm 3 vòng đấu, trong đó 2 vòng đầu tiên các đội thi sẽ sử dụng TCMP kinh doanh và thực hiện 4 lượt chơi mỗi vòng, 4 nhóm xuất sắc nhất sẽ trình bày kết quả của mình tại vòng chung kết. Bước sang năm thứ tư, cuộc thi đã và đang ngày càng nhận được sự tham gia đông đảo của nhiều SV đến từ nhiều ĐH và Trường ĐH trên toàn quốc

2.3. Thách thức khi ứng dụng TCMP kinh doanh tại các cơ sở giáo dục ĐH Việt Nam

Đối với giảng viên - người hướng dẫn, nếu không có đầy đủ kiến thức về trò chơi, họ sẽ gặp khó khăn trong việc hướng dẫn SV thực hiện trò chơi, từ đó sự tham gia của học sinh sẽ giảm và việc học sẽ bị ảnh hưởng. Đối với SV, do trò chơi đa phần đều được tích hợp rất nhiều tính năng kinh doanh, các bạn có thể thấy trò chơi này khó và phức tạp (Rogmans, 2016). Đặc biệt, nếu như không có sự gợi ý và trợ giúp từ giảng viên, SV sẽ gặp khó khăn trong việc xác định cần phải áp dụng những lý thuyết gì về kinh doanh để đưa ra các quyết định chiến lược trong trò chơi (Klein, 1984). Ngoài ra, vì trò chơi yêu cầu mức độ làm việc nhóm cao, vì vậy có thể dẫn đến trường hợp một số thành viên trong đội ít tương tác với các thành viên còn lại. Đối với các cơ sở giáo dục ĐH, việc mang BSG vào giảng dạy đi kèm với đầu tư lớn về cơ sở hạ tầng, máy móc thiết bị, mua bản quyền trò chơi... dẫn đến khó khăn về chi phí tài chính.

(Xem tiếp trang 262)