

MỤC LỤC

CONTENTS

1. Đinh Phi Hồ - Nguyễn Phước Quý Quang – Tạ Hoàng Giang – Nguyễn Lê Uyên Minh

TAO DỰNG THƯƠNG HIỆU TẠP CHÍ KHOA HỌC TỪ SỰ TIN CẬY VÀ TRIẾT LÝ SỨ MỆNH

DEVELOPING THE SCIENCE JOURNAL BRAND FROM TRUST AND THE PHILOSOPHY OF MISSION.....7

2. Nguyễn Minh Tâm - Nguyễn Văn Nhơn - Nguyễn Văn Thành - Võ Đức Tư Duy

NGHIÊN CỨU CHẤT LƯỢNG VÙNG TẠI TỈNH BÌNH THUẬN GIAI ĐOẠN 1995-2022 VÀ CÁC KHUYẾN NGHỊ PHÁT TRIỂN TIẾP THEO

REGIONAL QUALITY IN BINH THUAN PROVINCE DURING 1995-2022 AND RECOMMENDATIONS FOR FURTHER DEVELOPMENT.....16

3. N. Asrina Ramlee - N. A. Ahmad - Z.A. Baharudin - M.R. M. Esa

CHARACTERISTICS OF LIGHTNING ELECTRIC FIELDS OVER LAND AND SEA OBSERVED IN SARAWAK, MALAYSIA.....29

4. Vo Khắc Trương Thanh - Lê Anh Linh - Nguyễn Ngọc Hoa Kỳ

RESEARCH ON DOMESTIC TOURISTS' INTENTION TO RETURN TO PHAN THIET CITY

NGHIÊN CỨU Ý ĐỊNH QUAY TRỞ LẠI THÀNH PHỐ PHAN THIẾT CỦA DU KHÁCH NỘI ĐỊA.....41

5. Đinh Phi Hồ - Võ Khắc Thường - Đào Thị Kim Anh - Đinh Nguyệt Bích - Nguyễn Lê Uyên Minh

DU LỊCH Ở ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG: PHƯƠNG THỨC TRUYỀN MIỆNG VÀ Ý ĐỊNH THAY ĐỔI NƠI ĐẾN

TOURISM IN THE MEKONG DELTA: WORD OF MOUTH AND DESTINATION CONVERSION INTENTIONS.....51

6. Vo Khắc Thương - Do Quốc Vương

STUDY ON PEOPLE'S SATISFACTION WITH THE QUALITY OF PUBLIC ADMINISTRATIVE SERVICES AT THE PEOPLE'S COMMITTEE OF TUY PHONG DISTRICT, BINH THUAN PROVINCE

NGHIÊN CỨU SỰ HÀI LÒNG CỦA NGƯỜI DÂN ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ HÀNH CHÍNH CÔNG TẠI ỦY BAN NHÂN DÂN HUYỆN TUY PHONG, TỈNH BÌNH THUẬN.....72

7. Lê Bảo Quyên - Nguyễn Thị Khánh Trâm

PHÁP LUẬT BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG Ở VIỆT NAM ĐỐI VỚI LOẠI HỢP ĐỒNG THEO MẪU

LAW ON PROTECTING CONSUMER RIGHTS IN VIETNAM FOR FORM CONTRACTS.....83

8. Vo Khắc Trương Thi - Lam Ngọc Diệp - Lê Ngọc Huyền - Nguyễn Ngọc Hoa Kỳ

FACTORS AFFECTING ONLINE IMPULSIVE CLOTHING BUYING BEHAVIOR OF STUDENTS' UNIVERSITY OF PHAN THIET

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HÀNH VI MUA QUẦN ÁO NGẪU HỨNG TRỰC TUYẾN CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC PHAN THIẾT.....93

9. Bùi Thị Ngọc Lan

NGHIÊN CỨU VỀ PHÁT ÂM TIẾNG ANH CỦA SINH VIÊN ĐẠI HỌC PHAN THIẾT

A STUDY OF THE ENGLISH PRONUNCIATION OF VIETNAMESE STUDENTS AT UNIVERSITY OF PHAN THIET.....103

10. Nguyễn Ngọc Hoa Kỳ - Mai Hoàng Dung - Võ Mỹ Duyên

VỐN TÂM LÝ VÀ SỰ TRUNG THÀNH CỦA NHÂN VIÊN LÀM VIỆC TẠI CÁC CÔNG TY CÔNG NGHỆ

PSYCHOLOGICAL CAPITAL AND LOYALTY OF EMPLOYEES WORKING AT TECHNOLOGY COMPANIES.....116

11. Ban Biên tập

HƯỚNG DẪN VỀ ĐỊNH DẠNG CHO BÀI BÁO NGHIÊN CỨU KHOA HỌC TRÊN TẠP CHÍ UPTJS

INSTRUCTIONS TO AUTHORS PREPARING THEIR RESEARCH ARTICLES, ORIGINAL ARTICLES AND SHORT COMMUNICATION FOR UPTJS.....130

LỜI CẢM ƠN – ACKNOWLEDGEMENT.....140

THƯ NGỎ

Kính gửi Quý nhà khoa học, Chuyên gia, Tác giả và Quý độc giả,
Trước hết, Trường Đại học Phan Thiết xin gửi lời chúc sức khỏe và lời cảm ơn chân thành đến Quý vị.

Dựa trên Quyết định số 275/GP-BTTTT do Bộ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông ký ngày 04/08/2023, Trường Đại học Phan Thiết xin hân hạnh giới thiệu Tạp chí Khoa học Trường Đại học Phan Thiết (the University of Phan Thiet Journal of Science - UPTJS). Tạp chí là nơi đăng tải những công trình nghiên cứu bằng tiếng Việt và tiếng Anh chưa được công bố trên các ấn phẩm khác.

Tạp chí UPTJS tiếp nhận đa dạng các bài viết, bao gồm bài báo khoa học (scientific papers), bài nghiên cứu ngắn (research letters), bài thông tin ngắn (short communications) và bài điểm báo (perspective reviews) về các lĩnh vực liên quan đến kinh tế, xã hội, kỹ thuật-công nghệ và khoa học sức khỏe.

Các bài viết đều được tuyển chọn bởi Hội đồng Biên tập là các chuyên gia cũng như các nhà nghiên cứu hàng đầu, trải qua quá trình bình duyệt kỹ lưỡng bằng cách gửi đến các chuyên gia phản biện uy tín trong lĩnh vực tương ứng để đảm bảo chất lượng các bài viết được đăng trên Tạp chí.

Nhân dịp kỷ niệm 15 năm thành lập Trường Đại học Phan Thiết (25/03/2009-25/03/2024), chúng tôi trân trọng ra mắt Tập 2 - Số 2 của Tạp chí. Ngoài ra, Tạp chí rất mong tiếp tục nhận được bài viết cho số Tập 2 - Số 3 (dự kiến phát hành vào ngày 20/06/2024) và các số Tạp chí tiếp theo. Thể lệ viết bài được quy định trong mẫu bài viết (cả tiếng Việt và tiếng Anh). Quý vị có thể tham khảo trên trang web: <https://tapchikhoahocupt.vn/>.

Chúng tôi mong đợi đón nhận sự đóng góp và hỗ trợ từ Quý vị để nâng cao chất lượng và uy tín của Tạp chí Khoa học Trường Đại học Phan Thiết. Mọi ý kiến đóng góp, vui lòng gửi về Ban Biên tập.

Trân trọng!

Hiệu trưởng



PGS. TS. Võ Khắc Thường



OPEN LETTER

Dear Researchers and Scholars,

First, University of Phan Thiet would like to send our best wishes and sincere thanks to you all.

We are pleased to introduce the University of Phan Thiet Journal of Science (UPTJS) in accordance with Decision No. 275/GP-BTTTT, which the Minister of Information and Communications signed on August 4, 2023. UPTJS was established with the aim of being a platform for publishing valuable scientific research in both Vietnamese and English that has not been published elsewhere.

UPTJS accepts a variety of articles, including scientific papers, research letters, short communications, and reviews in areas related to economics, society, engineering and technology, and health sciences. All articles are selected for publication by the Editorial Board, which consists of experts and leading researchers after undergoing a rigorous peer-review process with reputable reviewers in the corresponding field to ensure the quality of the articles published in UPTJS.

On the occasion of the 15th anniversary of the establishment of University of Phan Thiet (March 25, 2009–March 25, 2024), we are honored to launch Volume 2 - Issue 2 of the Journal. In addition, the Journal looks forward to receiving submissions for Volume 2 - Issue 3 (expected to be published on June 20, 2024), and subsequent issues.

Policy as well as rules for article presentation are specified in the article template (both in Vietnamese and English) and can be accessed on the website: <https://tapchikhoahocupt.vn/>.

We look forward to receiving your contributions and support to enhance the quality and reputation of UPTJS. For any comments or suggestions, please send them to the Editorial Board of UPTJS.

Best regards,

Rector



Assoc. Prof. Dr. Vo Khắc Thuong



TẠO DỰNG THƯƠNG HIỆU TẠP CHÍ KHOA HỌC TỪ SỰ TIN CẬY VÀ TRIẾT LÝ SỨ MỆNH

Đinh Phi Hồ¹, Nguyễn Phước Quý Quang¹, Tạ Hoàng Giang¹, Nguyễn Lê Uyên Minh^{1,*}

¹Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam

Tóm tắt: Tạp chí Khoa học có vai trò tích cực trong việc phổ biến thông tin và phát triển trong lĩnh vực khoa học, nghiên cứu. Xây dựng thương hiệu cho tạp chí khoa học không những là một việc cần thiết mà còn là yếu tố then chốt để tạo dựng sự tin cậy và thu hút độc giả. Tuy vậy, vấn đề tạo dựng thương hiệu cho tạp chí khoa học cũng đang đối diện với nhiều cơ hội và thử thách. Bài viết này sẽ giới thiệu một số phương pháp để kiến tạo một thương hiệu vững mạnh và xứng đáng tin tưởng cho tạp chí khoa học. Việc thiết yếu là xác định triết lý sứ mệnh của tạp chí nhằm xác định mục tiêu và giá trị bền vững. Sự tin cậy và triết lý sứ mệnh được xem là những nhân tố quyết định giúp tạo dựng một thương hiệu lớn mạnh và có uy tín trong lĩnh vực khoa học. Việc thực hiện các giải pháp này sẽ giúp tạp chí xây dựng một thương hiệu mạnh mẽ và đáng tin cậy, từ đó thu hút được sự quan tâm và tín nhiệm của độc giả trong lĩnh vực khoa học.

Từ khóa: Tạp chí Khoa học, thương hiệu, tin cậy, triết lý sứ mệnh

1. KHÁI NIỆM

Theo Kotler (2000), “thương hiệu là một tập hợp gồm giá trị, hình ảnh và ý nghĩa mà khách hàng cảm nhận được và gắn kết với một dịch vụ hoặc sản phẩm nhất định”. Thương hiệu của giá trị do một công ty, nhãn hàng, sản phẩm hoặc dịch vụ đem đến cho khách hàng. Nó góp phần định vị và tách biệt một nhãn hiệu với các đối thủ khác, giúp xây dựng sự trung thành và mức độ tín nhiệm từ phía khách hàng.

Tạp chí Khoa học (TCKH) là một kênh thông tin khoa học, phục vụ việc công bố và trao đổi các bài viết và công trình nghiên cứu về các lĩnh vực khoa học, công nghệ (Viện Hàn lâm Khoa học và Công nghệ Việt Nam, 2021). TCKH có vai trò to lớn trong việc đối với việc truyền tải và trao đổi tri thức, nghiên cứu và đào tạo các lĩnh vực khoa học. Đối với đối tượng là TCKH, khái niệm thương hiệu thể hiện vai trò và mục tiêu tồn tại của tạp chí, tức là công bố và trao đổi các bài viết và công trình nghiên cứu. Khái niệm này giúp xác định phương hướng phát triển

và bảo vệ hình ảnh uy tín của tạp chí.

Sự tin cậy, theo Tracy (2006), là một khía cạnh chủ chốt trong xây dựng mối quan hệ và tạo dựng niềm tin cậy đối với khách hàng, dựa trên khả năng thực hiện cam kết và đáp ứng mong đợi của họ. Sự tin cậy được xây dựng thông qua việc thực hiện chuẩn xác các cam kết và thỏa mãn kỳ vọng từ phía khách hàng, giữ vững mối quan hệ và tạo dựng lòng tin nơi khách hàng. Điều này yêu cầu tổ chức phải thực hiện đúng, đầy đủ và trung thực các cam kết và tiêu chuẩn chất lượng.

Triết lý sứ mệnh, theo Drucker (1994), định hướng và thể hiện giá trị cốt lõi, sứ mệnh và mục tiêu hoạt động của một tổ chức, tạo nên định hướng và sự phát triển lâu dài. Triết lý sứ mệnh rất cần thiết đối với việc hình thành nên định hướng và sự bền vững cho tổ chức. Triết lý sứ mệnh có vai trò là tầm nhìn, vạch ra chiến lược hành động và kế hoạch phát triển của tổ chức, từ đó góp phần lựa chọn hướng đi và xây dựng thương hiệu của tổ chức.

Giá trị độc đáo, theo Godin (2003), là những yếu tố, đặc điểm hoặc tính năng mà hàng hóa hoặc dịch vụ đem tới và không thể được sao chép hoặc thay thế từ đối thủ cạnh tranh. Giá trị độc đáo góp phần tạo thành điểm riêng biệt và hấp dẫn khách hàng, giúp định vị và dễ dàng nhận diện thương hiệu.

Thương hiệu là sự khẳng định vị thế, nơi tạo ra những giá trị riêng biệt. Sự khác nhau giữa các TCKH nằm ở triết lý sứ mệnh mà họ thực hiện, ở tính cách thông qua cách vận hành có hệ thống, tuân thủ quy trình, minh bạch và hiệu quả.

Các TCKH nổi tiếng như Science, Cell, Nature, ... là những thương hiệu nổi tiếng trong lĩnh vực khoa học (Nhật Hồng, 2019). Đây là những tạp chí có uy tín cao và được thừa nhận khắp toàn cầu.

Triết lý sứ mệnh của các TCKH là đề cao chất lượng và tính độc lập trong hoạt động đăng tải các nghiên cứu khoa học, cam kết công bố những kết quả nghiên cứu chất lượng cao, có giá trị và có sức lan tỏa, tác động tích cực của mình. Các tạp chí này đặt mục tiêu trở thành kênh phổ biến thông tin và trao đổi kiến thức hàng đầu trên thế giới.

Điểm đặc biệt của các TCKH lớn chính là đảm bảo độ tin cậy và độc lập. Các tạp chí này có tiêu chuẩn rất cao trong việc chấp nhận và công bố các bài viết. Các bài viết trong các tạp chí này đều phải qua quy trình thẩm định nội dung, kiểm tra trùng lặp, bình duyệt (peer review) chặt chẽ và chính sách bảo mật, nhằm đảm bảo hàm lượng khoa học và tính trung thực. Điều quan trọng là giúp tạo dựng niềm tin từ phía cộng đồng khoa học và đảm bảo rằng các nghiên cứu được công bố là có giá trị và đáng tin cậy.

Ngoài ra, các TCKH hàng đầu cũng có đội ngũ biên tập sắc bén và chuyên nghiệp, thường là những chuyên gia trong nhiều lĩnh vực. Họ có khả năng kết nối cộng đồng khoa học đa ngành. Điều này giúp sự tin tưởng, khuyến khích ra giới khoa học, chuyên gia

đóng góp bài viết và công trình có giá trị và mang lại lợi ích thiết thực cho độc giả cùng những thế hệ nhà khoa học, nghiên cứu kế cận. Tóm lại, đây là những thương hiệu có sự khác biệt và vị thế trong lĩnh vực khoa học. Sự khác biệt này nằm ở triết lý sứ mệnh, tính độc lập và tin cậy của các tạp chí này, góp phần duy trì sự khác biệt và uy tín của các thương hiệu TCKH trong cộng đồng khoa học.

2. THỰC TRẠNG TCKH Ở VIỆT NAM

Việt Nam đang hội nhập quốc tế nhanh chóng, nên các TCKH của Việt Nam khó lòng tách rời quỹ đạo tiếp cận theo quy chuẩn thế giới. Công tác phát hành các TCKH theo chuẩn quốc tế với mục đích công bố và xuất bản các công trình khoa học quốc gia, quốc tế, đạt mức độ trích dẫn cao, được thừa nhận rộng rãi toàn cầu là một trong những yêu cầu tất yếu trong công cuộc đổi mới của nền khoa học và công nghệ Việt Nam hiện nay.

Hiện nay, các TCKH Việt Nam đang từng bước được nâng cấp và cải thiện theo tiêu chuẩn quốc tế, đơn cử là theo tiêu chuẩn của các tạp chí được xếp hạng bởi Trung tâm Trích dẫn ASEAN (ASEAN Citation Index - ACI), Cơ sở dữ liệu (Scopus, Nhà xuất bản Elsevier ở Hà Lan) và Viện Thông tin Khoa học Mỹ (ISI)... nhằm đạt được sự ghi nhận và tăng cường vị thế trong cộng đồng khoa học. Một minh chứng nổi bật là TCKH: Vật liệu và Linh kiện tiên tiến của Đại học Quốc gia Hà Nội (Journal of Science: Advanced Materials and Devices, JSAMD) lần đầu tiên hệ số tác động (Impact Factor-IF) là 3.783, thuộc nhóm Q1 (25%) của Scimago (Xuân Tùng, 2020).

JSAMD là một TCKH có uy tín và chất lượng ở Việt Nam. Tạp chí này đã nỗ lực để đạt nhiều tiêu chí chuẩn quốc tế và được công nhận trong các nền tảng cơ sở dữ liệu quan trọng như ACI, Scopus và ISI. Điều này cho thấy JSAMD đang theo đuổi triết

lý sứ mệnh của mình là mang đến những kết quả nghiên cứu khoa học chất lượng cao và có ý nghĩa đối với cộng đồng kỹ thuật, khoa học và công nghệ.

JSAMD đã thực hiện những cải thiện nhằm đáp ứng các tiêu chuẩn này. Các bài viết trong JSAMD phải trải qua quá trình bình duyệt nghiêm ngặt để đảm bảo tính khoa học và đáng tin cậy. Ngoài ra, JSAMD cũng có đội ngũ hội đồng biên tập là những chuyên gia thuộc đa dạng lĩnh vực khoa học tự nhiên và kỹ thuật, đảm bảo tính chính xác và khách quan của từng thông tin trong ấn phẩm. Ví dụ cụ thể về thành công của JSAMD là việc nhiều bài viết trong tạp chí này đã được trích dẫn và tham khảo bởi các TCKH quốc tế lớn. Điều này khẳng định rằng tạp chí JSAMD đã đạt được sự công nhận và chỗ đứng trong cộng đồng học thuật quốc tế.

Tóm lại, tạp chí khoa học Việt Nam như JSAMD đang từng bước thăng hạng và tiệm cận với đẳng cấp chuẩn quốc tế. Sự thành công của JSAMD trong việc được đề cử và trích dẫn bởi các tạp chí quốc tế uy tín là một dẫn chứng rõ ràng cho sự trưởng thành và khẳng định vị trí của các TCKH Việt Nam trên bản đồ TCKH thế giới.

Có thể nói rằng, TCKH ở Việt Nam ngày nay vô cùng phong phú, số lượng khá nhiều và đa dạng trên mọi chuyên ngành. Hầu hết các viện nghiên cứu, trung tâm nghiên cứu và các trường đại học đã có tạp chí khoa học riêng. Tuy thế, phía sau sự gia tăng về số lượng thì hệ thống các TCKH của Việt Nam vẫn bộc lộ nhiều hạn chế về chất lượng và cần sớm có các biện pháp cụ thể và toàn diện nhằm khắc phục.

Bên cạnh đó, các TCKH xã hội của Việt Nam tuy đã có nhiều cố gắng thay đổi, cải tiến về mặt nội dung và cách thức trình bày, nhưng cho đến nay vẫn còn tương đối cách biệt so với các tiêu chuẩn quốc tế của TCKH trong hệ thống ISI và Scopus. So với các tiêu chuẩn quốc tế, các TCKH xã hội của Việt Nam mới chỉ đạt được rất ít. Đó là chưa kể đến vấn đề chất lượng mà chỉ bàn đến vấn đề chuyển đổi ngôn ngữ xuất bản và quy trình bình duyệt của các tạp san sao cho phù hợp với chuẩn của TCKH quốc tế. Theo Nguyễn Thị Luyện (2021), để phát triển thành một TCKH quốc tế, các TCKH Việt Nam ít nhất phải đáp ứng 5 tiêu chuẩn và 16 tiêu chí của một tạp chí khoa học trong danh mục Scopus được trình bày trong Bảng 1.

Bảng 1. Các tiêu chuẩn và tiêu chí theo chuẩn TCKH quốc tế

Tiêu chuẩn	Tiêu chí
Chính sách tạp chí (Journal Policy)	Chính sách của tạp chí về nội dung và hình thức thể hiện hợp lý và thuyết phục.
	Sự phong phú về địa lý/chuyên môn của ban biên tập (editor board)
	Sự phong phú về địa lý/chuyên môn của tác giả (author)
	Toàn bộ trích dẫn/tham khảo theo font chữ Roman và kiểu Numeric
	Có phần tóm tắt bài viết bằng tiếng Anh (abstract)
	Có sự tham gia bình duyệt của chuyên gia phản biện (peer review)
Điểm (tối đa 35%)	
Nội dung (Content)	Có ý nghĩa khoa học đối với cộng đồng nghiên cứu
	Phân tóm tắt phải rõ ràng, khái quát được nội dung bài báo
	Có hướng đi đúng đắn với tôn chỉ, mục đích của tòa soạn
	Bài viết được diễn đạt rõ ràng, mạch lạc và dễ đọc hiểu
Điểm (tối đa 20%)	

Mức độ trích dẫn (Citedness)	Mức độ trích dẫn của các bài báo trong cơ sở dữ liệu Scopus
	Mức độ trích dẫn của ban biên tập trong cơ sở dữ liệu Scopus
Điểm (tối đa 25%)	
Tính thường xuyên (Regularity)	Tạp chí thực hiện đúng tiến độ xuất bản, không dễ xảy ra chậm trễ.
Điểm (tối đa 10%)	
Nội dung sẵn có trực tuyến (Online availability)	Có đăng tải và cập nhật thường xuyên nội dung tạp chí điện tử
	Trang web có sử dụng ngôn ngữ tiếng Anh
	Trang web đảm bảo chất lượng và hình thức trình bày
Điểm (tối đa 10%)	
Tổng điểm (100%)	

Nguồn: Bảng tổng hợp từ Hội đồng Chức danh Giáo sư nhà nước năm 2017 (Nguyễn Thị Luyện, 2021)

Ngoài ra, một hạn chế đáng kể hơn của các TCKH Việt Nam là chúng chưa hoàn toàn lôi kéo được sự quan tâm của cộng đồng nghiên cứu khoa học quốc tế. Phần lớn số bài viết công bố trên các TCKH Việt Nam đều do các nhà nghiên cứu trong nước thực hiện, số lượng bài viết của nhóm tác giả nước ngoài lại rất ít. Điều này không thể hiện được tính đa dạng về địa lý, lĩnh vực đến từ nhiều nguồn tác giả, dẫn đến chưa khẳng định được vị trí và sự công nhận liên quốc gia.

Hơn thế nữa, việc quản lý, vận hành và tài trợ cho các TCKH cũng là khó khăn chính yếu. Hiện nay, hầu hết các TCKH tại Việt Nam đều do các cơ quan nghiên cứu, trường đại học hoặc viện nghiên cứu quản lý và tài trợ hoạt động. Tuy nhiên, việc này đôi khi gây ra những rắc rối về phương diện pháp lý và kinh phí, mặt khác cũng khó bảo đảm khách quan đối với việc biên tập và xuất bản các bài viết.

Cuối cùng, việc ứng dụng công nghệ trong quản lý và xuất bản các TCKH cũng là một yếu tố đáng chú ý. Một số TCKH tại Việt Nam hiện tại đã bước đầu áp dụng các hệ thống phần mềm quản lý xuất bản trực tuyến như OJS (Open Journal Systems), nhưng số lượng này vẫn còn khá khiêm tốn và chưa

được áp dụng sâu rộng. Việc sử dụng công nghệ trong quản lý và xuất bản tạp chí không những góp phần nâng cao hiệu suất làm việc mà còn giúp gia tăng năng lực kết nối và chia sẻ thông tin đề tài nghiên cứu đến cộng đồng nghiên cứu thế giới.

3. NHỮNG THÁCH THỨC ĐỐI VỚI TCKH TRƯỜNG ĐẠI HỌC PHAN THIẾT

TCKH Trường Đại học Phan Thiết đang đứng trước nhiều thách thức to lớn đối với việc tạo dựng thương hiệu. Nhất là trong hiện trạng mới thành lập, chưa có đội ngũ ban biên tập chuyên nghiệp và chỉ tập trung thu hút phần lớn nhóm tác giả nghiên cứu khoa học là giảng viên, cán bộ, nhân viên trong Nhà trường. Trong thời gian tới, việc thu hút các bài nghiên cứu từ đa dạng nhiều nguồn và tạo lập hợp tác học thuật trong giới nghiên cứu khoa học giữa Trường Đại học Phan Thiết với các trường đại học khác trong và ngoài nước chính là chủ điểm cần nhận được sự quan tâm thỏa đáng.

Hơn nữa, việc chưa thiết lập được đội ngũ biên tập, chuyên viên được đào tạo bài bản và chuyên môn hóa, chưa có nền tảng kiểm soát hệ thống quy trình nộp bài, phản biện, tất cả còn ở mức thô sơ là dùng email giao

tiếp giữa Toà soạn với tác giả, phản biện và ban biên tập, gây ra nhiều hạn chế. Các quy trình đòi hỏi chuyên môn cao và kinh nghiệm vững chắc, điều mà TCKH Trường Đại học Phan Thiết hiện tại còn đang trong quá trình bồi dưỡng, đào tạo. Thách thức khác đến từ việc thiếu cơ sở hậu cần và nhân lực, không chỉ ảnh hưởng đến chất lượng vận hành mà còn làm giảm khả năng cạnh tranh của Tạp chí trong muôn vàn ấn phẩm của các trường đại học và viện nghiên cứu khác.

Tuy nhiên, những thách thức trên cũng mở ra cơ hội cho TCKH Trường Đại học Phan Thiết. Vì mới thành lập, TCKH Trường Đại học Phan Thiết luôn tiếp cận thông tin và sự cố vấn của các chuyên gia trên tinh thần cầu thị, cởi mở. Mọi nền tảng ban đầu được thiết lập mới nên sẽ chọn lựa, học hỏi từ các quy trình đã được bảo chứng làm nên thương hiệu và tên tuổi cho các TCKH uy tín. Bằng việc nhận diện và đối mặt với những khó khăn này, tạp chí luôn ý thức tìm ra giải pháp phù hợp để vượt qua. Điều quan trọng là tạp chí cần kiên trì, cố gắng và biết tận dụng sự hỗ trợ từ cộng đồng để trưởng thành trong thời gian dài.

4. ĐỊNH HƯỚNG TẠO DỰNG THƯƠNG HIỆU CHO TCKH

Định hướng tạo dựng thương hiệu từ hai yếu tố quan trọng là sự tin cậy và triết lý sứ mệnh nhằm phát triển bền vững cho TCKH.

4.1 Tạo lập sự tin cậy:

Để tạo được sự tin cậy, TCKH cần có sự cam kết đảm bảo chất lượng và mức độ tin cậy của từng bài viết được xuất bản. Điều này yêu cầu việc đánh giá chất lượng bài viết cần được tiến hành một cách chặt chẽ, công bằng, và khách quan qua đầy đủ các bước của quy trình xét duyệt, bình duyệt và phát hành. Ngoài ra, tạp chí cần xây dựng một nền tảng (platform) hệ thống hóa giúp kiểm soát và đảm bảo quy trình, tránh việc tương tác chủ quan giữa Tòa soạn và tác giả hay với phản biện, ban biên tập, hội đồng biên

tập... Bài viết được xuất bản phải đáp ứng đầy đủ các tiêu chuẩn và quy định quốc tế hiện hành.

Bên cạnh đó, TCKH nên thiết lập một hội đồng biên tập thường trực, bao gồm các chuyên gia và nhà khoa học có uy tín trong lĩnh vực tương ứng, để thực hiện quá trình xét duyệt và biên tập bài viết. Tạp chí cần đảm bảo rằng các tiêu chí và quy trình đánh giá công khai và minh bạch để tạo sự tin cậy và minh bạch đối với cộng đồng nghiên cứu. Nhằm thể hiện chính sách bảo mật, Tòa soạn thực hiện quy trình phản biện kín hai chiều (double-blind review), nghĩa là chuyên gia phản biện không biết tác giả là ai và ngược lại, tác giả cũng không biết danh tính của phản biện.

4.2 Định hướng triết lý sứ mệnh:

Các TCKH phải xác định rõ ràng ngay từ đầu vai trò và sứ mệnh của mình đối với việc đóng góp vào sự trao đổi tri thức giữa cộng đồng nghiên cứu và những người mưu cầu tri thức. Đây có thể được xem là kênh thông tin để các nhà nghiên cứu chia sẻ kiến thức, học hỏi qua lại, công bố kết quả nghiên cứu khoa học cấp cơ sở, thực hành phương pháp nghiên cứu, góp phần nâng cao chất lượng và uy tín của nền khoa học Việt Nam. Triết lý sứ mệnh này cần được thể hiện rõ nét và được đồng thuận bởi toàn bộ đội ngũ biên tập và cộng đồng nghiên cứu.

5. MỘT SỐ GIẢI PHÁP TẠO DỰNG THƯƠNG HIỆU TCKH

Để phát triển TCKH, công tác xây dựng bộ máy tòa soạn chuyên nghiệp là rất cần thiết. Sự cộng tác của các nhà khoa học đầu ngành, cả trong và ngoài nước, cần được chú trọng để đảm bảo giá trị và độ tin cậy của các bài viết. Quy trình kiểm duyệt bài viết cũng cần được xây dựng quy chế, thể lệ với chính sách minh bạch và bảo mật danh tính, thể hiện được tính khách quan, trung thực của thông tin và thượng tôn khoa học.

Hơn nữa, việc xây dựng một mạng lưới

kết nối cộng đồng giới học thuật và nghiên cứu cũng rất quan trọng, bởi nó giúp cho việc trao đổi và phổ biến kiến thức giữa các nhà nghiên cứu và tạp chí được thúc đẩy. Đồng thời, việc đẩy mạnh xây dựng quy trình công bố trực tuyến, hội nhập hệ thống chỉ số trích dẫn Việt Nam (VCI), và hướng tới gia nhập hệ thống tiêu chuẩn ISI/Scopus cũng được coi là một bước tiến quan trọng (Trần Văn Nhung và cộng sự, 2019).

Để tạo dựng một thương hiệu vững mạnh đối với TCKH, việc tuân theo các bước đi rõ ràng sau đây là phù hợp:

Đầu tiên, phải hiểu rõ tầm nhìn, mục tiêu, giá trị cốt lõi, điểm mạnh và mặt hạn chế của tạp chí. Điều này bao gồm việc tìm hiểu các giá trị và sứ mệnh của tạp chí, những giá trị mà tạp chí mang lại cho bạn đọc, cũng như những nét độc đáo mà tạp chí sở hữu so với TCKH khác.

Tiếp theo, xác định mục tiêu thương hiệu là bước quan trọng để định hình thương hiệu mà tạp chí mong muốn tạo dựng ra trong lòng của độc giả. Mục tiêu thương hiệu có thể dựa trên những yếu tố cốt lõi và đặc điểm nổi trội của tạp chí, như chất lượng nội dung, mức độ uy tín, sự sáng tạo hay năng lực tiếp cận công chúng.

Bước kế tiếp là tiến hành nghiên cứu, thống kê và phân tích phân khúc độc giả. Điều này cho phép tòa soạn hiểu sâu sắc hơn về nhu cầu, kỳ vọng và thói quen của độc giả, từ đó đưa ra các chiến lược và hành động thích hợp để thu hút và giữ chân các nhà khoa học đóng góp bài viết, tư vấn chuyên môn, phản biện và đón nhận tri thức từ TCKH.

Sau khi đã xác định được đích đến và hiểu rõ về độc giả, việc cần làm tiếp theo là truyền thông thương hiệu đến nhiều nhóm công chúng. Điều này có thể tiến hành thông qua nhiều phương tiện, bao gồm trang web, mạng xã hội, sự kiện hoặc các hình thức quảng bá truyền thông khác.

Cuối cùng, công tác đánh giá và điều chỉnh là không thể thiếu trong quá trình tạo dựng thương hiệu. Điều này giúp đối tượng tiếp nhận TCKH nhận ra được những điểm mạnh, điểm giới hạn cần khắc phục trong hoạt động của TCKH và họ chính là người cổ vũ, đồng hành cùng tạp chí, đồng thời tìm ra cơ hội phát triển thông qua những thách thức để điều chỉnh kế hoạch và chiến lược xác đáng.

Những bước đi trên đòi hỏi sự kiên trì, sự cố gắng không ngừng nghỉ cùng nguồn lực trợ giúp từ mạng lưới cộng đồng khoa học quan tâm. Tuy nhiên, với sự cam kết và quyết tâm, mỗi TCKH hoàn toàn có khả năng vượt qua những thách thức và phát triển mạnh mẽ trong tương lai.

KẾT LUẬN

Phát triển TCKH theo chuẩn quốc tế không chỉ là một trong những yêu cầu cấp thiết trong tiến trình hội nhập quốc tế của nền khoa học và công nghệ Việt Nam, mà còn là một bước tiến quan trọng đối với việc nâng cao chất lượng nghiên cứu và tạo ra một kênh công bố hiệu quả, minh bạch, trung thực và công bằng cho cộng đồng khoa học trong và ngoài nhà trường, trong nước và thế giới.

Tuy nhiên, thực trạng hiện nay cho thấy rằng TCKH Trường Đại học Phan Thiết, cũng như nhiều TCKH khác tại Việt Nam, vẫn đang phải đối mặt với nhiều hạn chế và khó khăn. Những thách thức bao gồm việc xây dựng đội ngũ ban biên tập chuyên nghiệp, thu hút các bài viết chất lượng, xây dựng uy tín và thương hiệu theo tiêu chuẩn quốc tế, cũng như đối mặt với những thiếu hụt về cơ sở hạ tầng và nhân lực.

Thế nhưng, với tinh thần trách nhiệm, sự cam kết, quyết tâm cùng nguồn lực giúp đỡ từ nhà trường, chuyên gia và cộng đồng khoa học, TCKH Trường Đại học Phan Thiết hoàn toàn có khả năng vượt qua những thách thức bằng cách áp dụng các giải pháp như

xây dựng một bộ máy tòa soạn, biên tập chuyên nghiệp, được đào tạo chuyên môn, có tinh thần trách nhiệm cao, mạng lưới liên kết được mở rộng, tăng cường quảng bá và tạo dựng thương hiệu uy tín, tạp chí có thể

phát triển mạnh mẽ. Những điều này sẽ góp phần đưa các kết quả nghiên cứu, khám phá mới của các nhà khoa học trong nước đến với cộng đồng khoa học quốc tế.

Thông tin tác giả:

PGS. TS. Đinh Phi Hồ, Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam.

Email: dpho@upt.edu.vn

TS. Nguyễn Phước Quý Quang, Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam.

Email: npquang@upt.edu.vn

TS. Tạ Hoàng Giang, Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam.

Email: thgiang@upt.edu.vn

ThS. Nguyễn Lê Uyên Minh (*Tác giả liên hệ), Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam.

Email: nluminh@upt.edu.vn

Thông tin bài báo

Ngày nhận bài: 14/02/2024

Ngày hoàn thiện biên tập: 24/02/2024

Ngày duyệt đăng: 26/02/2024

Ghi chú

Các tác giả đã xác nhận không có tranh chấp về lợi ích về tài chính đối với bài báo này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Drucker, P. F. (1994). *The Theory of the Business*. Harvard Business Review.

Nhật Hồng (2019). 10 trường đại học, viện nghiên cứu Việt Nam có nhiều công bố quốc tế nhất. Dân trí. Truy cập từ <https://dantri.com.vn/giao-duc/10-truong-dai-hoc-vien-nghien-cuu-viet-nam-co-nhieu-cong-bo-quoc-te-nhat>

Xuân Tùng (2020). Việt Nam lần đầu tiên có tạp chí khoa học lọt top uy tín thế giới. *Báo Điện tử Đại biểu Nhân dân*. Truy cập từ <https://daibieunhandan.vn/Khoa-hoc/Viet-Nam-lan-dau-tien-co-tap-chi-khoa-hoc-lot-top-uy-tin-the-gioi-i247332/>

Godin, S. (2003). *Purple Cow: Transform Your Business by Being Remarkable*. Portfolio.

Kotler, P. (2000). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. Prentice Hall.

Nguyễn Thị Luyện (2021). Tạp chí Khoa học Việt Nam thuộc hệ thống trích dẫn trong

nước và quốc tế. Tạp chí Khoa học Xã hội 6 (274). Truy cập từ ngày 25/02/2024 từ <https://vjol.info.vn/index.php/khxx/article/download/58726/68694/>

Tracy, B. (2006). The Power of Self-Confidence: Become Unstoppable, Irresistible, and Unafraid in Every Area of Your Life. *AMACOM*.

Trần Văn Nhung, Bùi Mạnh Nhị & Nguyễn Đức Huy (2019). Nâng cao chất lượng Tạp chí Khoa học của Việt Nam. Tạp chí Khoa học Xã hội , 6 (250). Truy cập từ file:///C:/Users/PC/Downloads/45243-Article%20Text-143321-1-1020200118%20(1).pdf

Viện Hàn lâm Khoa học và Công nghệ Việt Nam (2021). *Quy định về công bố bài viết trên các tạp chí khoa học*.

DEVELOPING THE SCIENCE JOURNAL BRAND FROM TRUST AND THE PHILOSOPHY OF MISSION

Dinh Phi Ho¹, Nguyen Phuoc Quy Quang¹, Ta Hoang Giang¹, Nguyen Le Uyen Minh^{1,*}

¹Trường Đại học Phan Thiết, Bình Thuận, Việt Nam

Abstract: *Journals of Science play an important role in sharing knowledge, and the development in the field of science and research. Branding a scientific journal is not only a critical undertaking, but it also plays an important role in establishing trust and drawing readers. However, branding scientific journals is facing many difficulties and challenges. This article proposes some solutions to build a strong and trustworthy brand for scientific journals. It is necessary to determine the journal's mission philosophy to guide its goals and core values. Mission philosophy and trust are considered important factors to build a strong and reputable brand in this field. Implementing these solutions will help the journal build a strong and trustworthy brand, thereby attracting the attention and trust of readers in the field of science.*

Key words: *Journal of science, brand-name, trust, mission philosophy*

Author Information:

Assoc. Prof. Dr. Dinh Phi Ho, University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam

Email: dpho@upt.edu.vn

Dr. Nguyen Phuoc Quy Quang, University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam

Email: npquang@upt.edu.vn

Dr. Ta Hoang Giang, University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam

Email: thgiang@upt.edu.vn

MA. Nguyen Le Uyen Minh (*Corresponding author), University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam

Email: nluminh@upt.edu.vn

Notes

The authors declare no competing financial interests.

NGHIÊN CỨU CHẤT LƯỢNG VÙNG TẠI TỈNH BÌNH THUẬN GIAI ĐOẠN 1995-2022 VÀ CÁC KHUYẾN NGHỊ PHÁT TRIỂN TIẾP THEO

Nguyễn Minh Tâm^{1,*}, Nguyễn Văn Nhơn², Nguyễn Văn Thành², Võ Đức Tư Duy³

¹ Khoa Cơ bản, Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam

² Khoa Khoa học Sức khỏe, Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam

³ Phòng Quản lý Khoa học và Hợp tác Quốc tế, Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam

Tóm tắt: Nghiên cứu này trình bày một số kết quả phân tích dữ liệu thống kê về các đặc điểm của tỉnh Bình Thuận được trích xuất từ Tổng Cục Thống kê, Bộ Kế hoạch và đầu tư trong giai đoạn 1995-2022. Kết quả cho thấy các đặc điểm nổi bật như: i) sự đa dạng về địa hình mang lại nhiều cơ hội lao động trong các ngành nghề khác nhau; ii) Đội ngũ lao động tại tỉnh Bình Thuận chủ yếu tập trung vào ngành nông nghiệp và chăn nuôi. Thị trường nông sản cũng đang phát triển mạnh, được thể hiện qua việc gia tăng số lượng trang trại và doanh thu từ hoạt động nông nghiệp; iii) Sức khỏe cộng đồng trong tỉnh được cải thiện khá tích cực, được biểu thị qua tỷ suất tử vong giảm, đặc biệt là ở trẻ em nhỏ. Tuy nhiên, vẫn còn những tồn tại cần được xem xét, điển hình là trong lĩnh vực giáo dục thể hiện qua số lượng trường học ở Bình Thuận đang giảm dần theo các bậc học đồng thời số lượng học sinh và giáo viên cũng đang giảm sút theo thời gian. Các kết quả phân tích thống kê này có thể giúp ích cho các cá nhân, doanh nghiệp, và người làm quản lý trong việc xác định các xu hướng biến động, từ đó hoạch định chiến lược phát triển phù hợp nhằm khai thác tiềm năng của địa phương.

Từ khóa: Bình Thuận, địa hình, trồng trọt, chăn nuôi, giáo dục, sức khỏe, du lịch

1. GIỚI THIỆU

Trong thời đại dữ liệu lớn (big data) hiện nay, việc thu thập dữ liệu thống kê đóng vai trò rất quan trọng ở hầu hết các lĩnh vực trong đời sống [1, 2]. Dữ liệu thống kê không chỉ là nền tảng khoa học cho việc ra quyết định mà còn là công cụ để hiểu rõ bức tranh tổng thể. Do đó, các kết quả phân tích dữ liệu thống kê có ý nghĩa quan trọng vì đó là cơ sở để ra quyết định và hoạch định tương lai trong nhiều tình huống.[3]. Trong lĩnh vực nghiên cứu khoa học, bao gồm cả khoa học tự nhiên và khoa học xã hội, dữ liệu thống kê vừa đóng vai trò là nguồn thông tin cơ bản vừa là công cụ để kiểm chứng và củng cố nền tảng cho các nghiên cứu [4]. Điều này

không chỉ tăng tính xác thực mà còn đưa ra những cơ sở khoa học vững chắc cho sự phát triển của tri thức.

Tại Việt Nam, Tổng cục Thống kê, trực thuộc Bộ Kế hoạch và Đầu tư, có nhiệm vụ cung cấp thông tin thống kê về kinh tế - xã hội cho các cơ quan, tổ chức và cá nhân trong và ngoài nước, đồng thời tham mưu cho Bộ trưởng trong việc quản lý thống kê nhà nước theo quy định của pháp luật. Theo định kỳ, Tổng Cục Thống kê tiến hành việc thu thập dữ liệu về nhiều lĩnh vực khác nhau trong xã hội, như dân số, lao động, kinh tế, giáo dục, y tế, đời sống dân cư, văn hóa, ... và kết quả được công bố trên Cổng thông tin của Tổng Cục [5]. Tổng Cục Thống kê là

cơ quan chịu trách nhiệm chính về việc thu thập và tổ chức dữ liệu thống kê của cả nước bằng cách đưa ra những báo cáo quan trọng, chẳng hạn như “Niên giám thống kê”, là báo cáo được xuất bản hàng năm và là nguồn thông tin đáng tin cậy cung cấp cái nhìn toàn diện về thực trạng kinh tế - xã hội của cả nước [6]. Kết quả của việc phân tích dữ liệu thống kê thu thập được từ các báo cáo này không chỉ phản ánh hiện tại mà còn giúp cho việc theo dõi sự biến động của các yếu tố tự nhiên – kinh tế - xã hội của cả nước theo từng địa phương cụ thể. Điều này giúp cho người làm quản lý, các chuyên gia nghiên cứu, và cộng đồng doanh nghiệp có cái nhìn tổng quan và sâu sát, từ đó đưa ra quyết định và chiến lược phát triển phù hợp, đồng thời cũng mở ra nhiều cơ hội khai thác các tiềm năng để xây dựng các chính sách có tính bền vững và phản ánh đúng nhu cầu và năng lực của từng khu vực trong cả nước.

Hiện trạng và đặc thù của tỉnh Bình Thuận có thể được mô tả thông qua nhiều khía cạnh. Về tự nhiên, tỉnh Bình Thuận nổi bật với địa hình đa dạng, bao gồm bờ biển dài, núi đồi, và đồng bằng ven sông (Hình 1). Với khí hậu nhiệt đới gió mùa, biến động mạnh mẽ dưới ảnh hưởng của biển Đông, Bình Thuận thường trải qua mùa khô và mùa mưa rõ rệt [7]. Nông nghiệp và ngư nghiệp ở Bình Thuận đóng vai trò quan trọng trong sự phát triển kinh tế với sự sản xuất nông sản đa dạng như lúa, cây lâm nghiệp và chăn nuôi. Cảng biển Phan Thiết có vị trí then chốt trong hoạt động xuất nhập khẩu và thương mại của tỉnh trong lĩnh vực kinh tế. Du lịch cũng là ngành mũi nhọn trong đặc thù phát triển kinh tế của Bình Thuận, với nhiều địa điểm du lịch đẹp nổi tiếng như Mũi Né, Tà Cú, và các khu du lịch sinh thái đa dạng thu hút nhiều du khách [8]. Chính sách phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh hiện cũng tập trung vào việc cải thiện hạ tầng, giáo dục, y tế và nâng cao chất lượng cuộc sống cộng đồng, nhấn mạnh vào sự bền vững và phát triển toàn diện. Tất cả những yếu tố trên đã tạo

ra rất nhiều dữ liệu thống kê đầu vào phong phú và thuận lợi. Lượng dữ liệu này nếu biết khai thác tốt có thể chỉ ra được các xu hướng nổi trội, từ đó giúp người làm quản lý đưa ra các chiến lược phát triển phù hợp với điều kiện hiện tại ở địa phương. Tuy nhiên cho đến nay, việc khai thác các dữ liệu này vẫn còn tương đối hạn chế.



Hình 1. Ảnh chụp tỉnh Bình Thuận từ vệ tinh theo Nguồn: Google Earth, ngày truy cập 01/02/2024

Xuất phát từ thực tế đó, chúng tôi tiếp tục thực hiện việc thu thập dữ liệu thứ cấp dựa trên dữ liệu của Tổng Cục Thống kê và sau đó tiến hành xử lý, phân tích dữ liệu đạt được và đưa ra những dự báo. Chúng tôi tập trung phân tích những thay đổi và xu hướng quan trọng trong một số lĩnh vực nói trên dựa trên các kỹ thuật phân tích thống kê, từ đó đưa ra những kết luận, nhận định về chất lượng cuộc sống và phát triển kinh tế xã hội tại Tỉnh Bình Thuận. Bằng cách này, chúng tôi mong muốn có thể đóng góp những thông tin hữu ích cho sự phát triển bền vững cho khu vực này.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Từ dữ liệu của Tổng Cục Thống kê, chúng tôi đã sử dụng các phương pháp và công thức thống kê khác nhau. Việc xử lý này được thực hiện thông qua phần mềm R [9] nhằm đảm bảo tính chính xác và hiệu quả trong quá trình phân tích.

Đối với việc mô tả dữ liệu, chúng tôi đã sử dụng nhiều loại đồ thị khác nhau, bao gồm biểu đồ cột, biểu đồ tròn, biểu đồ cột

chồng, và biểu đồ đường, tùy thuộc vào tính chất của từng quan sát cụ thể. Điều này giúp trình bày dữ liệu một cách sinh động và minh họa rõ ràng các đặc điểm quan trọng. Ngoài việc biểu diễn bằng đồ thị, dữ liệu cũng được trình bày dưới dạng số liệu như giá trị trung bình, biên độ dao động, và các chỉ số khác [10, 11]. Những thông tin này thể hiện mức độ tập trung hoặc phân tán của dữ liệu, cung cấp cái nhìn toàn diện của tập dữ liệu.

Để đảm bảo tính chính xác của số liệu, chúng tôi đã thực hiện việc trích xuất dữ liệu từ các nguồn đáng tin cậy. Điều này tăng tính thuyết phục và độ tin cậy của nghiên cứu, đặc biệt là khi áp dụng các phương pháp kiểm định như t-test và ANOVA để đánh giá sự khác biệt giữa các nhóm quan sát [12, 13, 14, 15]. Việc này nâng cao tính khoa học và giảm thiểu khả năng chệch lệch trong kết quả.

Cuối cùng, mô hình hồi quy tuyến tính [11, 16] được sử dụng để dự báo xu hướng của biến quan sát trong tương lai.

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1. Đặc điểm về dân số

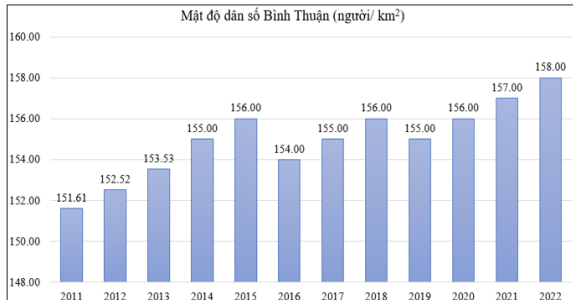
Diện tích và dân số trung bình trong khoảng thời gian 2011-2022 của tỉnh Bình Thuận được trình bày trong Bảng 1. Từ năm 2015 trở về trước, tỉnh Bình Thuận có diện tích trung bình khoảng 7.812,94 km² với dân số trung bình là 1.199,64 nghìn người. Tuy nhiên, từ năm 2016 đến nay, diện tích trung bình đã tăng lên 7.943,34 km² và dân số trung bình trong 07 năm cũng tăng lên mức trung bình là 1.237,46 nghìn người. Đồng thời, Hình 2 cho thấy mật độ dân số tăng đều qua các năm, tuy diện tích đất thay đổi từ năm 2015 qua năm 2016 và mật độ dân số giảm từ 156 người/km² đến 154 người/km² nhưng những năm sau đó, mật độ dân số tăng dần đều. Qua đó, chúng tôi sử dụng mô hình hồi quy tuyến tính để dự báo “dân số bình quân trên một kilômét vuông diện tích lãnh thổ” từ năm 2016 trở đi, kết quả

cho thấy hệ số trung bình tăng đều qua các năm là 0.0772 (*Adjusted R-squared: 0.9999, p-value: 3.977e-14*).

Bảng 1. Diện tích và dân số trung bình trong khoảng thời gian 2011-2022

Năm	Diện tích(km ²)	Dân số trung bình (nghìn người)
2011	7.812,90	1.184,50
2012	7.812,80	1.191,60
2013	7.812,80	1.199,50
2014	7.813,10	1.207,40
2015	7.813,10	1.215,20
2016	7.944,00	1.222,70
2017	7.943,90	1.230,40
2018	7.943,90	1.239,20
2019	7.943,90	1.232,30
2020	7.942,50	1.239,26
2021	7.942,60	1.246,31
2022	7.942,60	1.252,06

Nguồn: Tổng Cục Thống kê, ngày tra cứu: 01/02/2024



Hình 2. Mật độ dân số Tỉnh Bình Thuận 2021-2022

Nguồn: Tổng Cục Thống kê, ngày tra cứu: 01/02/2024

Bên cạnh đó, tỷ lệ giới tính trong Tỉnh Bình Thuận không có sự khác biệt giữa nam và nữ qua các năm (*p-value = 0.9396*). Tuy nhiên, quan sát dữ liệu từ năm 1995 đến năm 2021 cho thấy xu hướng biến đổi giữa nam và nữ trong cùng một năm, cụ thể, trước năm 2007, số lượng nữ vượt trội so với số nam (tỷ lệ nữ/nam khoảng 1,01), nhưng từ năm 2012 trở đi, số lượng nam chiếm ưu thế (tỷ lệ nữ/nam khoảng 0,99).

Ngoài ra, số liệu cũng cho thấy sự chênh lệch đáng kể giữa số dân ở nông thôn và thành thị với mức độ tin cậy 99% (*p-value < 2.2e-16*). Tuy nhiên, thú vị là, sự chênh lệch này đã thu hẹp theo thời gian, điều này

thể hiện qua tỷ lệ dân số giữa nông thôn và thành thị trong năm 1995 là 3,82, nhưng đến năm 2021, số liệu này giảm xuống còn 1,69.

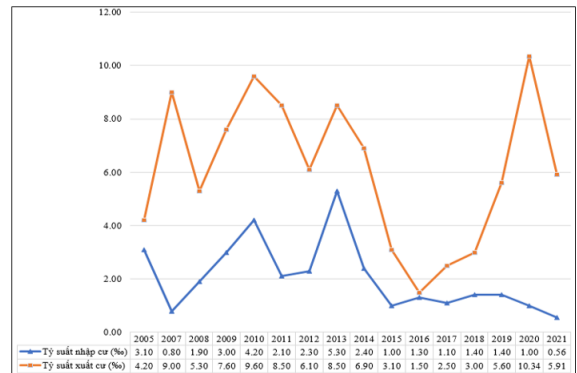
Bảng 2. Tỷ suất sinh thô, tử thô và tăng tự nhiên

Năm	Tỷ suất sinh thô (‰)	Tỷ suất tử thô (‰)	Tỷ lệ tăng tự nhiên (‰)
2005	19.00	4.60	14.40
2006	18.90	4.30	14.60
2007	18.90	4.40	14.60
2008	16.60	6.10	10.50
2009	16.80	6.10	10.70
2010	16.90	6.30	10.60
2011	18.30	5.50	12.70
2012	16.10	6.00	10.20
2013	12.70	5.80	7.00
2014	15.40	6.60	8.80
2015	13.90	6.50	7.40
2016	12.70	6.20	6.50
2017	13.60	6.80	6.80
2018	14.60	5.80	8.70
2019	11.86	5.59	6.27
2020	16.10	6.30	9.72

Nguồn: Tổng Cục Thống kê, ngày tra cứu: 01/02/2024

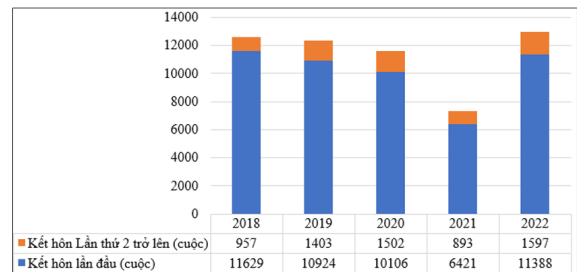
Trong 16 năm được khảo sát (2005 - 2020), nhìn chung, tỷ suất sinh thô và tỷ lệ tăng tự nhiên có xu hướng giảm nhưng tỷ suất tử thô có xu hướng tăng. Tuy nhiên, dù tỷ suất tử thô có tăng nhưng tỷ suất sinh thô duy trì hằng năm vẫn ở mức cao hơn tỷ suất tử thô (trung bình 2,81 lần) và tỷ lệ tăng tự nhiên so với tỷ lệ tử thô (trung bình 1,81 lần). Ngoài ra, tỷ suất sinh thô và tỷ lệ tăng tự nhiên của tỉnh Bình Thuận trong năm 2020 cao hơn so với cả nước lần lượt là 0,4‰ và tăng 0,42‰. Liên quan đến yếu tố tử thô, tỷ suất tử của trẻ em (trẻ em tử vong/trẻ em đang sinh sống) dưới 01 tuổi và dưới 05 tuổi cũng điều đáng quan tâm. Trong 10 năm quan sát (2010-2021), tỷ suất tử của trẻ dưới 05 tuổi trung bình 18,68, trong đó tỷ suất tử của trẻ dưới 01 tuổi (2005-2021) là 11,42, trong khi tuổi thọ trung bình của người dân tỉnh Bình Thuận là 74,52 tuổi, con số này cao hơn 0,92 tuổi so với tuổi thọ trung bình của người dân trong cả nước.

Một vấn đề khác trong cơ cấu dịch chuyển dân cư của tỉnh Bình Thuận đáng được lưu tâm là “nhập cư” và “xuất cư”. Chênh lệch trung bình giữa tỷ suất xuất cư đối với tỷ suất nhập cư trong 16 quan sát (2005-2021) là khoảng 4,05 (‰) và sự chênh lệch này có ý nghĩa thống kê với độ tin cậy 99% ($p\text{-value} = 2.236e-05$). Bên cạnh đó, thực trạng tỷ suất nhập cư có xu hướng gần về 0,5‰, trong khi tỷ suất xuất cư tiến về 6‰.



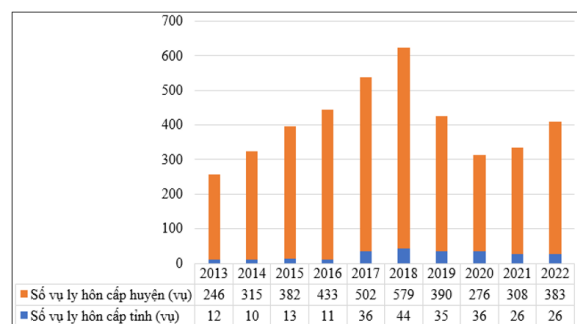
Hình 3. Tỷ suất nhập cư và xuất cư (‰) trong 2005-2021

Nguồn: Tổng Cục Thống kê, ngày tra cứu: 01/02/2024



Hình 4. Số cuộc kết hôn trong năm 2018-2022

Nguồn: Tổng Cục Thống kê, ngày tra cứu: 01/02/2024



Hình 5. Số vụ ly hôn trong năm 2013-2022

Nguồn: Tổng Cục Thống kê, ngày tra cứu: 01/02/2024

3.2. Một số vấn đề về hôn nhân

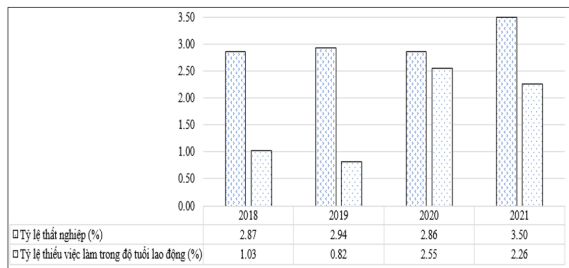
Số tuổi kết hôn lần đầu của người dân tỉnh Bình Thuận trung bình là 26,14 tuổi, trong đó, trung bình cứ 9 cuộc hôn nhân/năm sẽ có

1 cuộc kết hôn lần thứ 2 trở lên và trung bình trong một năm có khoảng 406 vụ ly hôn (cứ 1 vụ ly hôn cấp tỉnh sẽ có trung bình 19 vụ được xử lý cấp huyện). Số lần kết hôn và ly hôn trong những năm gần đây có xu hướng tăng dần (Hình 4, Hình 5).

3.3. Những vấn đề về lao động và thu nhập trung bình

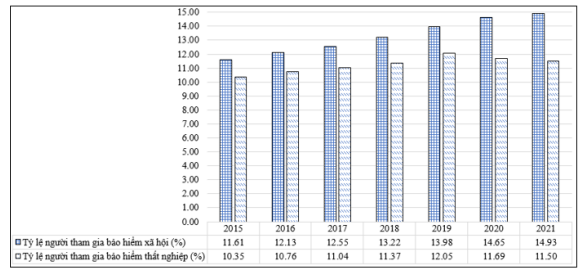
Lực lượng lao động từ 15 tuổi trở lên trung bình trong 16 năm (2005-2021) là 672.390 người/năm, trong đó, số lao động có việc làm trung bình từ 2018-2021 là 692.870 người/năm. Trong đó, tỷ lệ người

lao động thất nghiệp dao động trong khoảng 2,87% đến 3,50% và tỷ lệ người lao động thiếu việc làm (là người làm việc dưới 35 giờ; người có mong muốn và sẵn sàng làm thêm giờ) trong khoảng 0,82% đến 2,26%. Tỷ lệ người lao động thất nghiệp và thiếu việc làm khá thấp (dưới 4%) Ngoài ra, tỷ lệ người dân tham gia bảo hiểm xã hội và bảo hiểm thất nghiệp cũng chưa được cao (dao động từ 10.35% đến 14.65%). Tỷ lệ thất nghiệp có xu hướng tăng mạnh nhưng tỷ lệ người tham gia bảo hiểm xã hội và thất nghiệp có sự thay đổi không đáng kể.



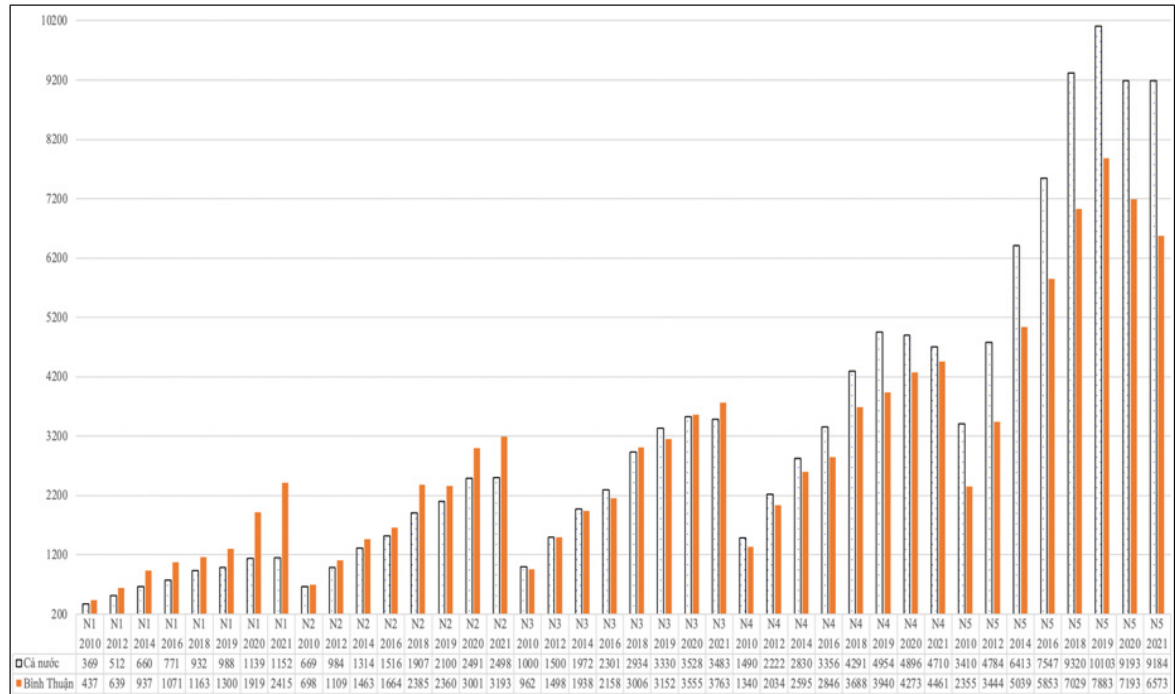
Hình 6. Tỷ lệ (%) thất nghiệp và thiếu việc làm trong độ tuổi lao động từ 2018-2021

Nguồn: Tổng Cục Thống kê, ngày tra cứu: 01/02/2024



Hình 7. Tỷ lệ (%) người tham gia bảo hiểm xã hội và bảo hiểm thất nghiệp từ 2015-2021

Nguồn: Tổng Cục Thống kê, ngày tra cứu: 01/02/2024



Hình 8. Tỷ lệ (%) người tham gia bảo hiểm xã hội và bảo hiểm thất nghiệp từ 2015-2021

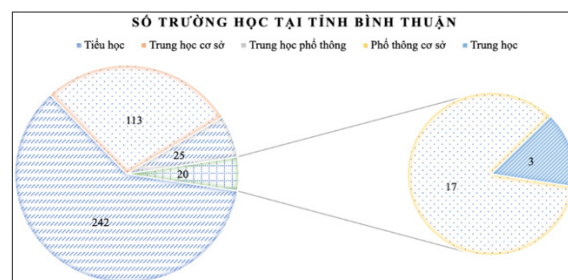
Nguồn: Tổng Cục Thống kê, ngày tra cứu: 01/02/2024

Tiếp theo, quan sát 05 nhóm (nhóm 1: nhóm nghèo, nhóm 2: nhóm cận nghèo, nhóm 3: nhóm thu nhập trung bình, nhóm 4: nhóm có thu nhập khá, và nhóm 5: nhóm thu nhập ổn định và cao) thu nhập trung bình trong một tháng của người có việc làm tại tỉnh Bình Thuận và cả nước. Nhìn chung, mức thu nhập trung bình của các nhóm quan sát tăng đều theo thời gian với tốc độ trung bình tăng 1,2 lần từ 2010 đến 2021 và số liệu cụ thể được biểu diễn tại Hình 8. Ngoài ra, có thể thấy với 03 nhóm đầu tiên (nhóm 1, 2, và 3), dường như thu nhập của người có việc làm tại tỉnh Bình Thuận cao hơn so với mức trung bình chung của cả nước theo thời gian. Ở một khía cạnh khác, ta thấy thu nhập giữa các nhóm từ nhóm nghèo đến nhóm có thu nhập khá chênh lệch khá hẹp nhưng nhóm ở mức ổn định và cao so với các nhóm còn lại có mức chênh lệch khá cao, điều này cho thấy được sự phân hoá giữa các nhóm thu nhập.

3.4. Một số đặc điểm về giáo dục và y tế

3.4.1. Giáo dục

Như đã phân tích trên, tỷ suất sinh thô của tỉnh Bình Thuận cao hơn so với cả nước vào năm 2020, tuy tỷ suất sinh thô và tỷ lệ tăng tự nhiên có xu hướng giảm nhưng so với mặt bằng chung thì khoảng cách chênh lệch khá gần và tỉ lệ dân số từ 15 tuổi trở lên biết chữ chiếm tỷ trọng khá cao (95,09% vào năm 2021). Tuy nhiên, một điều khá bất ngờ là số trường học từ bậc tiểu học đến trung học phổ thông giảm dần (Hình 9), cũng như số lượng người học và số giáo viên/giảng viên cũng giảm dần theo cấp bậc trong một năm, nhưng qua từng năm số lượng lại tăng đều từ người dạy đến người học (Bảng 3 và Bảng 4). Điều này cho thấy đây là một cơ hội và thách thức cho ngành giáo dục tại tỉnh Bình Thuận vào thời điểm hiện tại.



Hình 9. Số trường học tại Tỉnh Bình Thuận năm 2021
Nguồn: Tổng Cục Thống kê, ngày tra cứu: 01/02/2024

Bảng 3: Số học sinh và giáo viên các cấp bậc

Năm	Số học sinh tiểu học (người)	Số học sinh THCS (người)	Số học sinh THPT (người)	Số giáo viên tiểu học (người)	Số giáo viên THCS (người)	Số giáo viên THPT (người)	Tỷ lệ học sinh/ giáo viên tiểu học	Tỷ lệ học sinh/ giáo viên THCS	Tỷ lệ học sinh/ giáo viên THPT
2002	156941	87968	29089	5357	2886	1036	29.30	30.48	28.08
2003	150334	95642	31915	5689	3379	1143	26.43	28.30	27.92
2004	139610	101315	35985	5558	3796	1258	25.12	26.69	28.60
2005	128187	101764	40728	5471	4165	1398	23.43	24.43	29.13
2006	119310	101691	42270	5254	4362	1526	22.71	23.31	27.70
2007	113571	95660	42982	5259	4651	1657	21.60	20.57	25.94
2008	109348	90889	44454	5226	4715	1744	20.92	19.28	25.49
2009	109631	84870	44843	5295	4799	1818	20.70	17.68	24.67
2010	110160	79236	44701	5395	4803	2032	20.42	16.50	22.00
2011	109677	78098	44433	5394	4761	2242	20.33	16.40	19.82
2012	109862	76732	43665	5472	4772	2605	20.08	16.08	16.76
2013	111456	76498	39074	5716	4813	2526	19.50	15.89	15.47
2014	111499	76465	35737	5760	4783	2499	19.36	15.99	14.30
2015	112737	75474	34089	5886	4766	2454	19.15	15.84	13.89
2016	109946	75791	33714	5895	4696	2388	18.65	16.14	14.12

Bảng 3: Số học sinh và giáo viên các cấp bậc

Năm	Số học sinh tiểu học (người)	Số học sinh THCS (người)	Số học sinh THPT (người)	Số giáo viên tiểu học (người)	Số giáo viên THCS (người)	Số giáo viên THPT (người)	Tỷ lệ học sinh/ giáo viên tiểu học	Tỷ lệ học sinh/ giáo viên THCS	Tỷ lệ học sinh/ giáo viên THPT
2017	111050	77214	33387	5860	4569	2352	18.95	16.90	14.20
2018	116574	77559	33712	5802	4041	1293	20.09	19.19	26.07
2019	118162	78653	35333	5971	4387	2258	19.79	17.93	15.65
2020	119334	80849	37197	5905	4340	2213	20.21	18.63	16.81
2021	124379	78289	38160	5844	4270	2206	21.28	18.33	17.30

Nguồn: Tổng Cục Thống kê, ngày tra cứu: 01/02/2024

Bảng 4. Số sinh viên và giảng viên bậc đại học, cao đẳng

Năm	Số sinh viên (người)	Số giảng viên (người)	Tỷ lệ sinh viên/ giảng viên
2015	1299.00	129.00	10.07
2016	1606.00	133.00	12.08
2017	1618.00	122.00	13.26
2018	1762.00	135.00	13.05
2019	1945.00	133.00	14.62
2020	2267.00	191.00	11.87

Nguồn: Tổng Cục Thống kê, ngày tra cứu: 01/02/2024

3.4.2. Y tế

Bảng 5 trình bày về nhân lực ngành y tế tại Bình Thuận trong khoảng thời gian từ

2002 tới 2017. Trong năm 2017, tỉnh Bình Thuận có 13 bệnh viện, 10 bệnh viện điều dưỡng và phục hồi chức năng, và 117 trạm y tế xã, phường, cơ quan, xí nghiệp. Bên cạnh tỷ suất tử thô giảm, số lượng lực lượng khám chữa bệnh tăng dần đều trong 16 năm (2002-2017), cụ thể tốc độ trung bình số lượng bác sĩ, y sĩ, y tá và hộ sinh với lần lượt là 1,026; 1,003; 1,629; và 1,062; và tốc độ tăng trung bình số lượng dược sĩ 1,07. Đồng thời số giường bệnh cũng tăng từ 3.413 giường bệnh năm 2021 đến 3.843 giường bệnh năm 2022.

Bảng 5. Nhân lực trong ngành y tế

Năm	Số bác sĩ	Số Y sĩ	Số Y tá	Số Hộ sinh	Dược sĩ Cao cấp	Dược sĩ Trung cấp	Dược tá	Tổng Dược sĩ
2002	446	820	361	178	32	125	182	339
2003	498	685	480	177	37	127	220	384
2004	554	849	438	237	22	46	60	128
2005	556	872	449	293	20	85	82	187
2006	552	831	533	305	29	117	88	234
2007	542	823	591	341	21	136	80	237
2008	572	830	646	356	21	226	41	288
2009	567	898	757	436	24	267	36	327
2010	562	855	840	403	27	267	33	327
2011	598	842	881	398	33	318	22	373
2012	616	861	1202	446	39	531	71	641
2013	611	887	113	413	33	328	29	390
2014	619	884	1116	411	43	350	24	417
2015	638	888	1158	412	53	340	24	417
2016	643	826	1223	396	57	316	15	388
2017	655	854	1236	405	66	324	15	405

Nguồn: Tổng Cục Thống kê, ngày tra cứu: 01/02/2024

3.5. Một số đặc điểm về các loại nhà tại Tỉnh Bình Thuận

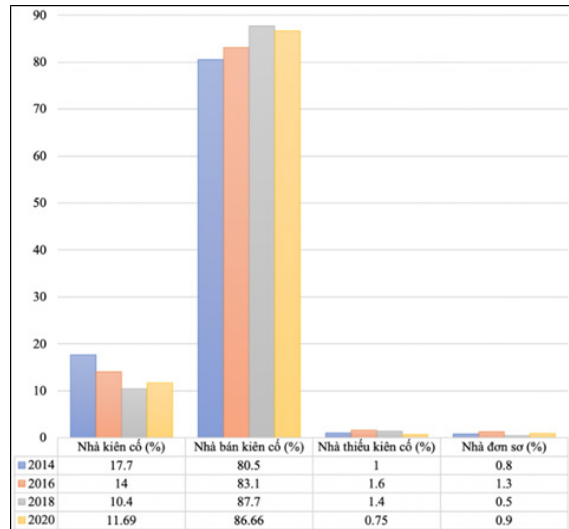
Căn cứ vào quy định vật liệu bền được cấu thành từ 03 kết cấu chính trong công văn số 134/BXD-QLN [] như sau:

“(1) Cột làm bằng các loại vật liệu: bê tông cốt thép, gạch/đá, sắt/thép/gỗ bền chắc;

(2) Mái làm bằng các loại vật liệu: bê tông cốt thép, ngói (xi măng, đất nung);

(3) Tường bao che làm bằng các loại vật liệu: bê tông cốt thép, gạch/đá, gỗ/kim loại.”

“Nhà kiên cố là nhà có cả ba kết cấu chính đều được làm bằng vật liệu bền chắc; nhà bán kiên cố là nhà có hai trong ba kết cấu chính được làm bằng vật liệu bền chắc.”



Hình 10. Tỷ lệ các loại nhà trong tỉnh Bình Thuận qua các năm 2014-2020

Nguồn: Tổng Cục Thống kê, ngày tra cứu: 01/02/2024

Bảng 6. Diện tích đất bình quân đầu người theo các loại nhà (m²)

Năm	Nhà kiên cố	Nhà bán kiên cố	Nhà thiếu kiên cố	Nhà đơn sơ
2014	23.7	19.1	13.7	14
2016	21.9	20.1	17.3	8.6
2018	25.5	21.2	20	10.4
2020	28.3	20.6	11.4	13.6

Nguồn: Tổng Cục Thống kê, ngày tra cứu: 01/02/2024

Hình 10 cho thấy tại Bình Thuận, các loại nhà bán kiên cố chiếm tỷ trọng khá cao với trung bình 84,49% và diện tích bình quân đầu người của loại nhà này là 20,25 m².

Ngược lại, tuy nhà kiên cố chiếm 13,45% nhưng diện tích đất bình quân đầu người cho loại nhà kiên cố là 24,85 m² và loại nhà còn lại chiếm tỷ trọng khá nhỏ và diện tích đất bình quân nhỏ hơn hai loại nhà trên.

3.6. Đặc điểm về trồng trọt, chăn nuôi và du lịch

Tỉnh Bình Thuận với địa hình đa dạng từ vùng đồi núi đến đồng bằng và khu vực ven biển nên đây là vùng đất thuận lợi để trồng trọt, chăn nuôi và du lịch. Bảng 7 thống kê số trang trại và mục đích sử dụng các trang trại này qua các năm 2011-2022, số liệu cho thấy mục đích sử dụng để trồng trọt là cao nhất, tiếp đến chăn nuôi và nuôi trồng thủy hải sản.

Bảng 7. Tổng số trang trại phân theo từng mục đích riêng 2011-2022

Năm	Trồng trọt	Chăn nuôi	Nuôi trồng thủy sản	Khác
2011	334	34	14	4
2012	386	41	13	
2013	389	36	11	5
2014	497	55	9	
2015	601	55	9	
2016	382	69	9	2
2017	384	72	8	2
2018	392	79	8	4
2019	395	81	8	4
2020	295	73	9	5
2021	296	102	9	6
2022	280	105	9	6

Nguồn: Tổng Cục Thống kê, ngày tra cứu: 01/02/2024

Tương tự mô hình trang trại, sản lượng của một số mô hình khác cũng được trình bày ở Bảng 8, ứng với từng quy mô mà sản lượng cho tỷ lệ thuận tương ứng. Đồng thời các sản lượng này có thể vận chuyển đến chợ (138 chợ - năm 2022) và siêu thị (03 siêu thị - năm 2022).

Đồng thời Bảng 9 cho thấy số lượt vận chuyển khách cũng như khối lượng hàng hoá từ năm 2000 đến năm 2021, nhìn chung số lượt vận chuyển cũng như khối lượng

hàng hoá tăng dần (trừ năm 2021). Việc vận chuyển trong chuỗi logistics mang lại doanh thu đáng kể cho doanh nghiệp trong tỉnh Bình Thuận (dữ liệu trình bày ở Bảng 10), trong đó doanh thu thuần đến từ sản xuất

kinh doanh của các doanh nghiệp đang hoạt động có kết quả sản xuất kinh doanh cao hơn doanh thu từ du lịch lữ hành, và do sự ảnh hưởng của dịch COVID-19, kết quả doanh thu giảm đáng kể.

Bảng 8. Sản lượng trồng trọt, chăn nuôi và thủy sản trong giai đoạn 2018 – 2021

a) trồng trọt (tấn)

Năm	Lương thực có hạt	Lúa cả năm	Ngô	Khoai lang	Sắn	Mía	Lạc
2018	812.600	709.300	103.300	3.400	455.700	60.100	7.780.200
2019	794.100	689.500	104.500	5.400	497.700	54.000	9.770.600
2020	741.600	641.300	100.300	3.200	516.800	50.400	8.556.300
2021	840.900	737.900	103.000	3.300	515.600	50.300	10.575.500

b) chăn nuôi xuất chuồng (tấn)

Năm	Thịt trâu hơi	Thịt bò hơi	Thịt lợn hơi	Thịt gia cầm hơi
2018	509.000	7.783.100	41.010.000	8.079.200
2019	503.000	7.798.500	40.104.500	8.316.000
2020	314.100	8.082.900	46.856.000	12.792.300
2021	365.800	8.229.700	49.804.300	15.269.900

c) thủy sản (tấn)

Năm	Thủy sản	Thủy sản nuôi trồng	Cá nuôi	Tôm nuôi
2018	231.697	13.890	5.632	8.216
2019	234.534	14.180	5.791	8.383
2020	233.539	12.048	4.787	7.121
2021	241.621	11.577	7.494	4.039

Nguồn: Tổng Cục Thống kê, ngày tra cứu: 01/02/2024

Bảng 9. Vận chuyển trong Logistics 2020-2021

Năm	Số lượt hành khách vận chuyển (Nghìn lượt người)	Khối lượng hàng hóa vận chuyển (tấn)
2000	8.800	1.184.000
2001	8.900	1.277.000
2002	7.600	1.308.000
2003	7.800	1.468.000
2004	9.000	1.679.000
2005	9.500	2.158.000
2006	10.200	2.382.000
2007	10.600	2.700.000
2008	11.200	2.851.000
2009	11.800	2.953.000
2010	13.000	3.313.000
2011	13.600	3.472.900
2012	14.200	4.313.900
2013	15.100	4.964.300

Năm	Số lượt hành khách vận chuyển (Nghìn lượt người)	Khối lượng hàng hóa vận chuyển (tấn)
2014	16.200	5.320.500
2015	17.800	5.890.700
2016	17.500	6.460.900
2017	19.200	7.305.000
2018	24.860	8.208.600
2019	27.100	9.109.800
2020	22.900	6.393.900
2021	12.110	4.616.400

Nguồn: Tổng Cục Thống kê, ngày tra cứu: 01/02/2024

Bảng 10. Doanh thu từ vận chuyển (tỷ đồng) trong Logistics 2020-2021

Năm	Doanh thu du lịch lữ hành	Doanh thu thuần sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp đang hoạt động có kết quả sản xuất kinh doanh
2010	45,90	26.143,00
2012	56,20	
2013	61,80	
2014	43,80	
2015	46,40	57.154,00
2016	49,70	78.977,00
2017	56,60	72.413,00
2018	61,40	84.500,48
2019	67,40	110.872,84
2020	40,00	116.706,98
2021	33,50	

Nguồn: Tổng Cục Thống kê, ngày tra cứu: 01/02/2024

4. KẾT LUẬN

Trong nghiên cứu này, các phân tích dựa trên dữ liệu thống kê về các đặc điểm về tự nhiên, kinh tế, và xã hội của tỉnh Bình Thuận từ Tổng Cục Thống kê đã được thực hiện để đưa ra những nhận định và dự báo. Kết quả phân tích cho thấy các đặc điểm nổi bật sau:

Bình Thuận một vùng đất phong phú và được thiên nhiên ưu ái, đặc trưng đa dạng địa hình từ đồng bằng, vùng ven biển đến những vùng đồi núi. Sự đa dạng địa hình này tạo ra môi trường đa chiều cho người dân, mở ra nhiều khía cạnh lao động từ nông nghiệp, chăn nuôi, đến ngành nuôi trồng thủy sản và du lịch.

Lực lượng lao động tại tỉnh Bình Thuận tập trung chủ yếu vào nghề trồng trọt và chăn nuôi. Thị trường nông sản nổi bật, và

sự phát triển của trồng trọt thể hiện rõ qua sự gia tăng số lượng trang trại và doanh thu từ hoạt động này. Bên cạnh đó, tỷ lệ thất nghiệp ở đây thấp, mức thu nhập trung bình trở xuống vẫn đứng cao hơn so với mức trung bình quốc gia.

Sức khỏe cộng đồng là một điểm sáng, với sự cải thiện đáng kể trong chất lượng y tế. Tỷ suất tử vong giảm, đặc biệt là ở trẻ em dưới 01 và 05 tuổi. Ngoài việc tăng cường cơ sở y tế, Tỉnh Bình Thuận đã và đang chú trọng đến việc đào tạo và thu hút thêm lực lượng y tế, đảm bảo nguồn nhân lực y tế đủ và chất lượng.

Tuy nhiên, vẫn tồn tại những thách thức cần được xem xét, như vấn đề giáo dục. Mặc dù tỷ suất sinh thô ở Bình Thuận cao hơn so với trung bình quốc gia (2021), số lượng

trường học đang giảm dần theo bậc học, người học và người tham gia giảng dạy đang giảm dần theo thời gian, khi tỷ suất sinh thô và tỷ lệ tăng tự nhiên có tốc độ phát triển

càng cao. Điều này đặt ra thách thức về việc đảm bảo chất lượng giáo dục và cung ứng đủ nguồn nhân lực giáo viên để đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của cộng đồng.

Thông tin tác giả:

TS. Nguyễn Minh Tâm (*Tác giả liên hệ), Khoa Cơ bản, Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam.

Email: nmtam@upt.edu.vn

BSCK I- Nguyễn Văn Nhơn, Khoa Khoa học Sức khỏe, Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam.

Email: nvnhon@upt.edu.vn

BSCK II- Nguyễn Văn Thành, Khoa Khoa học Sức khỏe, Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam.

Email: nvthanh@upt.edu.vn

ThS. Võ Đức Tư Duy, Phòng Quản lý Khoa học và Hợp tác Quốc tế, Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam.

Email: vtdtduy@upt.edu.vn

Ghi chú

Các tác giả đã xác nhận không có tranh chấp về lợi ích về tài chính đối với bài báo này.

Thông tin bài báo

Ngày nhận bài: 16/02/2024

Ngày hoàn thiện biên tập: 27/02/2024

Ngày duyệt đăng: 27/02/2024

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Dazhi Chong, Hui Shi, “Big data analytics: a literature review”, Journal of Management Analytics, vol. 2, no. 3, pp. 175-201, 2015, doi: 10.1080/23270012.2015.1082449.

[2] Hamed Taherdoost, “Data Collection Methods and Tools for Research; A Step-by-Step Guide to Choose Data Collection Technique for Academic and Business Research Projects”, International Journal of Academic Research in Management (IJARM), vol. 10, no. 1, pp.10-38, 2021.

[3] Maria Assunta Barchiesi, Andrea Fronzetti Colladon, “Big data and big values: When companies need to rethink themselves”, Journal of Business Research, vol. 129, pp. 714-722, 2021, doi: 10.1016/j.jbusres.2019.10.046.

[4] Friedman J.H., “The Role of Statistics in the Data Revolution?”, International Statistical Review, vol. 69, pp. 5-10, 2001, doi: 10.1111/j.1751-5823.2001.tb00474.x.

- [5] Công thông tin điện tử của Tổng Cục Thống kê, <https://www.gso.gov.vn/>.
- [6] Niên giám Thống kê 2022, <https://www.gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2023/06/nien-giam-thong-ke-2022/>.
- [7] Công thông tin điện tử tỉnh Bình Thuận, <https://binhthuan.gov.vn/dieu-kien-tu-nhien>.
- [8] Chuyên trang Du lịch Bình Thuận, Công thông tin điện tử tỉnh Bình Thuận, <https://binhthuan.gov.vn/du-lich>.
- [9] R Core Team, “R: A language and environment for statistical computing”, <https://www.R-project.org/>.
- [10] Douglas Downing, Jeffrey Clark, “E-Z Statistics”, Barron’s.
- [11] Nguyễn Tiến Dũng, Nguyễn Đình Huy, “Xác suất - Thống kê & Phân tích số liệu” của Nhà xuất bản Đại học Quốc gia TP.Hồ Chí Minh, Việt Nam.
- [12] Groebner, D.F., Shannon, P.W., Fry, P.C., Smith, K.D. “Business Statistics: A Decision-Making Approach”, Pearson, 2008.
- [13] Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E., “Multivariate Data Analysis”, Pearson, 2010.
- [14] Kutner, M. H., Nachtsheim, C. J., Neter, J., & Li, W., “Applied Linear Statistical Models”, McGraw-Hill, 2004.
- [15] Levin, R.I., Fox, J.A., “Elementary Statistics in Social Research”, Pearson, 2014.
- [16] Montgomery, D. C., Peck, E. A., Vining, G. G., “Introduction to Linear Regression Analysis”, Wiley, 2012.
- [17] Công văn số 134/BXD-QLN về việc trả lời Sở Xây dựng tỉnh Hậu Giang về khái niệm loại nhà kiên cố và bán kiên cố, <https://thuvienphapluat.vn/cong-van/Bat-dong-san/Cong-van-134-BXD-QLN-2015-khai-niem-loai-nha-kien-co-va-ban-kien-co-397554.aspx>

REGIONAL QUALITY IN BINH THUAN PROVINCE DURING 1995-2022 AND RECOMMENDATIONS FOR FURTHER DEVELOPMENT

Nguyen Minh Tam^{1,*}, Nguyen Van Nhon², Nguyen Van Thanh², Vo Duc Tu Duy³

¹Faculty of Basic Sciences, University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam

²Faculty of Health Sciences, University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam

³Department of Scientific Management and International Cooperation, University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam

Abstract: This study presents some statistical data analysis results on the characteristics of Binh Thuan province extracted from the General Statistics Office, Ministry of Planning and Investment in 1995-2022. The obtained results show remarkable features as follows: i) terrain diversity brings many labor opportunities in different industries; ii) The workforce in Binh Thuan province mainly focuses on agriculture and livestock. The agricultural market is also growing strongly, revealed by the increase in the number of farms and revenue from agricultural activities; iii) Public health in the province has improved quite positively, as shown by the reduced mortality rate, especially in young children. However, there are still shortcomings that need to be considered, typically in the field of education, shown by the number of schools in Binh Thuan province has been gradually decreasing according to educational levels while the number of students and teachers has been also decreasing over time. These statistical analysis results can help individuals, businesses, and managers identify trends, thereby planning appropriate development strategies based on exploiting local potential.

Keywords: Binh Thuan province, terrain, farming, livestock, education, health, tourism

Author Information:

TS. Nguyen Minh Tam (*Corresponding author), Faculty of Basic Sciences, University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam.

Email: nmtam@upt.edu.vn

Doctor Specialist Level I - Nguyen Van Nhon, Faculty of Health Sciences, University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam.

Email: nvnhon@upt.edu.vn

Doctor Specialist Level II- Nguyen Van Thanh, Faculty of Health Sciences, University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam.

Email: nvthanh@upt.edu.vn

M.A. Vo Duc Tu Duy, Department of Scientific Management and International Cooperation, University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam.

Email: vtdtduy@upt.edu.vn

Notes: The authors declare no competing financial interests.

CHARACTERISTICS OF LIGHTNING ELECTRIC FIELDS OVER LAND AND SEA OBSERVED IN SARAWAK, MALAYSIA

N. Asrina Ramlee^{1,*}, N. A. Ahmad², Z.A. Baharudin³, M.R. M. Esa²

¹ University of Technology, Sarawak, Malaysia

² Universiti Teknologi Malaysia, Johor, Malaysia

³ Universiti Teknikal Malaysia Melaka, Malaysia

Abstract: Many researchers around the world have investigated the lightning electric field characteristics of return strokes occurring over the sea and land. However, such studies are never carried out in East Malaysia, which is surrounded by the South China Sea. Therefore, this paper presents the characteristics of lightning electric fields overland and at sea observed in Sibul, Sarawak. In this measurement, a total of 42 negative cloud-to-ground lightnings (24 from over the land and 18 from over the sea) were considered for further analysis. The samples were collected at distances ranging from 26 to 100 km using a parallel plate antenna. Four parameters of the first return strokes were measured, namely, normal electric field (E_n), zero-crossing time (T_{zc}), zero-to-peak rise time (T_{zp}), and 10-90% rise time (T_{10-90}). The lightning that was captured over the sea in Sarawak had an E_n value that was 2% lower, T_{zc} that was more than twice longer, T_{zp} and T_{10-90} that were 7% and 23% shorter, respectively, when it was on land. The results obtained in Sarawak (East Malaysia) compared with those from Kuala Perlis (West Malaysia) revealed the attribution of roughness to variations in lightning parameters. It has been observed that when the roughness of the propagation medium increases, E_n and T_{zp} decrease. Whereas, T_{10-90} increases with increasing propagation medium roughness. On the contrary, T_{zc} is independent of the roughness of the propagation medium due to its strong negative correlation with E_n . In terms of correlations between lightning parameters and propagation distance, E_n measured at both sea and land in Sarawak has a negative correlation with propagation distance. Meanwhile, T_{zc} , T_{zp} and T_{10-90} observed from the land show a positive correlation with propagation distance. In contrast, the same three parameters observed from the sea have a negative correlation with propagation distance. In summary, the patterns of lightning characteristics mentioned above are very useful in identifying the origin of the lightning event.

Keywords: cloud-to-ground lightning, first return stroke, normal electric field, propagation distance, propagation medium

1. INTRODUCTION

Investigations into lightning characteristics have shown that the temperature, topography, spatiotemporal, and climatic regions throughout the earth generate distinct lightning occurrences

and features. The impact of location on the characteristics of lightning has been the subject of numerous studies. Gomes and Cooray (2004), for instance, examined the data from Sweden's inland, which was approximately 70 km from the Baltic Sea. The findings of the study are comparable

to those of Ushio et al., who reported on the preliminary breakdown pulse structures discovered in the Hokuriku area near the Sea of Japan (Ushio, Kawasaki, Matsuura, & Wang, 1998). In addition, Qie et al. (2013) took lightning measurements in a high-latitude forest zone in China, while Schumann et al. (2013) collected data at 635 m above sea level in Brazil. In comparison, the 10–90% rise time and the zero-to-peak rise time are 36% and 47% greater in China than in Brazil, respectively. Besides that, Wooi et al. (2015) studied the lightning parameters in Johor, Malaysia, and found 30–40% higher values for the 10–90% rise time and zero-to-peak rise time when compared to the lightning in temperate countries. Furthermore, Hamzah et al. (2014) discovered an unexpected value of zero-crossing time at a range of 0.66 to 7.96 ms for the data collected in Selangor, Malaysia. The findings were compared to the data from Sweden and Sri Lanka, which obtained 49 μ s and 89 μ s, respectively (Cooray & Lundquist, 1985). It was concluded that the length of zero-crossing was longer in countries that were closer to the equator. While most of the investigators were focused on studying the association between lightning occurrence and environmental variations, there are still many unanswered questions on lightning characteristics that correlate with the environmental variations in Malaysia. As a result, this paper describes the characteristics of the lightning electric field overland and at sea as observed in Sibu, Sarawak, which is in East Malaysia. The results were also compared to those from West Malaysia, and the correlation between lightning parameters and propagation distance in various mediums was investigated in this study. The lightning data in this study was captured using a parallel plate antenna integrated with a fast field circuit. Four lightning parameters, namely, normal electric field (E_n), zero-crossing time

(T_{zc}), zero- to-peak rise time (T_{zp}), and 10 to 90 percent rise time (T_{10-90}), were then analyzed in a software called PicoScope.

2. MEASUREMENT

The first lightning measurement station in East Malaysia was installed in the vicinity of the University of Technology Sarawak (UTS) (2° 20' 31.2" N, 111° 50' 53.1" E), about 60 km from the South China Sea. The station was in the Sibu district of Sarawak State. The electric field produced by lightning flashes was captured using a parallel plate antenna integrated with an electronic circuit known as a fast field circuit, as shown in Figure 1. The antenna is 1.5 meters high, and it was connected to the fast field circuit through a 60 cm RG58 Bayonet Neill-Concelman (BNC) cable. Then, the output from the circuit was transmitted to a PicoScope 5244D via a 30-meter identical BNC cable. Using a 160-cm Universal Serial Bus (USB) cable and a computer that already had PicoScope Version 6 software pre-installed, the lightning waveform captured by the PicoScope was transmitted and stored. An insulated, pure copper grounding cable was used to connect the antenna's bottom plate to the ground. For the PicoScope software, it was set to a maximum voltage of 5 V and a front edge threshold of 500 mV, which is the level that the signal must cross to trigger a capture. The waveform was set to 200 ms/div in Alternating Current (AC) form with two seconds in total of the display time frame, whereas the pre-trigger control was set to 50% so that the waveform starts to appear at the center of the timeframe window. To display the most recent captured signal on the monitor, the trigger mode was set to a single mode. For the measuring system to automatically capture and store the desired signals continuously, the alarm setting was setup in a sequence starting with the beep, saving the current buffer, and restarting capture. 42 negative first return

strokes (FRS) were recorded for this study and were collected between March and July 2020. This study applied the atmospheric

sign convention concept, where a negative return stroke was identified as a positive field change.

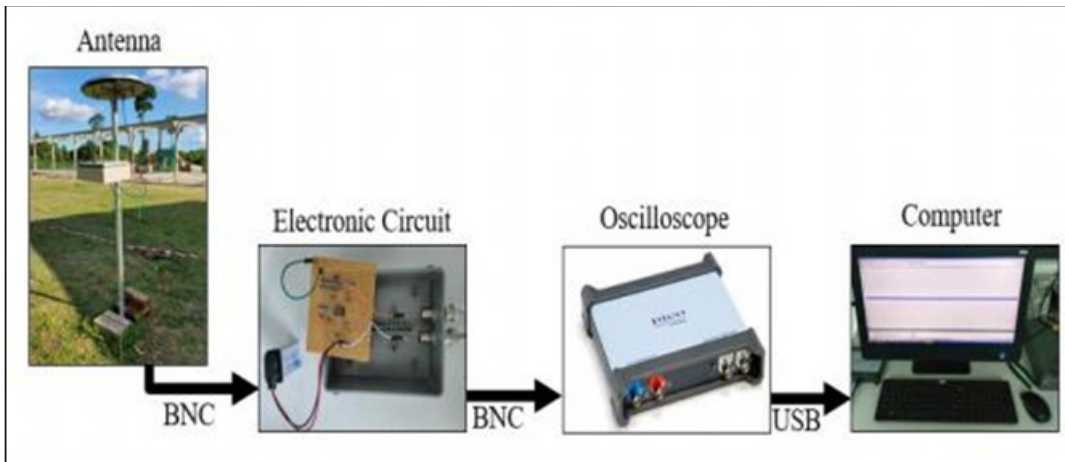


Figure 1. The block diagram of the lightning measurement setup in Sibul, Sarawak

Figure 2 depicts four parameters measured by the FRS pulse. They were displayed using PicoScope Version 6 software. The time duration for a lightning channel to rise from 0 V or the reference line to reach its peak value and return to the point where it crosses the reference line again is known as zero-crossing time (T_{zc}). It also carries information about the zero to peak rise time (T_{zp}) and the 10 to 90 percent rise time (T_{10-90}). The amount of time for the waveform to rise from the zero electric field line to the peak of the waveform was noted as T_{zp} . Meanwhile,

the time taken for the waveform to rise from 10% to 90% of the measured voltage (V_m) was noted as T_{10-90} . The V_m is the magnitude of the voltage peak from the RS pulse. It was measured from the reference line of the waveform until the maximum voltage. The value of V_m was then used to compute the normal electric field (E_n), by using Equation 1. The details of the equation's derivation have been extensively described by Galvan and Fernando (2000).

$$E_n = 20.6037 \times V_m \quad (1)$$

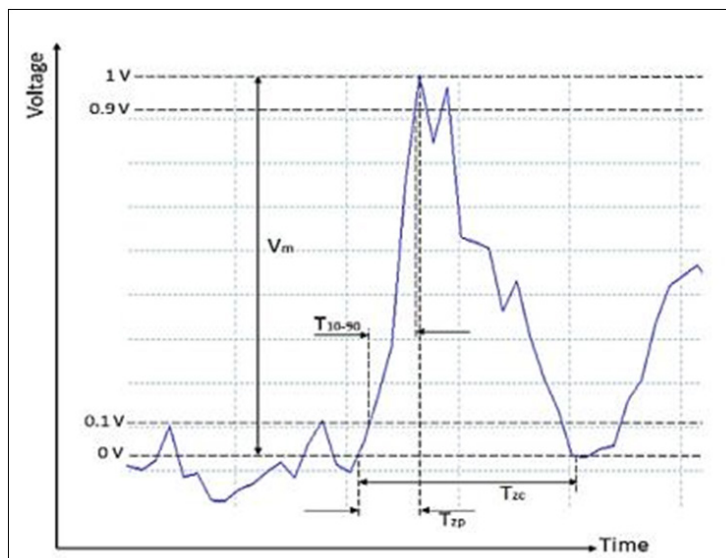


Figure 2. Return stroke characteristics measurement (Ramlee, 2021)

The E_n amplitude indicates the induced voltage from the lightning, which can be applied in the selection of insulating materials for lightning protection (Kusim, 2009). Meanwhile, T_{ZC} represents the time it takes to generate total energy, which is defined as the amount of charge transferred through voltage in a given time (Lumen, 2013). Additionally, the amount of charge determines the melting and heating impact of a Surge Protection Device (SPD) (Rakov et al., 2013). The time it takes for a stroke to reach its peak amplitude is known as T_{ZP} . The amplitude change occurs at the fastest rate between 10 and 90% of the front portion electric field radiation, so T_{10-90} represents the time required for a sudden increase in lightning energy. In a nutshell, the parameters are critical in developing lightning protection systems and devices, particularly when calculating the operational threshold voltage or current.

3. NEGATIVE CLOUD-TO-GROUND LIGHTNING OVER LAND AND SEA

In this study, a total of 76 negative cloud-to-ground (CG) lightning data points, comprising 42 FRS and 34 subsequent return strokes, were collected between March and July 2020. Only 42 negative FRS were considered for further analysis to investigate the lightning characteristics that propagate in different mediums (land and sea). A total of 24 FRS were observed to propagate over land, while 18 FRS propagated over sea.

Since the location of this study was close to the South China Sea, it was believed that the medium of propagation, namely sea water and land soil, might significantly influence the variations of the lightning characteristics. Numerous scholars have looked at how the propagation medium affects the electric field properties of both positive and negative CG lightning that strikes overland and at sea. A lot of research has been done on the lightning electric fields that are made by stepped leaders (Nag & Cummins, 2017), return strokes (Nag & Cummins, 2018), and subsequent return strokes (Said, Cohen, & Inan, 2013).Additionally, Abdul Malek et al. (Abdul-Malek, Yusof, Wooi, & Sidik) recently completed a thorough investigation on different electric field characteristics for negative CG lightning striking over sea and land. The research was set up in Kuala Perlis, Malaysia, on West Malaysia’s northern shore. The investigation used a total of 40 and 30 negative FRS recorded from over the sea and land, respectively. The lightning data were collected in May 2019 at a distance of 8 to 100 km. The results of the study conducted in Sibul (this study) were compared to those of the study conducted in Kuala Perlis to examine the variations in lightning characteristics caused by different propagation mediums in Malaysia. It was found that the average results from the analysis of this study contravene the findings in Kuala Perlis in four parameters, as shown in Figure 3.

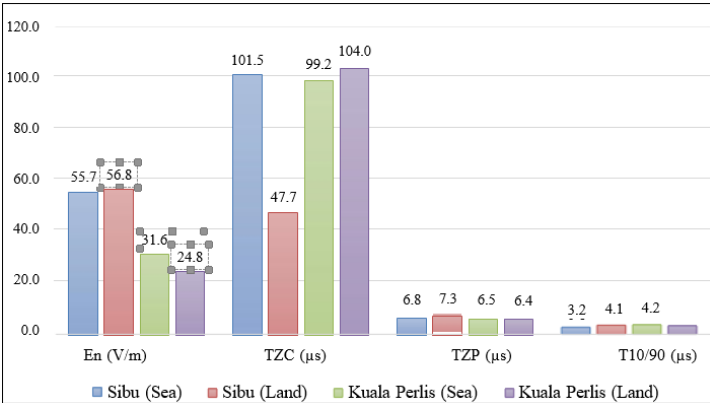


Figure 3. Lightning characteristics comparison between Sibul and Kuala Perlis

The E_n values are normalized to a 100-km observation distance to standardize comparability with prior investigations. Additionally, this was done to clear the parameter's dependence on the propagation distance. In Sibul alone the E_n value of the lightning captured over the sea was 2% lower than over the land. Lightning that was collected over the sea created T_{ZC} that was twice as much as if it was on land. When compared to the land, the T_{ZP} and T_{10-90} of the lightning that struck over the sea are 7% and 23% lower, respectively. A comparison of lightning data from sea and land in Kuala Perlis produced a completely different outcome from a comparison in Sibul. The lightning data obtained from over the sea in Kuala Perlis had an E_n value that was 27% greater than lightning collected on land. However, lightning captured over the sea had a 5% shorter T_{ZC} than those collected on land. In comparison to the land, the T_{ZP} and T_{10-90} of the lightning measured over the sea are both 1.6% and 11% greater, respectively. This variation may be due to the environmental differences between Sibul and Kuala Perlis. Sibul is more influenced by variations from the South China Sea, while Kuala Perlis receives variations from the Andaman Sea and Malacca Strait. Geographically, Kuala Perlis receives more wind from the Andaman Sea than the Malacca Strait. Whereas, Sibul is subjected to winds that originate mostly from the South China Sea. According to Lukačović (2019), wind speeds in the Malacca Strait ranged from 14 to 32 km/h and up to 43 km/h in the Andaman Sea. In addition, Kuala Perlis also experienced a rainy season during data acquisition (Diebel, 2020). Meanwhile, the South China Sea wind speed was up to 32 km/h during data acquisition. Windy seas create more turbulence on the sea surface, which attenuates the electromagnetic signals propagating through it (Ding, 2019). Therefore, it is reasonable that Sibul observed

E_n or the lightning recorded over the sea is 76% higher compared to that collected in Kuala Perlis.

In comparison to Kuala Perlis, Sibul has a 2% higher T_{ZC} value, as determined by lightning strikes over the sea. However, it cannot be compared in the different region due to the fact that this parameter is closely related to the value of peak amplitude. According to Lu, Cummer, Blakeslee, Weiss, & Beasley (2012); and Rakov & Dulzon (1991), higher peak amplitude leads to a higher charge capacity. Consequently, the higher total charge resulted in a faster lightning speed (Cooray, 1993), thus, a shorter T_{ZC} (Shoory, Rachidi, Rubinstein, Moini, & Sadeghi, 2009). Therefore, a high value of E_n observed in both lightning data from Sibul land and Kuala Perlis sea, resulting in a shorter T_{ZC} . According to (Y. Zhang et al., 2018), T_{ZP} exhibits a negative correlation with the propagation medium roughness. This study agrees with the inference that lightning collected over the sea near Kuala Perlis produced a 4% shorter T_{ZP} compared to lightning collected over the sea near Sibul. When comparing, the T_{10-90} value for the lightning data collected in similar medium propagation, from over the sea near Kuala Perlis produced 31% longer time compared to those from Sibul. This finding is in agreement with the research conducted by Zhang et al. at Qingdao buoy station near the East China Sea (Y. Zhang et al., 2018). Thus, it can be inferred that the roughness of the nearby sea has a positive influence on the parameters. However, when comparing the T_{10-90} value for lightning data collected in different mediums of propagation, it also revealed a positive correlation to the electric field amplitude. As suggested by Paul et al. (Paul, Heidler & Schulz, 2019), higher electric field amplitude produced longer T_{10-90} .

As mentioned above, the sea near Kuala Perlis is rougher than that near Sibul. Thus, it

can be summarized that E_n and T_{ZP} are lower when the roughness of the propagation medium is higher. Meanwhile, T_{10-90} is higher when the roughness of the propagation medium is higher. On the other hand, previous literature (Cooray, 1993; Lu et al., 2012; Rakov & Dulzon, 1991; Shoory et al., 2009) suggests that T_{ZC} has a good negative relationship with E_n , and it can be understood that it has no relationship with the roughness of the propagation medium.

4. CORRELATION BETWEEN LIGHTNING PARAMETERS AND PROPAGATION DISTANCE IN DIFFERENT MEDIUM

This paper also reports the correlation between four lightning parameters (E_n , T_{ZC} , T_{ZP} , and T_{10-90}) and the propagation distance in different medium propagation in Sibuluan. Interestingly, most of the lightning characteristics examined over the sea exhibit different behaviour in relation to the propagation distance than on land. As presented in Appendix 1 (i), the value of E_n for the lightning observed on Sibuluan land has a negative correlation with the lightning propagation distance. A similar correlation exists between E_n for the lightning observed over the sea and lightning propagation distance, as shown in Appendix 2 (i). This is obviously due to the signal attenuation that comes from the roughness of the ground and the sea. According to Hidayat and Ishii (2006), electromagnetic waves originating on land are more attenuated than those originating on the sea due to the longer propagation path across lossy ground. Additionally, because of its high salt content, seawater has a higher conductivity than normal soil, making it a good conductor and allowing lightning to propagate more easily in seawater. Besides, the lightning electric field is shown to have a greater amplitude as the ground's conductivity improves (Li et al., 2016). Since the measurement station

in this study is located on land and far from the sea, the lightning originating from the sea propagated through a mixture of sea and land propagation mediums. Therefore, the negative correlation between E_n and the lightning propagation distance may be due to the lightning electrical fields that tend to abruptly drop towards the boundary between the sea and the land region, as suggested in (Q. Zhang, Jing, Yang, Li, & Tang, 2012). As a result, this study demonstrates that the propagation distance has a stronger negative correlation with E_n produced by the lightning observed over the sea. Thus, when the measuring station was placed far from the water, the lightning electric field propagating over the sea underwent more attenuation than that striking over the land. Nevertheless, strong winds may cause the sea surfaces to become rough, that attenuating and dispersing high frequency components of lightning electromagnetic fields (Q. Zhang, Yang, Li, & Wang, 2012).

Interestingly, all three other parameters, namely, T_{ZC} , T_{ZP} and T_{10-90} for the lightning collected on Sibuluan land have a positive correlation with the propagation distance, as shown in Appendix 1 (ii), (iii), and (iv) respectively. Even though there is obviously one outlier, T_{ZC} value is also an important value to reflect the correlation. According to Frost (2020), if the outlier value due to natural variation is an accurate observation belonging to the population under study, that value should not be eliminated. Although it is an oddity, it effectively demonstrates the potential uncertainty related to the lightning phenomenon. The average value of T_{ZC} measured from the land of Sibuluan lightning events is 47.7 μ s. The highest value for the parameter is 367.6 μ s, which is regarded as an outlier of the data. This result is a little less than the lightning data Wooi et al. (2016) collected in Johor, which highest value was 384.7 μ s. The correlation found in this study is in good agreement with (Zhang, Yang,

Jing, Li, & Wang, 2012) when the rise time of the field waveform increases with the increasing propagation distance. Meanwhile, the same three parameters for the lightning collected over the sea near Sibu have a negative correlation with the propagation distance, as shown in Appendix 2 (ii), (iii), and (iv), respectively. It can be inferred that when the lightning originated from the land and the lightning sensor is located far from the sea, T_{ZC} , T_{ZP} and T_{10-90} in the lightning electric field waveform tend to increase by increasing the propagation distance. Meanwhile, the three parameters tend to decrease by increasing of the propagation distance if the lightning originates from the sea. The variation could be attributed to the boundary between sea and land.

Overall, the correlation between lightning parameters and propagation distance is influenced by the roughness of the propagation medium. The rougher the medium, the more lightning signals are attenuated. However, the roughness of the ground depends on the terrain, whereas the roughness of the sea depends on the strength of the wind on the sea surface. Additionally, the lightning signal tends to abruptly attenuate when it crosses the boundary between the sea and the land. How easily a lightning signal propagates is determined by the conductivity of the medium, so a medium with high conductivity provides a path that has less loss.

5. CONCLUSION

In a nutshell, the negative FRS cloud-to-ground lightning characteristics vary while propagating in different mediums, specifically sea water and land soil. The E_n values decreased as the roughness of the propagation medium increased. Lightning originating from the sea may be disrupted by the sea and land borders when the antenna is located inland and distant from the sea. As a result, the E_n value collected from the

sea is less than that collected from the land. Moreover, E_n has a considerable impact on the T_{ZC} value. High E_n resulted in shorter T_{ZC} and vice versa. However, the propagation distance influences both the lightning rise time parameters, T_{ZP} and T_{10-90} more than the roughness of the propagation medium. The greater the propagation distance, the shorter the rising time. Interestingly, in terms of correlation to propagation distance, three lightning parameters collected from the land, T_{ZC} , T_{ZP} and T_{10-90} tend to increase as the propagation distance increases. On the other hand, if the lightning originates from the sea, the three characteristics tend to decrease as the propagation distance increases. However, when the propagation distance increases, E_n , as measured from both sea and land, decreases. Remarkably, the findings of this study have significant value in locating the origin of the lightning event. Knowing the origin of lightning is critical for studying the characteristics of lightning in a particular region to provide adequate lightning protection. For instance, if a region attracts more lightning from the sea than from the land, the residences nearby the sea are more at risk of being damaged by lightning. Therefore, adequate lightning protection is essential for the residences.

Acknowledgement

The authors would like to acknowledge the University of Technology Sarawak (UTS), Ministry of Higher Education (MOE), and Universiti Teknologi Malaysia (UTM) for the financial support they provided to carry out this study. This work was funded by grants 4B280, 03G67, 07H13, and 04G19. The authors also would like to thank UTEm for the collaboration.

Author Information:

Dr. Nor Asrina Binti Ramlee (*Corresponding Author), University of Technology Sarawak, Malaysia.

Email: asrina@uts.edu.my

Dr. Nor Asrina Binti Ramlee is Malaysian-born and holds a PhD in Electrical Engineering from the University of Technology Malaysia (UTM). Dr. Nor Asrina is also a lecturer and researcher at the UCTS. With her major in Electrical Power, she is teaching Electrical Machine, Power Quality, Renewable Energy, and Electrical Wiring. She has produced several research publications in Power Quality, Renewable Energy, and Lightning Characteristics fields. Dr Nor Asrina is a registered member of the Board of Engineers Malaysia (BEM), Fibre Optic Technician certified by The Fibre Optic Association, Inc. USA, a member of Malaysia Board of Technologists (MBOT), and a qualified trainer for Vocational Training Officer (VTO) in Malaysia.

Notes

The authors declare no competing financial interests.

Article Information

Received: 24 February 2024

Revised: 10 February 2024

Accepted: 27 February 2024

REFERENCES

Abdul-Malek, Z., Yusof, A. M., Wooi, C.-L., & Sidik, M. A. B. Lightning-Generated Electric Field Over Land and Sea at Northern Peninsular Malaysia. *Available at SSRN 4051358*.

Cooray, V. (1993). A model for subsequent return strokes. *Journal of Electrostatics*, 30, 343-354.

Cooray, V., & Lundquist, S. (1985). Characteristics of the radiation fields from lightning in Sri Lanka in the tropics. *Journal of Geophysical Research: Atmospheres*, 90(D4), 6099-6109.

Diebel, J. (2020). Average Weather. *Average Weather Malaysia by WeatherSpark*. Retrieved from <https://weatherspark.com>

Ding, Q. (2019). *A mathematical model for reflection of electromagnetic wave*. Paper presented at the Journal of Physics: Conference Series.

Fernando, A. G. a. M. (2000). Operative Characteristics Of A Parallel-Plate Antenna To Measure Vertical Electric Field From Lightning Flashes. *Uppsala University*.

Frost, J. (2020). Guidelines for Removing and Handling Outliers in Data. *Statistics By Jim*.

Gomes, C., & Cooray, V. (2004). Radiation field pulses associated with the initiation of positive cloud to ground lightning flashes. *Journal of Atmospheric and Solar-Terrestrial Physics*, 66(12), 1047- 1055.

Hamzah, M., Ab Kadir, M., Gomes, C., Arshad, S., Abdullah, N., & Hatta, N. (2014). *Unusually long duration lightning electric field return strokes in Malaysia*. Paper presented at the 2014 International Conference on Lightning Protection (ICLP).

Hidayat, S., & Ishii, M. (2006). *Lightning discharges on land and on sea in Indonesia*. Paper presented at the 2006 IEEE 8th International Conference on Properties & applications of Dielectric Materials.

Kusim, A. S. (2009). *An Electro-magnetic Transient (EMT) Analysis on a 132 KV Rated Cu/XLPE/SCW/MDPE Cable System and Its Related Networks*. Universiti Teknologi Malaysia,

Li, D., Azadifar, M., Rachidi, F., Rubinstein, M., Diendorfer, G., Sheshyekani, K., . . . Wang, Z. (2016). Analysis of lightning electromagnetic field propagation in mountainous terrain and its effects on ToA- based lightning location systems. *Journal of Geophysical Research: Atmospheres*, 121(2), 895-911.

Lu, G., Cummer, S. A., Blakeslee, R. J., Weiss, S., & Beasley, W. H. (2012). Lightning morphology and impulse charge moment change of high peak current negative strokes. *Journal of Geophysical Research: Atmospheres*, 117(D4).

Lukačović, I. (2019). Andaman Sea, Asia. *Weather forecast and live wind map*. Retrieved from <https://windy.app>

Lumen. (2013). Electric Power and Energy. *Boundless Physics: Energy Usage*.

Nag, A., & Cummins, K. L. (2017). Negative first stroke leader characteristics in cloud-to-ground lightning over land and ocean. *Geophysical research letters*, 44(4), 1973- 1980.

Nag, A., & Cummins, K. L. (2018). Magnetic field risetimes of negative lightning first return strokes overland and ocean. *Geophysical research letters*, 45(23), 113,133- 113,141.

Paul, C., Heidler, F. H., & Schulz, W. (2019). *Current and Electric Field Characteristics of 35 Return Strokes from Negative Lightning Measured at Peissenberg Tower Germany*. Paper presented at the The International Symposium on High Voltage Engineering.

Qie, X., Wang, Z., Wang, D., & Liu, M. (2013). Characteristics of positive cloud-to-ground lightning in Da Hinggan Ling forest region at relatively high latitude, northeastern China. *Journal of Geophysical Research: Atmospheres*, 118(24).

Rakov, V., Borghetti, A., Bouquegneau, C., Chisholm, W., Cooray, V. , Cummins, K., . . . Ishii, M. (2013). *CIGRE technical brochure on lightning parameters for engineering applications*. Paper presented at the 2013 International Symposium on Lightning Protection (XII SIPDA).

Rakov, V., & Dulzon, A. (1991). *A modified transmission line model for lightning return stroke field calculations*. Paper presented at the Proc. 9th Int. Symp. Electromagn. Compat.

Ramlee, N. A., N. A Ahmad, Z. A. Baharudin. (2021). Characteristics of Diurnal and Nocturnal Lightning Activities in Sarawak, Malaysia. *Borneo Journal of Sciences & Technology*, 3(1), 43-50. doi:10.3570/bjost.2021.3.1-07

Said, R., Cohen, M., & Inan, U. (2013). Highly intense lightning over the oceans: Estimated peak currents from global GLD360 observations. *Journal of Geophysical Research: Atmospheres*, 118(13), 6905-6915.

Schumann, C., Saba, M. M. F., Da Silva, R. B. G., & Schulz, W. (2013). Electric fields changes produced by positives cloud-to-ground lightning flashes. *Journal of Atmospheric and Solar-Terrestrial Physics*, 92, 37-42.

Shoory, A., Rachidi, F., Rubinstein, M., Moini, R., & Sadeghi, S. H. H. (2009). Analytical expressions for zero-crossing times in lightning return-stroke engineering models. *IEEE transactions on electromagnetic compatibility*, 51(4), 963-974.

Ushio, T. o., Kawasaki, Z. I., Matsu-ura, K., & Wang, D. (1998). Electric fields of initial breakdown in positive ground flash. *Journal of Geophysical Research: Atmospheres*, 103(D12), 14135- 14139.

Wooi, C.-L., Abdul-Malek, Z., Ahmad, N.-A., & El Gayar, A. I. (2016). Statistical analysis of electric field parameters for negative lightning in Malaysia. *Journal of Atmospheric and Solar-Terrestrial Physics*, 146, 69-80.

Wooi, C.-L., Abdul-Malek, Z., Salimi, B., Ahmad, N. A., Mehrazamir, K., & Vahabi-Mashak, S. (2015). A comparative study on the positive lightning return stroke electric fields in different meteorological conditions. *Advances in Meteorology*, 2015.

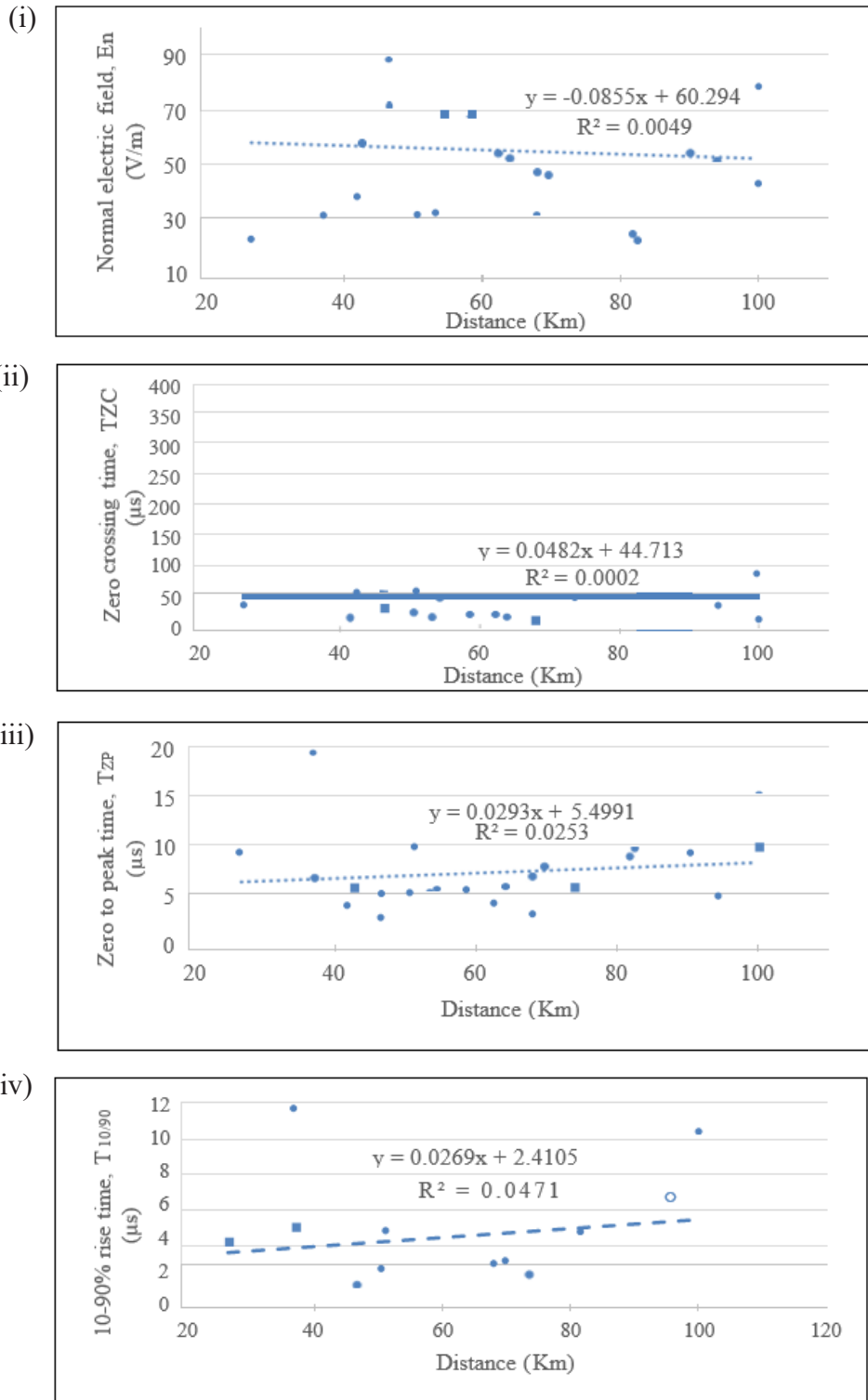
Zhang, Q., Jing, X., Yang, J., Li, D., & Tang, X. (2012). Numerical simulation of the lightning electromagnetic fields along a rough and ocean-land mixed propagation path. *Journal of Geophysical Research: Atmospheres*, 117(D20).

Zhang, Q., Yang, J., Jing, X., Li, D., & Wang, Z. (2012). Propagation effect of a fractal rough ground boundary on the lightning-radiated vertical electric field. *Atmospheric Research*, 104, 202-208.

Zhang, Q., Yang, J., Li, D., & Wang, Z. (2012). Propagation effects of a fractal rough ocean surface on the vertical electric field generated by lightning return strokes. *Journal of electrostatics*, 70(1), 54-59.

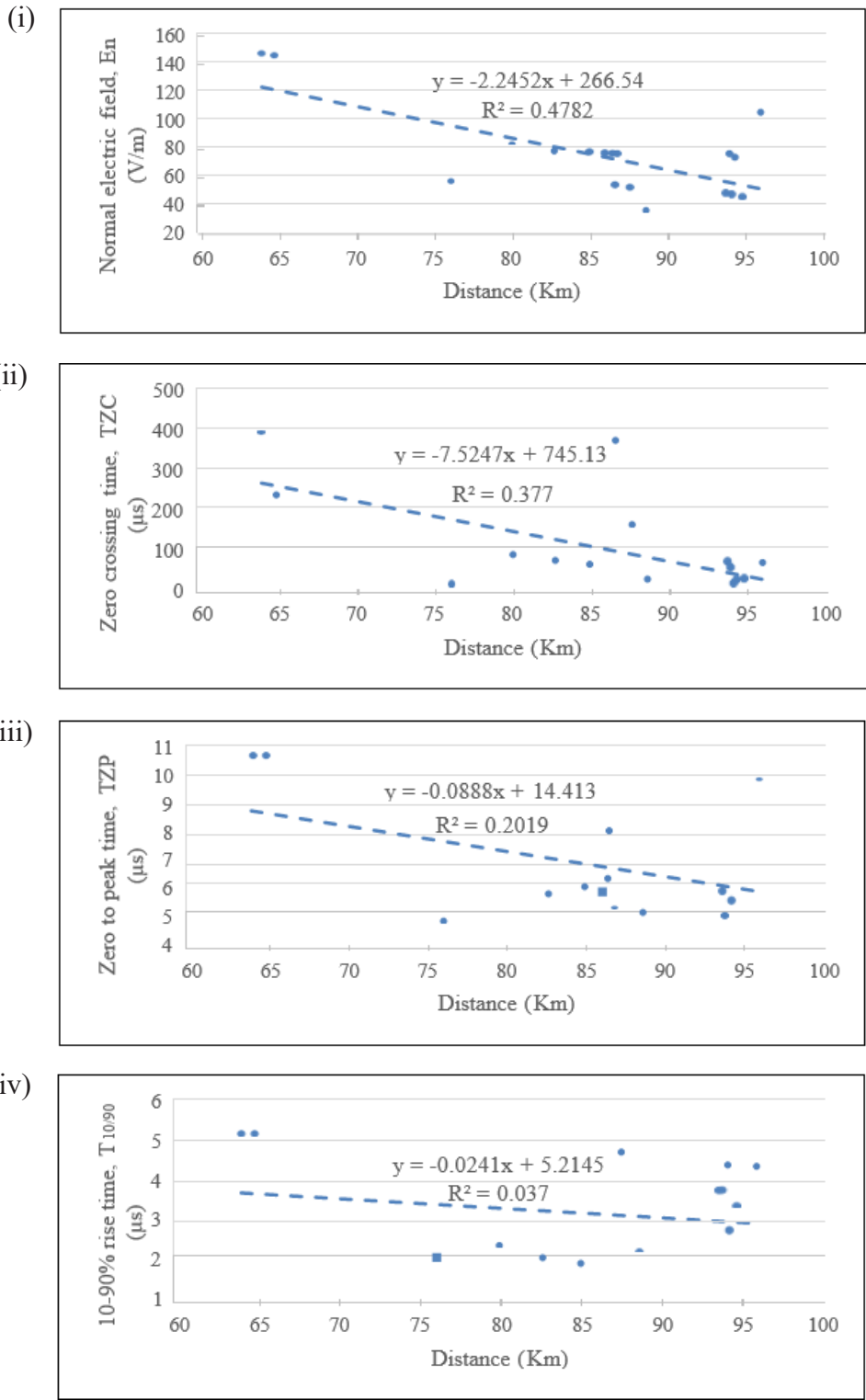
Zhang, Y., Pang, H., Liu, B., Zhang, Q., Song, L., & Lu, X. (2018). Propagation effect of the lightning electric fields along rough sea surface and the effects on ToA-based lightning location systems. *International Journal of Applied Electromagnetics and Mechanics*, 57(4), 415-425.

APPENDIX 1



Scatter plot between the (a) normal electric field, (b) zero crossing time, (c) zero peak rise time and (d) 10-90% rise time of the negative CG lightning and the propagation distance for lightning collected over the land in Sibul, Sarawak.

APPENDIX 2



Scatter plot between the (a) normal electric field, (b) zero crossing time, (c) zero peak rise time, and (d) 10-90% rise time of the negative CG lightning and the propagation distance for lightning collected over the sea near Sibu, Sarawak.

RESEARCH ON DOMESTIC TOURISTS' INTENTION TO RETURN TO PHAN THIET CITY

Vo Khac Truong Thanh¹, Le Anh Linh^{1,*}, Nguyen Ngoc Hoa Ky²

¹University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam

²Faculty of Basic Sciences, University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam

Abstract: *The objective of this research was to identify factors influencing domestic visitors' intention to return to Phan Thiet City. The study surveyed 250 domestic travelers and applied an exploratory factor analysis model. The research results indicate six factors affecting the intention of domestic tourists to return when coming to Phan Thiet City. The impact level, in order from highest to lowest, is as follows: (1) Destination image; (2) local cuisine, (3) entertainment services; (4) natural environment; (5) price; and (6) infrastructure. Based on the research results, the authors proposed some implications for improving the ability to attract domestic tourists back to Phan Thiet in the future.*

Keywords: *intention to return, domestic tourists, Phan Thiet City*

1. INTRODUCTION

The National Tourism Year 2023 was held in Binh Thuan with the theme "Binh Thuan - Hoi Tu Xanh," which is a series of socio-cultural and economic events, not only creating a driving force for Vietnam's tourism industry to recover after being affected by the COVID-19 pandemic. This is also an opportunity to introduce and promote the cultural values, resources, and unique tourism products of Vietnam in general and Binh Thuan province in particular to attract domestic and foreign tourists. In 2022, Binh Thuan welcomed over 5.7 million tourists, including 75.5 thousand international visitors, with a tourism revenue of 13,680 billion VND. Binh Thuan strives to achieve the goal of attracting more than 6.7 million tourists in 2023 and hopes to make tourism one of the three key economic sectors of the province (Nguyen Vu, 2023).

In addition, the Phan Thiet-Dau Giay expressway came into operation, creating a big turning point to help Binh Thuan province connect faster with Ho Chi Minh City and southern provinces. In particular,

2023 is the year that Binh Thuan is chosen to organize the National Tourism Year. With the advantage of the Phan Thiet-Dau Giay expressway connecting to Ho Chi Minh City, this will open up opportunities for Binh Thuan to attract a larger source of tourists and investors to the locality (Nguoi Lao Dong Newspaper, 2023). However, if the tourism destination environment is not properly and professionally managed, it will significantly reduce the number of returning visitors because they will not receive the quality of products and services commensurate with their money.

There have been a number of studies on the topic of travelers' intentions to return to a tourist destination. However, no research has been carried out on the intention of domestic tourists to return to Phan Thiet City. Therefore, the study was conducted to determine the influencing factors as well as the degree of influence of these factors on the intention of domestic tourists to return when coming to Phan Thiet City. On that basis, the study will propose some governance implications to improve the ability to attract domestic tourists to Phan Thiet City in the

future.

2. LITERATURE REVIEW AND RESEARCH METHODS

2.1 Literature review and research model

According to Jafari (1981), tourism is the activity of people leaving their permanent residence, which is influenced by socio-cultural, economic, and environmental factors. Concurring with the view that tourism is a human activity leaving a habitual residence, Lieper (1979) added that travel time can be one or more nights and this activity is not intended to earn money.

According to Rubies (2001), a tourist destination is a geographic area that contains resources, attractions, infrastructure, equipment, service providers, other support areas, and management organizations that interact and coordinate activities to provide travelers with the experience they expect at the destination. According to Ha Nam Khanh Giao (2009), a tourist destination is a point that we can feel by geographical, political, or economic borders, it is a place with attractive tourism resources and meeting the needs of tourists.

The concept of intention to return has its roots in the theory of intended behavior and is defined as an intended or expected future behavior (Fishbein and Ajzen, 1975). It becomes an important metric and tool for understanding and predicting social behaviors (Nguyen Phuong Tuong Lan and Nguyen Van Thich, 2021).

There have been many studies conducted to identify factors affecting the intention of domestic tourists to return, such as Tran Minh Tan (2021), Nguyen Phuong Tuong Lan and Nguyen Van Thich (2021), Huynh Nhut Phuong and Nguyen Thuy An (2017), Thiumsak and Ruangkanjanases (2016), Hsu and Huang (2012), and Park and Njite (2010). Although these studies have differences in geography, time, and research

methods, there are similarities in factors affecting the intention of domestic tourists to return. Although the naming scheme varies, in general, studies show that factors affecting the intention of domestic visitors to return include: destination image, infrastructure, price, local cuisine, natural environment, and entertainment services.

Based on the theoretical basis and selective inheritance of relevant studies, the model of studying factors affecting the intention of domestic tourists to return to Phan Thiet City is proposed as follows:

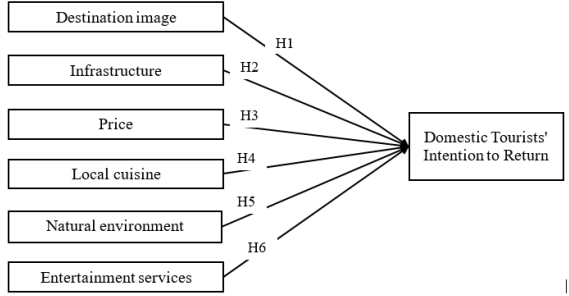


Figure 1. Proposed Research Model

Hypothesis 1 (H1). Destination image has a positive influence on domestic tourists' intentions to return to Phan Thiet City.

Hypothesis 2 (H2). Infrastructure has a positive influence on domestic tourists' intentions to return to Phan Thiet City.

Hypothesis 3 (H3). Price has a positive influence on domestic tourists' intentions to return to Phan Thiet City.

Hypothesis 4 (H4). Local cuisine has a positive influence on domestic tourists' intentions to return to Phan Thiet City.

Hypothesis 5 (H5). The natural environment has a positive influence on domestic tourists' intentions to return to Phan Thiet City.

Hypothesis 6 (H6). Entertainment services have a positive influence on domestic tourists' intentions to return to Phan Thiet City.

2.2 Research methods

The objective of this research was to identify factors influencing domestic visitors' intentions to return to Phan Thiet City.

Qualitative and quantitative research methods are used to complete the scale and verify the relationship between factors. Qualitative research is conducted through expert interviews in order to revise and supplement the scale proposed by the authors to adapt to the local situation.

To quantify the factors affecting dependent variables, three steps need to be taken:

Accredit the quality of scales in accordance with practical data (Cronbach's alpha accreditation);

Use the exploratory factor analysis (EFA) model to determine the research model compared to practice;

Use regression analysis to determine the influencing factors and the degree of impact on the dependent variable.

All three steps are conducted with SPSS 22.0 software.

According to Hair et al. (2006), for the EFA model, the minimum sample size of 5×26 (the total number of variables in the measurement model) is 130. The study selected a sample size of 250 domestic tourists. From September 2023 to November 2023, domestic tourists who were visiting Phan Thiet city were the subjects of the official quantitative study. The authors approached the survey audience out of convenience in order to collect the survey sample using the non-probability sampling method. Survey locations are famous tourist destinations such as Poshanu Tower, Duc Thanh School Relic Site, and Novaworld Tourist Area, or an online survey via Zalo, Facebook, or email with domestic tourists traveling to Phan Thiet city. The scales are designed according to the Likert scale, with a scale from 1 to 5.

3. RESULTS AND DISCUSSION

3.1 Research results

3.1.1 *Statistics describing the characteristics of the sample*

Table 1. Data Descriptive Statistics

	Sample information	Frequency	Percentage %	Total %
Gender	Female	110	44.0	100
	Male	140	56.0	
	Under 25 years old	140	56.0	
Age	25 to 35	53	21.2	100
	36 to 45	23	9.2	
	46 to 55	17	6.8	
	Over 55 years old	17	6.8	
	Workers, officials	31	12.4	
Profession	Entrepreneur	20	8.0	100
	Trader	39	15.6	
	Student	108	43.2	
	Other occupations	52	20.8	
Income	Under 5 million VND	110	44.0	100
	From 5 to less than 9 million VND	87	34.8	
	From 9 to under 15 million VND	30	12.0	
	Over 15 million VND	23	9.2	

Source: Authors synthesized from SPSS software

Of the total 250 people participating in the survey, 140 were under the age of 25, accounting for the highest proportion of 56%; 53 were between the ages of 25 and 35, accounting for 21.2%; and the ages were from 36 to 45. There are 23 people aged 45 years old, accounting for 9.2%; and the lowest proportion is 6.8%, with 17 people

aged 46–55 years old and 17 people aged 55 years or older. Thereby, it shows that tourists coming to Phan Thiet city are mostly young people under the age of 25, an age that wants to freely explore the world, burn out their passions, and live true to their dreams. most emotional.

3.1.2 Variable reliability inspection

Table 2. Scale Inspection Results

No.	Factor	Variable eliminated	Alpha coefficient	Conclude
1	HA	HA4, HA5	0.801	Good quality
2	CS	No	0.899	Good quality
3	MT	MT1	0.847	Good quality
4	AM	No	0.843	Good quality
5	DVGT	No	0.824	Good quality
6	GC	GC4	0.820	Good quality
7	YD	No	0.783	Quality

Source: Authors synthesized from SPSS software

After verifying variables by using Cronbach's alpha confidence coefficient method, all scales satisfied the evaluation criteria with a coefficient ≥ 0.6 and a total

variable correlation ≥ 0.3 , none of the variables were excluded from the scale (Table 2).

3.1.3 Exploratory Factor Analysis

After performing the first Cronbach's alpha reliability test, the variables HA4 (0.206), HA5 (0.242), GC4 (0.164), and MT1 (0.244) have a corrected item-total correlation coefficient less than 0.3, so there

alpha reliability test is summarized in Table 2. After performing the second Cronbach's alpha reliability test, the remaining variables had a Cronbach's alpha coefficient > 0.6 and a correlation coefficient larger than 0.3 and were retained for further studies.

Table 3. Results of Exploratory Factor Analysis

Variables	Independent variables						Dependent variables	
	1	2	3	4	5	6	1	
CS3	0.865						YD1	0.887
BSP	0.855						YD2	0.785
CS2	0.824						YD3	0.746
CS5	0.818						YD4	0.695
CS4	0.813							
AM2		0.833						
AM4		0.813						
AM3		0.812						

AM1		0.782						
MT5			0.791					
MT4			0.790					
MT2			0.732					
MT3			0.664					
DVGT2				0.844				
DVGT4				0.799				
DVGT3				0.746				
DVGT1				0.686				
GC2					0.853			
GC1					0.727			
GC3					0.724			
HA2						0.837		
HA3						0.804		
HA1						0.801		
KMO coefficient				0.830			0.736	
Sig.				0.000			0.000	
Eigenvalue				1.056			2.443	
Extraction variance				71.588			61.068	

Source: Authors synthesized from SPSS software

The results of Exploratory Factor Analysis from Table 3 show that the KMO coefficient is $0.830 > 0.5$, which demonstrates that the data is suitable. The Sig. coefficient of the model is 0.000, which means that the variables are related to each other.

The total value of the extracted variance is $71.588 (71.588\%) > 50\%$, and these six factors can explain 71.588% of the variation of the data. The EigenValues coefficients of all are greater than one. Therefore, Exploratory Factor Analysis results are reliable and can be used for regression analysis in the next step.

The results of exploratory factor analysis from Table 3 show that the KMO coefficient is $0.830 > 0.5$, which demonstrates that the data is suitable. The sig. coefficient of the model is 0.000, which means that the variables are related to each other.

The total value of the extracted variance

is $71.588 (71.588\%) > 50\%$, and these six factors can explain 71.588% of the variation of the data. The Eigenvalues coefficients of all are greater than one. Therefore, exploratory factor analysis results are reliable and can be used for regression analysis in the next step.

3.1.4 Regression analysis

Table 4 shows that all variables have $\text{Sig.} \leq 0.05$. Thus, six independent variables meaningfully correlate with the dependent variable with 95% confidence. All independent variables have a $\text{VIF} < 2$. Thus, the model has no linear multi-additive phenomenon.

In Table 5, the adjusted R square is 0.524 (Test F, $\text{Sig.} \leq 0.01$). As a result, independent variables account for 52.4% of the dependent variable's changes and are therefore certain to be meaningful with a confidence level of above 99%. The Durbin-Watson statistical value $d = 1.932 (1 < d < 3)$ means the

residuals are independent of each other, ensured, and there is no self-correlation in the independence of the residuals has been the residual.

Table 4. Results of Regression Analysis

B		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig. Tolerance	Collinearity Statistics	
		Std. Error	Beta				VIF	
	(Constant)	2.612E-16	0.44		0.000	1.000		
	CS	0.095	0.44	0.095	2.182	0.030	1.000	1.000
	AM	0.305	0.44	0.305	6.974	0.000	1.000	1.000
	MT	0.194	0.44	0.194	4.446	0.000	1.000	1.000
	DVGT	0.204	0.44	0.204	4.672	0.000	1.000	1.000
	GC	0.190	0.44	0.190	4.343	0.000	1.000	1.000
	HA	0.563	0.44	0.563	12.875	0.000	1.000	1.000

Source: Authors synthesized from SPSS software

Table 5. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.731 ^a	0.535	0.524	0.69025232	1.932

Source: Authors synthesized from SPSS software

3.2 Discussion

Table 6: Impact of Independent Variables

Factor	Absolute Value Beta	%	Position of Influence
CS	0,095	6,13	6
AM	0,305	19,66	2
MT	0,194	12,51	4
DVGT	0,204	13,15	3
GC	0,190	12,25	5
HA	0,563	36,30	1
Sum	1,551	100%	

Source: Authors synthesized from SPSS software

The results in Table 6 show impacts in order of strongest to lowest: Destination Image (HA), Local Cuisine (AM), Entertainment Services (DVGT), Natural Environment (MT), Price (GC) and Infrastructure (CS).

4. CONCLUSION AND IMPLICATIONS

4.1. Conclusion

The study results indicate six factors affecting the intention of domestic tourists to return to Phan Thiet City. The level of impact, in order from highest to lowest, is as follows: (1) Destination image ($\beta = 0.563$), (2) local cuisine ($\beta = 0.305$), (3) entertainment services ($\beta = 0.204$), (4) natural environment ($\beta = 0.194$), (5) price ($\beta = 0.190$), and (6) infrastructure ($\beta = 0.095$).

4.2. Implications

Based on the research results, the authors proposed some implications for improving the ability to attract domestic tourists to return to Phan Thiet City in the future.

4.2.1. *Destination mage*

In the upcoming time, Phan Thiet City needs to continue promoting the strengths of natural landscapes, especially the sea landscape and climate, in the tourism development of the coastal city. It is necessary to continue to pay attention to building a natural environment that makes the city not only beautiful but also clean and safe. In addition, it is necessary to enhance tourists' awareness of the destination image of Phan Thiet-Binh Thuan tourism through tourism promotion activities. In addition, the tourism industry should study and implement a project to promote the application of digital technology to support tourists before and after the trip.

4.2.2. *Infrastructure*

Phan Thiet city needs to continue investing in upgrading key roads, main streets, diversifying types of transportation, and continuing to invest in restoring, upgrading, and repairing the traffic system in the city to create convenience, comfort, and safety for visitors when participating in traffic in tourist destinations. For shopping and entertainment service infrastructure, it is necessary to focus on planning shopping and entertainment areas for each tourist destination, especially to be friendly and avoid harming scenic natural resources. In addition, it is necessary to diversify different types of tourist accommodation establishments to satisfy the needs of people when leaving their regular residences.

4.2.3. *Price*

In order to ensure that Phan Thiet is a tourist destination with reasonable costs, the prices of the products and services provided

are reasonable and of good quality, the authorities need to strengthen the stabilization of service prices through specific measures such as listing prices at service businesses. The authorities should strictly control any price increases or decreases. In addition to strictly controlling the price situation, including prices of goods and services at shopping points, prices of cuisine and accommodation from local departments and departments, it is necessary to improve the responsibility of tour operators to solve this problem.

4.2.4. *Local Cuisine*

In order to provide a better experience for visitors, it is necessary to update new regulations on strengthening health inspection activities to ensure food safety in restaurants and food outlets. In addition, Phan Thiet should plan and reorient the food court around Phan Thiet Center to create its own style and brand for this place. In addition, it is necessary to develop both the quantity and quality of the system of restaurants and food shops to meet the culinary needs of tourists. The city also needs to organize more food festivals to introduce and promote culinary culture, traditional and famous dishes from the regions of Binh Thuan province, so that the image of local culinary tourism will be more widely promoted to tourists.

4.2.5. *Natural Environment*

It is necessary to strengthen inspection and inspection of wastewater treatment systems in enterprises operating in the fields of agricultural production and tourism, such as restaurants, hotels, resorts, and eco-tourism areas, ensure safety and cleanliness before discharging wastewater, and enforce laws to protect the natural environment. Second, build more public toilets, put more trash cans, and plant more trees in public areas. Third, continue to promote and preserve local cultural and artistic traditions. Fourth, establish rapid

response teams to ensure safety and security in the city's tourism activities.

4.2.6. Entertainment Services

To help Phan Thiet's entertainment services develop more, it is necessary to diversify and improve the quality of entertainment services. Phan Thiet City has the advantage of natural conditions like blue

sea, white sand, and golden sunshine that need to take advantage of the sand dunes here to give visitors a typical game that any visitor who comes here wants to experience, which is sand skiing at Mui Ne Phan Thiet sand dunes. With very simple playing tools, the planks have unconsciously entered the minds of visitors when mentioning Phan Thiet.

Author Information:

Dr. Vo Khac Truong Thanh, University of Phan Thiet.

Email: thanhvkt@upt.edu.vn

M.E. Le Anh Linh (*Corresponding author), University of Phan Thiet.

Email: lalinh@upt.edu.vn

M.B.A. Nguyen Ngoc Hoa Ky, Faculty of Basic Sciences, University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam

Email: nnhky@upt.edu.vn

Notes

The authors declare no competing financial interest.

Article Information

Received: 02 February 2024

Revised: 25 February 2024

Accepted: 25 February 2024

REFERENCES

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). A Bayesian analysis of attribution processes. *Psychological bulletin*, 82(2), 261.

Nguoi Lao Dong Newspaper (2023). *From Ho Chi Minh City to Phan Thiet City takes only 2.5 hours thanks to the 99 km expressway*. Access from: <https://nld.com.vn/thoi-su/tu-tp-hcm-di-tp-phan-thiet-chi-mat-25-gio-nho-tuyen-cao-toc-99-km-20230429105058167.htm>

Ha Nam Khanh Giao (2009). *Tourism Marketing Textbook*. General Publishing House, Ho Chi Minh City.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis (Vol. 6)*: Pearson Prentice Hall Upper Saddle River.

Hsu, C. H., & Huang, S. (2012). An extension of the theory of planned behavior model for tourists. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 36(3), 390-417.

Huynh Nhut Phuong and Nguyen Thuy An (2017) Factors of a tourist destination that impact visitors' intention to return - The case of visitors to Can Tho City. *Journal of Science of Can Tho University*. Nos. 50: 70-79.

Jafari (1981) Toward a framework for tourism education: Problems and prospects. *Annals of Tourism Research*, 8(1):13-34.

Leiper, N. (1979). The framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry. *Annals of tourism research*, 6(4), 390-407.

Nguyen Phuong Tuong Lan and Nguyen Van Thich (2021). Factors affecting domestic tourists' intention to return to Binh Quoi tourist destination. *Hue University Journal of Science: Economics and Development*, Vol. 130, No. 5C, 2021, pp. 5–20; DOI: 10.26459/hueunijed.v130i5C.6019

Nguyen Vu (2023). *Opening of the National Tourism Year 2023 "Binh Thuan - Green Convergence*. Access from: <https://svhttdl.binhthuan.gov.vn/nam-du-lich-quoc-gia-2023/khai-mac-nam-du-lich-quoc-gia-2023-binh-thuan-hoi-tu-xanh-632255>.

Park, Y., & Njite, D. (2010). Relationship between destination image and tourists' future behavior: Observations from Jeju island, Korea. *Asia Pacific journal of tourism Research*, 15(1), 1-20.

Rubies, B. E. (2001). Improving public-private sectors cooperation in tourism: A new paradigm for destinations. *Tourism Review*, 56(3/4): 38-41.

Thiumsak, T., & Ruangkanjanases, A. (2016). Factors influencing international visitors to revisit Bangkok, Thailand. *Journal of Economics, Business and Management*, 4(3), 220-230.

Tran, Minh Tan (2021). Factors affecting the intention of domestic tourists to return when coming to Nha Trang-Khanh Hoa. *Master's thesis, BaRia VungTau University*.

NGHIÊN CỨU Ý ĐỊNH QUAY TRỞ LẠI THÀNH PHỐ PHAN THIẾT CỦA DU KHÁCH NỘI ĐỊA

Võ Khắc Trường Thanh¹, Lê Anh Linh^{1,*}, Nguyễn Ngọc Hoa Kỳ²

¹Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam

²Khoa Cơ bản, Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam

Tóm tắt: Mục tiêu của nghiên cứu này nhằm xác định các yếu tố ảnh hưởng đến ý định quay trở lại của du khách nội địa khi đến Thành phố Phan Thiết. Nghiên cứu tiến hành khảo sát 250 du khách nội địa và áp dụng mô hình phân tích nhân tố khám phá. Kết quả nghiên cứu chỉ ra sáu yếu tố ảnh hưởng đến ý định quay trở lại của du khách nội địa khi đến Thành phố Phan Thiết, mức độ tác động theo thứ tự từ cao nhất đến thấp nhất như sau: (1) Hình ảnh điểm đến, (2) Ẩm thực địa phương, (3) Dịch vụ giải trí, (4) Môi trường tự nhiên, (5) Giá cả và (6) Cơ sở hạ tầng. Trên cơ sở kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả đề xuất một số hàm ý quản trị nhằm nâng cao khả năng thu hút khách du lịch nội địa quay trở lại với thành phố Phan Thiết trong tương lai.

Từ khóa: ý định quay trở lại, du khách nội địa, thành phố Phan Thiết.

Thông tin tác giả:

TS. Võ Khắc Trường Thanh, Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam.

Email: thanhvkt@upt.edu.vn

ThS. Lê Anh Linh (*Tác giả liên hệ), Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam.

Email: lalinh@upt.edu.vn

ThS. Nguyễn Ngọc Hoa Kỳ, Khoa Cơ bản, Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam.

Email: nnhky@upt.edu.vn

Ghi chú

Các tác giả đã xác nhận không có tranh chấp về lợi ích về tài chính đối với bài báo này.

DU LỊCH Ở ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG: PHƯƠNG THỨC TRUYỀN MIỆNG VÀ Ý ĐỊNH THAY ĐỔI NƠI ĐẾN

Đinh Phi Hồ¹, Võ Khắc Thường¹, Đào Thị Kim Anh¹,

Đinh Nguyệt Bích², Nguyễn Lê Uyên Minh^{1,*}

¹Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam

²Đại học Văn Hiến, Tp. Hồ Chí Minh, Việt Nam

Tóm tắt: Mục tiêu của nghiên cứu này là đánh giá một khung lý thuyết dựa vào mối liên hệ giữa thuyết giữa 4 yếu tố: hình ảnh nơi đến, phản hồi tích cực từ khách du lịch, truyền miệng và ý định thay đổi nơi đến. Dữ liệu thu thập được từ một cuộc khảo sát đối với 450 khách du lịch trong và ngoài nước, đã lưu trú ít nhất 3 ngày tại khu vực Đồng bằng sông Cửu Long, Việt Nam. Mô hình phương trình cấu trúc-bình phương nhỏ nhất từng phần (PLS-SEM) và phân tích Bootstrap đã được dùng để kiểm tra độ tin cậy của khung lý thuyết. Các kết quả nghiên cứu cho thấy rằng hình ảnh và nhận định về địa điểm du lịch là tác nhân tích cực đến sự hài lòng của du khách. Phản hồi tốt và việc chia sẻ thông tin qua phương thức truyền miệng được xem là trung gian trong mối tương quan giữa hình ảnh nơi đến và dự định thay đổi điểm đến. Những kết quả này đã làm rõ hơn về sự tương tác và tác động của các yếu tố này đến định hướng của du khách về việc có quay trở lại điểm du lịch đó hay không.

Từ khóa: Du lịch, Hình ảnh điểm đến, PLS-SEM, Bootstrap, Vùng đồng bằng sông Cửu Long, Việt Nam

1. GIỚI THIỆU

Du lịch thể hiện những đặc thù của vùng nông thôn như các cộng đồng nhỏ, mật độ dân số thấp, nền kinh tế tập trung đa phần vào nông nghiệp và mạng lưới xã hội truyền thống được gọi là du lịch nông nghiệp (Okech và nnk., 2012). Phản hồi tích cực từ phía du khách là yếu tố tiếp thị chủ chốt trong việc thôi thúc họ chọn một địa điểm để đi du lịch. Thế nhưng, để đảm bảo tính ổn định của phân khúc thị trường du lịch, việc tạo dựng sự trung thành của khách du lịch là điều không thể thiếu. Gần đây, dù có nhiều nghiên cứu tìm hiểu mối liên hệ giữa phản hồi tích cực và chất lượng dịch vụ, nhưng việc khám phá mối tương quan giữa hình ảnh của nơi đến và phản hồi tốt của du khách, cũng như tác động của phương thức truyền miệng và quyết định thay đổi nơi đến du lịch nông nghiệp vẫn chưa được tập

trung thúc đẩy đúng mức. Đặc biệt trong bối cảnh Việt Nam đang khuyến khích mở cửa giao thoa với thế giới và du lịch theo hướng kết hợp với nông nghiệp đang chuyển mình mạnh mẽ.

Nghiên cứu này nhằm mục đích: i) tạo lập mối tương quan đan xen giữa hình ảnh của địa điểm du lịch nông nghiệp và dự định thay đổi nơi đến của du khách; ii) thiết kế mô hình định lượng cho mối tương quan này; iii) Rút ra những ý nghĩa quan trọng về các chính sách thúc đẩy hình thức du lịch này phát triển. Đây là thử thách lớn đối với các nhà khoa học chuyên nghiên cứu và nhà lãnh đạo, quản lý trong ngành du lịch.

Để có nền tảng thực tế cho việc sử dụng mô hình đo lường, người nghiên cứu đã tiến hành khảo sát 450 du khách lưu trú tại Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL), bao gồm 12

tỉnh và 1 thành phố, ở phía Nam của Việt Nam, tiếp giáp với vùng Đông Nam Bộ và Thành phố Hồ Chí Minh. Vùng này giáp với Vịnh Thái Lan ở phía Tây Nam, Biển Đông ở phía Đông Nam và Campuchia ở phía Bắc. Đây là vùng đồng bằng màu mỡ nhất trong khu vực Đông Nam Á và trên thế giới, và cũng là nơi sản xuất, đồng thời xuất khẩu lương thực, thực phẩm, trái cây, thủy hải sản hàng đầu cả nước (Lê Mậu Lâm và Phương Liên, 2022).

Vùng này hiện đang tạo ra khoảng 50% tổng sản lượng lúa gạo, trong đó 95% sản lượng gạo xuất khẩu, hơn 70% tổng sản lượng trái cây của cả nước, 60% tổng lượng cá xuất khẩu và xấp xỉ 65% tổng sản lượng thủy sản nuôi trồng (Trần Huỳnh Anh và nnk., 2023). Khu vực có hệ thống sông ngòi, kênh rạch dày đặc với tổng chiều dài hơn 28.000 km cùng hệ sinh thái phong phú, từ biển đến đồng bằng, vườn quốc gia, rừng ngập mặn ven biển và vùng đất ngập nước (Ái Lam, 2021). Điểm mạnh nổi bật là sản xuất lượng lớn lúa gạo, thủy sản và trái cây, tương ứng với chuỗi sản xuất, chế biến và tiêu thụ. Do đó, chuỗi giá trị sản phẩm du lịch nông nghiệp bao gồm các vườn trồng các loại trái cây như bưởi, sầu riêng, cam, chuối, quýt, mít, xoài, chôm chôm và nhãn. Du khách có thể thưởng thức trải nghiệm đi thuyền ba lá trên sông, thưởng thức Đờn ca tài tử, đi xe đạp hoặc xe ngựa vòng quanh khu du lịch, và tìm hiểu văn hóa qua tiếp xúc với người dân địa phương. Nơi đây còn có nhiều làng nghề truyền thống đa dạng sản phẩm như bún, miến, kẹo dừa và hàng thủ công mỹ nghệ. Khách du lịch cũng có thể hòa mình vào các trò chơi dân gian thú vị như trượt cỏ, cưỡi đà điểu, tát nước, bắt cá trong mương, và nếm thử những món ăn đặc sản như lẩu cá linh, cá lóc nướng than, chuột đồng nướng muối tiêu, cá tai tượng chiên giòn và nhiều món khác.

Mỗi món đặc sản đều mang hương vị độc đáo, khác biệt, và chỉ khi đến miền Tây, thực khách mới có cơ hội trải nghiệm nét đặc biệt

của những món ngon hấp dẫn này. Ngoài ẩm thực, du khách còn có dịp khám phá văn hóa địa phương qua việc lưu trú tại những ngôi nhà dân. Hình thức này giúp du khách tiếp cận gần gũi hơn với đời sống dung dị hàng ngày của người miền Tây. Đồng thời, hoạt động tìm hiểu về lịch sử Việt Nam qua việc tham quan các di tích lịch sử lưu dấu ấn về cuộc kháng chiến chống ngoại xâm cũng được tổ chức. Những trải nghiệm này không chỉ làm giàu thêm kiến thức văn hóa và lịch sử mà còn giúp du khách hiểu rõ hơn về đất nước và con người Việt Nam (Phương Nghi, 2016).

2. TỔNG QUAN CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1 Tổng quan cơ sở lý thuyết

2.1.1 Lý thuyết về hành động hợp lý

Lý thuyết về hành động hợp lý của Ajzen (1991) cho rằng ý định hành vi chính là thứ một người dùng để đưa ra quyết định. Ý định được hình thành từ chuẩn mực chủ quan và thái độ của cá nhân, bao gồm cả việc bị thái độ của người khác chi phối. Cả hai điều này đều chính yếu trong việc nhận định nghĩa ý định hành vi. Lý luận này được sử dụng để đoán biết trước hành vi phụ thuộc vào thái độ và ý muốn hiện tại của một người. Tuy nhiên, mối tương quan giữa dự định và hành vi ngoài thực tế còn gây tranh cãi, vì ở một số tình huống, dự định không phải lúc nào dẫn đến hành động thực sự (Sheppard và nnk., 1998).

2.1.2 Lý thuyết về hành vi có kế hoạch

Lý thuyết về hành vi có kế hoạch được Ajzen (1991) phát triển cho rằng chuẩn mực chủ quan, thái độ và ý thức kiểm soát hành vi là ba thành phần dẫn đến ý định hành vi. Lý thuyết này được xây dựng từ lý thuyết về hành động hợp lý, đã vượt qua giới hạn về việc xem hành vi con người chỉ dựa trên lý trí. Ba thành tố chính gây ra ý định hành vi bao gồm: (i) Thái độ đối với hành vi, dựa trên tính tích cực hay tiêu cực của hành vi

được thực hiện; (ii) Chuẩn mực liên quan đến ý thức về sức ép xã hội; và (iii) Ý thức kiểm soát hành vi, liên quan đến việc thực hiện hành vi một cách tự tin.

2.1.3 Lý thuyết về sự bất hòa

Cardozzo (1965) cho rằng một người mong đợi sản phẩm mang lại giá trị cao cũng như khi nhận được sản phẩm giá trị thấp sẽ nhận ra sự khác biệt và trải qua sự bất hòa. Nghĩa là, những kỳ vọng không được xác nhận sẽ tạo ra trạng thái bất hòa hoặc khó chịu về mặt tâm lý (Yi, 1991). Theo lý thuyết này, sự hiện diện của sự bất hòa sẽ tạo ra hoặc giảm bớt áp lực, cách giải quyết có thể được đưa ra bằng cách hài hòa sự khác biệt về nhận thức.

2.1.4 Lý thuyết về lòng trung thành

Lòng trung thành không phải là điều bắt buộc ở khách hàng. Những người hài lòng với sản phẩm và dịch vụ sẽ tự khắc hình thành sự gắn bó. Dù rằng phản hồi tích cực của khách hàng là bước đầu để giành được sự gắn bó của họ, nhưng phản hồi tốt về dịch vụ không đồng nghĩa với sự gắn kết từ khách hàng. Nhận xét tích cực làm gia tăng sức nặng của ý định quay trở lại sử dụng dịch vụ, từ đó củng cố khả năng trung thành của khách hàng (Gerpott, 2001).

2.1.5 Lý thuyết về tiêu dùng du lịch

Theo Woodside và Dubelaar (2002), thái độ, động cơ và hành vi của du khách đối với địa điểm du lịch có mối tương quan chặt chẽ và chi phối dự định lập kế hoạch cho chuyến đi. Quá trình này tương đối phức tạp, được quyết định bởi trải nghiệm từ những chuyến du lịch trước đây, quá trình ra quyết định và bối cảnh du lịch. Lý thuyết diễn giải những gì dẫn đến quyết định trước, trong hoặc sau khi tiến hành chuyến du lịch lệ thuộc vào nhiều ý chí khác nhau (Kuo và Feng, 2013). Điều này giải thích được sự liên kết giữa cảm nhận giá trị của khách và kinh nghiệm những chuyến đi trước đó trong việc tạo động lực và gắn bó với nơi đến.

Các lý thuyết trên hỗ trợ làm rõ nghiên cứu này, trong đó điều cần thiết là nhấn mạnh bản chất của ý định hành vi, phản hồi tích cực và sự gắn bó của du khách.

2.1.6 Mối tương quan giữa địa điểm du lịch, cảm nhận giá trị và phản hồi tích cực của khách du lịch

2.1.6.1 Du lịch nông nghiệp

Du lịch nông nghiệp là hoạt động tạo thu nhập diễn ra ở trang trại để mang lại niềm vui và giáo dục cho khách tham quan, bao gồm việc diễn giải về tự nhiên, lịch sử, văn hóa, môi trường, thổ nhưỡng và người nông dân ở đó. Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ phân loại du lịch nông nghiệp theo mục đích như khoa giáo, dịch vụ khách sạn, giải trí ngoài trời, tiếp thị sản phẩm nông nghiệp và sản xuất hoặc bán sản phẩm từ nông nghiệp.

Theo Cơ quan Bảo tồn Tài nguyên Thiên nhiên Hoa Kỳ, vai trò du lịch nông nghiệp là nhằm duy trì tài nguyên đất và phát triển nông nghiệp bền vững hơn vì nông dân, chủ trang trại dựa vào tài nguyên thiên nhiên như nguồn nước, không khí, chất lượng đất, động thực vật hoang dã và cảnh quan để gắn kết gia đình họ ở địa điểm trang trại hay trại chăn nuôi và trồng trọt (SAREP, 2017). Nó cũng giúp cải thiện nguồn thu cho nông dân, bảo tồn các ngành nghề truyền thống ở khu vực nông thôn. Hoạt động này cũng tập trung vào bảo tồn sinh thái và môi trường, cải thiện độ màu mỡ của đất đai, đa dạng giống cây trồng vật nuôi, và tăng cường sản xuất nông nghiệp (Tseng và nnk., 2019). Vì vậy, du lịch nông nghiệp là cần thiết trong khu vực nông thôn và có thể giúp trang trại cải thiện tiềm lực cạnh tranh bằng cách khai thác hiệu quả các nguồn tài nguyên và đổi mới các sản phẩm hoặc dịch vụ hiện có.

2.1.6.2 Nơi đến du lịch

Nơi du lịch bao gồm nhiều kết cấu như điểm tham quan, nơi lưu trú, phương tiện giao thông vận chuyển và các dịch vụ phục vụ khác (Lynch và Tinsley, 2001). Nơi đến

du lịch được cấu thành từ những cơ sở hạ tầng hữu hình và phi vật thể. Có thể liệt kê các cấu trúc hữu hình như danh lam thắng cảnh tự nhiên, di tích văn hóa, di tích lịch sử, hệ thống đường xá, cơ sở lưu trú... Đồng thời, một nghiên cứu trước đây cho rằng yếu tố phi vật thể được diễn đạt qua phong tục, tập quán, truyền thống, lịch sử và văn hóa của nơi đó (Đinh Phi Hồ và Đặng Trang Viên Ngọc, 2020). Hình ảnh một nơi đến còn được ví như tập hợp các ý tưởng, ấn tượng khắc ghi, cảm xúc, hy vọng tích lũy theo thời gian và được cảm nhận theo đặc điểm nhân khẩu học và tâm lý của từng người (Iordanova, 2016).

2.1.6.3 Giá trị cảm nhận

Nghiên cứu về giá trị cảm nhận của người sử dụng dịch vụ đã xuất hiện từ những năm 1980 (Porter, 1985) và kế thừa đến những năm 1990. Woodruff (1997) định nghĩa giá trị cảm nhận (Perceived value, PVAL) là sự nhận thức của khách hàng về giá trị của dịch vụ mà họ sử dụng. Kết quả của giá trị cảm nhận thường dựa trên sự đối sánh giữa chi phí phát sinh và lợi ích mà khách hàng cảm thấy. Trong lĩnh vực du lịch, PVAL là sự đánh giá về trải nghiệm, cơ sở vật chất và giá trị về mặt kinh tế so với các điểm du lịch thông thường (Mengkebayaer và nnk., 2022). PVAL đã có mặt trong các nghiên cứu về lĩnh vực du lịch ở Trung Quốc vào cuối những năm 1990 (Xia và Chen, 2015).

2.1.6.4 Sự phản hồi tích cực của khách du lịch

Sự phản hồi tích cực là mức độ mà khách hàng cảm thấy thỏa mãn, từ đó có những phản hồi tích cực (POR) với khả năng của nhà cung cấp trong việc đáp ứng mong đợi và yêu cầu của họ. Phản hồi tích cực của khách du lịch là kết quả đánh giá sự khác nhau giữa nhu cầu và chất lượng nhận được từ nhà cung cấp (Oliver, 1997). Trong ngành du lịch, phản hồi tốt đến từ trải nghiệm của du khách (Abubakar và Mavondo, 2014). Đây cũng là một kênh thông tin hữu ích để

thỏa mãn ý muốn của khách hàng và có đóng góp to lớn trong việc quảng bá hình ảnh du lịch (Song và nnk., 2011). Khi du khách cảm nhận được giá trị của dịch vụ, họ thường quyết định quay lại ủng hộ địa điểm du lịch đó (Trường và King, 2009; Nilplub và nnk., 2016). Việc theo dõi phản hồi, hiểu tâm lý và đáp ứng yêu cầu của khách hàng là cách để tăng cường sức hấp dẫn và chất lượng của điểm đến (Brady và Robertson, 2001; Song và nnk., 2011). Đồng thời, cần đảm bảo an toàn, trật tự an ninh và vệ sinh môi trường để vừa đem lại lợi ích cho doanh nghiệp địa phương vừa phục vụ phát triển cộng đồng (Jussem và nnk., 2014).

2.1.7 Mối tương quan giữa hình ảnh nơi đến, giá trị cảm nhận và phản hồi tích cực của khách du lịch

Nhiều nghiên cứu đã đề cập hình ảnh nơi đến có ảnh hưởng đến hành vi của du khách, ví dụ như phản hồi của họ với trải nghiệm về điểm đến (Chen và Tsai, 2007; Boo và nnk., 2008; Chi và Qu, 2008; Horng và nnk., 2012; Ilban và nnk., 2015; Kim và nnk., 2019). Hình ảnh nơi đến có ảnh hưởng đến phản hồi của du khách (Chi và Qu, 2008; Prayag, 2009; Devesa và nnk., 2010; Day và nnk., 2012; Abubakar và Mavondo, 2014; Lu và nnk., 2015; Mai Ngọc Khương và Nguyễn Thanh Phương, 2017; Asiku và nnk., 2020; Rahmiati và Winata, 2020).

Hình ảnh điểm đến tốt hơn sẽ dẫn đến mức độ phản hồi càng tích cực. Việc xây dựng hình ảnh nơi đến phù hợp sẽ khiến khách du lịch có nhìn nhận tốt khi những kỳ vọng của họ được đáp ứng. Nói cách khác, việc tạo ra hình ảnh đẹp đối với nơi đến sẽ mang lại sự phản hồi tích cực của du khách cao hơn (Lee và nnk., 2005; Wang và Hsu, 2010; Shafiee và nnk., 2016; Jebbouri và nnk., 2022).

Theo Sanchez và nnk. (2006), giá trị cảm nhận trong du lịch bao gồm toàn bộ quá trình đồng ý sử dụng dịch vụ và quay lại ủng hộ dịch vụ lần nữa sau đó. Nhiều nghiên cứu đã chỉ ra mối liên hệ tích cực giữa giá trị

cảm nhận và phản hồi tích cực của khách du lịch (Brady và Roberston, 2001; Petrick và Backman, 2002; Ryu và nnk., 2008; Phillips và nnk., 2013; Ilban và nnk., 2015).

Nghiên cứu về du lịch văn hóa ở Đài Loan của Chen và Chen (2010) cho thấy giá trị cảm nhận của du khách chi phối đáng kể đến phản hồi và nhận xét của họ. Dựa vào các nghiên cứu thực nghiệm này, chúng tôi đưa các giả thuyết sau trong nghiên cứu này.

H1: Hình ảnh nơi đến du lịch ảnh hưởng đến phản hồi tích cực của khách du lịch;

H2: Giá trị cảm nhận có tác động mạnh mẽ đến phản hồi tích cực của khách du lịch.

2.1.8 Mối quan hệ giữa tìm kiếm tính mới lạ và dự định thay đổi nơi đến du lịch

Mối tương quan giữa tìm kiếm tính mới lạ và dự định thay đổi nơi đến du lịch đã được nghiên cứu bởi Keng và Liu (1997). Họ trình bày ra sự khác biệt trong hành vi khiếu nại giữa các nhóm khách hàng. Nhóm khách hàng theo định hướng nhóm thường thích môi trường ấm áp, an toàn và gần gũi, trong khi nhóm khách hàng tự định hướng tập trung vào cảm giác tự trọng, được tôn trọng và tận hưởng. Nhóm đầu tiên ít quan tâm đến khiếu nại, trong khi nhóm thứ hai thường xuyên phàn nàn. Khách hàng theo định hướng nhóm có thể tẩy chay sản phẩm và thương hiệu. Ngược lại, những khách hàng tự định hướng thường phàn nàn với nhà sản xuất và tổ chức bảo vệ người tiêu dùng. Điều này gây hệ quả đến hành động từ bỏ sản phẩm hoặc dịch vụ không thỏa mãn được mong chờ của họ.

Chuyển đổi sản phẩm và dịch vụ, sự gần bó của khách hàng, và dự định quay lại đều có liên quan với nhau. Mặc dù lòng trung thành, giữ chân và mua lại của khách hàng chính là lợi nhuận của nhà cung cấp, nhưng việc thay đổi ý định sử dụng lại dịch vụ có thể gây ra những hậu quả không lường trước (Bansal và Taylor, 1999). Quyết định có thể

thay đổi theo thời gian và càng lâu thì khả năng xảy ra những bất ngờ càng tăng và việc thay đổi ý định cũng vậy (Ajzen, 1991). Việc thay đổi được xác định bằng cách suy tính lợi ích và chi phí trong quá trình hành động của cá nhân, và đối lập với ý định giữ chân hoặc mua lại (Choi, 2016), gợi ý khả năng thay đổi sang sử dụng dịch vụ ở nơi khác (Wirtz và nnk., 2014).

Thuật ngữ “ý định chuyển đổi nơi đến” bao gồm cả việc thay đổi nơi đến và không thay đổi nơi đến (Keaveney, 1995; Liu và Lee, 2016). Việc thay đổi thường có hậu quả tiêu cực, trong khi ý định mua lại thể hiện những hiệu quả tích cực. Trong nghiên cứu này, việc thay đổi nơi đến được coi là có ảnh hưởng lạc quan đối với công ty dịch vụ, và đề cập đến việc không từ chối dịch vụ hiện tại. Trong lĩnh vực du lịch, khả năng cung cấp chất lượng dịch vụ ổn định có thể tác động đến phản hồi tích cực của khách hàng.

Khi dịch vụ không đạt mức mong đợi của du khách, họ sẽ thay đổi nhà cung cấp dịch vụ khác. Thái độ này là điều kiện cần để xây dựng mối quan hệ bền chặt với khách hàng và giúp tăng lòng trung thành, hạn chế việc thay đổi ý định của khách hàng (Shin và Kim, 2008; Selnes, 1993; Martins và nnk., 2013; Liu và Lee, 2016).

Nghiên cứu về ngành du lịch ở Pháp của Jang và Feng (2007) cho thấy sự mới lạ của các điểm tham quan là vấn đề quan trọng dẫn đến ý định quay trở lại hoặc thay đổi nơi đến của du khách. Tương tự, nghiên cứu về du lịch nông thôn ở Malaysia của Lo và nnk. (2012) cho thấy sự thoải mái, trải nghiệm thú vị, thông tin ảnh hưởng rất nhiều đến ý định quay lại.

Nghiên cứu ở Indonesia của Utama và nnk. (2021) cũng nêu bật yếu tố cảnh quan khu vườn và đất nông nghiệp, vẻ đẹp tự nhiên và lòng hiếu khách của nông dân, hạ tầng công cộng, cộng đồng, viễn thông, nhà hàng và trung tâm chợ nông sản, sự dễ dàng di chuyển đến các điểm tham quan đó có

ảnh hưởng đến ý định quay lại hoặc chuyển đổi. Dựa trên các nghiên cứu thực nghiệm, nghiên cứu này đưa ra các giả thuyết sau.

H3: Việc tìm kiếm sự mới lạ có tác động tích cực đến ý định không thay đổi;

2.1.9 Mối tương quan giữa phương thức quảng bá truyền miệng và dự định thay đổi nơi đến

Truyền miệng (Word of mouth or WOM) là hình thức quảng bá không chính thức giữa người với người về thương hiệu hoặc dịch vụ. Phương thức này đã được nâng cao bởi công nghệ truyền thông điện tử. Phản hồi tích cực của khách hàng là điều cần thiết trong việc giữ khách hàng gắn bó và thúc đẩy dự định quay lại hoặc không thay đổi nơi đến. Việc du khách quay lại hoặc không thay đổi nơi đến góp phần vào lợi ích cho điểm đến du lịch (Abubakar và Mavondo, 2014; Wang và nnk., 2017; Ahmadi, 2018; Kanwel và nnk., 2019; Asiku và nnk., 2020; Lai, 2020; Pun, 2022).

Việc du khách quay lại hoặc không thay đổi điểm đến đem lại lợi ích về thu nhập, tăng thị phần và giảm nguồn chi cho tiếp thị và vận hành cho nơi đến du lịch (Vuuren và nnk., 2012). Phản hồi tích cực của khách du lịch ảnh hưởng đến dự định quay lại hoặc không thay đổi nơi đến của họ (Williams và Soutar, 1992; Baloglu và nnk., 2003; Prayag, 2009; Wang và Hsu, 2010; Mohsan và nnk., 2011; Shafiee và nnk., 2016; Santoso, 2019; Kanwel và nnk., 2019; Xiaoshan và nnk., 2020; Zarch và nnk., 2021). Các giả thuyết về mối liên hệ giữa phản hồi tích cực, truyền miệng và ý định thay đổi điểm đến được đề xuất như sau:

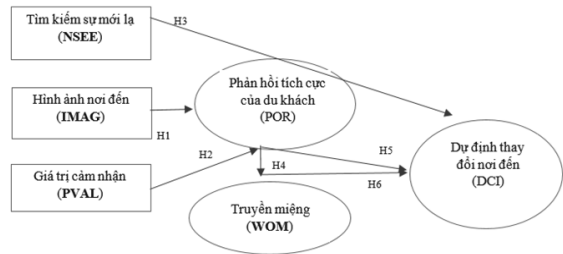
H4: Phản hồi tích cực tác động đến truyền miệng;

H5: Truyền miệng ảnh hưởng tích cực đến ý định không thay đổi nơi đến của khách du lịch.

H6: Phản hồi tích cực tác động tốt đến ý định không thay đổi nơi đến của khách du

lịch.

2.2 Khung lý thuyết nghiên cứu



Hình 1: Khung lý thuyết áp dụng cho nghiên cứu

Cần có khung lý thuyết và thực nghiệm để mở rộng cơ sở lý thuyết, nhằm đưa ra bằng chứng thuyết phục và đưa ra các đề xuất chính sách liên quan đến việc thay đổi nơi đến du lịch. Các nghiên cứu trước đây chỉ chú trọng vào tác động của các mối tương quan và áp dụng đa dạng các khung lý thuyết để đo lường, nhưng chưa phân tích đầy đủ và toàn diện về việc thay đổi nơi đến du lịch. Vì vậy, mục đích của nghiên cứu này là bổ sung những phát hiện mà các nghiên cứu trước đây chưa khám phá và vận dụng mô hình PLS-SEM. Phạm vi nghiên cứu chủ yếu là du lịch nông nghiệp ở ĐBSCL, Việt Nam.

2.3 Phương pháp nghiên cứu

Đo lường: Các thang đo được hiệu chỉnh dựa trên nghiên cứu đã có để tương thích với thực tế du lịch ở Việt Nam. Quy trình 3 bước được thiết kế để thực hiện khảo sát. Trước tiên, 10 chuyên gia có ít nhất 5 năm kinh nghiệm, làm việc tại các cơ quan, đơn vị liên quan đến quản lý, điều hành du lịch ở thành phố Cần Thơ và ĐBSCL tham gia vào cuộc khảo sát. Bảng câu hỏi dựa trên đề xuất của họ được điều chỉnh. Sau đó, một cuộc khảo sát thí điểm với 20 du khách đang lưu trú tại Cần Thơ tiếp tục được tiến hành để kiểm tra lại bảng câu hỏi. Cuối cùng, toàn bộ cuộc khảo sát được thực hiện với du khách đã ở lại ĐBSCL ít nhất ba ngày.

Thang đo Likert năm mức độ được dùng để đánh giá các biến quan sát, bao gồm NSEE và IMAG với 8 biến chính dựa trên nghiên cứu của Som và nnk. (2012) về du lịch tại Malaysia, đã được chỉnh sửa cho phù

hợp với bối cảnh ở Việt Nam. Bởi vậy, các biến mới được phát triển từ ý kiến đóng góp từ các chuyên gia, chẳng hạn như việc đánh giá cao tài nguyên thiên nhiên và giá cả nông sản ở nông thôn so với thị trường. Thang đo PVAL có 4 biến chính dựa trên nghiên cứu tại Đài Loan của Chen và Chen (2010) về nơi đến du lịch, cũng được ứng dụng nhưng có sự điều chỉnh cho phù hợp với hoàn cảnh thực tế của nghiên cứu. Các biến mới trong phần này được phát triển, ví dụ như chi phí cơ hội của sự hiểu biết và đồng cảm với nông dân, rất thấp. Thang đo POR và WOM có 7 biến chính được đưa vào bảng câu hỏi, bắt nguồn từ thang đo của Asiku và nnk. (2020). Thang đo DCI có 3 biến chính đúc kết từ nghiên cứu tại Pakistan của Mohsan và nnk. (2011) cũng được chỉnh lý. Một biến mới được phát triển, ví dụ như sự không muốn chuyển đến các điểm đến nông nghiệp khác. Chi tiết về các thang đo cùng hệ thống biến quan sát được trình bày tại Phụ lục A.

2.4 Thu thập và xử lý số liệu

Các câu hỏi được khảo sát tại thành phố Cần Thơ và các tỉnh Kiên Giang, Tiền Giang, An Giang, thuộc vùng ĐBSCL. Những địa phương này đại diện cho trung tâm ĐBSCL. Tất cả những người được hỏi đều là du khách ở khu vực ĐBSCL và đã lưu lại ít nhất ba ngày. 470 bảng khảo sát được phát ra trong

thời điểm từ tháng 6 - tháng 10 năm 2023. Tiếp đó, dữ liệu được xử lý, xét thấy có 450 quan sát đảm bảo tính phù hợp và được sử dụng để phân tích dữ liệu.

Nghiên cứu này áp dụng phương pháp Mô hình PLS-SEM với sự hỗ trợ từ SPSS và AMOS 21.0 để kiểm định giá trị của các giả thuyết nghiên cứu bởi PLS-SEM phù hợp để kiểm định mô hình phức tạp, tồn tại nhiều mối quan hệ đan xen, nhân quả, các biến tiềm ẩn, đồng thời xuất hiện của nhiều phương trình hồi quy (Anderson và Gerbing, 1988). PLS-SEM gồm 4 bước: Kiểm định chất lượng thang đo, Phân tích nhân tố khám phá, Phân tích nhân tố khẳng định và Phân tích phương trình cấu trúc (Kline, 1998; Hair và nnk., 2006).

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1 Thông tin về du khách

Bảng 1 cho thấy tỷ lệ nam du khách theo nhóm tuổi, nghề nghiệp, tình trạng hôn nhân và trình độ học vấn. Đa số là nam giới ở độ tuổi từ 18-50, có học vấn từ trung học đến cao đẳng, và là sinh viên, doanh nhân, công chức và nhà quản lý. Hầu hết đều đã kết hôn và có thu nhập từ 8 đến 14 triệu đồng/tháng. Khách du lịch trong nước chiếm đa số (81%) so với khách du lịch nước ngoài (19%).

Bảng 1. Đặc điểm khách du lịch (n=450)

	Tần số	Tần suất (%)		Tần số	Tần suất (%)
Giới tính			Tình trạng hôn nhân		
Nữ	193	57	Kết hôn	168	37
Nam	257	43	Độc thân	282	63
Tổng	450	100	Tổng	450	100
Độ tuổi (năm)			Thu nhập (triệu đồng/tháng)		
<18	59	13	< 8	173	38
18-40	134	30	8-14	140	31
41-50	194	43	15-25	74	16
> 50	63	14	> 25	63	14
Total	450	100	Total	450	100
Trình độ văn hóa			Quốc gia		

Tiểu học	36	8	Trong nước	364	81
Trung học cơ sở	77	17	Quốc tế	86	19
Trung học phổ thông	177	39	Tổng	450	
Cao đẳng và đại học	149	33	Nghề nghiệp	127	28
Sau đại học	11	2	Sinh viên	89	20
Tổng	450	100	Doanh nhân	126	28
			Công chức, nhân viên	63	14
			Nhà quản lý	45	10
			Tổng	450	100

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp từ dữ liệu thu thập được

3.2 Phân tích độ tin cậy của thang đo

Bảng 2 cho thấy rằng tất cả các biến được quan sát đều đáp ứng yêu cầu về độ tin cậy của thang đo thông qua hệ số α là 0,6 và mối tương quan tổng thể 0,3 (Nunnally và Burnstein, 1994), nên thang đo đạt chất lượng tốt và không có biến quan sát nào bị loại.

Bảng 2. Kiểm định độ tin cậy của thang đo

TT	Thang đo	Hệ số Alpha (α)
1	IMAG	0,812
2	PVAL	0,844
3	POR	0,858
4	NSEE	0,833
5	WOM	0,849
6	DCI	0,851

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp từ phần mềm SPSS

3.3 Quy trình phân tích nhân tố khám phá

Bảng 3. Kết quả ma trận mô hình

	Yếu tố					
	1	2	3	4	5	6
PVAL3	0,840					
PVAL4	0,831					
PVAL2	0,828					
PVAL1	0,805					
IMAG4		0,826				
IMAG3		0,821				
IMAG2		0,820				
IMAG1		0,731				
POR3			0,867			
POR4			0,838			
POR2			0,836			
POR1			0,812			
WOM2				0,900		
WOM1				0,866		
WOM3				0,862		
NSEE3					0,830	
NSEE2					0,827	
NSEE4					0,815	
NSEE1					0,792	
DCI3						0,871
DCI1						0,865

DCI2					0,805
DCI4					0,785
Thước đo Kaiser-Meyer-Olkin	0,809	0,817	0,721		0,814
Kiểm định Bartlett	0,000	0,000	0,000		0,000
Giá trị Eigen	2,366	2,812	2,303		2,771
% của phương sai trích	66,452	70,308	76,757		69,285

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp từ phần mềm SPSS

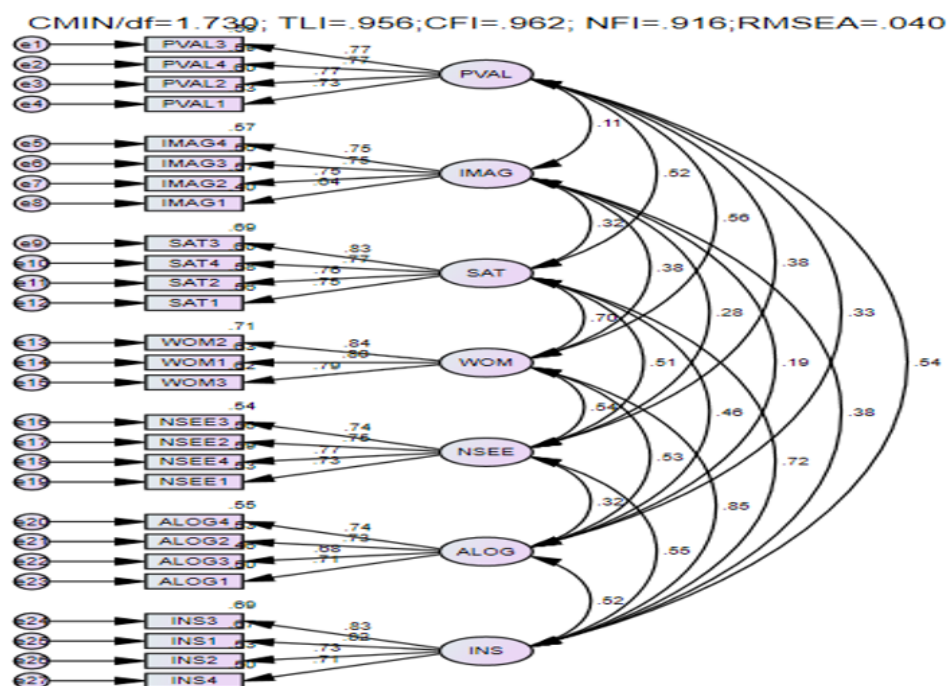
Đáng lưu ý rằng $0,5 < \text{KMO} < 1$ với thông số của kiểm định Bartlett có mức ý nghĩa nhỏ hơn 0,05; Các hệ số tải của các biến quan sát (Factor Loading) đều lớn hơn 0,5, cho thấy chúng đóng góp quan trọng vào nhân tố tương ứng. Phương sai trích của các nhân tố cũng lớn hơn 50%, cho thấy chúng giải thích được một phần lớn sự biến động trong dữ liệu. Giá trị Eigenvalue của các nhân tố cũng lớn hơn 1, cho thấy chúng quan trọng và có thể được dùng để mô tả dữ liệu.

Bảng 3 chỉ ra kết quả của phân tích nhân tố cho các biến đo lường của khung lý thuyết. POR được phân thành hai nhân tố với tổng phương sai trích là 66,452% và giá trị Eigen là 2,366. EFA của sự hài lòng bao gồm bốn biến quan sát với phương sai trích là 70,308%

và giá trị Eigen là 2,812. EFA của WOM bao gồm ba biến quan sát với phương sai trích là 76,757% và giá trị Eigen là 2,303. EFA ý định chuyển đổi bao gồm hai nhân tố với phương sai trích là 65,033% và giá trị Eigen là 1,925. EFA của DCI bao gồm bốn biến quan sát với phương sai trích là 69,285% và giá trị Eigen là 2,771. Phương pháp xoay Promax được sử dụng để cải thiện hiệu quả của các nhân tố.

Các chỉ số đánh giá cho thấy mô hình phân tích nhân tố là phù hợp. KMO có giá trị từ 0,5 đến 1, cho thấy dữ liệu phù hợp để thực hiện phân tích nhân tố. Kiểm định Bartlett có mức ý nghĩa dưới 0,05, cho thấy ma trận tương quan không đồng nhất và phù hợp để thực hiện phân tích nhân tố.

3.4 Phân tích nhân tố khẳng định (CFA)



Hình 2: Kết quả phân tích CFA

Trong Bảng 5, mọi giả thuyết đều được (Giá trị $P \leq 0,05$).
chấp nhận với mức độ tin cậy 95% trở lên

Bảng 5. Kết quả của các giả thuyết

Giả thuyết	Đường dẫn			Hệ số hồi quy	S.E.	C.R.	P	Kết luận
H1	POR	<---	IMAG	0.362	0.059	6.097	***	Chấp nhận
H2	POR	<---	PVAL	0.599	0.060	9.926	***	Chấp nhận
H4	WOM	<---	POR	0.800	0.058	13.822	***	Chấp nhận
H3	DCI	<---	NSEE	0.158	0.043	3.727	***	Chấp nhận
H5	DCI	<---	POR	0.234	0.063	3.723	***	Chấp nhận
H6	DCI	<---	WOM	0.545	0.062	8.817	***	Chấp nhận

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp từ phần mềm SPSS

Ghi chú: *** ($P_{\text{value}} = 0.000$ / Sig. = 0.000).

Bảng 6. Mức độ tác động

Tác động			Hệ số hồi quy	%	Vị trí
Tác động đến POR					
POR = f(IMA, PVAL)					
POR	<---	IMAG	0,362	38	2
POR	<---	PVAL	0,599	62	1
Tổng			0,961	100	
Tác động đến DCI					
DCI = f(NSEE, POR, WOM)					
DCI	<---	NSEE	0,158	15	3
DCI	<---	POR	0,234	22	2
DCI	<---	WOM	0,545	51	1
Total			1,064	100	

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp từ kết quả phân tích

Bảng 6 trình bày các yếu tố có ảnh hưởng đến kết quả POR theo mức độ từ cao đến thấp là PVAL và IMA. Các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả của DCI theo trình tự là WOM, POR, và NSEE. POR có ảnh hưởng mạnh đến WOM được thể hiện trong Bảng 5.

3.6 Sử dụng BOOTSTRAP để phân tích độ tin cậy của kết quả PLS-SEM

Mô hình SEM thường yêu cầu mẫu lớn theo Anderson và Gerbing (1988), tuy nhiên trong nghiên cứu học thuật, việc giới hạn về kích thước mẫu thường xảy ra. Phương pháp Bootstrap được coi như một giải

pháp chuyển đổi hiệu quả (Schumacker và Lomax, 2010). Bootstrap có thể giúp tái chọn mẫu ngẫu nhiên từ mẫu ban đầu (được coi như một tổng thể). Phương pháp này sử dụng 1000 lần lặp lại để tạo ra các mẫu ngẫu nhiên từ mẫu ban đầu có nhiều quan sát. Các kết quả ước lượng từ N mẫu được tính trung bình và giá trị này có xu hướng gần với ước lượng của tổng thể. Khi giá trị trung bình của các hệ số hồi quy Bootstrap và ước lượng mô hình với mẫu ban đầu có sự chênh lệch, thì độ tin cậy của ước lượng mô hình sẽ tăng lên khi mẫu ban đầu càng nhỏ.

Bảng 7. Kết quả ứng dụng Bootstrap

Tham số			SE	SE-SE	Mean	Bias	SE-Bias	CR*
POR	<---	IMAG	0,063	0,001	0,367	0,004	0,002	2,0
POR	<---	PVAL	0,076	0,002	0,602	0,003	0,002	1,5
WOM	<---	POR	0,054	0,001	0,801	0,001	0,002	0,5
DCI	<---	NSEE	0,053	0,001	0,161	0,002	0,002	1,0
DCI	<---	POR	0,062	0,001	0,234	0,000	0,002	0,0
DCI	<---	WOM	0,066	0,001	0,545	0,000	0,002	0,0

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp từ kết quả ứng dụng

*CR (Critical Ratios) = (Bias) / (SE-Bias)

Giá trị tuyệt đối của CR nhỏ hơn hoặc bằng 2 có thể được xem là rất nhỏ, do đó sự khác biệt không có ý nghĩa thống kê ở mức tin cậy 95% trở lên. (Hair và nnk., 2006). Kết quả của hệ số hồi quy trước khi sử dụng phương pháp Bootstrap được coi là đáng tin cậy với mức độ tin cậy lớn hơn hoặc bằng 95. Bảng 7 cho thấy rằng kết quả này là đáng tin cậy khi áp dụng phương pháp Bootstrap.

4. KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ

4.1 Kết luận

Nghiên cứu đã tìm ra các yếu tố ảnh hưởng đến phản hồi tích cực của khách du lịch bao gồm hình ảnh nơi đến và giá trị cảm nhận. Kết quả này tương thích với giả thuyết và tương đồng với kết quả nghiên cứu về điểm đến ở Indonesia của Rahmiati và Winata (2020) và Asiku và nnk. (2020). Để thu được nhiều phản hồi tích cực của du khách, ngành du lịch nên tập trung nâng cao cải thiện IMAG và PVAL theo như một số ý kiến thu thập được từ khảo sát, ví dụ “ĐBSCL thực sự là địa điểm khai thác du lịch nông nghiệp ở Việt Nam”, “Chi phí du lịch cao nhưng lợi ích của du lịch nông nghiệp còn lớn hơn”.

DCI bị chi phối bởi các yếu tố NSEE, WOM và POR. Tương tự như kết quả nghiên cứu về các điểm đến ở Malaysia của Som và nnk. (2012) và ở Iran của Zarch và nnk. (2021). Để thu hút “ý định quay lại ủng hộ” hay “ý định không chuyển đổi nơi đến” cần quan tâm đến các yếu tố như WOM và NSEE, như mở rộng sử dụng các công cụ

WOM, nâng cao hình ảnh nơi đến ĐBSCL, nhiều lễ hội về nông sản, trung tâm mua sắm, cửa hàng tiện lợi, nhà hàng, dịch vụ ăn uống, và cải tiến hệ thống đường xá, phương tiện giao thông.

WOM là yếu tố trung gian của mối quan hệ giữa POR và DCI. Để giữ được sự gắn bó của khách du lịch và giảm thiểu việc đổi ý của du khách đến địa điểm khác, sự hài lòng và phương thức quảng bá truyền miệng cần được quan tâm và đó là chìa khóa để phát triển du lịch nông nghiệp thành công.

Nghiên cứu hiện tại nhằm mở rộng khung lý thuyết và cung cấp bằng chứng với kết quả nghiên cứu thực nghiệm về hình ảnh nơi đến, phản hồi tích cực thông qua truyền miệng tác động đến dự định thay đổi sang địa điểm du lịch khác, lấy bối cảnh thực trạng ở ĐBSCL. Kết quả chỉ ra vai trò trung gian mạnh mẽ của phương thức truyền miệng trong mối tương quan giữa hình ảnh điểm đến và ý định chuyển đổi. Nghiên cứu cũng cung cấp một số hiểu biết sâu sắc về mối quan hệ giao thoa qua lại giữa các yếu tố thông qua mô hình PLS-SEM.

4.2 Hàm ý quản trị

Để du khách luôn có những phản hồi tích cực và thu hút sự gắn bó lâu dài, ngành du lịch nông nghiệp ở ĐBSCL cần thực hiện các hướng đi quản trị sau:

Tập trung vào việc quảng bá điểm đến bằng các công cụ như trang web, mạng xã hội và tài liệu quảng cáo để giới thiệu những nét đặc trưng nổi bật của ĐBSCL.

Đầu tư vào việc cải thiện chất lượng dịch vụ và thiết kế những chuyến đi trải nghiệm mới để tăng giá trị cảm nhận chất lượng dịch vụ cho du khách.

Khuyến khích du khách chia sẻ trải nghiệm của mình thông qua mạng truyền thông xã hội, đồng thời hỗ trợ đầy đủ thông tin để họ dễ dàng chia sẻ đến người thân, bạn bè và cộng đồng xã hội xung quanh cá nhân đó.

Cần liên tục đánh giá và cải thiện các yếu tố ảnh hưởng đến phản hồi, đánh giá và phương thức quảng bá truyền miệng của du khách. Thu thập phản hồi và sử dụng chúng như cách thức để cải thiện chất lượng dịch vụ tốt hơn. Tổ chức khảo sát kết hợp theo dõi chỉ số để đảm bảo ngành du lịch nông nghiệp ở ĐBSCL đáp ứng hầu hết nhu cầu

của khách du lịch và phát triển bền vững.

4.3 Giới hạn nghiên cứu

Nghiên cứu vẫn tồn tại những mặt hạn chế, cụ thể như đối tượng khảo sát đến từ khu vực ĐBSCL nên tính khái quát của nghiên cứu chưa đảm bảo trên diện rộng. Phương pháp tương tự cho các khu vực khác nên được ứng dụng cho các nghiên cứu trong tương lai và so sánh để nâng cao sức thuyết phục của các phát hiện. Cuối cùng, nghiên cứu này xem xét mối quan hệ giữa hình ảnh điểm đến, phương thức quảng bá thông qua truyền miệng và dự định thay đổi nơi đến. Các nghiên cứu trong tương lai có thể xem xét tác động của các yếu tố khác đến ý định chuyển đổi để hiểu rõ hơn về các yếu tố quyết định ý định hành vi thay đổi trong ngành du lịch.

Thông tin tác giả:

PGS. TS. Đinh Phi Hồ, Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam.

Email: dpho@upt.edu.vn

PGS. TS. Võ Khắc Thường, Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam.

Email: thuongvk@upt.edu.vn

ThS. Đinh Nguyệt Bích, Trường Đại học Văn Hiến, Tp. Hồ Chí Minh, Việt Nam

ThS. Đào Thị Kim Anh, Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam.

Email: dtkanh@upt.edu.vn

ThS. Nguyễn Lê Uyên Minh (*Tác giả liên hệ), Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam.

Email: nluminh@upt.edu.vn

Ghi chú

Các tác giả đã xác nhận không có tranh chấp về lợi ích về tài chính đối với bài báo này.

Thông tin bài báo

Ngày nhận bài: 18/01/2024

Ngày hoàn thiện biên tập: 20/02/2024

Ngày duyệt đăng: 01/03/2024

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Abubakar, B. & Mavondo, F. (2014). Tourism destinations: antecedents to customer satisfaction and positive word-of-mouth. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 23(8), 833-864.

Ái Lam (02/07/2021). *Du lịch cộng đồng Đồng bằng sông Cửu Long: Tiềm năng còn bỏ ngỏ*. Truy cập ngày 11/02/2024 từ <https://vietnamtourism.gov.vn/post/37031>

Ajzen, I. (1991). *From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior*. Springer, Berlin, Heidelberg.

Ahmadi, A. (2018). Thai Airways: key influencing factors on customers' word of mouth. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 36, 40-57.

Anderson, J.C. & Gerbing, D.W. (1988). Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach. *Journal of Psychological Bulletin*, 103 (3), 411-423.

Asiku, F. W., Dewi, T. & Hermawan, A. (2020). The Influence of Image Destination on Revisit Intention and Word Of Mouth through Satisfaction (Study on Tourism Pulo Love Eco Resort, Boalemo District). *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 23(1), 125–134.

Bagozzi, R.B. & Jy, I. (1988). On the evaluation of structural equation model. *J. Acad Mark Sci*, 16, 74-94.

Boo, S., Baloglu, S. & Busser, J. (2008). A model of customer-based brand equity and its application to multiple destinations. *Tourism Management*, 30(2), 219-231.

Baloglu, S., Pekcan, A., Chen, S.L. & Santos, J. (2003). The relationship between destination performance, overall satisfaction, and behavioral intention for distinct segments. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 4(3/4), 149-165.

Baloglu, S. & McCleary, K.W. (1999) A Model of Destination Image Formation. *Annals of Tourism Research*, 26, 868-897.

Bansal, H.S. & Taylor, F.S. (1999). The service provider switching model (SPSM): A model of consumer switching behavior in the service industry. *Journal of Service Research*, 2(2), 200-218.

Bentler, P. M. & Bonett, D. G. (1980). Significance tests and goodness of fit in the analysis of covariance structures. *Psychological Journal*, 32(1), 87-104.

Brady, M. K. & Roberston, C. J. (2001). Searching for a consensus on the antecedent role of service quality and satisfaction: An exploratory cross-national study. *Journal of Business*, 51(1), 53-60.

Browne, M. W. & Cudeck, R. (1993). "Alternative Ways of Assessing Model Fit" in *Testing Structural Equation Models*, K. A. Bollen and J. S. Long (eds.), Newbury Park, CA: Sage Publications.

Cardozo, R.N. (1965). An Experimental Study of Customer Effort, Expectation, and Satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 3, 244-249.

Chen, C. & Tsai, D. C. (2007). How destination image and evaluative factors affect

behavioral intentions? *Tourism management*, 28(4), 1115-1122

Chen, C. & Tsai, M. (2008). Perceived value, satisfaction, and loyalty of TV travel product shopping: Involvement as a moderator. *Tourism Management*, 29(6), 1166-1171.

Chen, C-F. & Chen, F-S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism Management*, 31(1), 29–35.

Chi, C. G. Q. & Qu, H. (2008). Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. *Tourism management*, 29(4), 624-636.

Chin, W. W., and Todd, P. A. (1995). On the Use, Usefulness, and Ease of Use of Structural Equation Modeling in MIS Research: A Note of Caution. *MIS Quarterly*, 19(2), 237-246

Choi, J. (2016). A study on factors affecting a customer's switching intention to pureplay Internet bank using the Push-Pull Mooring model. (Master Thesis), Seoul National University.

Day, J., L. Cai, L. & Murphy, L. (2012). Impact of tourism marketing on destination image: industry perspectives. *Tourism Analysis*, 17(3), 273-284.

Devesa, M., Picos, A.P. & Laguna, M. (2010). The role of motivation in visitor satisfaction: Empirical evidence in rural tourism. *Tourism Management*, 31(4), 547-552.

Đinh Phi Hồ & Đặng Trang Viễn Ngọc (2022). Ảnh hưởng hình ảnh điểm đến du lịch đến hài lòng và ý định viếng thăm lại Thành phố Phan Thiết: Cách tiếp cận mô hình cấu trúc tuyến tính. Tạp chí Công thương. Truy cập từ <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/anh-huong-hinh-anh-diem-den-du-lich-den-hai-long-va-y-dinh-vieng-tham-lai-thanh-pho-phan-thiet-cach-tiep-can-mo-hinh-cau-truc-tuyen-tinh-72588.htm>

Gefen, D., Rigdon, E. & Straub, D. (2011). An Update and Extension to SEM Guidelines for Administrative and Social Science Research. Editorial Comment. *MIS Quarterly* 35(2): III-XII.

Gerpott, T. (2001). Empirical studies of customer loyalty. *Problems of the Theory and Practice of Management*, 4, 35-41.

Hair, J., Aderson, R., Tatham, P. & d Black, W. (2006). *Multivariate Data Analysis*, 6ed. Upper Saddle River, N.J.: Prentice- Hall.

Horng, J. S., Liu, C. H., Chou, H. Y., and Tsai, C. Y. (2012). Understanding the impact of culinary brand equity and destination familiarity on travel intentions. *Tourism Management*, 33(4), 815–824.

Hu, L.T. & Bentler, P. M. (1995). Evaluating model fit. In R. H. Hoyle (Ed.), *Structural equation modeling: Concepts, issues, and applications*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Ilban, M.O., Kaşlı, M. & Bezirgan, M. (2015). Effects of Destination Image and Total Perceived Value on Tourists' Behavioral Intentions: An Investigation of Domestic Festival Tourists. *Tourism Analysis*, 20(5), 499-510.

Iordanova, E. (2016). Tourism destination image as an antecedent of destination loyalty: The case of Linz, Austria. *European Journal of Tourism Research*, 16(214), 232. DOI:10.54055/ejtr.v16i.286.

Jang, S. & Feng, R. (2007). Temporal destination revisit intention: The effects of novelty

seeking and satisfaction. *Tourism management*, 28(2), 580-590.

Jussem, P.M., Lin, V.C.D. & Kibat, S.A. (2014). Linking Service Quality to Tourist Satisfaction in Pulau Satang Besar. *Papers from the 6th Tourism Outlook Conference*, 22-24 April 2013, Kota Kinabalu, Sabah, Malaysia

Kanwel, S., Lingqiang, Z., Asif, M., Hwang, J., Hussain, A. & Jameel, A. (2019). The Influence of Destination Image on Tourist Loyalty and Intention to Visit: Testing a Multiple Mediation Approach. *Sustainability*, 11(22), 1-19.

Keaveney, S. M. (1995). Customer switching behavior in service industries: An exploratory study. *Journal of Marketing*, 59(2), 71–82.

Keng, K. A. & Liu, S. (1997). Personal Values and Complaint Behaviour. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 4(2), 89-97.

Kim, D.J., Ferrin, D.L. & Rao, R. (2009). Trust and Satisfaction, Two Stepping Stones for Successful E-Commerce Relationships: A Longitudinal Exploration. *Information Systems Research*, 20(2), 237-257.

Kim, M. J., Lee, C.-K., Kim, J. S. & Petrick, J. F. (2019). Wellness pursuit and slow life seeking behaviors: Moderating role of festival attachment. *Sustainability*, 11(7). doi:10.3390/su11072020.

Kline, R.B. (1998). *Principles and practice of structural equation modeling*. New York: Guilford Press.

Kuo, Y.F. & Feng, L.H. (2013) Relationships among Community Interaction Characteristics, Perceived Benefits, Community Commitment, and Oppositional Brand Loyalty in Online Brand Communities. *International Journal of Information Management*, 33, 948-962.

Lai, I.K.W. (2020). An examination of satisfaction on word of mouth regarding Portuguese foods in Macau: Applying the concept of integrated satisfaction. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 43, 100-110.

Lee, C., Lee, Y. & Lee, B. (2005). Korea's destination image formed by the 2002 World Cup. *Annals of Tourism Research*, 32, 839-858.

Lê Mậu Lâm & Phương Liên (2022). Phát triển bền vững vùng đồng bằng sông Cửu Long. Nhân dân. Truy cập ngày 12/2/2024 từ <https://nhandan.vn/phat-trien-ben-vung-vung-dong-bang-song-cuu-long-post693889.html>

Liu, C.H.S. & Lee, T. (2016). Service quality and price perception of service: Influence on word-of-mouth and revisit intention. *Journal of Air Transport Management*, 52, 42–54.

Lo, M. C., Mohamad, A. A., Songan, P. & Yeo, A. W. (2012). Rural Tourism Positioning Strategy: A Community Perspective. *Proceedings of the 2012 International Conference on Economics Marketing and Management*. IPEDR Vol. 28. IACSIT Press, Singapore.

Lu, L., Chi, C.G. & Liu, Y. (2015). Authenticity, involvement, and image: Evaluating tourist experiences at historic districts. *Tourism Management*, 50, 85-96.

Lynch, P. & Tinsley, R. (2001). Small tourism business networks and destination development. *Hospitality Management*, 20(4), 367-378.

Mai Ngọc Khương & Nguyễn Thanh Phương (2017). The Effects of Destination Image,

Perceived Value, and Service Quality on Tourist Satisfaction and Word-of-Mouth — A Study in Ho Chi Minh City, Vietnam. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 8(5), 217-224.

Martins, R.C., Hor-Meyll, L.F. & Ferreira, J.B. (2013). Factors Affecting Mobile Users' Switching Intentions: A Comparative Study between the Brazilian and German Markets. *BAR*, Rio de Janeiro, 10(3), 239-262.

Mengkebayaer, M., Nawaz, M.A., and Sajid, M.U. (2022). Eco-destination loyalty: Role of perceived value and experience in framing destination attachment and equity with moderating role of destination memory. *Frontier in Psychology*, 13. | <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.908798>.

Mohsan, F., Nawaz, M.M., Sarfraz Khan, M., Shaukat, Z. & Aslam, N. (2011). Impact of Customer Satisfaction on Customer Loyalty and Intentions to Switch: Evidence from Banking Sector of Pakistan. *International Journal of Business and Social Science*, 2(16), 263-270.

Nilplub, C., Khang, D. B. & Krairit, D. (2016). Determinants of destination loyalty and the mediating role of tourist satisfaction. *Tourism Analysis*, 21(2-3), 221-236.

Nunnally, J. C., and Burnstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory*. New York: McGraw – Hill.

Okech, R., Haghiri, M., George, M.B., & George.B. (2012). rural Tourism as a sustainable development alternative: an analysis with special reference to Luanda, Kenya. *CULTUR*, 6(3), 36-54.

Oliver, R.L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. New York, NY: McGraw-Hill.

Prayag, G. (2009). Tourists' evaluations of destination image, satisfaction, and future behavioral intentions: the case of Mauritius. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26(8), 836-853.

Phuong Nghi (2016). Năm tỉnh đồng bằng sông Cửu Long - Một điểm đến du lịch hấp dẫn. Truy cập từ <https://www.bienphong.com.vn/nam-tinh-dong-bang-song-cuu-long-mot-diem-den-du-lich-hap-dan-post93669.html>

Porter, M. E. (1985). Technology and competitive advantage. *J. Bus. Strategy*. 5, 60–78.

Pun, L.B. (2022). Customer Satisfaction, Revisit Intention and Word of Mouth in the Restaurant Business. *Butwal Campus Journal*, 5(1). DOI: <https://doi.org/10.3126/bcj.v5i1.50155>

Rahmiati, F. & Winata, A. (2020). Destination marketing to improve domestic tourists' return intention. *International Journal of Applied Sciences in Tourism and Events*, 4(2), 86-94.

Ryu, K., Han, H. & Kim, T. H. (2008). The relationships among overall quick-casual restaurant image, perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions. *International Journal of Hospitality Management*, 27(3), 459–469.

Santoso, S. (2019). Examining relationships between destination image and tourist motivations, satisfaction and visit intention in Yogyakarta. *Expert Journal of Business and*

Management, 7, 82-90.

SAREP: Sustainable Agriculture Research & Education Program (2017). What is Sustainable Agriculture? From <https://sarep.ucdavis.edu/sustainable-ag/agritourism>.

Schumacker, R. E. & Lomax, R. G. (2010). *A Beginners Guide to Structural Equation Modeling*. Routledge, New York.

Shafiee, M.M., Tabaeian, R.A. & Tavakoli, H. (2016). The Effect of Destination Image on Tourist Satisfaction, Intention to Revisit and WOM: An Empirical Research in Foursquare Social Media. Iran: 10 th International Conference on e- Commerce with focus on E tourism.

Sheppard, B.H., Hartwick, J. & Warshaw, P.R. (1988). The theory of reasoned action: A meta-analysis of past research with recommendations for modifications and future research. *Journal of Consumer Research*, 15, 325–343.

Shin, D. H. & Kim, W. Y. (2008). Forecasting customer switching intention in mobile service: An exploratory study of predictive factors in mobile number portability. *Technological Forecasting & Social Change*, 75(6), 854-874.

Som, A.P.M., Marzuki, A., Yousefi, M. & AbuKhalifeh, A.N. (2012). Factors Influencing Visitors' Revisit Behavioral Intentions: A Case Study of Sabah, Malaysia. *International Journal of Marketing Studies*, 4(4), 39-50.

Song, H., Van der Veen, R., Li, G. & Chen, J.L. (2011). The Hong Kong tourist satisfaction index. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 459-479.

Trần Huỳnh Anh, Tống Thị Thu Hường & Đinh Tấn Phong (7/12/2023). Gỡ điểm nghẽn liên kết cho trung tâm sản xuất nông nghiệp lớn nhất nước. *Tạp chí Kinh tế Sài Gòn*. Truy cập 11/02/2024 từ <https://thesaigontimes.vn/go-diem-nghen-lien-ket-cho-trung-tam-san-xuat-nong-nghiep-lon-nhat-nuoc/>

Trường, T. & King, B. (2009). An evaluation of satisfaction levels among Chinese tourists in Vietnam. *International Journal of Tourism Research*. DOI:10.1002/JTR.726.

Tseng, M., Chang, C., Wu, K., Lin, C.R., Kalnaovkul, B. & Tan, R.R. (2019). Sustainable Agritourism in Thailand: Modeling Business Performance and Environmental Sustainability under Uncertainty. *Sustainability*, 11(15), 4087; <https://doi.org/10.3390/su11154087>.

Utama, G.R., Trimurti, C., Krismawintari, N.P. & Junaedi, I. W. (2021). Revisit Intention Regression Model of Agritourism Destinations of Pelaga and Buyan Tamblingan, Bali, Indonesia. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(6), 2504-2512.

Vuuren, T., Roberts-Lombart, M. & Tonder, E. (2012). Customer satisfaction, trust and commitment as predictors of customer loyalty within an optometric practice environment. *Southern African Business Review*, 16(3), 81-96.

Wang, C.Y. & Hsu, M.K. (2010). The relationships of destination image, satisfaction, and behavioral intentions: an integrated model. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(8), 829-843.

Wirtz, J., Xiao, P., Chiang, J. & Malhotra, N. (2014). Contrasting switching intent and switching behavior in contractual service settings. *Journal of Retailing*, 90(4), 463-480.

Woodruff, R. B. (1997). Customer value: The next source for competitive advantage.

Journal of the Academy of Marketing Science, 25(2), 139–153.

Woodside, A.G., & Dubelaar, C. (2002). A General Theory of Tourism Consumption Systems: A Conceptual Framework and an Empirical Exploration. *Journal of Travel Research*, 41(2), 120-132.

Xia, Z. & Chen, S. (2015). The influence of eco-tourists' perceived value on environmentally friendly behavior intention. J. Central South University of Forestry. Available online at: <https://scholar.google.com/scholar?hl>

Xiaoshan, H. & Luo, J.M. (2020). Relationship among travel motivation, satisfaction and revisit intention of Skiers: A case study on the tourist of Urumqi Silk road sky resort. *MDPA*, 10(56), 1-13.

Yi, Y. (1991). A Critical Review of Consumer Satisfaction. In V. A. Zeithaml (Ed.), *Review of Marketing*, 1990 (pp. 68-123). Chicago, IL: American Marketing Association.

Zarch, M.R.A., Najjarzadeh, M. & Jafari, S. (2021). Interpret Influencing Factors on Revisit Intention to Rural Tourism Destinations in Yazd Province. *Journal of Research and Rural Planning*, 10(3), 61-80.

PHỤ LỤC A.

Bảng 1: Thang đo và các biến quan sát

TT	Thang đo và các biến quan sát	Code
I	Giá trị cảm nhận	PVAL
1	Chi phí du lịch cao nhưng lợi ích của du lịch nông nghiệp lại lớn hơn	PVAL1
2	Chi phí du lịch cao nhưng lợi ích của du lịch nông nghiệp lại lớn hơn	PVAL2
3	Giá trị của việc thưởng thức đặc sản nông nghiệp tại vườn, đồng ruộng lớn hơn rất nhiều so với chi phí du lịch.	PVAL3
4	Chi phí cơ hội của sự hiểu biết và đồng cảm với người nông dân là rất thấp	PVAL4
II	Tìm kiếm sự mới lạ	NSEE
5	Thư giãn thể chất	NSEE1
6	Thư giãn tinh thần	NSEE2
7	Thú vị, phấn khích với hoạt động sản xuất nông nghiệp của nông dân	NSEE3
8	Trân trọng tài nguyên thiên nhiên	NSEE4
III	Hình ảnh điểm đến	IMAG
9	ĐBSCL thực sự là điểm đến du lịch nông nghiệp ở Việt Nam	IMAG1
10	Các mô hình sản xuất nông nghiệp đa dạng gắn liền với hệ sinh thái của từng tiểu vùng.	IMAG2
11	Giá nông sản tại trang trại rất hợp lý so với thị trường	IMAG3
12	Món ăn độc đáo và chỉ có ở vùng ĐBSCL	IMAG4
IV	Sự hài lòng du khách	POR
13	Tôi hài lòng với dịch vụ homestay	POR1
14	Chuyến thăm điểm đến du lịch nông nghiệp ở ĐBSCL của tôi đã vượt quá sự mong đợi của tôi	POR2
15	Quyết định đến thăm điểm đến du lịch này của tôi là một quyết định sáng suốt	POR3
16	Tôi đã có trải nghiệm du lịch nông nghiệp tuyệt vời ở ĐBSCL	POR4
V	Truyền miệng	WOM
17	Tôi thường đọc các nhận xét trực tuyến của khách du lịch để tìm hiểu xem họ phản nản gì về địa điểm du lịch mà tôi quan tâm	WOM1
18	Tôi quan tâm đến sự tư vấn của bạn bè, đồng nghiệp, người thân về các điểm du lịch nông nghiệp ở Việt Nam.	WOM2
19	Tôi chọn lưu trú tại địa điểm du lịch ở ĐBSCL do bạn bè giới thiệu.	WOM3
VI	Ý định không thay đổi nơi đến	DCI
20	Tôi rất hài lòng về chất lượng dịch vụ và sẽ tiếp tục là du khách tới các điểm đến ở ĐBSCL.	DCI1
21	Tôi không muốn chuyển sang bất kỳ điểm đến nông nghiệp nào khác	DCI2
22	Tôi rất hài lòng về dịch vụ mà các điểm đến ở ĐBSCL cung cấp so với các điểm đến khác mà tôi đã ghé thăm	DCI3
23	Tôi sẽ đưa người thân viếng thăm điểm đến du lịch nông nghiệp ở ĐBSCL vào năm tới	DCI4

TOURISM IN THE MEKONG DELTA: WORD OF MOUTH AND DESTINATION CONVERSION INTENTIONS

Dinh Phi Ho¹, Vo Khac Thuong¹, Dao Thi Kim Anh¹,

Dinh Nguyet Bich², Nguyen Le Uyen Minh^{1,*}

¹University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam

²Van Hien University, Ho Chi Minh City, Vietnam

Abstract: *The objective of this study is to evaluate a theoretical framework based on the hypothetical relationship between four factors: destination image, positive feedback from tourists, word-of-mouth, and destination conversion intentions. Data were collected from a survey of 450 domestic and international tourists who stayed for at least 3 days in the Mekong Delta region, Vietnam. Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) and bootstrap analysis were used to test the reliability of the theoretical model. The research results indicate that destination image and perception are positive factors influencing tourist satisfaction. Good feedback and information sharing through word-of-mouth are considered mediators in the relationship between destination image and intention to revisit. These results provide further insight into the interaction and impact of these factors on tourists' inclination to return to their destination.*

Keywords: *tourism, destination image, accessibility and logistics, PLS-SEM, Bootstrap, the Mekong Delta Region, Vietnam*

Author Information:

Assoc. Prof. Dr. Dinh Phi Ho, University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam.

Email: dpho@upt.edu.vn

Assoc. Prof. Vo Khac Thuong, University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam.

Email: thuongvk@upt.edu.vn

M.A. Dinh Nguyet Bich, Van Hien University, Ho Chi Minh City, Vietnam.

M.A. Dao Thi Kim Anh, University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam.

Email: dtkanh@upt.edu.vn

M.A. Nguyen Le Uyen Minh (*Corresponding author), University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam.

Email: nluminh@upt.edu.vn

Notes

The authors declare no competing financial interests.

STUDY ON PEOPLE'S SATISFACTION WITH THE QUALITY OF PUBLIC ADMINISTRATIVE SERVICES AT THE PEOPLE'S COMMITTEE OF TUY PHONG DISTRICT, BINH THUAN PROVINCE

Vo Khắc Thuong^{1,*}, Do Quốc Vương²

¹University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam

²Party Committee of Chi Cong Commune, Tuy Phong District, Binh Thuan Province, Vietnam

Abstract: The study aims to identify factors affecting people's satisfaction with the quality of public administrative services at the People's Committee of Tuy Phong district, Binh Thuan province. Survey data was collected by interviewing 287 people who needed to use public administrative services in Tuy Phong district. Research results show that there are six factors affecting people's satisfaction, with the level of impact in order from strongest to lowest as follows: (1) Staff capacity (Beta = 0.285); (2) Service attitude (Beta = 0.161); (3) Monitoring and commenting mechanism (Beta = 0.160); (4) Reliability (Beta = 0.148); (5) Facilities (Beta = 0.133); and (6) Procedures (Beta = 0.125). Based on the results, the authors propose a number of implications appropriate to the characteristics of the locality for the leaders of the People's Committee of Tuy Phong district to research solutions to improve the quality of public administrative services in the district.

Keywords: people's satisfaction, public administration, service quality, Tuy Phong district.

1. INTRODUCTION

The People's Committee of Tuy Phong district has been considering proposing solutions to improve state administration, in which administrative procedure reform is especially focused on meeting the satisfaction of people and organizations, such as collecting surveys on people's satisfaction with service provision activities from the Department of Public Administration. Through the summary assessment of 10 years of district administrative reform, in the period 2011–2020, the District People's Committee always pays attention to directing the implementation of administrative reform, especially administrative procedure reform and providing online public services at levels 3 and 4. Besides the results achieved, there are still some limitations, such as the fact that

the publication of administrative procedures still faces many difficulties because many administrative procedures have changed; evaluating people's satisfaction when handling administrative documents is not in accordance with the process, and there is no mechanism for inspection and supervision.

Because of the above necessity, the topic "Study on people's satisfaction with the quality of public administrative services at the people's committee of Tuy Phong district, Binh Thuan province" was carried out to identify factors affecting people's satisfaction with the quality of public administrative services at the Tuy Phong district People's Committee. And thereby, some implications are proposed to improve people's satisfaction with the quality of public administrative services at the Tuy

Phong district People's Committee in the coming time.

2. LITERATURE REVIEW AND RESEARCH METHODS

2.1 Literature review and research model

The quality of service is defined in different ways depending on the object of study and the research environment. Service quality is the degree to which a service meets the needs and expectations of its customers. According to Parasuraman et al. (1985, 1988), service quality is the gap between customer expectations and their perception when using the service. To measure service quality, Parasuraman et al. (1985) developed and verified a five-component scale of service quality called the Servqual scale, consisting of 22 variables. The authors concluded that this scale is appropriate for all types of services after numerous tests and adjustments.

According to Kotler (2006), satisfaction is the degree of a person's sensory state derived from comparing the results obtained from a product or service with the expectations of that person. Customer satisfaction is seen as a comparison between expectations before and after purchasing a product or service (Oliver and Swan, 1989).

According to Parasuraman (1985), service quality and satisfaction are closely related in the study of service. Cronin and Taylor (1992) examined this relationship and concluded that perceived service quality leads to customer satisfaction. Studies conclude that service quality is the premise of satisfaction and a major factor affecting customer satisfaction.

Based on Parasuraman's SERVQUAL model, Cronin & Taylor (1994) modified and constructed the SERVPERF model. According to the SERVPERF model, service quality is equal to perceived level (instead of measuring both perceived quality and

expectations, like SERVQUAL). The model assumes that service quality is weighted by five components: tangible means, reliability, responsiveness, service capacity, and empathy.

Based on the theoretical basis and relevant previous studies, including Mokhlis et al. (2011), Lê Minh Trung (2017), Nguyễn Trung Lợi (2018), Bùi Đức Nam (2018), Chikwawawa (2019), Do Minh Tuan (2019), Pham Dang Nam (2019), Huynh Van Thai et al. (2020), and Doan Pham Quang Ly (2020), the authors proposed the research model as Figure 1.

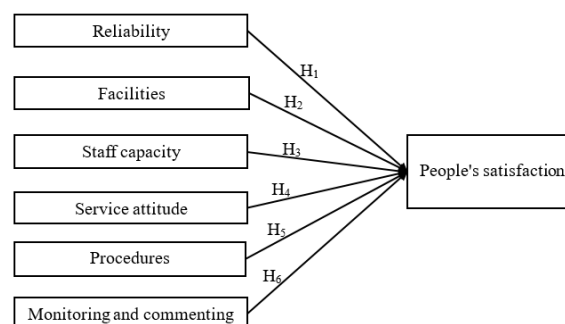


Figure 1. Proposed Research Model

Hypothesis 1 (H1). Reliability has a positive influence on people's satisfaction with the quality of public administrative services at the People's Committee of Tuy Phong district, Binh Thuan province.

Hypothesis 2 (H2). Facilities have a positive influence on people's satisfaction with the quality of public administrative services at the People's Committee of Tuy Phong district, Binh Thuan province.

Hypothesis 3 (H3). Staff capacity has a positive influence on people's satisfaction with the quality of public administrative services at the People's Committee of Tuy Phong district, Binh Thuan province.

Hypothesis 4 (H4). Service attitude has a positive influence on people's satisfaction with the quality of public administrative services at the People's Committee of Tuy Phong district, Binh Thuan province.

Hypothesis 5 (H5). Procedures have a positive influence on people's satisfaction with the quality of public administrative services at the People's Committee of Tuy Phong district, Binh Thuan province.

Hypothesis 6 (H6). Monitoring and commenting mechanisms have a positive influence on people's satisfaction with the quality of public administrative services at the People's Committee of Tuy Phong district, Binh Thuan province.

2.2 Research methods

The objective of the paper is to assess and determine the level of people's satisfaction with the quality of public administrative services at the people's committee of Tuy Phong district, Binh Thuan province. Based on that, the authors propose a number of solutions and recommendations to improve people's satisfaction with the quality of public administrative services at the People's Committee of Tuy Phong district, Binh Thuan province.

Qualitative and quantitative research methods were used to conduct the research. The qualitative study was conducted to collect the opinions of experts in the field of management with many years of experience related to administrative procedure reform in the district. Quantitative research was performed by interviewing people through surveys when they came to transact at the receiving and returning results department of

3. RESULTS AND DISCUSSION

3.1 Research results

3.1.1 Sample descriptive statistics

Table 1. Data descriptive statistics

Sample information		Frequency	Percentage %	Total %
Gender	Male	169	58.89	100
	Female	118	41.11	
Age	Under 25	23	8.01	100
	25-35	59	20.56	
	36-45	103	35.89	
	Over 45 years old	102	35.54	

the Tuy Phong district People's Committee. Data collected from the survey will be screened and processed with SPSS 20.0 software to verify and analyze each factor.

According to Hair et al. (2006), the sample size in exploratory factor analysis (EFA) is based on the minimum and number of variables included in the analysis. The minimum is 50, preferably 100, and the variable ratio is 5:1, preferably 10:1 or higher.

According to Green (1991), the sample size used for regression analysis is determined with the following formula: $n \geq 50 + 5p$ (p is the number of independent variables in the model).

The research used exploratory factor analysis methods, combined with linear regression. This study consisted of 33 variables, of which 1 was a dependent variable and 6 independent variables. The minimum sample size is:

EFA method: $n = 5 \times 33 = 165$.

Regression method: $n = 50 + 5 \times 6 = 80$.

On that basis, the authors selected a sample size of 300 samples, suitable for both EFA and linear regression. The respondents are people performing administrative services at the receiving and returning departments of the Tuy Phong district People's Committee. As a result, 278 valid surveys were used as data for EFA and linear regression analysis.

Education	High school	224	78.05	100
	Undergraduate	48	16.72	
	Graduate	15	5.23	
Profession	Officers	14	04.88	100
	Business	70	24.39	
	Domestic	57	19.86	
	Different	146	50.87	
Job Description	Land sector	126	43.90	100
	Business registration	43	14.98	
	Judicial-Civil Status	40	13.94	
	Construction	21	7.32	
	Environment	19	6.62	
	Different	38	13.24	

Source: Authors synthesized from SPSS software

3.1.2 Verify variable reliability

Table 2. Data inspection results

No.	Variable	Variable eliminated	Alpha coefficient	Conclude
1	TC	Not	0.821	Good quality
2	VC	Not	0.869	Good quality
3	TT	Not	0.756	Quality
4	NL	Not	0.904	Good quality
5	PV	Not	0.907	Good quality
6	GS	Not	0.758	Quality
7	HL	Not	0.855	Good quality

Source: Authors synthesized from SPSS software

After verifying variables by using variable correlation ≥ 0.3 , none of the Cronbach's alpha confidence coefficient variables were excluded from the scale method, all scales satisfied the evaluation (Table 2). criteria with a coefficient ≥ 0.6 and a total

3.1.3 Exploratory Factor Analysis

Table 3. Exploratory Factor Analysis Results

Variables	Independent variables						Dependent variables	
	1	2	3	4	5	6	1	
PV2	0.804						HL1	0.727
PV1	0.748						HL2	0.810
PV4	0.724						HL3	0.792
PV3	0.714							
PV5	0.711							
PV6	0.637							
NL3		0.746						
NL4		0.743						
NL1		0.726						
NL5		0.674						
NL2		0.579						
TC3			0.674					
TC2			0.644					

TC1			0.642					
TC4			0.623					
TC5			0.612					
VC1				0.770				
VC3				0.761				
VC4				0.698				
VC2				0.681				
TT3					0.723			
TT4					0.675			
TT1					0.615			
TT2					0.585			
TT5					0.576			
GS4						0.660		
GS3						0.653		
GS1						0.614		
GS2						0.607		
GS5						0.557		
KMO coefficient						0.947		0.723
Sig.						0.000		0.000
Eigenvalue						1.054		2.329
Extraction variance						63.238		77.632

Source: Authors synthesized from SPSS software

The EFA result (Table 3) of independent variables shows that there are 6 factors extracted at Eigenvalue with a value of 1.054 (> 1), satisfactory extraction variance of 63.238 ($> 50\%$), KMO ratio of 0.947 ($0.5 \leq \text{KMO} \leq 1$), and Sig. = 0.00 (< 0.05). The rotation matrix results show that all

variables have a factor loading greater than 0.55. Thus, EFA is consistent, and statistical reliability is achieved. The results of EFA's dependent variables also show that the results are consistent with the evaluation criteria of factor analysis methods.

3.1.4 Regression analysis

Table 4. Results of the regression analysis

B		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig. Tolerance	Collinearity Statistics	
		Std. Error	Beta				VIF	
	(Constant)	-0.571	0.197		-2.898	0.004		
	PV	0.180	0.058	0.161	3.127	0.002	0.457	2.186
	NL	0.301	0.058	0.285	5.221	0.000	0.407	2.455
	TC	0.192	0.067	0.148	2.865	0.004	0.456	2.194
	VC	0.132	0.049	0.133	2.669	0.008	0.487	2.052
	TT	0.178	0.066	0.125	2.705	0.007	0.569	1.757
	GS	0.224	0.068	0.160	3.283	0.001	0.509	1.964

Source: Authors synthesized from SPSS software

Table 4's significance level column (Sig.) shows the independent variables NL (staff capacity), GS (monitoring and commenting mechanism), PV (service attitude), TC (reliability), TT (procedures), and VC (facilities) all have Sig. < 0.01. Thus, all

independent variables meaningfully correlate with the dependent variable with 99% confidence. All independent variables have a VIF coefficient of < 10. Therefore, the model has no linear multi-additive phenomenon.

Table 5. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.812a	0.660	0.652	0.43713421	1.335

Source: Authors synthesized from SPSS software

In Table 5, the adjusted R square is 0.652 (Test F, Sig. ≤ 0.01). As a result, independent variables account for 65.2% of the dependent variable's changes and are therefore certain to be meaningful with a confidence level above

99%. The Durbin–Watson statistical value d is 1.932 ($1 < d < 3$) so the residuals are independent of each other, the independence of the residuals has been ensured, and there is no self-correlation in the residual.

Table 6. Variance Analysis (ANOVA)

ANOVA						
Model		Total squared	Df	Mean squared	F	Significance level
1	Regression	103.714	6	17.286	90.460	0.000b
	Residual	53.504	280	0.191		
	Sum	157.219	286			

Source: Authors synthesized from SPSS software

In Table 6, the regression model has Sig. = $0.000 \leq 0.01$. Thus, overall, the independent variables are linearly correlated with the dependent variable with 99% confidence.

Therefore, the linear regression model given is consistent with the actual data. The results also show that there is no change in residual variance.

3.2 Discussion

Table 7: Impact of independent variables

Factor	Absolute Value Beta	%	Position of impact
PV	0.161	15.91	2
NL	0.285	28.16	1
TC	0.148	14.63	4
VC	0.133	13.14	5
TT	0.125	12.35	6
GS	0.160	15.81	3
Sum	1.012	100	

Source: Authors synthesized from SPSS software

As shown in Table 7, based on the value of the standardized coefficient Beta, we determine the degree of impact of the independent variables on the dependent variable in order from high to low as follows: Staff capacity (NL), service attitude (PV), monitoring and commenting mechanism (GS), reliability (TC), facilities (VC), and procedures (TT).

In general, the results have achieved the initial goals set with positive results, basically assessing the impact of each factor on people's satisfaction. However, there are still limitations on the scale, and the number of survey samples is not large. The above limitations are also suggestions for the following studies for authors who choose similar topics and should spend more time collecting information, data, and survey areas to achieve better results.

4. CONCLUSION AND IMPLICATIONS

4.1. Conclusion

The model inspection ensures the conditions and requirements set by the hypotheses, and the results identify six factors that all have a positive impact on people's satisfaction with the quality of public administrative services at the People's Committee of Tuy Phong district, Binh Thuan province, in order from high to low, as follows: Staff capacity (NL) (Beta = 0.285), service attitude (PV) (Beta = 0.161), monitoring and commenting mechanism (GS) (Beta = 0.160), reliability (TC) (Beta = 0.148), facilities (VC) (Beta = 0.133), and procedures (TT) (Beta = 0.125). The results of the analysis and basic assessment of the situation and quality of public administrative services here, in which human resources (cadres, civil servants) are determined to be the most important factor in determining the success or failure of a type of service, meeting the satisfaction of the people, customers when using the service.

4.2. Implications

The authors proposed some implications to further improve people's satisfaction with the quality of public administrative services at Tuy Phong District People's Committee, Binh Thuan Province, based on the research results.

4.2.1. Staff capacity

This factor has the highest level of influence on people's satisfaction with the quality of public administrative services at Tuy Phong District People's Committee, Binh Thuan Province. Therefore, it is necessary to pay attention to organizing training courses on professional skills and soft skills for staff. Officers must be flexible, strictly guided, enthusiastic, and non-discriminatory in processing information. Regularly correct, discipline, and strictly handle civil servants with non-standard attitudes.

4.2.2. Service attitude

To strengthen political and ideological education, train moral qualities and lifestyles, and raise the sense of responsibility and public service ethics for civil servants. Staff must show a high sense of responsibility and enthusiasm when solving assigned tasks; give detailed, specific, dedicated instructions; and always pay attention to people's feedback because nowadays administrative procedures are constantly changing.

4.2.3. Monitoring and commenting mechanism

Civil servants should strictly comply with the regulation on receiving, processing, and responding to complaints and petitions of people and enterprises on the government's portal; publish information received, reflecting recommendations of organizations and citizens on handling administrative procedures of the District People's Committee, so that people know and assess the level of satisfaction when using public

services. Strictly handle acts of officials causing difficulties, arbitrarily setting up procedures that are not in accordance with regulations, and obstructing people and organizations when performing transactions.

4.2.4. Reliability

It is necessary to continue implementing well-publicized administrative procedures, specific to each field, so that people can easily access them. Promote the roles and responsibilities of leaders of the People's Committee of Tuy Phong district, especially agencies directly involved in receiving and settling quickly, effectively adjusting, and solving problems in the implementation process.

4.2.5. Facilities

Upgrading and expanding the working room area of the one-stop mechanism is crucial; it must be fully equipped with equipment to serve people, creating a friendly and close environment for transactions between civil servants and people. It is

necessary to invest additionally and regularly repair information lookup machines so that people can conveniently search for legal documents, forms, declarations, status, and results of settling documents easily, thereby reducing pressure for officials and civil servants in guiding procedures and answering questions.

4.2.6. Procedures

Continue to promote the reform of administrative procedures to make them simpler and more convenient for the people; regularly update legal documents, review and eliminate unnecessary procedures. Along with that is the public listing; according to regulations, any document that expires or is torn shall be replaced and supplemented promptly. Regularly improve procedures for receiving, processing, advising on settlement, and returning results on time according to appointment papers for people and organizations.

Author Information:

Assoc. Prof. Dr. Vo Khac Thuong (*Corresponding author), University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam.

Email: thuongvk@upt.edu.vn

M.A. Do Quoc Vuong, Party Committee of Chi Cong Commune, Tuy Phong District, Binh Thuan Province.

Email: doquyentp@gmail.com

Notes

The authors declare no competing financial interests.

Article Information

Received: 02 February 2024

Revised: 19 February 2024

Accepted: 27 February 2024

REFERENCES

Bui Duc Nam (2018), *Factors affecting people's satisfaction with public administrative services at the People's Committee of Duc Trong district, Lam Dong province*. (Master's thesis, Nha Trang University).

Chikwawawa, C. (2019). Service quality and customer satisfaction in the public sector: the case of the national social security authority in Zimbabwe. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 9(4), 282-295.

Cronin Jr, J. J., & Taylor, S. A. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL: reconciling performance-based and perceptions-minus-expectations measurement of service quality. *The Journal of Marketing*, 125–131.

Cronin, J.J., Taylor, S.A. (1992). "Measuring service quality: A reexamination and extension". *Journal of Marketing*, Vol 56 (July), pp. 55 - 68.

Do Minh Tuan (2019). Factors affecting people's satisfaction with the quality of public administrative services at Hoa Phu Commune People's Committee, Cu Chi District, Ho Chi Minh City. Master of Arts, *Ho Chi Minh City Banking University*.

Doan Pham Quang Ly (2020). *Analysis of people's satisfaction with public administrative services at the People's Committee of Cau Long district, Tra Vinh province*. Access from: <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/phan-tich-su-hai-long-cua-nguoi-dan-doi-voi-dich-vu-hanh-chinh-cong-tai-uy-ban-nhan-dan-huyen-cang-long-tinh-tra-vinh-70631.htm>

Green, S. B. (1991). How many subjects does it take to do a regression analysis. *Multivariate Behavioral Research*, 26(3), 499–510.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis* (Vol. 6): Pearson Prentice Hall Upper Saddle River.

Huynh Van Thai & Le Thi Kim Anh (2020). Analysis of people's satisfaction with public administrative services at the People's Committee of Tuy An district, Phu Yen province. *Journal of Industry and Trade*. No. 14, June 2020.

Le Minh Trung (2017), *Factors affecting people's satisfaction with public administrative services of Kien Hai district, Kien Giang province*. (Master's thesis, University of Economics Ho Chi Minh City).

Mokhlis, S., Aleesa, Y., & Mamat, I. (2011). Municipal service quality and citizen satisfaction in southern Thailand. *Journal of public administration and governance*, 1(1), 122-137.

Nguyen Trung Loi (2018), *Assessing people's satisfaction with the quality of public administrative services at the One-Stop Department of the People's Committee of Dinh Quan district, Dong Nai province*. (Master's thesis, University of Economics Ho Chi Minh City).

Oliver, R.L. and Swan, J.E. (1989), "Consumer perceptions of interpersonal equity and satisfaction in transaction: a fields survey approach", *Journal of Marketing*, Vol. 53, pp. 21-35.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *The Journal of Marketing*, 49(4): 41-50.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1): 12-40.

Pham Dang Nam (2019). *Impact of the quality of public administrative services on people's satisfaction: The case at the People's Committee of the wards in District 3, Ho Chi Minh City*. (Master's thesis, University of Economics Ho Chi Minh City).

Philip Kotler, Kevin Lane Keller (2006), *Marketing management*, Pearson Prentice Hall, New Jersey.

NGHIÊN CỨU SỰ HÀI LÒNG CỦA NGƯỜI DÂN ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ HÀNH CHÍNH CÔNG TẠI ỦY BAN NHÂN DÂN HUYỆN TUY PHONG, TỈNH BÌNH THUẬN

Võ Khắc Thường^{1,*}, Đỗ Quốc Vương²

¹Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam

²Đảng uỷ xã Chí Công, huyện Tuy Phong, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam

Tóm tắt: Nghiên cứu nhằm xác định các yếu tố tác động đến sự hài lòng của người dân đối với chất lượng dịch vụ hành chính công tại UBND huyện Tuy Phong, tỉnh Bình Thuận. Dữ liệu khảo sát được thu thập bằng cách phỏng vấn 287 người dân có nhu cầu sử dụng dịch vụ hành chính công huyện Tuy Phong và áp dụng mô hình phân tích nhân tố khám phá. Kết quả nghiên cứu cho thấy có sáu yếu tố tác động đến sự hài lòng của người dân với mức độ tác động theo thứ tự mạnh nhất tới thấp nhất như sau: (1) Năng lực cán bộ ($\text{Beta} = 0,285$); (2) Thái độ phục vụ của cán bộ ($\text{Beta} = 0,161$); (3) Cơ chế giám sát, góp ý ($\text{Beta} = 0,160$); (4) Sự tin cậy ($\text{Beta} = 0,148$); (5) Cơ sở vật chất ($\text{Beta} = 0,133$) và (6) Quy trình thủ tục ($\text{Beta} = 0,125$). Dựa trên mức độ ảnh hưởng của từng yếu tố, nhóm tác giả đề xuất một số hàm ý quản trị phù hợp với tình hình, đặc điểm của địa phương để lãnh đạo Ủy ban nhân dân huyện Tuy Phong nghiên cứu ra những giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ hành chính công trên địa bàn huyện.

Từ khóa: chất lượng dịch vụ, hành chính công, sự hài lòng của người dân, huyện Tuy Phong.

Thông tin tác giả:

PGS. TS. Võ Khắc Thường (*Tác giả liên hệ), Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam.

Email: thuongvk@upt.edu.vn

ThS. Đỗ Quốc Vương, Đảng uỷ xã Chí Công, huyện Tuy Phong, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam.

Email: doquyentp@gmail.com

Ghi chú

Các tác giả đã xác nhận không có tranh chấp về lợi ích về tài chính đối với bài báo này.

PHÁP LUẬT BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG Ở VIỆT NAM ĐỐI VỚI LOẠI HỢP ĐỒNG THEO MẪU

Lê Bảo Quyên^{1,*}, Nguyễn Thị Khánh Trâm²

¹Phòng Quản lý Sau Đại học, Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam

²Phòng KT-ĐBCL-TT&PC, Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam

Tóm tắt: Báo cáo được thực hiện nhằm cung cấp bức tranh toàn cảnh về thực trạng thi hành pháp luật tại Việt Nam về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng đối với loại hợp đồng theo mẫu. Từ đó, bổ sung thêm một số giải pháp giúp hạn chế rủi ro, nâng cao tính khả thi, minh bạch và hiệu quả cho người tiêu dùng trong giao kết và thực hiện hợp đồng theo mẫu..

Từ khóa: Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010, Bộ luật tố tụng dân sự năm 2015

1. KHÁI QUÁT VỀ PHÁP LUẬT HIỆN HÀNH VỀ HỢP ĐỒNG THEO MẪU

Hiện nay, khái niệm về hợp đồng theo mẫu đã được pháp luật của nhiều quốc gia định nghĩa, điển hình:

Pháp luật Hàn Quốc có một bộ luật riêng quy định hợp đồng theo mẫu. Tuy nhiên, bộ luật này thay vì sử dụng thuật ngữ hợp đồng theo mẫu thì lại sử dụng hợp đồng gia nhập, đây là một hợp đồng bao gồm các điều khoản, điều kiện – bất kể phạm vi, thể loại hay tên gọi của chúng như thế nào – được một bên chuẩn bị trước dưới một hình thức nhất định, với mục đích giao kết hợp đồng với nhiều đối tác khác nhau¹.

Khái niệm này đã đưa ra 04 đặc điểm nhận diện hợp đồng theo mẫu, cụ thể: (i) hợp

đồng theo mẫu không bị ràng buộc bởi thể loại/tên hợp đồng hay phạm vi của hợp đồng mà chỉ cần nó chứa đựng các điều khoản; (ii) là hợp đồng được soạn thảo trước; (iii) có hình thức nhất định, nói cách khác là một “cái khung” với các điều khoản có sẵn; (iv) mục đích giao dịch hướng đến nhiều đối tượng khác nhau thay vì một đối tượng.

Pháp luật Québec định nghĩa hợp đồng theo mẫu khi mà các quy định chủ yếu được áp đặt hoặc chuẩn bị bởi một bên theo ý đồ của họ và những điều khoản đó không thể được tự do thỏa thuận. Tất cả các hợp đồng không phải hợp đồng mẫu đều phải có thỏa thuận giữa các bên². Định nghĩa này có phần khác biệt với khái niệm hợp đồng theo mẫu của pháp luật Hàn Quốc. Cụ thể, pháp luật Québec tập trung vào một khía cạnh được xem là đặc trưng của hợp đồng theo mẫu, đó chính là ý chí của các bên. Có nghĩa, một bên sẽ ở tình thế chủ động, sẽ chuẩn bị trước các điều khoản trong hợp đồng, và bên còn lại ở tình thế bị động, sẽ phải tuân thủ những điều khoản đó. Khả năng về sự tự do thỏa thuận trong hợp đồng theo mẫu bị hạn chế.

Bộ luật Dân sự năm 2015 định nghĩa, hợp đồng theo mẫu là hợp đồng gồm những điều khoản do một bên đưa ra theo mẫu để bên kia trả lời trong một khoảng thời gian hợp lý, nếu bên kia được đề nghị trả lời chấp thuận thì coi như chấp nhận toàn bộ nội dung hợp đồng theo mẫu mà bên đề nghị đã đưa ra³. Định nghĩa này có sự khác biệt so với hai định nghĩa trên về hợp đồng theo mẫu. BLDS năm 2015 bên cạnh yếu tố về các điều

1: Nguyễn Ngọc Lâm (2022), “Hợp đồng theo mẫu và điều kiện giao dịch chung: Quyền của người tiêu dùng khi thực hiện giao kết”, <https://socongthuong.daklak.gov.vn/vi/news/thanh-tra-kiem-tra/hop-dong-theo-mau-va-dieu-kien-giao-dich-chung-quyen-cua-nguoi-tieu-dung-khi-thuc-hien-giao-ket-3148.html>

2: Article 1379 Code Civil Quebec 1991: “A contract of adhesion is a contract in which the essential stipulations were imposed or drawn up by one of the parties, on his behalf or upon his instructions, and were not negotiable. Any contract that is not a contract of adhesion is a contract by mutual agreement”.

3: Khoản 1 Điều 405 Bộ luật Dân sự năm 2015.

khoản theo mẫu như hai định nghĩa trên thì Bộ luật này đã quy định thêm khi nào hợp đồng theo mẫu được chấp thuận. Theo đó, khi bên đề nghị đưa ra một đề nghị giao kết hợp đồng theo mẫu, bên được đề nghị trong một khoảng thời gian hợp lý sẽ trả lời đề nghị này. Nếu bên được đề nghị trả lời chấp thuận thì toàn bộ nội dung của hợp đồng theo mẫu này sẽ được chấp nhận, ngược lại, nếu bên được đề nghị không chấp thuận thì hợp đồng theo mẫu sẽ không được chấp thuận.

Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010 giải thích, hợp đồng theo mẫu là hợp đồng do tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ soạn thảo để giao dịch với người tiêu dùng⁴. Định nghĩa này có phần cụ thể hơn về chủ thể và đối tượng của hợp đồng so với các định nghĩa trên. Theo đó, đây là loại hợp đồng kinh doanh hàng hóa, dịch vụ, chủ thể là tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ và người tiêu dùng.

Dựa vào các định nghĩa nêu trên, ta có thể hiểu hợp đồng mẫu là dạng hợp đồng đặc biệt, loại hợp đồng mẫu này được biên soạn, xây dựng dựa trên ý chí của một bên và tạo thành mẫu của hợp đồng.

Trong khi các dạng hợp đồng khác đều được xây dựng dựa trên ý chí và sự thỏa thuận của các bên tham gia hợp đồng để thực hiện việc xác lập hợp đồng, thay đổi hợp đồng hoặc chấm dứt quyền và nghĩa vụ dân sự. Tuy hợp đồng mẫu này cũng thể hiện phần nào đó về ý chí chung của hai bên tham gia hợp đồng, nhưng chỉ dừng lại ở việc bên được đề nghị có chấp nhận lời đề nghị, có tham gia hay không tham gia hợp đồng. Hay nói cách khác, sự thỏa thuận trong hợp đồng mẫu chỉ mang tính hình thức vì thực tế các điều khoản của hợp đồng mẫu đã được bên đề nghị soạn thảo và tiêu chuẩn hóa từ trước để sử dụng nhiều lần và với nhiều khách hàng.

2. PHÁP LUẬT BẢO VỆ QUYỀN LỢI

4: Clause 1, Article of Adhesion Contract Act of Korea: "The term adhesion contract means the general terms and conditions of a contract, regardless of their name, type, pr scope, prepared in advance by one party in a certain form for the purpose of entering into a contract with a large number of person".

NGƯỜI TIÊU DÙNG Ở VIỆT NAM ĐỐI VỚI LOẠI HỢP ĐỒNG THEO MẪU

Ngày 20/6/2023, Quốc hội đã biểu quyết thông qua LBVQLNTD 2023 và bắt đầu có hiệu lực thi hành từ 01/7/2024. Đây là dự án Luật mang tầm quan trọng khi nó tác động rộng rãi đến các ngành cũng như các lĩnh vực khác và bước đầu tạo nên khuôn khổ, nền tảng pháp lý cơ bản cho việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Luật BVQLNTD 2023 được xây dựng dựa trên nền tảng của Luật BVQLNTD 2010, kết hợp với tình hình thực tiễn khi áp dụng vào thực tế gặp nhiều bất cập, tính thống nhất giữa các văn bản quy phạm pháp luật.

Diễn hình gần đây là vụ việc mua bảo hiểm của diễn viên Ngọc Lan. Theo lời kể, 03 năm trước, cô đã mua bảo hiểm cho mình và con trai, tổng mức phí 700 triệu đồng/năm. Do tin tưởng người tư vấn, nên cô đã ký hợp đồng và nghĩ rằng sau 10 năm sẽ nhận cả gốc và lãi là 10 tỷ đồng. Tuy nhiên, gần đây cô phát hiện hợp đồng của mình có thời hạn lên đến 74 năm và của con trai là 42 năm. Ngoài ra, do hợp đồng còn nhiều khoản bảo hiểm khác đi kèm nên số tiền mà cô có thể nhận được có thể ít hơn nhiều so với dự kiến⁵. Đây là thực trạng phổ biến của hầu hết các hợp đồng theo mẫu hiện nay không chỉ riêng hợp đồng bảo hiểm. Các doanh nghiệp cung cấp sản phẩm, dịch vụ lợi dụng đặc tính này của hợp đồng theo mẫu đã tạo ra rất nhiều điều khoản gây bất lợi cho người tiêu dùng, nếu người tiêu dùng không đủ hiểu biết thì các quyền lợi của họ rất dễ bị ảnh hưởng, đặc biệt là các lợi ích về mặt vật chất. Cũng giống như hợp đồng mua bán bảo hiểm, đối với hợp đồng tín dụng tiêu dùng thì các công ty tài chính thường sẽ soạn sẵn các hợp đồng theo mẫu, một cách chi tiết hóa các quy định mà các bên phải thỏa thuận có trong hợp đồng⁶.

5: Nguyễn Hiền (2023), "Lùm xùm vụ mua bảo hiểm của diễn viên Ngọc Lan: có thể khởi kiện ra tòa", <https://vov.vn/phap-luat/lum-xum-vu-mua-bao-hiem-cua-dien-vien-ngoc-lan-co-the-khoi-kiem-ra-toa-post1013473.vov>

6: Nguyễn Khánh Hà (2023), "Pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của bên vay trong hợp đồng tín dụng", <https://tapchitoaan.vn/phap-luat-ve-bao-ve-quyen-loi-cua-ben-vay-trong-hop-dong-tin-dung-tieu-dung8478.html>

Về nguyên tắc thỏa thuận trong giao dịch dân sự thì các bên được quyền sửa đổi, bổ sung bất kỳ điều khoản nào có lợi cho đôi bên, tuy nhiên, trong hợp đồng tín dụng tiêu dùng, người đi vay thường rơi vào tình trạng bị động, tức dù điều khoản trong hợp đồng có phần bất lợi cho mình nhưng vẫn chấp nhận ký kết.

Một trong những lý do dẫn đến tình trạng này chính là pháp luật về hợp đồng theo mẫu còn nhiều thiếu sót. Để giải quyết những vướng mắc này, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023 đã có những quy định hướng đến đảm bảo tối đa quyền lợi của người tiêu dùng khi tham gia giao dịch thông qua hợp đồng theo mẫu.

Thứ nhất, với mục đích để bên được đề nghị được biết hoặc cần phải biết về nội dung các điều khoản của hợp đồng, thì tại Khoản 1, Điều 405, Bộ luật Dân sự 2015 và Khoản 6, Điều 12, Luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010 quy định hợp đồng theo mẫu cần phải được công khai, cần thông báo chính xác và đầy đủ cho người tiêu dùng trước khi giao dịch. Điều này cho thấy các nhà làm luật đã chú ý đến việc bảo vệ quyền lợi cho người tiêu dùng khi quy định hợp đồng theo mẫu phải được công khai một cách đầy đủ và chính xác để bên được đề nghị biết các nội dung của hợp đồng, tránh các trường hợp về sau xảy ra tranh chấp. Quy định này xuất phát từ việc trước khi ký kết hợp đồng thì bên được đề nghị buộc phải biết nội dung của hợp đồng quy định những nội dung gì, có điều khoản nào bất lợi cho mình hay không hoặc có điều khoản nào chưa phù hợp hay không,... từ đó bên được đề nghị sẽ xem xét và đưa ra quyết định có hay không ký kết hợp đồng. Đặc biệt là loại hợp đồng theo mẫu - loại hợp đồng mà chỉ do một bên soạn thảo, không dựa trên sự thỏa thuận về các điều khoản giữa các bên như các loại hợp đồng khác.

Thứ hai, theo Khoản 2, Điều 405, Bộ luật Dân sự 2015 quy định trường hợp khi điều

khoản trong hợp đồng theo mẫu không rõ ràng thì bên đưa ra hợp đồng theo mẫu (bên đề nghị) sẽ phải chịu những bất lợi khi giải thích điều khoản được quy định trong hợp đồng mẫu đó. Đây cũng là điều luật để bảo vệ người tiêu dùng mà pháp luật Việt Nam quy định. Bởi lẽ, hợp đồng theo mẫu chỉ do một bên đưa ra theo mẫu đề bên còn lại trả lời trong khoảng thời gian được cho là hợp lý, không có sự thỏa thuận nào giữa các bên về việc xác lập hợp đồng, thay đổi nội dung hợp đồng hoặc chấm dứt quyền, nghĩa vụ dân sự như các hợp đồng thông thường. Vì vậy, quy định này vừa thể hiện tính ràng buộc trách nhiệm đối với bên đưa ra hợp đồng theo mẫu, vừa thể hiện sự bảo vệ quyền lợi đối với người yếu thế trong hợp đồng theo mẫu (người tiêu dùng), tránh trường hợp bên đưa ra hợp đồng theo mẫu giải thích điều khoản theo hướng có lợi cho mình.

Thứ ba, để bảo vệ quyền lợi hợp pháp của người yếu thế trong hợp đồng, tại Khoản 3, Điều 405, Bộ luật Dân sự 2015 còn quy định trường hợp bên đưa ra hợp đồng quy định điều khoản miễn trách nhiệm về phía mình hoặc tăng trách nhiệm, loại bỏ quyền lợi chính đáng của bên yếu thế thì hậu quả pháp lý sẽ là vô hiệu đối với điều khoản đó (trừ trường hợp các bên có sự thỏa thuận khác). Quy định này ngoài việc bảo vệ quyền lợi cho người tiêu dùng, còn thể hiện sự khách quan trong quan hệ pháp luật, tránh trường hợp bên đưa ra hợp đồng theo mẫu quy định những điều khoản có lợi cho phía mình và tước đi quyền và lợi ích hợp pháp của cá nhân khác, đảm bảo không vi phạm nguyên tắc cơ bản về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng là không được quyền xâm phạm đến quyền và lợi ích hợp pháp của cá nhân khác, đặc biệt là bên yếu thế (người tiêu dùng) trong hợp đồng.

Thứ tư, để tránh trường hợp trong quá trình thực hiện hợp đồng, việc lưu giữ hợp đồng bị hư hỏng thì tại Điều 17, Luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010 cũng quy định nội dung này. Khi người tiêu dùng

vì tác động ngoại cảnh hoặc một số lí do khác mà dẫn đến hợp đồng ký kết giữa hai bên không còn nguyên vẹn, thất lạc thì khi đó, bên được đề nghị phải có trách nhiệm cấp lại cho người tiêu dùng bản sao của hợp đồng.

Thứ năm, nhằm tránh việc các tổ chức kinh doanh, cá nhân kinh doanh hàng hóa hoặc dịch vụ dùng hợp đồng theo mẫu để ký kết với người tiêu dùng một cách không kiểm soát và ảnh hưởng đến người tiêu dùng thì tại Khoản 1, Điều 19, Luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010 đã quy định tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ thuộc Danh mục hàng hóa, dịch vụ thiết yếu do Thủ tướng Chính phủ ban hành theo Quyết định số 25/2019/QĐ-TTg sửa đổi Quyết định số 35/2015/QĐ-TTg ngày 20/8/2015 về việc sửa đổi, bổ sung Quyết định số 02/2012/QĐ-TTg ngày 13/01/2012 của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành danh mục hàng hóa, dịch vụ thiết yếu phải đăng ký hợp đồng theo mẫu bao gồm có 09 loại hàng hóa, dịch vụ như sau: cung cấp điện sinh hoạt; truyền hình trả tiền; dịch vụ điện thoại cố định mặt đất; cung cấp nước sinh hoạt; dịch vụ thông tin di động mặt đất (hình thức thanh toán trả sau); vận chuyển hành khách đường sắt; vận chuyển hành khách đường hàng không; mua bán căn hộ chung cư, các dịch vụ sinh hoạt do đơn vị quản lý khu chung cư cung cấp; dịch vụ truy cập internet.

Thứ sáu, để bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng thì tại Khoản 2, Điều 19, Luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010 quy định việc cơ quan hành chính nhà nước có quyền bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng có thể tự mình hoặc theo yêu cầu của người tiêu dùng yêu cầu tổ chức kinh doanh, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ để hủy bỏ hoặc điều chỉnh, thay đổi hợp đồng mẫu nếu xác định hợp đồng mẫu vi phạm các quy định của pháp luật về việc quyền lợi của người tiêu dùng. Cụ thể, theo Điều 26, Luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010 quy định rằng khi nhận được yêu cầu của người

tiêu dùng về việc giải quyết yêu cầu bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng thì cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cấp huyện sẽ tiếp nhận và xử lý theo quy trình và phải trả lời bằng văn bản cho người tiêu dùng về vấn đề trên, nếu xảy ra hành vi vi phạm đến quyền lợi người tiêu dùng thì cá nhân, tổ chức kinh doanh hàng hóa, dịch vụ sẽ phải khắc phục hậu quả như thu hồi, tiêu hủy hàng hóa, đình chỉ hoặc tạm đình chỉ hoạt động kinh doanh, buộc loại bỏ điều khoản vi phạm quyền lợi người tiêu dùng ra khỏi hợp đồng theo mẫu. Quy định này thể hiện đúng nguyên tắc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, đó là phải được thực hiện kịp thời, đúng pháp luật. Để tránh gây hậu quả nặng nề và phạm vi ảnh hưởng với quy mô rộng đến khách hàng thì đây là quy định thật sự cần thiết nhằm ngăn chặn các hành vi hoặc các điều khoản bất lợi cho người tiêu dùng.

3. BẬT CẬP TRONG QUY ĐỊNH PHÁP LUẬT VỀ HỢP ĐỒNG THEO MẪU

Thứ nhất là, bắt cập về khái niệm HĐTM. Hiện nay, khái niệm HĐTM không được quy định trong một văn bản quy phạm pháp luật thống nhất mà được điều chỉnh bởi hai văn bản khác nhau, đó là BLDS và Luật BVQLNTD.

Xét về mức độ tương thích của hai khái niệm đưa ra bởi hai văn bản này thì có thể dễ dàng nhận ra rằng quy định của mỗi văn bản dường như đi theo hướng “mạnh ai nấy làm” chứ không có sự thống nhất. Luật BVQLNTD năm 2010 và cả Luật BVQLNTD năm 2023 hoàn toàn không đưa ra được bất kỳ một đặc điểm nào của HĐTM mà chỉ nêu ra việc đây là hợp đồng được giao kết giữa hai chủ thể là nhà cung cấp hàng hóa, dịch vụ và người tiêu dùng. Tuy nhiên, phải hiểu rằng không phải hợp đồng nào giữa hai chủ thể này cũng được coi là HĐTM nếu không thỏa mãn các điều kiện đặc thù riêng biệt của loại hợp đồng này. Do vậy, việc quy định vô cùng sơ sài như Luật

BVQLNTD năm 2010 và Luật BVQLNTD năm 2023 là khó chấp nhận và còn khiến cho các quy định bị chồng chéo, gây khó hiểu khi nhiều người tưởng rằng HĐTM chỉ áp dụng giữa hai loại chủ thể này. Trong khi đó, khái niệm HĐTM theo quy định của pháp luật dân sự Việt Nam cũng tương tự như quan điểm nghiên cứu của các học giả đều xuất phát từ góc nhìn của hoạt động giao kết hợp đồng. Tuy nhiên, cũng chính vì lý do này mà khái niệm được đưa ra dễ khiến chúng ta nhầm lẫn với khái niệm về việc chấp nhận đề nghị giao kết hợp đồng tại Điều 393 BLDS năm 2015: “Chấp nhận đề nghị giao kết hợp đồng là sự trả lời của bên được đề nghị về việc chấp nhận toàn bộ nội dung của đề nghị”. Quy định tại Điều 393 BLDS năm 2015 nói về giao kết hợp đồng thông thường, tức là vẫn luôn đầy đủ 2 giai đoạn hình thành một hợp đồng, đó là: (i). Một bên đưa ra đề nghị giao kết hợp đồng và (ii). Bên kia chấp nhận đề nghị giao kết hợp đồng thông qua việc chấp nhận toàn bộ nội dung được đề nghị (nếu chưa chấp nhận toàn bộ mà có đàm phán, trao đổi, sửa đổi, bổ sung về nội dung thì sẽ được xem là quay lại giai đoạn i. và vai trò của hai bên sẽ liên tục được hoán đổi cho nhau trong quá trình này). Trong khi đó, đặc trưng của HĐTM không có sự đàm phán về nội dung hợp đồng, không có sự trao đổi về vai trò của các bên như trong việc giao kết hợp đồng thông thường mà bên đề nghị sẽ luôn luôn và chỉ là một bên duy nhất mà thôi. Bên được đề nghị sẽ chỉ có lựa chọn là chấp nhận giao kết hợp đồng hoặc từ chối giao kết hợp đồng. Như vậy, khái niệm đưa ra bởi Điều 405 nêu trên chưa làm rõ được các nội dung quan trọng của HĐTM. Tóm lại, cả hai quy định về khái niệm HĐTM đang tồn tại trong văn bản chung là BLDS năm 2015 và văn bản chuyên ngành là Luật BVQLNTD năm 2010 và Luật BVQLNTD năm 2023 đều cho thấy những hạn chế, thiếu sót lớn, không thể hiện được sự khác biệt về mặt bản chất của HĐTM so với những loại hợp đồng khác.

Thứ hai là, danh mục hàng hóa, dịch vụ thiết yếu phải đăng ký HĐTM với cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được quy định rải rác, tản mạn, dẫn đến khó khăn trong việc tìm hiểu, nghiên cứu và kiểm soát.

Theo Luật BVQLNTD năm 2010 và cả Luật BVQLNTD năm 2023, thẩm quyền quy định về danh mục hàng hóa, dịch vụ thiết yếu phải đăng ký HĐTM với cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng thuộc về Thủ tướng Chính phủ. Trên cơ sở đó, ngày 13/1/2012, Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 02/2012/QĐ-TTg quy định danh mục 09 hàng hóa, dịch vụ thiết yếu phải đăng ký HĐTM là: “1. Cung cấp điện sinh hoạt; 2. Cung cấp nước sạch sinh hoạt; 3. Truyền hình trả tiền; 4. Thuê bao điện thoại cố định; 5. Thuê bao di động trả sau; 6. Kết nối Internet; 7. Vận chuyển hành khách đường hàng không; 8. Vận chuyển hành khách đường sắt; 9. Mua bán căn hộ chung cư, các dịch vụ sinh hoạt do đơn vị quản lý khu chung cư cung cấp”.

Sau đó, ngày 20/8/2015, Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 35/2015/QĐ-TTg sửa đổi, bổ sung Quyết định số 02/2012/QĐ-TTg. Theo Quyết định số 35/2015/QĐ-TTg, dịch vụ “Cung cấp nước sạch sinh hoạt” được sửa thành “Cung cấp nước sinh hoạt”; dịch vụ “Thuê bao điện thoại cố định” được sửa thành “Dịch vụ điện thoại cố định mặt đất”; dịch vụ “Kết nối internet” được sửa thành “Dịch vụ truy nhập internet”. Bên cạnh đó, Quyết định số 35/2015/QĐ-TTg sửa đổi dịch vụ “Thuê bao di động trả sau” thành “Dịch vụ thông tin di động mặt đất (hình thức thanh toán: trả sau)”, đồng thời bổ sung thêm “Dịch vụ thông tin di động mặt đất (hình thức thanh toán: trả trước)”. Ngoài ra, Quyết định số 35/2015/QĐ-TTg bổ sung thêm 02 loại hàng hóa, dịch vụ thiết yếu phải đăng ký HĐTM hoàn toàn mới là “Phát hành thẻ ghi nợ nội địa, mở và sử dụng dịch vụ tài khoản thanh toán (áp dụng cho khách

hàng cá nhân), vay vốn cá nhân (nhằm mục đích tiêu dùng)” và “Bảo hiểm nhân thọ”. Như vậy, tính đến thời điểm Quyết định số 02/2012/QĐ-TTg (được sửa đổi, bổ sung bởi Quyết định số 35/2015/QĐ-TTg) có hiệu lực pháp luật thì có 11 loại hàng hóa, dịch vụ thiết yếu phải đăng ký HĐTM.

Sau đó, ngày 5/9/2018, Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 38/2018/QĐ-TTg loại bỏ “Phát hành thẻ ghi nợ nội địa, mở và sử dụng dịch vụ tài khoản thanh toán (áp dụng cho khách hàng cá nhân), vay vốn cá nhân (nhằm mục đích tiêu dùng)” ra khỏi danh mục các hàng hóa, dịch vụ thiết yếu phải đăng ký HĐTM. Đến ngày 13/8/2019, Thủ tướng Chính phủ lại ban hành Quyết định số 25/2019/QĐ-TTg và không tiếp tục quy định “Bảo hiểm nhân thọ” nằm trong danh mục các hàng hóa, dịch vụ thiết yếu phải đăng ký HĐTM.

Tính đến hiện nay, danh mục hàng hóa, dịch vụ thiết yếu phải đăng ký HĐTM được điều chỉnh đồng thời trong 04 quyết định của Thủ tướng Chính phủ là Quyết định số 02/2012/QĐ-TTg, Quyết định số 35/2015/QĐ-TTg, Quyết định số 38/2018/QĐ-TTg và Quyết định số 25/2019/QĐ-TTg. Do nằm rải rác, tản mạn trong nhiều quyết định của Thủ tướng Chính phủ nên danh mục các hàng hóa, dịch vụ thiết yếu phải đăng ký HĐTM khó được nhận diện một cách đầy đủ, chính xác. Điều này ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận của người tiêu dùng - những người vốn dĩ đã là bên yếu thế khi giao kết HĐTM. Vấn đề có tính pháp lý đặt ra là tại sao cơ quan nhà nước có thẩm quyền không hợp nhất các văn bản quy phạm pháp luật này để có một danh mục các hàng hóa, dịch vụ thiết yếu phải đăng ký HĐTM thống nhất, rõ ràng, dễ tiếp cận. Hiện nay, Pháp lệnh Hợp nhất văn bản quy phạm pháp luật năm 2012 quy định cụ thể về thẩm quyền và thời hạn hợp nhất văn bản của Thủ tướng Chính phủ. Việc chậm trễ hợp nhất các quyết định quy phạm của Thủ tướng Chính phủ về danh mục các hàng hóa, dịch vụ thiết yếu phải đăng ký

HĐTM cho dù được giải thích như thế nào thì vẫn là chưa tuân thủ đúng theo yêu cầu của Pháp lệnh Hợp nhất văn bản quy phạm pháp luật năm 2012.

Ngoài ra, hiện nay danh mục hàng hóa, dịch vụ thiết yếu phải đăng ký HĐTM với cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng do Thủ tướng Chính phủ quy định. Tuy nhiên, bất cập đến từ tiêu chí “thiết yếu” để xác định đối tượng thuộc danh mục cần đăng ký.

Ba là, các điều khoản mẫu tạo ra sự bất lợi cho bên được đề nghị giao kết hợp đồng, từ đó, tạo ra sự bất lợi ở đây có thể hiểu là các điều khoản này đã làm tăng trách nhiệm hoặc loại bỏ, giới hạn các quyền lợi chính đáng vốn thuộc về bản chất của hợp đồng đó mà nhẽ ra bên được đề nghị không phải thực hiện các trách nhiệm hoặc phải được hưởng những lợi ích nhất định. Do đó, khoản 3 Điều 405 BLDS năm 2015 quy định: “Trường hợp HĐTM có điều khoản miễn trách nhiệm của bên đưa ra HĐTM, tăng trách nhiệm hoặc loại bỏ quyền lợi chính đáng của bên kia thì điều khoản này không có hiệu lực, trừ trường hợp có thỏa thuận khác”.

Về nguyên tắc, các điều khoản mẫu tạo ra sự mất cân bằng nghiêm trọng về quyền và nghĩa vụ trong hợp đồng của các bên. Để đánh giá thế nào là mất cân bằng nghiêm trọng về quyền và nghĩa vụ trong hợp đồng, chúng ta cần có cái nhìn tổng thể, cân đo đong đếm trong phạm vi toàn bộ hợp đồng chứ không chỉ nhìn vào riêng phạm vi của điều khoản đó. Do vậy, không thể đơn thuần cho rằng điều khoản loại trừ trách nhiệm của bên đưa ra hợp đồng là điều khoản bất công bằng chỉ vì nó miễn trách nhiệm cho bên này. Bên cạnh đó, còn phải xem xét đến bản chất nội dung của hợp đồng, tổng thể tất cả các quyền và nghĩa vụ khác của cả hai bên trong hợp đồng cũng như hoàn cảnh các điều khoản này được xây dựng thì mới có thể đánh giá chính xác liệu điều khoản đó có tạo ra sự mất cân bằng nghiêm trọng hay

không. Ngoài ra, khi đề cập đến nội dung của điều khoản theo mẫu, cũng cần tính đến trường hợp một hợp đồng vừa tồn tại các điều khoản theo mẫu, vừa có sự xuất hiện của điều khoản do các bên thỏa thuận và các điều khoản này có thể mâu thuẫn về nội dung với nhau. Trong trường hợp đó, cần ưu tiên các điều khoản do các bên thỏa thuận với nhau, vì đây là ý chí chung đã được các bên thể hiện để xây dựng nên nội dung đó, trong khi điều khoản theo mẫu về bản chất vẫn chỉ được xây dựng bởi một bên.

4. KIẾN NGHỊ HOÀN THIỆN

Một là, hiện nay, mặc dù Luật BVQLNTD năm 2023 vừa được ban hành, nhưng nhìn chung pháp luật hiện hành vẫn chưa có một khái niệm chuẩn xác về HĐTM. Theo tác giả, một khái niệm hoàn chỉnh về HĐTM cần phải chứa đựng những nội dung sau đây: (i). yếu tố về các chủ thể tham gia giao kết có sự chênh lệch trong vị thế thương lượng do một bên thường là các doanh nghiệp cung cấp hàng hóa dịch vụ, bên còn lại thường là người tiêu dùng; (ii). yếu tố về nội dung của hợp đồng, trong đó các điều khoản đã được soạn thảo từ trước; (iii). yếu tố sử dụng nhiều lần để áp dụng trên phạm vi quy mô lớn với nhiều khách hàng; (iv). yếu tố về hậu quả pháp lý của việc giao kết HĐTM, đó là chấp nhận toàn bộ nội dung hoặc từ chối giao kết hợp đồng. Từ đây, có thể chuẩn hóa quy định về HĐTM trong các văn bản quy phạm pháp luật. Theo tác giả, có thể quy định khái niệm HĐTM như sau: “HĐTM là hợp đồng được sử dụng nhiều lần, trong đó các điều khoản được đưa ra bởi một bên chiếm ưu thế trong thương lượng (thường là bên cung cấp hàng hóa, dịch vụ) để giao kết với bên còn lại (thường là người tiêu dùng); bên được đề nghị chỉ có thể chấp nhận toàn bộ nội dung hợp đồng hoặc từ chối giao kết hợp đồng”.

Hai là, Điều 6 Pháp lệnh hợp nhất văn bản quy phạm pháp luật năm 2012 quy định người đứng đầu cơ quan chủ trì soạn thảo văn bản được sửa đổi, bổ sung của Thủ

tướng Chính phủ tổ chức thực hiện việc hợp nhất và ký xác thực văn bản hợp nhất đối với văn bản của Thủ tướng Chính phủ. Cụ thể, trong thời hạn 02 ngày làm việc, kể từ ngày Thủ tướng Chính phủ ký ban hành, văn bản sửa đổi, bổ sung phải được gửi đến cơ quan chủ trì soạn thảo văn bản được sửa đổi, bổ sung để thực hiện việc hợp nhất văn bản. Chậm nhất là 05 ngày làm việc, kể từ ngày nhận được văn bản, người đứng đầu cơ quan chủ trì soạn thảo văn bản được sửa đổi, bổ sung phải hoàn thành việc hợp nhất văn bản và ký xác thực văn bản hợp nhất. Do đó, tác giả đề xuất trong thời gian tới, nếu Thủ tướng Chính phủ có ban hành quyết định mới quy định về danh mục hàng hóa, dịch vụ thiết yếu phải đăng ký HĐTM thì Bộ Công Thương cần nhanh chóng thực hiện việc hợp nhất các quyết định của Thủ tướng Chính phủ, tạo điều kiện dễ dàng trong tiếp cận các thông tin trong HĐTM của người tiêu dùng.

Ba là, pháp luật nên bỏ từ “thiết yếu”, đồng thời quy định rõ các tiêu chí xác định phạm vi danh mục dựa trên mức độ rủi ro, chẳng hạn như: (i). hàng hóa, dịch vụ do một hoặc một nhóm doanh nghiệp có vị trí độc quyền hoặc doanh nghiệp có vị trí thống lĩnh thị trường cung cấp; (ii). hàng hóa, dịch vụ được cung cấp liên tục, tác động trực tiếp, lâu dài tới nhiều người tiêu dùng; (iii). hàng hóa, dịch vụ mà qua rà soát phát hiện nhiều nội dung chưa phù hợp quy định pháp luật bảo vệ người tiêu dùng. Các tiêu chí này cũng đặt ra yêu cầu đối với cơ quan bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong việc rà soát thường xuyên về thực tế áp dụng HĐTM, tránh tình trạng đánh giá, đề xuất mang tính chủ quan, hay áp đặt khiên cưỡng.

Bốn là, hợp đồng đề cao sự thỏa thuận. Do đó, cần tôn trọng ý chí chung hơn so với ý chí đơn phương. Điều này cũng tương thích với Điều 305b của BLDS Đức (sửa đổi năm 2002) khi ưu tiên điều khoản thỏa thuận hơn so với điều khoản theo mẫu. Do đó, tác giả kiến nghị sửa đổi về nội dung của HĐTM trong khoản 3 Điều 405 BLDS năm

2015 như sau:

“Điều 405: Hợp đồng có chứa đựng các điều khoản theo mẫu bất công bằng thì các điều khoản đó sẽ không có hiệu lực. Điều khoản mẫu bất công bằng là điều khoản có nội dung trái với các nguyên tắc cơ bản tại Điều 3 Bộ luật này, tạo ra sự mất cân bằng

ng nghiêm trọng về quyền và nghĩa vụ của các bên trong hợp đồng và gây ra bất lợi cho bên được đề nghị.

Điều khoản do các bên thỏa thuận trong hợp đồng sẽ được ưu tiên áp dụng trong trường hợp có mâu thuẫn với điều khoản theo mẫu”.

Thông tin tác giả:

ThS. Lê Bảo Quyên (**Tác giả liên hệ*), Chuyên viên phòng Quản lý Sau Đại học, Trường Đại học Phan Thiết.

Email: lbquyen@upt.edu.vn

Nguyễn Thị Khánh Trâm, Chuyên viên phòng KT-ĐBCL-TT&PC, Trường Đại học Phan Thiết.

Email: ntktram@upt.edu.vn

Ghi chú

Các tác giả đã xác nhận không có tranh chấp về lợi ích về tài chính đối với bài báo này.

Thông tin bài báo

Ngày nhận bài: 17/12/2023

Ngày hoàn thiện biên tập: 21/02/2024

Ngày duyệt đăng: 26/02/2024

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ luật Dân sự năm 2015.
2. Luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010.
3. Luật Trọng tài thương mại 2010.
4. Quyết định số 25/2019/QĐ-TTg sửa đổi Quyết định số 35/2015/QĐ-TTg ngày 20/8/2015 về việc sửa đổi, bổ sung Quyết định số 02/2012/QĐ-TTg ngày 13/01/2012 của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành danh mục hàng hóa, dịch vụ thiết yếu phải đăng ký hợp đồng theo mẫu.
5. Nghị định số 98/2020/NĐ-CP ngày 26/8/2020 của Chính phủ quy định xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động thương mại, sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng cấm và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.
6. Nghị định số 99/2011/NĐ-CP ngày 29/10/2011 của Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.
7. Tạp chí Tòa án về hoàn thiện pháp luật về hợp đồng theo mẫu, Hoàn thiện pháp luật về hợp đồng theo mẫu (tapchitoaan.vn).

8. Tạp chí điện tử về kiểm soát hợp đồng theo mẫu để bảo vệ người tiêu dùng, Kiểm soát hợp đồng theo mẫu để bảo vệ người tiêu dùng (markettimes.vn).
9. Một số quy định mới tại Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023 (<https://moit.gov.vn/tin-tuc/bao-chi-voi-nguoi-dan/mot-so-quy-dinh-moi-tai-luat-bao-ve-quyen-loi-nguoi-tieu-dung-nam-2023.html>).
10. Code Civil Quebec 1991.

LAW ON PROTECTING CONSUMER RIGHTS IN VIETNAM FOR FORM CONTRACTS

Lê Bảo Quyên^{1,*}, Nguyễn Thị Khánh Trâm²

¹*Faculty of Economic Law, University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam*

²*Department of Examinations, Quality Assurance, Inspection, and Legal Affairs, University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam*

Abstract: *The article was conducted to provide a comprehensive picture of the current state of law enforcement in Vietnam on protecting consumers' rights regarding standard form contract. Therefore, add a number of solutions to help limit risks, improve feasibility, transparency, and efficiency for consumers in entering into and implementing standard form contract.*

Keywords: *Protection of consumers' rights, Law on Protection of Consumers' rights 2010, the 2015 Civil Procedure Code*

Author Information:

M.A. Le Bao Quyen (*Corresponding author), Faculty of Economic Law, University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam.

Email: lbquyen@upt.edu.vn

Nguyen Thi Khanh Tram, Department of Examinations, Quality Assurance, Inspection, and Legal Affairs, University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam.

Email: ntktram@upt.edu.vn

Notes

The authors declare no competing financial interests.

FACTORS AFFECTING ONLINE IMPULSIVE CLOTHING BUYING BEHAVIOR OF STUDENTS' UNIVERSITY OF PHAN THIET

Vo Khac Truong Thi¹, Lam Ngoc Diep², Le Ngoc Huyen², Nguyen Ngoc Hoa Ky^{3,*}

¹University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam

²Faculty of Business Administration, University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam

³Faculty of Basic Sciences, University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam

Abstract: Nowadays, online shopping is increasingly popular and thriving, especially among young people. This study aims to explore, identify, and measure the factors that influence the online impulsive clothing buying behavior of students at University of Phan Thiet. The survey data was collected by interviewing 250 students studying at the university from November 2022 to February 2023. The authors use qualitative and quantitative research methods to perfect the scale and verify the relationships between factors. The research results indicate four factors affecting the online impulsive clothing buying behavior of University of Phan Thiet students in order of impact from high to low, as follows: (1) visual appeal, (2) mobility; (3) impulsivity; and (4) promotional activity. The authors suggest a number of policy implications in light of the research's findings to increase students' intentions to engage in impulsive online shopping for clothing, both at the University of Phan Thiet and elsewhere.

Keywords: online clothing buying behavior, impulsive, student, University of Phan Thiet

1. INTRODUCTION

Vietnam has a population size of approximately 100 million people, with a young population accounting for more than 50%. At the same time, the development of the Internet and technological equipment has contributed to promoting the economic development of our country through online business. Online business gradually tends to develop and gain more attention from people after experiencing the COVID-19 pandemic, when all traditional trading business activities are limited and gradually transferred to online shopping or through e-commerce sites (Mai Hoang Thinh, 2023). People use e-commerce to carry out a lot of transactions, buy goods, and get services. With the advantage that buyers do not have to spend time going directly to the store to shop, sellers do not spend money renting space as a store to display product designs, so the cost of goods is cheaper than traditional business forms.

In the strong development trend of e-commerce, a research direction on consumer behavior that has been interesting recently is the study of the impulsive buying trend, or, in a similar way, the absence of planning before buying. In addition, there are also a small number of research articles showing the development of mobile e-commerce and the increasing number of consumers making impulsive purchases on mobile devices (Zheng et al., 2019).

Students are always the pioneers in quickly grasping and understanding new technology. Therefore, this is a potential market in the field of online shopping, especially clothing (Doan Thi Thanh Thu et al., 2021). The connection between fashion items, specifically clothing, and e-commerce is creating positive effects for many domestic and foreign fashion brands. Since then, the authors have identified students as the main target customer segment. They are very responsive to fashion trends

but also subject to change and easily influenced by many factors, such as their living environment, relationships in society, personal characteristics, etc. Therefore, the authors selected and researched the topic "Factors affecting online impulsive clothing buying behavior of students' University of Phan Thiet."

2. LITERATURE REVIEW AND RESEARCH METHODS

2.1 Literature review and research model

Online shopping is the process in which consumers directly buy goods and services from a seller within a specified time via the Internet without any intermediary services. Online shopping is also a process used to list goods and services with accompanying images displayed remotely through electronic means. When the product or service is selected, the transaction will be performed automatically by online payment or cash payment (Mai Hoang Thinh, 2023).

Online impulsive buying behavior is one of the fastest growing research areas in online consumer behavior research (Abu Bashar, Shalini Singh, and Vivek Kumar Pathak, 2022). Impulsive buying online is the use of a mobile phone or computer by a customer to purchase goods and services from a seller through the Internet. Thus, the act of impulsive buying online refers to the process of buying a product or service from a seller on the Internet via a mobile phone or computer.

Lockwood et al. (2020) suggest that young people are more impulsive than older people. So, younger people tend to make more impulsive purchases, while older consumers have more impulse control, so they are less likely to make impromptu purchases. Therefore, impulsive purchases will mostly occur among young people. There have been many studies conducted to study online impulse buying behavior, such

as those by Nguyen Huynh Nhat Ha (2019), Nguyen Hai Ninh et al. (2019), Zheng et al. (2019), and Pham Quoc Trung et al. (2017).

Based on the previous basis theory and selective inheritance of relevant research, the model of factors affecting online impulsive clothing buying behavior of students' University of Phan Thiet is proposed as follows:

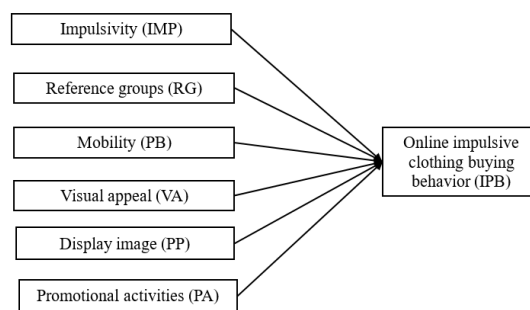


Figure 1. Proposed Research Model

2.2 Research methods

Qualitative and quantitative research methods are used to perfect the scale and verify the relationship between factors. The initial qualitative study aims to calibrate scales and build questionnaires appropriate to the research context. The main method is a group interview to modify the scales. After the discussion, 28 variables were selected and adjusted in terms of word choice to suit and focus the research topic. Then, the authors completed the survey for the research topic. The results of qualitative research will be the basis for the design of questionnaires for quantitative research.

Sending and collecting surveys is a part of formal quantitative research. The authors collected primary data through a questionnaire through Google Forms. The respondents are students of University of Phan Thiet who have bought clothing online.

In order to conduct regression analysis in the best way, the sample size should be guaranteed. According to Hair et al. (2006), for the exploratory factor analysis model,

Table 1. Variables and Coding

Code	Variables	Sources
IMP	Impulsivity	Liu et al. (2013), Nguyen Huynh Nhat Ha (2019)
IMP1	I often buy intuitively rather than intentionally when buying.	
IMP2	“Buy now, think about it later” is my description of how I buy.	
IMP3	I usually buy things I like right away.	
RG	Reference groups	Nguyen Hai Ninh et al. (2019)
RG1	I shop on e-commerce sites because it's so common.	
RG2	When making a purchase, word of mouth influenced me.	
RG3	When purchasing a product, I consider the opinions of my family and friends.	
RG4	I am influenced by reviews and comments on products from buyers on e-commerce sites.	
PB	Mobility	Zheng et al. (2019), Nguyen Huynh Nhat Ha (2019)
UBT	The services are very practical, as I can use them without difficulty anywhere.	
PB2	Using e-commerce services outside my home didn't cause me any problems.	
PB3	I find it convenient to use e-commerce services because they don't make me dependent on any fixed settings.	
VA	Visual appeal	Liu et al. (2013); Zheng et al. (2019); Liu et al. (2013); Zheng et al. (2019); Pham Quoc Trung et al. (2017); Nguyen Huynh Nhat Ha (2019).
VA1	Online shopping sites are very pleasant.	
VA2	Online shopping sites display beautiful designs.	
VA3	The layout of online shopping sites is very attractive.	
PP	Display image	Nguyen Hai Ninh et al. (2019)
PP1	Wide range of products.	
PP2	The product I need is always available.	
PP3	Product descriptions are informative.	
PP4	Good-quality product images.	
PP5	Product images were taken from various angles.	
PP6	E-commerce sites apply advanced technology in displaying products (e.g., zooming, 3D, virtual fitting rooms, etc.).	Nguyen Hai Ninh et al. (2019)
PA	Promotional activities	
PA1	Products on e-commerce sites are often offered at promotional prices.	
PA2	E-commerce sites offer attractive promotions.	
UAV	E-commerce sites apply promotions to special events.	Rook (1987); Rook and Fisher (1995); Beatty and Ferrell (1998); Verhagen and Dolen (2011); Park et al. (2012), Nguyen Huynh Nhat Ha (2019)
PA4	E-commerce pages display promotion information in an attractive way.	
IPB	Online impulsive clothing buying behavior	
IPB1	My buying behavior is spontaneous.	
IPB2	My buying behavior is unplanned.	
IPB3	I have no intention of making any purchases prior to this shopping trip.	
IPB4	I had no intention of making any purchases before visiting this shopping site.	
IPB5	I could not resist making this purchase at the site.	

Source: Authors synthesized

the minimum sample size is 5×27 (the total number of variables in the measurement model) = 135. Thus, the necessary sample size standard that ensures accuracy must satisfy $n \geq 135$ (minimum). The research selected a sample size of 250 students according to the non-probability sampling method. The statements in the questionnaire

were designed according to a Likert scale with 5 levels (strongly disagree, disagree, normal/neutral, agree, totally agree).

3. RESULTS AND DISCUSSION

3.1 Research results

3.1.1 Sample descriptive statistics

Table 2. Data descriptive statistics

Sample information		Frequency	Percentage %	Total %
Gender	Female	144	57,6	100
	Male	106	42,4	
Income	Under 5 million VND	185	74	100
	From 5 to less than 9 million VND	43	17,2	
	From 9 to under 15 million VND	11	4,4	
	Over 15 million VND	11	4,4	

Source: Authors synthesized from SPSS software

3.1.2 Verify variable reliability

Table 3. Data inspection results

No.	Factor	Variable eliminated	Alpha coefficient	Conclude
1	IMP	Not	0.839	Good quality
2	RG	Not	0.874	Good quality
3	PB	Not	0.854	Good quality
4	VA	Not	0.868	Good quality
5	PP	Not	0.913	Good quality
6	PA	Not	0.894	Good quality
7	IPB	Not	0.908	Good quality

Source: Authors synthesized from SPSS software

After verifying the scale using Cronbach's alpha coefficient method, Table 3 showed that no variables were eliminated. The

degree of convergence of observed variables for the study components is further evaluated through exploratory factor analysis.

3.1.3 Exploratory Factor Analysis

Table 4. Exploratory Factor Analysis Results

Variables	Independent variables						Dependent variables	
	1	2	3	4	5	6	1	
PP3	0.842						IPB2	0.894
PP5	0.824						IPB1	0.890
PP1	0.821						IPB4	0.882
PP2	0.813						IPB3	0.876
PP6	0.803							
PP4	0.800							
PA2		0.858						
PA1		0.830						
PA3		0.819						
PA4		0.806						
RG2			0.842					
RG3			0.820					
RG4			0.763					
RG1			0.751					
IMP1				0.862				
IMP3				0.857				
IMP2				0.799				

VA2					0.824			
VA1					0.815			
VA3					0.777			
PB1						0.835		
PB2						0.828		
PB3						0.792		
KMO coefficient					0.865		0.784	
Sig.					0.000		0.000	
Eigenvalue					1.261		3.137	
Extraction variance					75.597		78.419	

Source: Authors synthesized from SPSS software

The exploratory factor analysis result (Table 4) of independent variables shows that there are 6 factors extracted at Eigenvalue 1.054 (> 1), satisfactory extraction variance of 63.238 ($> 50\%$), KMO ratio 0.947 ($0.5 \leq \text{KMO} \leq 1$), and Sig. = 0.000 (< 0.05). The rotation matrix results show that all variables have a factor loading greater than 0.55. Thus, exploratory factor analysis is consistent, and

statistical reliability is achieved. The results of exploratory factor analysis's dependent variables also show that the results are consistent with the evaluation criteria of factor analysis methods. From the above analysis, it can be seen that the variables converge into six main factors. The factors all converge in accordance with the original theory.

3.1.4 Regression analysis

Table 5. Results of the regression analysis

B	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	Std. Error	Beta				VIF	
(Constant)	0.273	0.332		0.824	0.411		
IPM	0.135	0.049	0.160	2.751	0.006	0.808	1.238
RG	0.117	0.063	0.120	1.841	0.067	0.643	1.555
PB	0.216	0.083	0.162	2.603	0.010	0.706	1.417
VA	0.234	0.069	0.222	3.372	0.001	0.630	1.588
PP	0.025	0.059	0.024	0.429	0.669	0.845	1.184
PA	0.190	0.084	0.140	2.259	0.025	0.705	1.419

Source: Authors synthesized from SPSS software

In Table 5, the variable RG has a value of Sig. 0.067 > 0.05 and the variable PP has a value of Sig. 0.669 > 0.05 , so neither of these variables has significance in the regression model, in other words, these variables have no effect on the dependent variable. The remaining variables, IMP, PB, VA, and PA, are all statistically significant, all acting on the dependent variable. The regression coefficients of these independent variables

are all positive, so the independent variables act positively on the dependent variable. All independent variables have a VIF < 2 . Thus, the model has no linear multi-additive phenomenon.

In Table 6, the adjusted R square is 0.322, so the independent variables can explain 32.2% of the variation of the dependent variables. In other words, four independent variables explained 32.2% of the variability

of the dependent variable “online impulse buying behavior”: (1) visual appeal, (2) mobility; (3) promotional activities; and (4) impulsivity. The Durbin–Watson statistical

value d is 1.784 ($1 < d < 3$) so the residuals are independent of each other, the independence of the residuals has been ensured, and there is no self-correlation in the residual.

Table 6. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.582 ^a	0.338	0.322	0.80894	1.784

Source: Authors synthesized from SPSS software

Table 7. Variance Analysis (ANOVA)

ANOVA						
Model		Total squared	Df	Mean squared	F	Significance level
1	Regression	81.285	6	13.548	20.702	0.000 ^b
	Residual	159.017	243	0.654		
	Sum	240.302	249			

Source: Authors synthesized from SPSS software

In Table 7, the regression model has Sig. = $0.000 \leq 0.01$. Thus, the independent variables are linearly correlated with the dependent variable with 99% confidence.

Therefore, the linear regression model given is consistent with the actual data. The results also show that there is no change in residual variance.

3.2 Discussion

Table 8: Impact of independent variables

Factor	Absolute Value Beta	%	Position of impact
IPM	0.16	24.4%	3
PB	0.162	23.7%	2
VA	0.222	32.5%	1
PA	0.14	20.4%	4
Sum	0.684	100%	

Source: Authors synthesized from SPSS software

The results in Table 8 show the impact levels in order of strongest to lowest: visual appeal (VA), mobility (PB), impulsivity (IMP), and promotional activity (PA). The behavior of students online impulsive clothing buying at University of Phan Thiet is only verified through these factors, while other factors have not yet been analyzed and researched. Therefore, in our next research, we need to study the relationship and impact of other factors on online impulsive clothing buying behavior.

4. CONCLUSION AND IMPLICATIONS

4.1. Conclusion

The research results show that four factors affect the online impulsive clothing buying behavior of University of Phan Thiet students: (1) visual appeal ($\beta = 0.222$), (2) mobility ($\beta = 0.162$), (3) impulsivity ($\beta = 0.163$), and (4) promotional activity ($\beta = 0.14$). In addition, the results of the study examining the differences showed no

difference in trends in online casual clothing buying behavior between males and females and income.

4.2. Implications

Based on the research results of the topic, the authors propose some implications for e-commerce businesses, so that they can optimize e-commerce shopping applications, as well as mobile-oriented online commerce websites to attract and retain customers.

4.2.1. Visual appeal

According to the research results, the “visual appeal” factor is the factor that has the strongest impact on the online impulsive clothing buying behavior of students at University of Phan Thiet. First, the online entrepreneur should create a user-friendly app that offers attractive product types and visual appeal elements associated with the product. Second, the visual appeal of a website can be improved by appropriately using fonts, colors (e.g., backgrounds), and graphics (e.g., color tabs for product selection) in the design. Third, businesses should only send advertising information to people who really need it, avoiding the situation of running mass advertising. Fourth, the quality of product information provided to consumers through product images is also what consumers care about, and businesses need to focus on improving. Finally, e-commerce sites need to optimize product suggestions to drive impromptu customer buying behavior.

4.2.2. Mobility

In the context of the strong development of e-commerce, businesses need solutions to make the most of the inherent advantages of mobility. Mobile phones continue to be the primary means used by consumers to place online orders, so these e-commerce companies should cooperate with mobile network providers to develop high-speed mobile networks to

ensure that the transmission to websites and purchase applications is always stable without interruption to the purchasing process of consumers, as well as more suitable costs to ensure mobility, convenience, and the ability to buy goods anywhere.

4.2.3. Impulsivity

E-commerce websites or applications need to be designed to help consumers make impulsive decisions as well as increasingly improve brand awareness. Today, as information technology grows stronger, e-commerce websites or applications can automatically make suggestions to online shoppers about similar products by suggesting accessories that come with products they have purchased or products that they may be interested in. The reasons consumers choose to buy goods from foreign sellers on Vietnamese e-commerce trading are cheaper prices, better product quality, and foreign brands.

4.2.4. Promotion activities

Businesses need to focus on building promotions and advertising as a communication tool to introduce that promotion to customers. Firstly, e-commerce sites need to continue to apply promotion programs and tools, especially focusing on diversity, attractiveness, density and target customers. Second, promotions need to be displayed and announced in an attractive way to increase customer awareness of these programs. Finally, advertising images and messages need to be selected in accordance with the target audience and tastes to increase the spread of the product as well as the product's existing promotions. Besides, build programs such as customer gratitude to retain old customers.

Businesses need to focus on building promotions and advertising as a communication tool to introduce those promotions to customers. Firstly, e-commerce

sites need to continue to apply promotion programs and tools, especially focusing on diversity, attractiveness, density, and target customers. Second, promotions need to be displayed and announced in an attractive way to increase customer awareness of these programs. Finally, advertising images and

messages need to be selected in accordance with the target audience and tastes to increase the spread of the product as well as the product's existing promotions. Besides, build programs such as customer gratitude to retain old customers.

Author Information:

Dr. Vo Khắc Trường Thi, University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam.

Email: thivkt@upt.edu.vn

M.B.A. Lam Ngọc Diệp, Faculty of Business Administration, University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam.

Email: lndiep@upt.edu.vn

Le Ngọc Huyền, Student of Faculty of Business Administration, University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam.

Email: lengochuyen.k12@stu.upt.edu.vn

M.B.A. Nguyen Ngọc Hoa Ky (*Corresponding author), Faculty of Basic Sciences, University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam.

Email: nnhky@upt.edu.vn

Notes

The authors declare no competing financial interests.

Article Information

Received: 02 February 2024

Revised: 21 February 2024

Accepted: 26 February 2024

REFERENCES

Abu Bashar, Shalini Singh, and Vivek Kumar Pathak. (2022). The Influence of Culture on Impulse Buying Behavior: A Systematic Literature Review. *Brazilian Business Review*, Vol 20, No.4. 465-484. DOI: <https://doi.org/10.15728/bbr.2022.1221.en>

Doan Thi Thanh Thu et al. (2021). *Study the factors influencing students' online shopping behavior at the Industrial University of Ho Chi Minh City*. 3rd Young Science Conference 2021 (YSC2021) – IUH.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis (Vol. 6)*: Pearson Prentice Hall Upper Saddle River.

Lockwood, J., Townsend, E., Allen, H., Daley, D., & Sayal, K. (2020). What young people

say about impulsivity in the short-term build up to self-harm: A qualitative study using card-sort tasks. *PLoS one*, 15(12), e0244319.

Mai Hoang Thinh (2023). Trends in online buying behavior of Vietnamese consumers. *Journal of Industry and Trade*, No. 4, Page 3.

Nguyen Huynh Nhat Ha (2019). *Factors Influencing Online Impulsive Buying Behavior in Mobile Commerce*. (Master's thesis, University of Economics Ho Chi Minh City).

Nguyen, Hai Ninh (2019). Impulsive Buying Behavior of Young People on E-Commerce Sites. *Foreign Economic Review*. No. 121.

Pham Quoc Trung and Nguyen Ngoc Hai Ha. (2017). Factors Influencing the Urge to Make Impulsive Online Purchases of Consumers in Ho Chi Minh City. *Ho Chi Minh City Open University Science Magazine*, 55, 38-50.

Rawlings, David, Jenny Boldero, and Felicity Wiseman (1995). The Interaction of Age with Impulsiveness and Venturesomeness in the Prediction of Adolescent Sexual Behavior. *Personality, and Individual Differences*, 117-20.

Zheng, X., Men, J., Yang, F., & Gong, X. (2019). Understanding impulse buying in mobile commerce: An investigation into hedonic and utilitarian browsing. *International Journal of Information Management*, 48, 151-160.

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HÀNH VI MUA QUẦN ÁO NGẪU HỨNG TRỰC TUYẾN CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC PHAN THIẾT

Võ Khắc Trường Thi¹, Lâm Ngọc Điệp², Lê Ngọc Huyền², Nguyễn Ngọc Hoa Kỳ^{3,*}

¹*Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam*

²*Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam*

³*Khoa Cơ bản, Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam*

Tóm tắt: Ngày nay, việc mua sắm trực tuyến ngày càng phổ biến và phát triển mạnh đặc biệt là ở giới trẻ. Nghiên cứu này nhằm mục tiêu khám phá, xác định và đo lường những yếu tố ảnh hưởng đến hành vi mua quần áo ngẫu hứng trực tuyến của sinh viên trường Đại học Phan Thiết. Dữ liệu khảo sát được thu thập bằng cách phỏng vấn 250 sinh viên đang học tại trường từ tháng 11 năm 2022 đến tháng 02 năm 2023. Nhóm tác giả sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng để hoàn thiện thang đo và kiểm định mối quan hệ giữa các nhân tố. Kết quả nghiên cứu chỉ ra bốn yếu tố tác động đến hành vi mua quần áo ngẫu hứng trực tuyến của sinh viên trường Đại học Phan Thiết theo thứ tự tác động từ cao đến thấp như sau: (1) Sự hấp dẫn trực quan, (2) Tính di động, (3) Hoạt động khuyến mãi và (4) Tính bốc đồng. Dựa trên kết quả nghiên cứu, một số hàm ý chính sách được nhóm tác giả đề xuất nhằm gia tăng ý định mua sắm quần áo trực tuyến ngẫu hứng của sinh viên trường Đại học Phan Thiết nói riêng và của sinh viên nói chung.

Từ khóa: mua sắm quần áo trực tuyến, ngẫu hứng, sinh viên, trường Đại học Phan Thiết

Thông tin tác giả:

TS. Võ Khắc Trường Thi, Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam.

Email: thivkt@upt.edu.vn

ThS. Lâm Ngọc Điệp, Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam.

Email: lndiep@upt.edu.vn

Lê Ngọc Huyền, Sinh viên Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam.

Email: lengochuyen.k12@stu.upt.edu.vn

ThS. Nguyễn Ngọc Hoa Kỳ (*Tác giả liên hệ), Khoa Cơ bản, Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam.

Email: nnhky@upt.edu.vn

Ghi chú

Các tác giả đã xác nhận không có tranh chấp về lợi ích về tài chính đối với bài báo này.

NGHIÊN CỨU VỀ PHÁT ÂM TIẾNG ANH CỦA SINH VIÊN ĐẠI HỌC PHAN THIẾT

Bùi Thị Ngọc Lan^{1,*}

¹Khoa Ngoại Ngữ, Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam

Tóm tắt: Nghiên cứu này nhằm chỉ ra những khó khăn trong phát âm tiếng Anh mà người học Tiếng Anh ở Việt Nam gặp phải. Nghiên cứu có sự tham gia của 33 học viên văn bằng 2 của Trường Đại học Phan Thiết, được cung cấp các đoạn hội thoại để thực hành và ghi âm. Cách phát âm của họ sau đó được phân tích và so sánh với Cách phát âm chuẩn RP. Nghiên cứu cho thấy sự khác biệt đáng kể giữa hai cách phát âm, xác định các lỗi phổ biến trong phát âm, trọng âm từ và trọng âm của câu. Bài viết gợi ý rằng việc dạy ngữ âm nên được lồng ghép vào việc dạy kỹ năng nói của sinh viên. Bài viết cũng đề xuất các chiến lược cho giáo viên để giúp học sinh vượt qua những thách thức về phát âm cụ thể. Nghiên cứu này cung cấp những hiểu biết có giá trị cho giảng viên dạy tiếng Anh và người biên soạn chương trình giảng dạy.

Từ khóa: phát âm tiếng Anh, ngữ âm, giảng dạy ngữ âm, kỹ năng nói.

1. GIỚI THIỆU

Việt Nam đang trên đà phát triển nên tiếng Anh hiện nay là môn học chính trong trường học và là công cụ giao tiếp được đánh giá cao tại nơi làm việc. Bất chấp sự tiến bộ vượt bậc này, người học tiếng Anh ở Việt Nam nói chung và sinh viên ĐH Phan Thiết nói riêng thường thiếu tự tin trong cách phát âm tiếng Anh của mình. Điều này có thể xuất phát từ thực tế là việc dạy phát âm ở Việt Nam tương đối bị bỏ quên khi so sánh với các lĩnh vực giảng dạy được coi là ưu tiên cao như ngữ pháp hoặc từ vựng. Ngoài ra, sinh viên ĐH Phan Thiết có giọng nói phát âm thuộc tiếng nói địa phương vùng miền trung nam bộ Việt Nam nên đa phần không phát âm tiếng Anh chuẩn theo RP.

Tuy nhiên, phát âm là hệ thống cơ bản cần thiết cho việc nói tiếng Anh. Vì vậy, mục đích của việc sử dụng đoạn hội thoại được ghi âm do người học nói tiếng bản xứ đọc là để tìm hiểu các lĩnh vực âm vị học trong tiếng Anh mà người Việt Nam gặp khó khăn khi học ngoại ngữ này, đặc biệt là cách phát âm tiếng Anh chuẩn. Bài viết này nhằm giải thích cho vấn đề này và thảo luận một số hàm

ý đối với việc giảng dạy tiếng Anh cho sinh viên ĐH Phan Thiết. Bài viết cũng tập trung phân tích lỗi phát âm tiếng Anh của sinh viên ĐH Phan Thiết khi học tiếng Anh và đưa ra một số giải pháp để cải thiện tốt hơn.

2. TỔNG QUAN CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1 Cơ sở phân tích – Phát âm tiếng Anh chuẩn

Các giảng viên tiếng Anh thường sử dụng cách phát âm chuẩn (Received Pronunciation - RP) làm mô hình để so sánh với cách phát âm của sinh viên. RP là chuẩn phát âm tiếng Anh-Anh, mặc dù nó có nguồn gốc ở vùng Đông Nam nước Anh, nhưng hiện giờ không còn giới hạn về mặt địa lý. Hiện nay, RP được định nghĩa theo thuật ngữ xã hội là “cách nói của các tầng lớp xã hội thượng lưu” và từng nổi tiếng vì được gọi là ‘BBC English’ (Giegrich, 1992). RP (cùng với giọng Mỹ thông thường) là giọng mẫu phổ biến nhất được sử dụng trong các tài liệu giảng dạy tiếng Anh ở hầu hết các nước Châu Âu và Châu Á, trong đó có Việt Nam. Theo hệ thống ngữ âm tiếng Anh, tiếng Anh gồm có

44 âm khác nhau được kết hợp lại tạo thành ngôn ngữ nói. Các âm được sắp xếp theo các nhóm như sau:

2.1.1 Nguyên âm

Roach (2000) cho rằng “nguyên âm là những âm không bị cản trở luồng không khí khi nó đi từ thanh quản đến môi”. Luồng khí này được phát ra, có nghĩa là các dây thanh âm rung lên khi không khí đi qua chúng, sau đó được định hình bằng lưỡi và môi để thay đổi hình dạng tổng thể của miệng (Kelly, 2000). Khi phát âm các âm này, tùy theo từng địa phương, người học tiếng Việt có xu hướng sử dụng nguyên âm dài hoặc ngắn gần giống với nguyên âm tiếng Anh nhất (Yoon & Pratt, 2023).

Trong văn viết tiếng Việt, âm /ə/ được đánh dấu bằng chữ ‘ơ’, trong khi trong tiếng Anh không có cách biểu đạt duy nhất về chính tả (Roach 2004). Vì vậy, người nói tiếng Việt nói chung không nhận thức được sự phân bố của âm yếu trong tiếng Anh và họ có xu hướng phát âm các từ theo cách đánh vần. Điều này tạo nên tiếng Việt có nhiều nguyên âm hơn, 11 nguyên âm đơn bao gồm a, ă, â, e, ê, i/y, o, ô, ơ, u, ư; 32 nguyên âm đôi ai, ao, au, âu, ay, ây, eo, êu, ia, iê/yê, iu, oa, oă, oe, oi, oí, ôi, oo, ôô, ua, uă, uâ, ur, uê, ui, uri, uo, uô, uơ, uơ, uu, uy; và 13 nguyên âm ba gồm iêu/yêu, oai, oao, oay, oeo, uao, uây, uôi, uoi, uou, uya, uyê, so với tiếng Anh trong quy tắc phát âm tiếng Anh chuẩn RP, có tổng cộng 20 nguyên âm, trong đó có 7 nguyên âm đơn âm ngắn (/ɪ/, /e/, /æ/, /ʌ/, /ɒ/, /ʊ/, /ə/), 5 nguyên âm đơn dài (/ɑ:/, /ɜ:/, /i:/, /ɔ:/, /u:/) và 8 nguyên âm đôi (/ɪə/, /eɪ/, /ʊə/, /ɔɪ/, /əʊ/, /eə/, /aɪ/, /aʊ/). Tuy khác nhau về số lượng nhưng lại có sự tương đồng về âm ở 1 số âm. Tiếng Anh có các âm đôi (diphthong), âm 3 (triphthong) chẳng hạn như âm đôi /ou/ sẽ phát âm như mẫu tự “ô” trong tiếng Việt. Tuy cũng có những nguyên âm của tiếng Anh có cách phát âm rất khác với các nguyên âm tiếng Việt như âm /a:/ trong tiếng Anh và mẫu tự “a” trong tiếng Việt; /æ/ có

trong tiếng Anh nhưng không có trong tiếng Việt; các nguyên âm dài đều không có trong tiếng Việt.

2.1.2 Phụ âm

Giống như các nguyên âm, các phụ âm tiếng Anh được tạo ra bằng luồng khí phổi phát ra (Roach, 2000). Tuy nhiên, cách phát âm của phụ âm khác với nguyên âm ở 2 điểm chính; thứ nhất, phụ âm có thể hữu thanh hoặc vô thanh (không giống như các nguyên âm đều được phát âm). Thứ hai, trái ngược với nguyên âm, tất cả các phụ âm đều được tạo ra bằng cách cản trở một phần hoặc toàn bộ đường thanh quản hoặc bằng cách chuyển hướng luồng không khí qua đường mũi (Kelly, 2000). Các loại tắc nghẽn khác nhau phụ thuộc vào cách phát âm và vị trí phát âm. Ví dụ, chúng có thể diễn ra ở các vùng khác nhau của đường hô hấp như môi (hai môi) hoặc ở dây thanh âm (thanh hầu). Sự kết hợp khác nhau giữa vị trí phát âm và cách phát âm, cùng với âm hữu thanh và âm vô thanh, cho phép tạo ra 24 phụ âm cần thiết cho tiếng Anh RP. Mặt khác, tiếng Anh có hệ thống phụ âm đa dạng hơn, trong đó các âm gió như /θ/, /ð/, /ʃ/, /ʒ/, /tʃ/, /dʒ/ mà không có trong tiếng Việt.

Trong quy tắc phát âm tiếng Anh chuẩn RP như đã nói trên, tiếng Anh có tổng cộng 20 nguyên âm, trong đó có 7 nguyên âm đơn âm ngắn (/ɪ/, /e/, /æ/, /ʌ/, /ɒ/, /ʊ/, /ə/), 5 nguyên âm đơn dài (/ɑ:/, /ɜ:/, /i:/, /ɔ:/, /u:/) và 8 nguyên âm đôi (/ɪə/, /eɪ/, /ʊə/, /ɔɪ/, /əʊ/, /eə/, /aɪ/, /aʊ/). Những nguyên âm này được tạo ra bởi sự kết hợp khác nhau của bốn yếu tố:

- Chiều cao nguyên âm hay chiều cao của lưỡi trong miệng, ví dụ: âm đóng, âm giữa và âm mở;
- Độ lùi là mức độ mà thân lưỡi nằm về phía sau miệng, ví dụ: âm trước, âm giữa và âm sau;
- Độ tròn của môi là hình dạng và vị trí của môi, ví dụ: âm tròn, âm trung tính và âm

lan rộng;

d) Độ dài nguyên âm là sự phân biệt giữa nguyên âm ngắn và nguyên âm dài (trong một ngữ cảnh nhất định).

Các sinh viên của Đại Học Phan Thiết học tiếng Anh thường lược bỏ hoặc biến âm phụ âm cuối, nghĩa là sử dụng phụ âm vô thanh hoặc âm cuối không bật hơi đầy đủ (tức là không nghe được hơi thở kèm theo). Ngoài ra, tiếng Việt ít có hiện tượng phụ âm đứng cuối từ (ngoại trừ các âm m, n, ng, t) và những phụ âm này không được phát âm rõ. Đối với tiếng Anh thì điều này rất phổ biến và thường xuyên xảy ra, thêm vào đó là xảy ra sự nối âm giữa 2 từ - phụ âm cuối của từ trước nối với nguyên âm đầu của từ sau.

Ví dụ như this is / ðisiz/

Hơn thế nữa còn có hiện tượng xuất hiện thêm âm để nối 2 từ có nguyên âm đứng kế nhau chẳng hạn như He ate / hi:et/

Tiếng Việt hoàn toàn không có nối âm giữa các từ.

2.1.3 Trọng âm và ngữ điệu

Tiếng Việt là hệ ngôn ngữ đơn âm, có nghĩa là mỗi từ chỉ có 1 âm tiết (one syllable). Trong khi đó tiếng Anh là hệ ngôn ngữ đa âm tức là một từ có thể có nhiều âm tiết, ví dụ như bướm là từ tiếng Việt đơn âm, trong khi đó Tiếng Anh là butterfly /'bʌt.ə.flai/ gồm 4 âm tiết kết hợp lại.

Trong âm vị học tiếng Anh, trọng âm có thể đề cập đến cả trọng âm của từ và trọng âm của câu. Đầu tiên, trọng âm của từ mô tả sự nhấn mạnh (stress) vào một âm tiết cụ thể của một từ. Trong RP, các âm tiết được nhấn mạnh trong tiếng Anh trong một từ có thể mạnh hơn, dài hơn hoặc có cao độ khác so với các âm tiết không được nhấn trọng âm lân cận (Underhill, 2005). Carr (1999) cho rằng trọng âm của từ trong tiếng Anh RP phụ thuộc vào loại từ.

Khoảng thời gian giữa các âm tiết có trọng âm có thể dài hơn hoặc ngắn hơn tùy

thuộc vào số lượng âm tiết không có trọng âm ở giữa (Roach, 2000).

Hầu hết các từ mang chức năng ngữ pháp có tần suất xuất hiện cao đơn âm tiết trong tiếng Anh RP đều có hai cách phát âm trở lên. Một dạng được gọi là dạng mạnh, là dạng có trọng âm được sử dụng khi từ đó được nhấn mạnh. Dạng còn lại, dạng yếu không có trọng âm, thường gặp hơn trong lời nói giao tiếp hàng ngày. Chúng được gọi là dạng yếu vì các nguyên âm trong từ bị rút gọn và/hoặc một phụ âm có thể bị lược bỏ. Pennington (1996: 94) lưu ý rằng qua các bằng chứng thực nghiệm, các nguyên âm trong lời nói nói nhanh, “có xu hướng hướng về các nguyên âm giữa, chuyển thành âm schwa' /ə/.

Ngữ điệu có thể được định nghĩa đơn giản là “cách mà cao độ của giọng nói lên xuống trong quá trình phát âm” (Kelly, 2000:3). Trong tiếng Anh, kiểu ngữ điệu lên và/hoặc xuống mang thông tin bổ sung cho câu nói được phát ra. Roach (2000) đề xuất 4 chức năng chính của ngữ điệu:

- a) Thái độ - biểu đạt cảm xúc và thái độ
- b) Trọng âm – đánh dấu sự nổi bật của các âm tiết được nhấn mạnh
- c) Ngữ pháp – đánh dấu sự khác biệt về cú pháp, ví dụ: phân biệt câu hỏi và câu khẳng định.
- d) Chức năng diễn ngôn – báo hiệu sự tương phản giữa thông tin mới và thông tin đã đưa ra (hoặc thông tin chung).

Trong tiếng Anh, ngữ điệu liên quan đến sự thay đổi cao độ thường xảy ra ở âm tiết điệu tính của một đơn vị thanh điệu. Điều này thường đại diện cho trọng tâm của thông tin trong câu. Âm tiết điệu tính thường là phần từ vựng cuối cùng trong đơn vị thanh điệu, do trong tiếng Anh, thông tin mới được đặt ở cuối (Underhill, 2005).

Theo Martinez–Cedran và cộng sự (2003), tiếng Việt sử dụng các mẫu ngữ điệu tương

tự như tiếng Anh để biểu thị chức năng ngữ pháp, trọng âm thường rơi vào âm tiết cuối trong câu. Tuy nhiên, điểm khác biệt chính là tiếng Việt là hệ ngôn ngữ đơn âm nên có xu hướng sử dụng phạm vi cao độ hẹp hơn nhiều so với tiếng Anh và thay vì sử dụng nhiều biến thể cao độ để làm nổi bật trọng âm nhấn mạnh, các sinh viên lại hay sử dụng thêm độ dài âm tiết. Vì vậy, khi học tiếng Anh, đọc to tiếng Anh, họ sử dụng giọng đều đều, gần như đơn điệu.

Chính vì thế người nói ‘có thể không gây được hào hứng hoặc nhầm chán đối với người nghe nói tiếng Anh’ (Swan và Smith 2001: 96).

2.2 Đối tượng khảo sát

Mẫu nghiên cứu là các sinh viên văn bằng 2 của Trường Đại học Phan Thiết (UPT), tỉnh Bình Thuận, Việt Nam. Trình độ của họ đang tương đương với Chứng chỉ B2 Trung cấp và lịch học là hai ngày một tuần; mỗi tuần học trong 16 tiết (45 phút/ tiết). Học viên ở độ tuổi từ 25 đến 55 và đang học tiếng Anh để thi đầu vào. Một số đã học tiếng Anh suốt bảy năm ở trường trung học. Một số khoảng 40 đến 55 tuổi và đã học tiếng Anh liên tục trong 20 năm qua. Những học viên này được chọn vì họ đại diện cho trình độ B2 và cuộc đối thoại của họ sẽ cho phép phân tích một loạt các đặc điểm của người học tiếng Anh.

2.3 Phương pháp nghiên cứu

33 học viên văn bằng 2 chuyên ngành Ngôn ngữ Anh tại Đại học Phan Thiết đã được cung cấp các đoạn hội thoại để thực hành. Họ đọc và ghi âm bằng phần mềm trên điện thoại, sau đó người nghiên cứu sẽ phân tích và viết lại cách phát âm của họ, đồng thời so sánh với phát âm chuẩn RP. Thông qua việc phân tích, mô tả và so sánh kết hợp với việc dẫn chứng từ ví dụ, người viết làm sáng tỏ sự khác biệt giữa hai cách phát âm và chỉ ra những lỗi sai trong việc phát âm, nhấn trọng âm của từ và trong cả câu, đồng thời tìm ra giải pháp để cải thiện những điểm

yếu này. Do giới hạn về dung lượng bài viết, chúng tôi chỉ tóm tắt và sử dụng một trong 18 đoạn hội thoại để minh họa (Phụ lục A).

2.4 Lỗi phát âm tiếng Anh của sinh viên và cách khắc phục

2.4.1 Phát âm thiếu trọng âm

Một trong những lỗi phát âm nghiêm trọng nhất của học viên Việt Nam trong lúc phát âm tiếng Anh là sự lẫn lộn hoặc không có trọng âm. Như đã đề cập, tiếng Anh là một hệ thống ngôn ngữ đa âm tiết, và với mỗi từ nhiều âm tiết nhiều như vậy đều có một âm tiết được nhấn mạnh (stress) (lên giọng và nói to hơn) và các âm khác sẽ được giảm nhẹ.

Ví dụ như communication /kəmjʊnəˈkeɪʃn./ có trọng âm là âm thứ tư, từ khá quen thuộc nhưng cũng hay phát âm sai thành trọng âm ở âm thứ hai. Đó là do nhầm lẫn với động từ communicate/ kəˈmjʊnəkeɪt/

Theo cùng với việc sai trọng âm là các âm tiết khác trong từ cũng bị sai lệch.

Như đã nêu trên tiếng Việt là thuộc hệ ngôn ngữ đơn âm, nên sinh viên học tiếng Anh của trường ĐH Phan Thiết nói riêng cũng như người Việt học tiếng Anh nói chung đã quen với việc phát âm từng âm tiết và không có trọng âm, có xu hướng đọc đều đều các từ mà không nhấn âm nào, nhất là trong những từ đa âm tiết. Do vậy, khi học một từ mới, người học vẫn phải tra phiên âm của từ, xác định trọng âm nằm ở âm tiết nào lên giọng phát âm rõ, giảm âm và xuống giọng ở những âm tiết còn lại.

2.4.2 Phát âm thiếu âm cuối và nối âm

Như đã nêu trên, trong tiếng Việt, các âm cuối thường không được phát âm ra như khi phát âm từ ‘lặng thinh’ thì âm cuối ng và nh không phát âm. Thế nên khi phát âm tiếng Anh các sinh viên phần đông lược bỏ các âm cuối không phát âm ra read/ri:d/. Điều này không chỉ làm cho phát âm của sinh viên thiếu tự nhiên mà còn gây nhiều khó khăn

cho người nghe. Từ đó sinh viên không thể nào nối với từ kế tiếp nếu xảy ra có sự kết nối ở đó, và sẽ gặp khó khăn khi giao tiếp trong việc nghe người bản xứ nói gì.

2.4.3 Phát âm thiếu âm giữa của các từ nhiều âm tiết

Nhiều sinh viên lại có thói quen thêm âm không có vào như các âm /s/ hay /f/

Thí dụ như that is /ðæts i/ đây là lỗi phổ biến nhất.

Ngoài ra, rất nhiều học viên uốn lưỡi để tạo âm /r/, bất kể trong từ không có âm này. Việc uốn lưỡi liên tục làm cho phát âm bị mờ, cứng, gây ra cảm giác thiếu tự nhiên lúc nói. Phát âm sai trong một thời gian dài sẽ góp phần hình thành một thói quen xấu mà sinh viên khó bỏ.

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

Trong phần này, người viết sẽ phân tích các vấn đề mà người học gặp phải với từng âm trong tiếng Anh (Phần phụ lục A)

3.1 Nguyên âm

Chúng ta có thể quan sát thấy tiếng Việt có 11 nguyên âm đơn và 12 nguyên âm đôi. Điểm khác biệt chính, trái ngược với RP English, là trong tiếng Việt không có độ dài nguyên âm. Vì vậy, người học tiếng Việt gặp rất nhiều khó khăn khi nghe sự khác biệt giữa các nguyên âm tiếng Anh dài và ngắn có âm thanh giống nhau.

3.1.1 Phân biệt nguyên âm đơn /i:/ and /I/

Cả hai âm chuẩn RP này thường được người học thể hiện bằng âm /i/ trong tiếng Việt. Tuy nhiên, nguyên âm /i:/ trong tiếng Anh dài hơn /i/ và yêu cầu môi phải mở rộng hơn /i/ trong tiếng Việt. Trong khi nói, người học tiếng Anh phát âm từ “tea” thành /ti/, “eat” thành /it/. Nhưng học sinh miền Nam Việt Nam phát âm “tea” là /ti/; “ăn” dưới dạng /it/. Có thể cách viết kép chữ ‘e’ trong từ ‘coffee’ giúp nhắc nhở người học về ý tưởng của nguyên âm dài, nên ‘ee’ trong từ

‘coffee’ được phát âm thành âm /i:/ dài.

3.1.2 Phân biệt nguyên âm đơn /u:/ và /o/

Người Việt không phân biệt được nguyên âm /u:/ và /o/ vì họ chỉ có âm /u/. Ví dụ. Người nói tiếng Việt phát âm ‘too’ là /tu/ thay vì /tu:/, “good” là /gud/ thay vì /gud/.

3.1.3 Phân biệt nguyên âm đơn /ɔ:/ và /ɒ/

Cả hai âm này đều không tồn tại trong tiếng Việt và do đó học sinh thường sử dụng nguyên âm /o/. Điều này có thể được nghe thấy trong cách phát âm ‘hot’ /hot/ của người nói tiếng Việt thay vì /hɒt/.

3.1.4 Phân biệt nguyên âm đơn /ɜ:/ và /ə/

Tiếng Việt không có âm /ɜ:/ và thường được phát âm là /ơ/, nghe tương tự như âm /ə/. Điều này có thể giải thích tại sao người Việt phát âm ‘journey’ là /dʒənei/. Quan trọng hơn là âm /ə/ yếu rất thường xuyên xuất hiện trong RP. Vì tiếng Việt có âm /ə/ yếu, không nhấn trọng âm (xem Phụ lục B), vì vậy, người nói tiếng Anh thường không gặp vấn đề gì khi tạo ra các âm này. Tuy nhiên, trong tiếng Việt, âm /ə/ được biểu thị bằng chữ ‘ơ’. Do đó, người Việt thường không nhận biết được sự phân bố của âm yếu trong tiếng Anh và thường có xu hướng phát âm các từ dựa trên cách đánh vần.

3.1.5 Phân biệt nguyên âm đơn /æ/ và /a:/

Không có các âm /æ/ và /a:/ trong tiếng Việt, mà chúng tương ứng với /e/ và /a/. Vấn đề trở nên phức tạp hơn do có nhiều cách kết hợp chính tả khác nhau trong tiếng Anh. Điều này có thể được quan sát thấy trong suốt cuộc đối thoại (xem Phụ lục A). Ví dụ: Người học phát âm từ ‘bad’ /bed/ thay vì /bæd/. Vấn đề này cũng có thể gây nhầm lẫn ở mức độ tiếp thu, chẳng hạn không dễ phân biệt các từ như ‘bad’ và ‘bed’. Đó là do cách để môi lưỡi khác nhau: /æ/ khẩu hình là /a/ nhưng âm phát ra là /e/

3.2 Phụ âm

3.2.1 Phụ âm cuối bị yếu/biến dạng

Điều này đặc biệt xảy ra với âm phụ /d/ và /t/ ở vị trí cuối từ. Một trong những ví dụ rõ ràng nhất về cách phát âm sai âm cuối cùng này là cách phát âm của từ ‘out’ /aʊ/ của người B ở dòng 6.

3.2.2 Cách phát âm của /t/ và /d/

Không có các âm /d/ và /t/ xuất hiện ở vị trí cuối từ trong tiếng Việt, và chúng xuất hiện ở vị trí đầu từ dưới dạng âm răng không bật hơi thay vì tiếng Anh chuẩn RP, âm tương đương với âm vòm họng bật hơi. Trong tiếng Việt, người nói không bật hơi âm cuối. Điều này rõ ràng là do ngôn ngữ đơn âm của tiếng Việt (xem cách phát âm /t/ và /d/ của tiếng Việt ở Phụ lục 1).

3.2.3 Phát âm các âm xát/âm tắc xát sau lợi

Các âm vị tiếng Anh RP sau lợi bao gồm: /ʃ/, /tʃ/, /ʒ/, /dʒ/, còn tiếng Việt chỉ có âm /ʃ/ và /tʃ/ (xem phụ lục C). Việc phân phối của âm /ʃ/ trong tiếng Việt khá khác với tiếng Anh chuẩn RP, chẳng hạn như chúng không xuất hiện ở vị trí cuối từ. Âm /tʃ/ xuất hiện ở cả vị trí đầu và cuối của một từ. Tiếng Việt không có âm /ʒ/, /dʒ/, thay vào đó, chúng được phát âm là /gi/ và /z/ bởi người Việt.

3.2.4 Cách phát âm của /b/ và /v/

Tiếng Việt chỉ có âm /b/ và /v/ xuất hiện ở vị trí đầu tiên của một từ, và nó hoàn toàn không giống âm /b/ trong tiếng Anh RP. Điều này có thể giải thích tại sao người A phát âm là /v/ trong ‘have’ và được thay thế bằng /p/ ở dòng 1 (xem phụ lục C) và người nói sử dụng âm xát môi răng /ph/ thành /f/. Hiện tượng này cũng rõ ràng đối với Người B ở dòng 4. Người B phát âm từ ‘lovely’ là /lopli/ với cùng lý do giống như cách người A phát âm từ ‘have’ /hep/.

3.2.5 Cách phát âm của /θ/

Tiếng Việt cũng không có âm /θ/, âm xát môi răng được phát âm là âm lợi bật hơi /th/. Ví dụ: Người B ở dòng 4 phát âm từ ‘thank you’ thành /thank kju/ thay vì /θæŋ kju:/.

3.3 Phân tích ngữ điệu

Trong phần này, người viết sẽ phân tích các vấn đề mà người học gặp phải với các đặc điểm siêu phân đoạn của tiếng Anh.

3.3.1 Trọng âm và nhịp điệu

Các từ chức năng ngữ pháp có thể kể đến như giới từ (ví dụ: to hoặc for) hoặc trợ từ (ví dụ: have hoặc do) có thể có 2 kiểu trọng âm khác nhau, loại mạnh và loại yếu. Đối với danh từ, âm tiết được đặt trọng âm thường xuất hiện ở vị trí áp chót (ví dụ: “potato”) hoặc vị trí thứ ba kể từ dưới lên (“camera”). Danh từ có trọng âm ở cuối âm tiết rất hiếm và chủ yếu là từ mượn từ các ngôn ngữ khác (ví dụ: “magazine”). Mặt khác, danh từ thường có trọng âm ở âm tiết đầu tiên, trong khi động từ và tính từ thường có trọng âm ở âm cuối. Điều này đôi khi có thể giúp phân biệt những danh từ và động từ viết giống nhau, ví dụ: produce (n)/ ‘prɒdju:s/ so với produce (v). /prə’dju:s/.

Từ tiếng Việt không có trọng âm rơi vào âm tiết do thuộc loại ngôn ngữ đơn âm tiết. Vì vậy, người Việt học tiếng Anh có xu hướng phát âm các từ tiếng Anh với cách phát âm đơn điệu. Điều này thường dẫn đến nhiều từ có nhiều âm tiết.

Trong tiếng Anh, các âm tiết có trọng âm thường thay đổi cao độ và được phát âm rõ ràng hơn, trong khi các âm tiết không được nhấn trọng âm bị giảm cao độ và thường được phát âm với nguyên âm trung tính /ə/ hoặc /I/.

Vì tiếng Việt là ngôn ngữ đơn âm tiết, mà tất cả các từ có một âm tiết đều có thời gian phát âm như nhau. Do đó, những người học tiếng Anh ở Việt Nam có thể chuyển điều này sang tiếng Anh và có thể thấy một số minh chứng về điều này trong một số đoạn hội thoại dài hơn. Người nói B ở dòng 8 (xem phụ lục A) phát âm từng từ (âm tiết) trong câu với trọng âm, độ dài gần như bằng nhau nhưng cao độ khác nhau. Điều này thường xảy ra trong các câu hỏi, câu nhấn mạnh.

3.3.2 Dạng yếu và dạng mạnh

Các nguyên âm trong lời nói nói nhanh, “có xu hướng hướng về các nguyên âm giữa, chuyển thành âm schwa’ /ə/, ví dụ ‘and’ có thể được phát âm là /ənd/ hoặc ‘must’ thành /məst/.

Những dạng yếu này thường không được thể hiện và do đó khó khăn lớn nhất đối với người học tiếng Anh trước hết là nhận biết sự tồn tại của chúng và khi nào nên sử dụng chúng. Kết quả của hai vấn đề này là người học lạm dụng cách phát âm mạnh và điều này góp phần tạo nên nhịp điệu câu ngắt quãng vốn là đặc trưng của người học tiếng Anh ở Việt Nam. Một ví dụ rõ ràng về điều này trong đoạn hội thoại là cách phát âm ‘that’ /ðət/ và ‘could’ /kud/ của người nói A ở dòng 5 (phụ lục A). Trong RP, người nói sẽ phát âm “that” là /ðæt/ và “could” là /kəd/ (hoặc /kəp/ do sự đồng hóa). Một ví dụ khác là khi người nói A nói “would you like” /'wud 'ju 'lai/. Một người nói tiếng Anh chuẩn RP có lẽ sẽ nói /wədʒə'laɪk'/, nghĩa là giảm các nguyên âm thành âm schwa để có thể nói nhanh hơn, mượt mà hơn.

3.3.3 Ngữ điệu

Âm tiết điệu tính thường là phần từ vựng cuối cùng trong đơn vị thanh điệu, do trong tiếng Anh, thông tin mới được đặt ở cuối. Ví dụ: trong đoạn hội thoại, ở dòng 4 của người nói RP: |'ti: wə 'bi'ləvli| có âm tiết điệu tính là ‘LOVly’ và đây là từ vựng cuối cùng trong đơn vị thanh điệu.

Một ví dụ về việc người Việt thích sử dụng thêm độ dài âm tiết, đọc to tiếng Anh, sử dụng giọng đều đều, gần như đơn điệu, không biến đổi cao độ một cách đầy đủ trong tiếng Anh được thể hiện trong đoạn hội thoại ở dòng 6 của người nói B. Ở đây, chức năng ngữ dụng của cách phát âm truyền đạt rằng người B rất vui khi dành thời gian cho người nói A. Vì vậy, chúng ta mong đợi sự thay đổi cao độ lớn hơn nhiều, đặc biệt là ở các từ. ‘pleasure’ và ‘all’, hơn những gì người nói B

thực sự diễn đạt.

4. KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ

4.1 Kết luận

Bài viết này cố gắng tìm hiểu những khó khăn mà người học tiếng Anh ở Việt Nam nói chung và ở trường ĐH Phan Thiết nói riêng gặp phải với phát âm tiếng Anh, nhấn mạnh các vấn đề chủ yếu liên quan đến các nguyên âm dài, nguyên âm ngắn và một số phụ âm cụ thể. Sau đó, người viết thảo luận về các vấn đề mà người học thường gặp phải khi học tiếng Anh ở khía cạnh ngữ điệu. Cuối cùng là một số ý kiến cho rằng việc dạy âm vị học nên được phục hồi bằng cách lồng ghép vào hoặc lấy làm trọng tâm của các hoạt động trong lớp học. Việc làm này sẽ giúp nâng cao nhận thức về các đặc điểm chính của âm vị học tiếng Anh và cung cấp cho sinh viên học tiếng Anh những công cụ để cải thiện khả năng nói của họ.

4.2 Hàm ý giáo dục

Nhìn chung, việc dạy phát âm ở Việt Nam nói chung vẫn còn chưa được chú trọng đúng mức, nhất là các sinh viên đại học Phan Thiết ở tỉnh và các địa phương xa trung tâm việc học tiếng Anh được coi như điều quý hiếm, về phần phát âm lại càng gặp khó khăn nhiều hơn vì ảnh hưởng âm giọng địa phương miền nam trung nam Việt Nam. Điều này có thể thấy qua thực trạng nhiều sách giáo khoa đưa vào chương trình dạy và học ở trường được biên soạn chủ yếu là về ngữ pháp hoặc từ vựng, và có thể là do hiệu ứng ngược từ hệ thống trường học Việt Nam không có bài kiểm tra nói cụ thể cho tiếng Anh. Kelly (2003:14) đề xuất rằng việc dạy phát âm trong lớp học có 3 hình thức:

a) Tích hợp – Trong đó phát âm là một phần thiết yếu của việc trình bày, phân tích và thực hành ngôn ngữ trong một bài học.

b) Sửa lỗi – Khi các khó khăn về phát âm, vướng mắc của người học được giải quyết ngay lập tức để đạt được thành công trong

hoạt động lớp học (phương pháp dạy phản ứng).

c) Luyện tập – Một đặc điểm cụ thể của phát âm được tách biệt và luyện tập, từ đó hình thành trọng tâm chính của bài học.

Vì bối cảnh giảng dạy là song ngữ nên các giảng viên có thể đoán trước được những vấn đề phát âm cụ thể mà người nói hai ngôn ngữ sẽ gặp phải. Tất nhiên, giảng viên dạy tiếng Anh cần có nền tảng lý thuyết ngôn ngữ và phát âm tốt. Tuy nhiên, giả sử rằng họ có được điều này, không có lý do gì giảng viên không thể kết hợp nhiều yếu tố hơn trong các bài học tích hợp hoặc bài học thực hành do Kelly đề xuất vào giáo trình giảng dạy hiện tại của họ. Đây là những lĩnh vực mà giảng viên người Việt dạy tiếng Anh nên tập trung vào:

4.2.1 Khắc phục lỗi về âm vị

Giảng viên nên cung cấp những lời giải thích sát thực cho học viên về cách thức và vị trí phát âm các nguyên âm, phụ âm khi họ thực hành phát âm sai, sử dụng biểu đồ phiên âm, luyện tập các âm và dạy các ký hiệu phiên âm từ sớm sẽ cung cấp cho người học công cụ phát âm hữu ích.

4.2.2 Khắc phục lỗi về trọng âm từ và câu

Khi nhắc đến từ vựng, Underhill (2005) gợi ý rằng giảng viên nên đặt ra các bộ câu hỏi nâng cao nhận thức, ví dụ: ‘Từ này có bao nhiêu âm tiết? Âm tiết nào được nhấn mạnh?’ Ngoài ra, giảng viên nên làm rõ trọng âm của từ để cho học sinh biết âm tiết nào mang trọng âm chính. Người học có thể thực hành gạch dưới hoặc đánh dấu các âm tiết được nhấn mạnh. Roach (2000) cũng

nhấn mạnh giá trị của việc lặp lại các câu có nhịp điệu, buộc người học phải tập trung vào việc làm cho các âm tiết không được nhấn mạnh trở nên yếu đi.

4.2.3 Luyện tập nói các dạng âm yếu

Roach (2000: 83) nhấn mạnh rằng ‘người học tiếng Anh cần học chỗ phát âm /ə/ chỗ nào phù hợp và chỗ nào không’, ông ủng hộ việc nghiên cứu các kiểu đánh vần thường tạo ra các âm tiết yếu. Nâng cao nhận thức của học viên về vị trí của các âm tiết yếu thông qua việc nghe và cho phép họ thực hành phát âm các dạng mạnh và yếu cũng có thể là một phần của các bài học ‘ngữ pháp’ tích hợp.

Nói tóm lại, các sinh viên thường mắc lỗi khi phát âm tiếng Anh với nhiều lý do. Là do bởi nhiều âm trong tiếng Anh không có trong tiếng Việt, kể đến là do bản chất khác nhau giữa hai ngôn ngữ, hầu như các sinh viên không quen với việc phát âm những âm đuôi và âm gió, nhất là trong những từ đa âm tiết và rời âm mạnh, yếu, to nhỏ. Việc hai hệ ngôn ngữ có những thành phần và quy tắc phát âm rất khác biệt gây ra rất nhiều khó khăn cho người học. Và điều này cũng ảnh hưởng đến kỹ năng nghe của sinh viên trong các kỳ thi chuẩn tiêu chí phát âm, hay lúc giao tiếp làm việc với người nước ngoài.

Với mục đích cải thiện khả năng phát âm, trước hết sinh viên cần hiểu rõ bản chất của hai ngôn ngữ và nhận thức được những lỗi phát âm mà mình đã hoặc có thể sẽ mắc phải. Quan trọng hơn cả, học viên cần chuẩn hóa từng âm trong tiếng Anh trước khi bắt đầu vào những bài học phức tạp.

Thông tin Tác giả

ThS. Bùi Thị Ngọc Lan (*Tác giả liên hệ). Khoa Ngoại ngữ, Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam.

Email: btnlan@upt.edu.vn

Thông tin bài báo

Ngày nhận bài: 18/01//2024

Ngày hoàn thiện biên tập: 17/02/2024

Ngày duyệt đăng: 24/02/2024

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Carr, P. (1999) English Phonetics and Phonology – An introduction. Oxford: Blackwell.
- Giegrich, H. J. (1992) English Phonology-An Introduction. Cambridge: CUP.
- Kelly, G. (2000) How to teach pronunciation. Harlow: Longman.
- Pennington, M.C. (1996) Phonology in English Language Teaching. London: Longman.
- Roach, P. (2000) English phonetics and phonology – A practical Course 3rd Edition. Cambridge: CUP.
- Roach, P. (2004) British English: Received Pronunciation. Journal of the International Phonetic Association, 34, p 239-245
- Swan and Smith (Eds.) (2001) – Learner English – A teacher's guide to interference and other problems. Cambridge: CUP.
- Underhill, A. (2005) Sound Foundations. Oxford: Macmillan.
- Yoon, B., & Pratt, K. L. (2023). Primary Language Impact on Second Language and Literacy Learning. The USA: Rowman & Littlefield.

APPENDIX A – DIALOGUE TRANSCRIPTION. (BLUE FOR FAST COLLOQUIAL RP / RED FOR STUDENT)

Line 1 Speaker A: Did you have a good journey yesterday?

|'dɪdʒu'əvə 'gʊd 'dʒɜːni 'jestədeɪ |
|'dɪd 'juː 'hep ə 'gu 'dʒəni 'jestədeɪ |

Line 2 Speaker B: Not too bad, just one short delay waiting in Manchester.

|nɒ'tuː 'bæd | 'dʒəs'wən'fɔːt dɪ'leɪ 'weɪtɪŋ 'ɪn 'mæn,tʃɪstər |
|nɒ'tu 'bed | 'dʒəs 'wʌn 'fɔt'di'leɪ 'weɪtɪŋ 'ɪn 'men,tʃestə |

Line 3 Speaker A: Good. Would you like something to drink? Tea, coffee?

|'gʊd. | wədʒə'laɪk'səmθɪŋtə 'drɪŋk |'tiː |'kɒfiː |
|'gʊd | 'w(g)ʊd 'ju 'laɪ 'səm'tɪŋ tu 'drɪŋ |'tiː'kɒ'fi |

Line 4 Speaker B: Tea would be lovely. Thank you.

|'tiː wə'bi'ləvli | 'θæŋ'kjuː |
|'tiː wʊl'bi'ləp 'li | 'θaŋ 'kjuː |

Line 5 Speaker A: It's great that we could meet today.

|'ɪts 'greɪt 'ðæt 'wɪ'kəp'miː tə'deɪ |
|'ɪts 'greɪt 'ðæt 'wɪ'kʊd 'mi'tu'deɪ |

Line 6 Speaker B: It's a real pleasure and it's not out of my way at all.

|'ɪtsə 'riːəl 'pleʒər |ən'ɪts 'nɑ'taʊ 'təv 'maɪ'weɪ jə 'tɔːl |
|'ɪt sə 'riəl ple'ʒə and 'ɪts 'nɒt 'aʊ 'tə maɪ 'weɪ ə'tɒl. |

Line 7 Speaker A: Oh, let me put the kettle on.

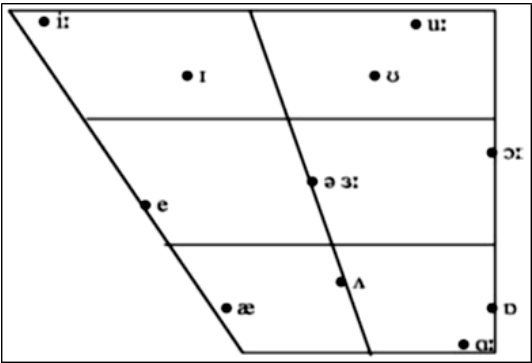
|'əʊ |'lep'miː 'pʊ'ðə 'ketl'ən. |
|'ə 'let 'mi 'pu ðə 'ke'təl'on |

Line 8 Speaker B: Yes, then we can catch up on what's been happening since last time.

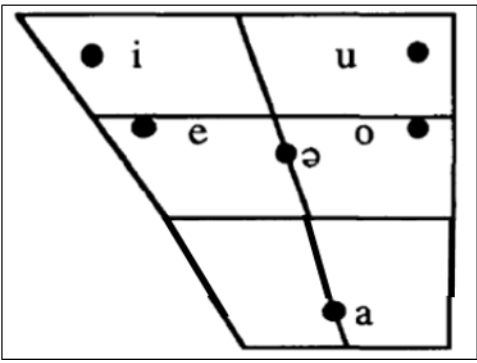
|'jes | 'ðen 'wɪkən'kætʃə'pənwəts 'bɪn 'hæpənɪŋ 'sɪns 'laːs 'taɪm |
|'jes 'ðen 'wɪ 'ken 'ke'tʃʌp 'on 'wɒts 'bɪn 'hepə'nɪŋ 'sɪns 'lɑːs'taɪm |

APPENDIX B – VOWEL SOUNDS

The RP vowel trapezium (Roach, 2004)



Vietnamese trapezium vowel



APPENDIX C – CONSONANT SOUNDS

Consonants in RP English (Roach, 2004)

Consonants

	Bilabial	Labiodental	Dental	Alveolar	Post-alveolar	Palatal	Velar	Glottal
Plosive	p b			t d			k g	
Affricate					tʃ dʒ			
Nasal	m			n			ŋ	
Fricative		f v	θ ð	s z	ʃ ʒ			h
Approximant	(w)				r	j	w	
Lateral approximant				l				

Consonants in Vietnamese (accd. to my own experience)

	Bilabial	Labiodental	Dental	Alveolar	Post-alveolar	Palatal	Velar	Glottal
Plosive	p b			t th đ	ch		k g	
Affricate								
Nasal	m			n	nh		ng	
Fricative		ph v		x gi	s			h
Approximant	qu				r	d	qu	
Lateral approximant				l				

A STUDY OF THE ENGLISH PRONUNCIATION OF VIETNAMESE STUDENTS AT UNIVERSITY OF PHAN THIET

Bui Thi Ngoc Lan^{1,*}

¹Faculty of Foreign Languages, University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam

Abstract: *This study aims to show the difficulties in English pronunciation that English learners in Vietnam encounter. The study involved 33 second-degree students at Phan Thiet University, who were provided with dialogues to practice and record. Their pronunciation was then analyzed and compared with the standard Received Pronunciation (RP). The study reveals significant differences between the two pronunciation styles, identifying common errors in pronunciation, word stress, and sentence stress. The paper suggests that phonics teaching should be integrated into teaching students' speaking skills. The paper also suggests strategies for teachers to help students overcome specific pronunciation challenges. This study provides valuable insights for English instructors and curriculum writers.*

Key words: *English pronunciation, phonetics, teaching phonetics, speaking skills*

Author Information:

MA. Bui Thi Ngoc Lan (*Corresponding author). Faculty of Foreign Languages, University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam.

Email: btnlan@upt.edu.vn

VỐN TÂM LÝ VÀ SỰ TRUNG THÀNH CỦA NHÂN VIÊN LÀM VIỆC TẠI CÁC CÔNG TY CÔNG NGHỆ

Nguyễn Ngọc Hoa Kỳ^{1,*}, Mai Hoàng Dung¹, Võ Mỹ Duyên²

¹Khoa Cơ bản, Trường Đại học Phan Thiết, Việt Nam

²Phòng Sau đại học, Trường Đại học Phan Thiết, Việt Nam

Tóm tắt: Trong bài nghiên cứu này, sự tương quan giữa sự hài lòng công việc của nhân viên và vốn tâm lý đã được khảo sát tổng thể. Nghiên cứu được thực hiện với đối tượng khảo sát là nhân viên các công ty thuộc lĩnh vực công nghệ. Việc khảo sát được thực hiện bằng phương pháp lấy mẫu thuận tiện với cỡ mẫu nghiên cứu chính thức là 195. Kết quả nghiên cứu cho thấy cả bốn thành phần của vốn tâm lý, bao gồm sự tự tin năng lực bản thân, sự hy vọng, sự lạc quan, sự kiên cường, và vốn tâm lý tổng thể của nhân viên đều có mối quan hệ dương với sự hài lòng công việc. Tuy nhiên, một điểm đáng chú ý là vốn tâm lý không tác động tích cực đến sự trung thành của nhân viên. Kết quả nghiên cứu thu được gợi ý cho người làm quản trị rằng cần xem vốn tâm lý của nhân viên như là nguồn lực để nâng cao hành vi và thái độ của họ đối với công việc. Trên cơ sở đó, nên chú trọng xây dựng bảng câu hỏi đo lường về vốn tâm lý sao cho phù hợp với nơi làm việc và thực hiện đo lường một cách định kỳ cũng như tổ chức các khóa học ngắn hạn để nâng cao vốn tâm lý cho nhân viên. Thêm vào đó, những hoạt động truyền thông nội bộ hai chiều nếu được thực hiện thiết thực cũng là một trong các biện pháp để xây dựng sự hài lòng công việc của các nhân viên.

Từ khóa: sự hài lòng công việc, sự trung thành của nhân viên, vốn tâm lý

1. GIỚI THIỆU

Vốn tâm lý, vốn con người và vốn xã hội là các loại hình vốn của một con người – nguồn lực quan trọng của doanh nghiệp và tạo ra lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp. Vốn con người là những kiến thức, kỹ năng, kinh nghiệm mà người lao động tích lũy được từ giáo dục và đào tạo, từ quá trình làm việc (Becker, 1993). Vốn xã hội, xuất phát từ lĩnh vực xã hội học, đề cập đến các mối quan hệ của cá nhân trong xã hội (Bourdieu, 1986), danh tiếng, sự công nhận và sự nhận biết lẫn nhau. Theo Luthans và Youssef (2004), vốn tâm lý là yếu tố tâm lý cốt lõi và mang tính tích cực, vượt trội hơn vốn con người và vốn xã hội trong việc đạt được lợi thế cạnh tranh cho tổ chức vì vốn tâm lý là một hình thức của nguồn lực chiến lược, ảnh hưởng trực tiếp tới hiệu quả làm việc của con người.

Cùng với thế giới, Việt Nam đang chứng kiến sự ảnh hưởng sâu sắc của quá trình chuyển đổi số ở tất cả các lĩnh vực trong cuộc sống. Cùng với tác động của đại dịch COVID-19, Internet và các nền tảng ứng dụng công nghệ đã nhanh chóng biến đổi hình thức làm việc truyền thống tại văn phòng, có các hình thức làm việc mới như làm việc từ xa, làm việc tại nhà, làm việc trực tuyến. Việc trong một thời gian ngắn, người lao động trong lĩnh vực công nghệ phải thích nghi nhanh chóng với môi trường làm việc số dạng làm việc ở nhà hoặc hybrid, bên cạnh các áp lực như phải có thiết bị công nghệ, thay đổi thói quen giao tiếp, lo lắng tình hình bệnh tật, đã ảnh hưởng không nhỏ tới tâm lý của người lao động nói chung và tâm lý làm việc nói riêng. Điều này ảnh hưởng trực tiếp đến một số yếu tố liên quan đến sự hài lòng tại nơi làm việc, hoặc gián

tiếp tác động đến ý định nghỉ việc hay tìm kiếm một cơ hội ngành nghề khác. Các nghiên cứu thời gian gần đây chỉ ra hiệu quả lao động của nhân viên nhiều ngành nghề đã giảm sút do vấn đề tâm lý người lao động, trong đó có lĩnh vực công nghệ (Priya Alat, 2021).

Dựa trên các lý do trên, mục tiêu của nghiên cứu này là phân tích tác động của vốn tâm lý tới sự hài lòng dẫn tới sự trung thành với công việc của nhân viên các công ty công nghệ trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh, từ đó kiến nghị các giải pháp nâng cao sự hài lòng, sự trung thành với công việc cho nhân viên tại các công ty thuộc lĩnh vực công nghệ. 1: Xác định các yếu tố thuộc về Vốn tâm lý tác động đến sự hài lòng và trung thành với công việc của nhân viên tại các công ty thuộc lĩnh vực công nghệ; 2: Đánh giá mức độ tác động của các yếu tố thuộc về Vốn tâm lý tác động đến sự hài lòng trong công việc, sự trung thành với công việc của nhân viên tại các công ty thuộc lĩnh vực công nghệ.

2. TỔNG QUAN CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1 Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1.1 Vốn tâm lý

Các loại hình vốn của con người là một trong các nguồn lực tạo ra lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp, bao gồm: vốn con người, vốn xã hội và vốn tâm lý. Trong lĩnh vực kiến thức về kinh tế, theo Becker (1993), vốn con người đề cập đến kiến thức, kỹ năng và khả năng của một cá nhân và có thể được nâng cao thông qua việc tích lũy kinh nghiệm hoặc tham gia vào các hoạt động giáo dục và đào tạo. Vốn xã hội, là khái niệm xuất phát từ lĩnh vực xã hội học, đề cập đến việc sở hữu tập hợp các nguồn lực thực tế hoặc tiềm năng được kết nối thông qua mạng lưới các mối quan hệ dựa trên sự quen biết lẫn nhau

và thừa nhận (Bourdieu, 1986). Tiếp theo đó, Luthans và Youssef (2004) đánh giá rằng vốn xã hội đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng vốn con người và có thể tạo ra lợi thế cạnh tranh bền vững. Tuy nhiên, giá trị của vốn con người và vốn xã hội mà một cá nhân sở hữu hiện tại không hẳn sẽ được duy trì về sau trong tương lai. Sự thay đổi liên tục trong nhu cầu của tổ chức về vốn con người và vốn xã hội là cần thiết để thích nghi với môi trường cạnh tranh và yêu cầu hoạt động của tổ chức. Vốn tâm lý có thể vượt trội hơn cả vốn con người và vốn xã hội (Luthans và cộng sự, 2005; Luthans và cộng sự, 2004).

Vốn tâm lý là một dạng của nguồn lực chiến lược, đang thu hút sự chú ý ngày càng tăng trong việc nghiên cứu về ảnh hưởng của nguồn lực chiến lược đối với hiệu suất làm việc của con người (Ardichvili, 2011). Vốn tâm lý cơ bản là hiện thân của con người và là tình trạng tâm lý tích cực quan trọng trong quá trình phát triển cá nhân (Avey, Luthans, và Jensen, 2009). Một cách khác, vốn tâm lý là khái niệm chỉ sự lạc quan trong tư duy và tâm trạng của một cá nhân đồng thời cũng ảnh hưởng đến việc cá nhân đó phát triển bản thân. Vốn tâm lý trả lời cho các câu hỏi “bạn là ai?” và “bạn có thể đạt được gì?” trong bối cảnh được xem xét dựa trên mặt phát triển tích cực (Avolio và Luthans, 2008). Nó được hình thành từ các nguồn lực tâm lý phù hợp nhất với các yếu tố được xác định, bao gồm sự hy vọng, sự tự tin, sự lạc quan và sự kiên cường (Luthans và Youssef, 2004; Luthans và cộng sự, 2007a).

Hiệu quả bản thân (Tự tin) là niềm tin vào năng lực hành động, ý chí, sự kiên trì và can đảm của cá nhân khi đối mặt với những thách thức, trở ngại; là mức độ mà một người có thể phát triển, huy động và nâng cao động lực, nỗ lực để hoàn thành tốt nhất các mục tiêu trong một bối cảnh nhất định (Bandura, 1997; Luthans và Youssef, 2004; Maddux, 2002; Luthans Avolio, 2003; Lopes và Cunha, 2005).

Hy vọng là mức độ tự tin mà các cá nhân có trong việc tạo ra các kế hoạch hiệu quả, có quyết tâm cao, ý chí kiên cường và đầu tư sức lực để đạt được mục tiêu (Snyder và cộng sự, 1991; Snyder, 2000; Luthans và cộng sự, 2005; Snyder, Rand and Sigmon, 2002; Lopez và cộng sự, 2003; Snyder và cộng sự, 1996; Lopes và Cunha, 2005).

Lạc quan là sự tin tưởng chắc chắn vào việc các điều kiện, các hoàn cảnh, môi trường sẽ ngày càng tích cực, thuận lợi. Mọi người ghi nhận sự thành công đối với bản thân, tránh xa tâm lý khỏi những sự kiện tiêu cực và nuôi dưỡng bản thân bằng sự tự tin và nhiệt tình (Luthans và Youssef, 2004; Martin-Krumm, Sarrzon, Peterson, và Famose, 2003; Scheier và Carver, 2003; Lopes và Cunha, 2005; Seligman, 1990).

Khả năng phục hồi là khả năng tái ổn định sau nghịch cảnh và chấp nhận thực tế như nó vốn có, tin rằng cuộc sống có thể được sống một cách có ý nghĩa; là khả năng ứng biến và thích ứng với những thay đổi, ít để bản thân căng thẳng, vượt qua những khó khăn, trở ngại về nghị lực; là nghị lực và phục hồi sau những tình huống xung đột và bất lợi, duy trì sự cân bằng và gia tăng trách nhiệm; là khả năng lập kế hoạch tương lai dựa trên những khó khăn hiện tại, hướng đến kết quả tốt, bất chấp các mối đe dọa tiềm tàng (Luthans và Youssef, 2004; Rodriguez, 2005; Barlach và Lisete, 2005; Anaut và Marie, 2005; Masten, 2001).

2.1.2 Sự hài lòng trong công việc

Có thể lý giải sự hài lòng trong công việc là phản ứng cảm xúc đối với các yếu tố như kỳ vọng cá nhân về kết quả công việc, các yếu tố như tiền lương, cơ hội thăng tiến, sự tự hào với công việc, môi trường làm việc, bản chất công việc và mối quan hệ với đồng nghiệp (Luthans, 1998). Nghiên cứu của Fisher (2003) cũng nêu rằng sự hài lòng trong công việc là mức độ thích hợp của công việc với nhu cầu, mong muốn và kỳ vọng của nhân viên. Theo quan điểm này, sự

hài lòng đối với công việc được xác định khi giá trị thực tế nhận được sau khi thực hiện công việc vượt qua kỳ vọng ban đầu.

Theo nghiên cứu trước đây của Luthans (1998), sự hài lòng công việc có thể được giải thích là phản ứng mang tính cảm xúc và là kỳ vọng cá nhân về kết quả cũng như các khía cạnh liên quan đến công việc, bao gồm tiền lương, sự thăng tiến, bản thân công việc, cơ sở vật chất, bản chất công việc, đồng nghiệp. Fisher (2003) cũng nhận định rằng sự hài lòng công việc là sự đánh giá về mức độ phù hợp giữa công việc của nhân viên với nhu cầu và kỳ vọng của cá nhân họ. Trong điều kiện sự kỳ vọng và các giá trị nhận được khác biệt nhau mang tính thực nghiệm, sự hài lòng đối với công việc có thể được xác định khi giá trị nhận được thực tế sau khi thực hiện công việc cao hơn sự kỳ vọng lúc ban đầu.

Locke (1969) cho rằng nhân viên có thể nhận thức được sự hài lòng hoặc không hài lòng ở những công việc khác nhau hoặc các khía cạnh khác nhau của cùng một công việc. Đây đều là những cảm xúc phức tạp xuất phát từ công việc, do đó, sự hài lòng của nhân viên liên quan đến thái độ và cảm xúc của chính nhân viên với công việc. Mức độ hài lòng cao là dấu hiệu cho thấy tình trạng tinh thần tốt của người lao động và những tác động tốt tới năng lực làm việc của họ trong tổ chức (Kalleberg, 1977). Do đó, mức hài lòng cao sẽ đóng góp vào sự thành công của tổ chức, trong khi đó, mức độ hài lòng thấp của nhân viên có thể gây tổn hại của hoạt động của đơn vị (Al-Sada và các cộng sự, 2017). Sự hài lòng của nhân viên đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao năng suất và hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp (Kalleberg, 1977). Như vậy, sự hài lòng trong công việc chính là một yếu tố quyết định đến hiệu quả công việc của nhân viên cũng như của tổ chức.

2.1.3 Sự trung thành trong công việc

Sự trung thành của một nhân viên là cảm

giác của cá nhân thuộc về công ty và đội ngũ đồng nghiệp, những người mà họ muốn giúp đỡ và sẵn sàng hỗ trợ, sẵn lòng ở lại công ty trong thời kỳ khủng hoảng, truyền bá thông tin tốt đẹp về tổ chức, v.v. (Varona, 2002). Sự trung thành với tổ chức có thể được định nghĩa là mức độ mà các cá nhân cảm thấy là một phần của tổ chức (Mihalic, 2008). Lòng trung thành của nhân viên tồn tại trong công ty, khi nhân viên tin tưởng vào mục tiêu của công ty, chấp nhận mục tiêu của mình, làm việc vì lợi ích chung và muốn ở lại công ty. Sự gắn bó với công ty được phát triển trong hoàn cảnh đồng nhất với công ty. Sự trung thành của nhân viên có thể là một cấu trúc nhiều mặt, được đặc trưng bởi sự đồng nhất của nhân viên với sứ mệnh của công ty và với đạo đức làm việc.

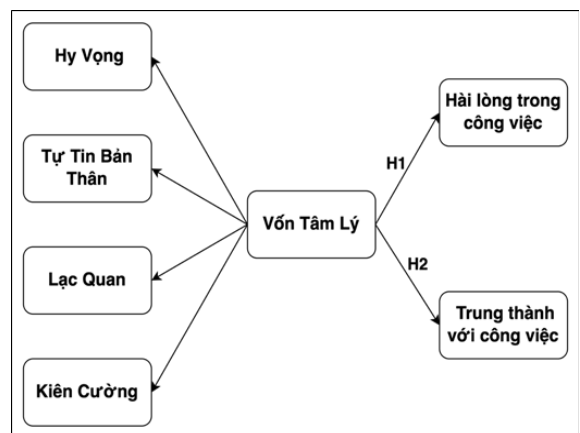
Sự trung thành với công việc đóng vai trò quan trọng trong việc quản lý nhân sự. Ở khía cạnh cá nhân, sự trung thành này ảnh hưởng đến cảm giác an toàn, hiệu suất làm việc, sự hài lòng công việc, cũng như hành vi của cá nhân trong doanh nghiệp. Ở khía cạnh tổ chức, sự trung thành liên quan đến năng suất lao động, sự hài lòng khách hàng, cam kết của nhân viên, tăng trưởng tài chính, cũng như thành công trong kinh doanh (Fatih Ceitin, 2011). Thêm vào đó, sự kết nối giữa tâm lý của nhân viên và lòng trung thành công việc rất quan trọng trong việc nâng cao khả năng cạnh tranh của tổ chức.

2.1.4 Mô hình nghiên cứu

Trong khoảng thời gian từ 2005 đến năm 2020, đã có nhiều nghiên cứu được tiến hành nhằm khảo sát về sự tương quan của vốn tâm lý với các thái độ làm việc và hiệu quả công việc của nhân viên, với sự hài lòng công việc cũng như sự gắn kết với tổ chức của nhân viên, sự căng thẳng của nhân viên và cũng như ý định nghỉ việc được công bố. Nhiều nghiên cứu đã xem xét mối quan hệ giữa vốn tâm lý và thái độ của nhân viên thấy rằng cá nhân có vốn tâm lý cao có mức độ hài lòng với công việc và trung thành với tổ chức

cao hơn (Abbas và cộng sự 2014; Ali và Ali 2014; Kaplan và Bickes 2013; Kwok và cộng sự 2015; Larson và Luthans 2006; Luthans và Jensen 2005; Luthans và cộng sự 2007a, 2008c; Ngo và cộng sự 2014; Pouramini và Fayyazi 2015). Ngoài ra, cũng không thể bỏ qua sự ảnh hưởng của tâm lý đối với tự tin, hài lòng, hạnh phúc và cam kết của nhân viên, cũng như sự nỗ lực làm việc của họ. Khi nhân viên cảm thấy hạnh phúc, họ sẽ trở nên yêu thích, say mê và tận tâm hơn với công việc của mình. Được truyền cảm hứng bởi sứ mệnh của công ty hoặc tổ chức, họ sẽ cùng nhau vượt qua những thách thức và hướng tới mục tiêu chung của tổ chức.

Căn cứ vào cơ sở lý thuyết và kế thừa có chọn lọc các nghiên cứu liên quan, mô hình nghiên cứu được đề xuất như sau:



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

2.2 Phương pháp nghiên cứu

Thông qua việc khảo cứu tài liệu, nhóm tác giả dự thảo bảng câu hỏi nhập. Thông thường, có ba phiên bản hay được sử dụng để đo lường vốn tâm lý cá nhân, bao gồm PCQ-24, PCQ-12, và I-PCQ. Theo nghiên cứu trước đây, bảng câu hỏi PCQ-24 (Luthans, 2007) là phiên bản phổ biến nhất được ứng dụng. Trong nghiên cứu hiện tại, PCQ-24 đã được sử dụng để xây dựng thang đo vốn tâm lý. Bảng câu hỏi PCQ-24 bao gồm 24 câu phát biểu và đánh giá bốn nhân tố cơ bản của vốn tâm lý.

Đây là nghiên cứu định tính, được thực

hiện thông qua phỏng vấn sâu 05 chuyên gia (01 trưởng phòng nhân sự công ty gia công phần mềm, 01 phó phòng nhân sự công ty thuê ngoài pháp lý nhân sự, 2 nhân viên lĩnh vực IT có 5 năm thâm niên công tác và 01 thư ký công ty công nghệ thông tin) để góp ý, điều chỉnh bảng câu hỏi nháp hoặc xác định thêm những thành phần khác của các biến quan sát sao cho phù hợp với bối cảnh thực tế khảo sát tại các công ty công nghệ. Những góp ý đã được điều chỉnh trong bảng câu hỏi. Một nhóm 10 người khác là nhân viên tại các công ty công nghệ khác nhau đang

hoạt động trong nhiều lĩnh vực phần mềm và trí tuệ nhân tạo. Không có ý kiến thắc mắc hay góp ý nào về nội dung, ngữ nghĩa của các câu hỏi. Sau khi tiến hành thu thập dữ liệu, chúng tôi thu được 225 bảng, loại bỏ 30 bảng câu hỏi do có nhiều ô bỏ trống, sau đó sử dụng 195 bảng trả lời đưa vào phân tích số liệu. Bảng câu hỏi được thực hiện tại các công ty công nghệ thuộc khu vực công viên phần mềm Quang Trung và Khu Công Nghệ Cao thành phố Hồ Chí Minh từ tháng 6 đến tháng 9 năm 2021. Phần mềm xử lý số liệu là SPSS 20.0 và phần mềm AMOS.

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1 Kết quả nghiên cứu

3.1.1 Mô tả mẫu nghiên cứu

Bảng 1. Thống kê mô tả dữ liệu

Đặc điểm mô tả		Số lượng	%
Tuổi	18-30	89	45,6%
	31- 40	58	29,7%
	41-50	35	17,9%
Giới tính	Trên 50	13	6,6%
	Nam	51	26%
	Nữ	144	74%
Trình độ	Đại học	119	61%
	Thạc sĩ	54	27,7%
	Tiến sĩ	17	8,7%
	Khác	5	2,5%
Vị trí công tác	Lãnh đạo phòng ban	12	6,1%
	Nhân viên các phòng ban có liên quan đến công nghệ	131	67%
	Nhân viên các phòng ban không liên quan đến công nghệ	52	26,6%
Thâm niên công tác	Dưới 1 năm	42	21,5%
	1-5 năm	96	49,2%
	5-10 năm	49	25,1%
	Trên 10 năm	8	4,1%

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp từ phần mềm SPSS

3.1.2 Thống kê mô tả

Bảng 2: Thống kê mô tả số liệu

	Tổng số mẫu	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn
Hyvong1	195	1	5	3,79	,930
Hyvong2	195	1	5	4,00	1,010
Hyvong3	195	1	5	3,81	,915
Hyvong4	195	1	5	3,83	1,010
Hyvong5	195	1	5	3,78	,933
Hyvong6	195	1	5	3,75	,980
Hailongcongviec1	195	1	5	3,76	,888
Hailongcongviec2	195	1	5	4,01	,876
Hailongcongviec3	195	1	5	3,87	,869
Hailongcongviec4	195	1	5	3,78	,899
Tutinbanthan1	195	1	5	4,12	,813
Tutinbanthan2	195	1	5	4,14	,849
Tutinbanthan3	195	1	5	4,11	,872
Tutinbanthan4	195	1	5	4,14	,841
Tutinbanthan5	195	1	5	3,89	,933
Tutinbanthan6	195	1	5	3,85	,893
Lacquan1	195	1	5	3,44	,952
Lacquan2	195	1	5	3,39	,898
Lacquan3	195	1	5	3,48	,839
Lacquan4	195	1	5	3,49	,833
Lacquan5	195	1	5	3,29	,915
Lacquan6	195	1	5	2,81	1,071
Trungthanhcongviec1	195	1	5	3,02	1,079
Trungthanhcongviec2	195	1	5	3,21	1,088
Trungthanhcongviec3	195	1	5	2,92	1,130
Trungthanhcongviec4	195	1	5	3,11	1,024
Trungthanhcongviec5	195	1	5	2,97	,911
Trungthanhcongviec6	195	1	5	3,43	,861
KienCuong1	195	1	5	3,26	,939
KienCuong2	195	1	5	3,52	,904
KienCuong3	195	1	5	3,55	,931
KienCuong4	195	1	5	3,56	,879
KienCuong5	195	1	5	3,53	,927
KienCuong6	195	1	5	3,76	,888

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp từ phần mềm SPSS

3.1.3. Kiểm tra độ tin cậy thang đo bằng Cronbach' Alpha

Hệ số tin cậy Cronbach's Alpha của thang đo hài lòng của nhân viên các công ty thuộc lĩnh vực công nghệ là 0,874 (> 0,6). Mục các chỉ số Cronbach's Alpha của các biến nhân

tố thành phần của vốn tâm lý bao gồm hy vọng, tự tin bản thân, lạc quan và sự kiên cường đều có giá trị lớn hơn 0,8 (tương ứng với giá trị 0,913; 0,925; 0,816 và 0,827). Như vậy tất các các thang đo của biến trong bài nghiên cứu này đều đảm bảo độ tin cậy.

Bảng 3. Độ tin cậy thang đo

Biến	Số biến quan sát	Alpha
Hy vọng	6	0,913
Sự tự tin bản thân	6	0,925
Hài lòng công việc	4	0,874
Lạc quan	6	0,816
Trung thành công việc	6	0,837
Sự kiên cường	6	0,827

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp từ phần mềm SPSS

3.1.4. Phân tích các nhân tố xác định

Chỉ số model fit

Phân tích CFA biểu thị mọi thành phần con của vốn tâm lý là 4 thành phần theo góc độ lý thuyết và qua kiểm định cũng chấp nhận 4 thành phần của vốn tâm lý vì các hệ số kiểm định thống kê đều đạt yêu cầu với kết quả cụ thể là TLI = 0,929 > 0,9; CFI = 0,939 > 0,9 và RMSEA = 0,059 < 0,08; CMIN/df = 1,675 < 5.

Kiểm tra giá trị hội tụ

Giá trị hội tụ đạt được nếu tải hệ số cho mỗi mục lớn hơn hoặc bằng 0,5 và Phương sai trung bình được trích xuất (AVE) lớn hơn 0,5. Thứ nhất, tất cả các yếu tố tải đều nằm trong khoảng từ 0,516 đến 0,716 (Bảng 4). AVE thấp nhất là kiên cường (tương ứng là 0,516) và AVE cao nhất là sự lạc quan (0,716). Các AVE khác lớn hơn 0,5. Những số liệu này cho thấy một giá trị hội tụ tốt.

Bảng 4. Giá trị hội tụ

	CR	AVE	MSV	MaxR(H)
Kiencuong	0,841	0,516	0,310	0,849
Tutinbanthan	0,922	0,664	0,578	0,932
Hyvong	0,912	0,633	0,578	0,916
Lacquan	0,909	0,716	0,339	0,915
Trungthanhcongviec	0,847	0,525	0,310	0,850
Hailongcongviec	0,876	0,641	0,388	0,885

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp từ kết quả phân tích

Kiểm tra giá trị phân biệt

Độ phân biệt của mỗi cấu trúc có thể được đo lường thông qua các chỉ số và ngưỡng sau: AVE > r²; Phương sai chia sẻ tối đa

MSV < AVE; Phương sai chia sẻ trung bình ASV < AVE. Các kết quả dưới đây phản ánh rằng tất cả các tiêu chí đều được đáp ứng. Do đó, sự phân biệt đạt được.

Bảng 5. Giá trị phân biệt

	Kiencuong	Tutinbanthan	Hyvong	Lacquan	Trungthanh congviac	Hailong congviac
Kiencuong	0,718					
Tutinbanthan	0,340	0,815				
Hyvong	0,319	0,760	0,796			
Lacquan	0,071	0,492	0,582	0,846		
Trungthanhcongviac	0,557	0,013	-0,042	0,189	0,725	
Hailongcongviac	0,472	0,623	0,608	0,343	0,280	0,800

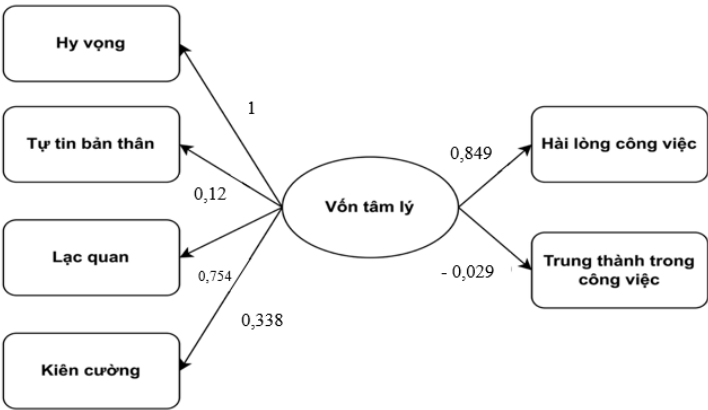
Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp từ kết quả phân tích

Phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính

Nghiên cứu đã chỉ ra các mối quan hệ dương và có ý nghĩa thống kê giữa Vốn tâm lý và Sự hài lòng trong công việc; Vốn tâm lý và Sự trung thành trong công việc là không có ý nghĩa thống kê ở độ tin cậy 95%. Do đó, các mối quan hệ này bị loại bỏ để có thể tìm được mô hình tốt hơn.

Những mối quan hệ không có ý nghĩa thống kê sẽ bị loại bỏ khỏi mô hình, mô

hình cấu trúc cuối cùng với 389 bậc tự do; chi – square/df = 1,864 < 2; TLI = 0,910; CFI = 0,919 và RMSEA = 0,067 < 0,08. Với kết quả phân tích có được, với độ tin cậy 95% thì tất cả các quan hệ này đều có ý nghĩa thống kê (ngoài trừ biến sự trung thành với công việc). Các trọng số chưa chuẩn hóa và các trọng số chuẩn hóa đều dương, điều này chứng tỏ các mối quan hệ này là các mối quan hệ thuận chiều.



Hình 2. Kết quả phân tích SEM

Bảng 6. Kết quả ước lượng về mối quan hệ nhân quả giữa các khái niệm (mô hình SEM)

	Mối quan hệ	Trọng số chưa chuẩn hoá	SE	CR	P-value	Trọng số chuẩn hoá
Sự tự tin	← Vốn tâm lý	1,000	0,844	5,285	***	0,844
Hy vọng	← Vốn tâm lý	1,200	0,129	7,690	***	0,129
Lạc quan	← Vốn tâm lý	0,754	0,112	8,441	***	0,112
Kiên cường	← Vốn tâm lý	0,338	0,087	7,690	***	0,087
Trung thành công việc	← Vốn tâm lý	-0,029	0,102	4,888	,775	0,102
Hài lòng công việc	← Vốn tâm lý	0,849	0,110	4,924	***	0,110

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp từ kết quả phân tích

Thêm vào đó, kết quả cũng chỉ ra vốn tâm lý của nhân viên các công ty thuộc lĩnh vực công nghệ được cấu thành bởi 4 yếu tố cơ bản: sự tự tin khi thực hiện công việc, sự hy vọng về môi trường và công việc hiện tại, sự lạc quan về công việc và tổ chức họ đang tận tụy phục vụ và cống hiến. Cuối cùng, sự kiên cường khi đối mặt với khó khăn trong công việc cũng góp phần xây dựng nên vốn tâm lý cho nhân viên các công ty thuộc lĩnh vực công nghệ.

3.2. Thảo luận kết quả

Các công ty thuộc lĩnh vực công nghệ hiện được xem là một trong những điểm sáng trong việc đóng góp đến nền kinh tế tri thức. Các nhân viên đóng một vai trò quan trọng trong việc hình thành và phát triển chất lượng và hình ảnh của các công ty thuộc lĩnh vực công nghệ Việt Nam như ngày hôm nay. Vì vậy, nghiên cứu này tập trung tìm hiểu mối quan hệ của vốn tâm lý tổng thể và 4 yếu tố cấu thành nên loại vốn này bao gồm: sự lạc quan, sự kiên cường, niềm hy vọng và sự tin bản thân và biến sự hài lòng trong công việc của nhân viên các công ty thuộc lĩnh vực công nghệ. Tổng quan cho thấy, kết quả nghiên cứu thu được ủng hộ tất cả các giả thuyết đã đặt ra, ngoại trừ không có quan hệ ý nghĩa thống kê giữa vốn tâm lý và sự trung thành trong công việc. Tại cấp độ tổng thể của mô hình nghiên cứu, vốn tâm lý được xác định là yếu tố quan trọng đối với sự hài lòng trong công việc của nhân viên. Dưới góc nhìn này, giả thuyết H1 được đánh giá và chứng minh bởi nhiều nghiên cứu trước, bao gồm Jung và Yoon (2015), Aminikhah, Khaneghah, và Naghdian (2016). Ngoài ra, ở cấp độ các yếu tố cụ thể của vốn tâm lý, sự tự tin trong năng lực cá nhân, sự hy vọng, sự lạc quan, và sự kiên cường cũng được phát hiện là có tác động tích cực đến vốn tâm lý của nhân viên. Những kết quả này đồng nhất với những nghiên cứu trước đó của của Kwok, Cheng, và Wong (2015).

Khi xem xét tác động của từng yếu tố

trong vốn tâm lý của nhân viên, ta thấy rằng sự tự tin của họ có tác động mạnh nhất ($B = 0,844$) nhưng sự kiên cường của họ lại có tác động yếu nhất ($B = 0,087$). Đối với những người tham gia nghiên cứu, có thể giải thích rằng việc đối diện với những tình huống tiêu cực như thất bại hay khó khăn sẽ ảnh hưởng lớn nhất đến sự hài lòng với công việc của họ. Trong khi đó, khả năng thích nghi và vượt qua thất bại không ảnh hưởng nhiều đến việc họ đánh giá hài lòng hay không hài lòng với công việc của mình.

Nghiên cứu cũng cho thấy vốn tâm lý không có ý nghĩa nhiều đối với lòng trung thành của nhân viên của các công ty thuộc lĩnh vực công nghệ. Thực tế cho thấy, việc trung thành của một nhân viên ngoài vốn tâm lý ra còn các yếu tố động lực làm việc khác tác động đến sự trung thành của họ trong một tổ chức như lương thưởng, vai trò của người lãnh đạo, môi trường làm việc hoặc khả năng tham gia ra quyết định.

4. KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

4.1. Kết luận

Trong công trình này, mối liên hệ giữa vốn tâm lý và sự hài lòng công việc của nhân viên đã được nghiên cứu ở mức tổng thể, trong đó vốn tâm lý là khái niệm bậc cao và được đánh giá về cấu trúc ở cả mức thành phần của nó.

Nghiên cứu tập trung vào hai khía cạnh chính là mô hình đo lường và mô hình lý thuyết. Đối tượng tham gia khảo sát trong nghiên cứu là nhân viên đang làm việc tại các công ty công nghệ. Phương pháp lấy mẫu thuận tiện đã được áp dụng trong quá trình nghiên cứu với cỡ mẫu chính thức là 195 người. Trong nghiên cứu này, thang đo vốn tâm lý bao gồm 30 biến cố quan sát, trong đó bốn thành phần chính là sự tự tin vào khả năng cá nhân, hi vọng, lạc quan, và kiên cường. Thang đo sự hài lòng với công việc có 04 biến quan sát, trong khi sự trung thành với công việc có 6 biến. Kết quả của

nghiên cứu cho thấy rằng cả bốn thành phần vốn tâm lý và tổng thể vốn tâm lý của nhân viên đều có mối liên hệ tích cực với sự hài lòng với công việc của họ. Tuy nhiên, đáng chú ý là vốn tâm lý không ảnh hưởng tích cực đến sự trung thành của nhân viên.

4.2. Kiến nghị

Kết quả nghiên cứu đạt được có thể gợi ý một số khuyến nghị cho các nhà quản trị nhằm mục đích nâng cao vốn tâm lý và sự hài lòng công việc của nhân viên. Cần nhận thức rằng vốn tâm lý của nhân viên là nguồn lực quan trọng để tăng cường thái độ và hành

vi làm việc. Việc xây dựng bảng câu hỏi để đo lường vốn tâm lý một cách khách quan và phù hợp với tổ chức, sau đó thực hiện đánh giá định kỳ và tổ chức các khóa đào tạo ngắn hạn nhằm tăng cường vốn tâm lý cho nhân viên là điều quan trọng. Hơn nữa, sự hài lòng công việc của nhân viên dựa trên sự phù hợp giữa công việc và nhu cầu lẫn mục tiêu cá nhân của họ. Vì vậy, việc thực hiện hoạt động truyền thông nội bộ hai chiều hiệu quả và thiết thực là một trong những biện pháp quan trọng để xây dựng sự hài lòng công việc cho nhân viên.

Thông tin tác giả:

ThS. Nguyễn Ngọc Hoa Kỳ (**Tác giả liên hệ*), Khoa Cơ bản, Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam.

Email: nnhky@upt.edu.vn

ThS. Mai Hoàng Dung, Khoa Cơ bản, Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam.

Email: mhdung@upt.edu.vn

ThS. Võ Mỹ Duyên, Phòng Sau đại học, Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam.

Email: vmduyen@upt.edu.vn

Ghi chú

Các tác giả đã xác nhận không có tranh chấp về lợi ích về tài chính đối với bài báo này.

Thông tin bài báo

Ngày nhận bài: 16/02/2024

Ngày hoàn thiện biên tập: 27/02/2024

Ngày duyệt đăng: 27/02/2024

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Abbas, M., Raja, U., Darr, W., & Bouckenooghe, D. (2014). Combined effects of perceived politics and psychological capital on job satisfaction, turnover intentions, and performance. *Journal of Management*, 40(7), 1813-1830.

Abdel-Khalek, A., & Snyder, C. (2007). Correlates and predictors of an Arabic translation

of the Snyder Hope Scale. *The Journal of Positive Psychology*, 2(4), 228-235.

Akın, U., Aydın, İ., Erdoğan, Ç., & Demirkasımoğlu, N. (2013). Emotional labor and burnout among Turkish primary school teachers. *The Australian Educational Researcher*, 41(2), 155-169. <https://doi.org/10.1007/s13384-013-0138-4>

Alat, P., Das, S. S., Arora, A., & Jha, A. K. (2021). Mental health during COVID-19 lockdown in India: Role of psychological capital and internal locus of control. *Current Psychology*, 1-13.

Aldridge, J. M., & Fraser, B. J. (2016). Teachers' views of their school climate and its relationship with teacher self-efficacy and job satisfaction. *Learning Environments Research*, 19(2), 291-307.

Ardichvili, A. (2011). Invited Reaction: Meta-Analysis of the Impact of Psychological Capital on Employee Attitudes, Behaviors, and Performance. *Human Resource Development Quarterly*, 22(2), 153-156.

Avons, S. E., Wragg, C. A., Cupples, W. L., & Lovegrove, W. J. (1998). Measures of phonological short-term memory and their relationship to vocabulary development. *Applied Psycholinguistics*, 19(4), 583-601.

Broad, J. D., & Luthans, F. (2020). Positive resources for psychiatry in the fourth industrial revolution: building patient and family focused psychological capital (PsyCap). *International Review of Psychiatry*, 32(7-8), 542-554.

Carpiano, R. M. (2006). Toward a neighborhood resource-based theory of social capital for health: can Bourdieu and sociology help? *Social science & medicine*, 62(1), 165-175.

Çetin, F. (2011). The effects of the organizational psychological capital on the attitudes of commitment and satisfaction: A public sample in Turkey. *European Journal of Social Sciences*, 21(3), 373-380.

Dinh Tho, N., Dong Phong, N., & Ha Minh Quan, T. (2014). Marketers' psychological capital and performance. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 6(1), 36-48. <https://doi.org/10.1108/apjba-04-2013-0026>

Hà, N. M., & Trung, N. T. (2020). Vốn tâm lý: Lý thuyết và thang đo. *Kinh Tế và Quản Trị Kinh Doanh*, 13(3), 138-152. <https://doi.org/10.46223/HCMCOUJS.econ.vi.13.3.503.2018>

Kaliska, P. (2002). A comprehensive study identifying the most effective classroom management techniques and practices.

Kun, A., & Gadanez, P. (2019). Workplace happiness, well-being and their relationship with psychological capital: A study of Hungarian Teachers. *Current Psychology*, 41(1), 185-199. <https://doi.org/10.1007/s12144-019-00550-0>

Luthans, F., & Youssef, C. M. (2004). Human, social, and now positive psychological capital management: Investing in people for competitive advantage.

Luthans, F., Avolio, B. J., Avey, J. B., & Norman, S. M. (2007). Positive psychological capital: Measurement and relationship with performance and satisfaction. *Personnel psychology*, 60(3), 541-572.

Luthans, F., Norman, S. M., Avolio, B. J., & Avey, J. B. (2008). The mediating role of

psychological capital in the supportive organizational climate—employee performance relationship. *Journal of organizational behavior: The international journal of industrial, occupational and organizational psychology and behavior*, 29(2), 219-238.

Nafukho, F. M., Hairston, N., & Brooks, K. (2004). Human capital theory: Implications for human resource development. *Human Resource Development International*, 7(4), 545-551.

Nguyen, T. D., & Nguyen, T. T. M. (2011). Psychological Capital, Quality of Work Life, and Quality of Life of Marketers. *Journal of Macromarketing*, 32(1), 87-95. <https://doi.org/10.1177/0276146711422065>

Polizzi Filho, A., & Claro, J. A. C. S. (2019). The Impact of Well-Being at Work and Psychological Capital over the Turnover Intention: A Study of Teachers. RAM. *Revista de Administração Mackenzie*, 20(2). <https://doi.org/10.1590/1678-6971/eramg190064>

Riley, R., & Weiss, M. C. (2016). A qualitative thematic review: emotional labour in healthcare settings. *Journal of advanced nursing*, 72(1), 6-17.

Springer, G. J. (2011). A study of job motivation, satisfaction, and performance among bank employees. *Journal of Global Business Issues*, 5(1), 29.

Tho, N. D. (2017). A Configurational Role of Human Capital Resources in the Quality of Work Life of Marketers: FsQCA and SEM Findings from Vietnam. *Applied Research in Quality of Life*, 13(2), 461-478. <https://doi.org/10.1007/s11482-017-9535-6>

Tosten, R., Toprak, M., & Lin, T.-B. (2017). Positive psychological capital and emotional labor: A study in educational organizations. *Cogent Education*, 4(1). <https://doi.org/10.1080/2331186x.2017.1301012>

Vui, V. N., Nguyen, P. P. H., Nguyen, T. S., Nguyen, N. T. K., Huynh, A. D. T., & Ha, G. K. N. (2020). The Effects of Psychological Capital, Personality on Hotel Staff Working Engagement at Ho Chi Minh City. *The Scientific Journal of Tra Vinh University*, 1(37), 12-23. <https://doi.org/10.35382/18594816.1.37.2020.374>

Zembylas, M., & Papanastasiou, E. (2004). Job satisfaction among school teachers in Cyprus. *Journal of Educational Administration*.

PSYCHOLOGICAL CAPITAL AND LOYALTY OF EMPLOYEES WORKING AT TECHNOLOGY COMPANIES

Nguyen Ngoc Hoa Ky^{1,*}, Mai Hoang Dung¹, Vo My Duyen²

¹Faculty of Basic Sciences, University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam

²Department of Postgraduate Management, University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam

Abstract: *In this study, the relationship between job satisfaction and the psychological capital of employees was comprehensively investigated. This work was conducted with employees working at technology companies. The survey was carried out using the convenience sampling method, with an official research sample size of 195. The obtained results indicate that all four components of psychological capital, including self-efficacy, hope, optimism, and resilience, along with the overall psychological capital of employees, have a positive relationship with job satisfaction. Remarkably, psychological capital, however, does not positively impact employee loyalty. These results suggest that managers should recognize employees' psychological capital as a resource to improve their attitudes and behaviors toward work. Based on that, they need to focus on building a questionnaire to measure objective psychological capital, suitable for the organization and periodically carry out measurement as well as organize short-term training courses to improve psychological capital for employees. In addition, practical two-way internal communication activities are also one of many measures for organizations to create employee job satisfaction.*

Keywords: *employee loyalty, job satisfaction, psychological capital*

Author Information:

M.B.A. Nguyen Ngoc Hoa Ky (*Corresponding author), Faculty of Basic Sciences, University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam.

Email: nnhky@upt.edu.vn

Mai Hoang Dung, Faculty of Basic Sciences, University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam.

Email: mhdung@upt.edu.vn

Vo My Duyen, Department of Postgraduate Management, University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam. Email: vmduyen@upt.edu.vn

Notes

The authors declare no competing financial interests.

HƯỚNG DẪN VỀ ĐỊNH DẠNG CHO BÀI BÁO NGHIÊN CỨU KHOA HỌC TRÊN TẠP CHÍ UPTJS (SIZE 20, IN HOA, IN ĐẬM)

Tác giả thứ nhất¹, Tác giả thứ hai^{2,*} (Size 12, In đậm) Không viết tắt

¹*Khoa, Tên Trường, Quốc gia (Size 10 & in nghiêng)*

²*Khoa, Tên Trường, Quốc gia khác (Size 10 & in nghiêng)*

(Những người có quyền tác giả và được ghi tên trong bài viết sẽ được xem là đồng tác giả. Người viết chính có thể là tác giả liên hệ hoặc không. Tác giả liên hệ sẽ đại diện cho nhóm tác giả để trao đổi các vấn đề liên quan đến bài viết và được thêm dấu (*). Thứ tự ghi tên cần được thỏa thuận giữa các đồng tác giả.)

Tóm tắt: (Size 12 & In nghiêng) Các tác giả chuẩn bị bài viết để xuất bản trên Tạp chí UPTJS xin vui lòng tham khảo trang này để hiểu rõ về quy định định dạng của Tạp chí. Đối với bài viết sắp được xuất bản, tác giả cần tuân thủ các hướng dẫn trong mẫu này. Trang này có thể được sử dụng như một hướng dẫn hoặc mẫu để nhập nội dung của tác giả. Phần tóm tắt cần được viết rõ ràng nêu bật những điểm độc đáo của công trình liên quan đến các lĩnh vực nghiên cứu. Đồng thời, phần này cũng cung cấp một cái nhìn tổng quan ngắn gọn về nghiên cứu. Phần tóm tắt nên có đôi nét về kết quả của lĩnh vực, không được chứa tài liệu tham khảo, hình ảnh hoặc bảng biểu. Không nên quá 250 từ trong phần này.

Từ khóa: (Size 12 & In nghiêng) từ 3-5 từ hoặc cụm từ, viết thường trừ tên riêng và cụm từ đặc biệt, cách nhau bằng dấu phẩy, sắp xếp theo thứ tự bằng chữ cái.

1. GIỚI THIỆU (SIZE 12, IN ĐẬM & CAPS)

Trong phần mở đầu không nên có các tiêu đề phụ. Phần này nên hạn chế số lượng các hình vẽ và chưa đề cập đến bất kỳ kết quả nào của nghiên cứu. Chúng tôi khuyến khích các tác giả gửi các bản thảo liên quan đến phạm vi và lĩnh vực nghiên cứu của Tạp chí. Các bài viết được viết hoàn toàn bằng tiếng Việt hoặc tiếng Anh và sử dụng trong định dạng này. Bản thảo gốc được lưu dưới dạng Microsoft Word (.doc) hoặc (.docx). Những sửa lỗi nhỏ và định dạng cuối cùng của bản thảo sẽ được thực hiện bởi ban biên tập. (Size 12 & Chữ thường)

2. TỔNG QUAN CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

(TIÊU ĐỀ TẦNG 1, SIZE 12, IN ĐẬM & CAPS)

2.1 Tiêu đề tầng 2 (Size 12, In đậm)

2.1.1 Tiêu đề tầng 3 (Size 12, In đậm & nghiêng)

Nội dung (Size 12): Khi trích dẫn trực tiếp, họ tên tác giả đặt ngoài ngoặc đơn, năm xuất bản đặt trong ngoặc đơn. Nếu nhiều tác giả thì nối với nhau bằng từ “và”, không dùng dấu “&”. Nếu nhiều hơn 3 tác giả, thống nhất cách viết như ví dụ: Davis và cộng sự (1989).

Khi trích dẫn gián tiếp, họ tên tác giả và năm xuất bản đặt trong ngoặc đơn.

Tác giả người Việt viết đầy đủ Họ và tên (hoặc theo tên đã công bố với tài liệu tiếng nước ngoài); Tác giả người nước ngoài chỉ ghi Họ.

2.2 Trình bày số liệu

Trong bài viết tiếng Việt, số liệu cần được Việt hóa, với định dạng thập phân sử dụng dấu phẩy “,” và dãy số được phân nhóm bằng dấu chấm “.”. Các thông số phân tích sau khi được Việt hóa cần đi kèm với thuật ngữ gốc tiếng Anh.

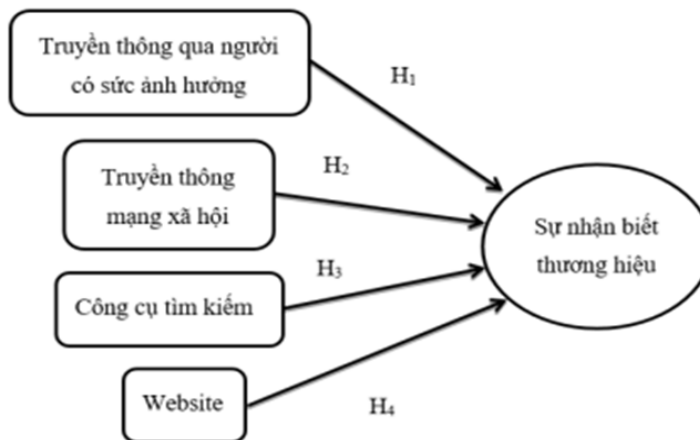
2.3 Đồ thị, bảng biểu, hình ảnh

Đồ thị, bảng biểu nên được gửi bằng hình vẽ gốc trắng đen đối với các khối ngành Khoa học Xã hội và màu đối với khối ngành Khoa học Tự nhiên nếu bảng màu trắng đen không thể hiện rõ hoặc làm sai lệch hàm lượng khoa học của nghiên cứu. Tác giả vui lòng gửi hình ảnh, cùng với một chú thích ngắn gọn, rõ ràng giải thích về hình ảnh, dưới dạng tệp bổ sung cho UPTJS cùng với bản thảo.

Viết hoa từ “Hình” kèm theo số hình. (Vd: Hình 1, Hình 2, v.v...). Để đảm bảo chất lượng, các hình vẽ, biểu đồ, sơ đồ, đồ thị và công thức trong bài viết cần được giữ nguyên định dạng hoặc kèm theo file gốc, không được chuyển thành dạng hình ảnh.

Nếu là ảnh chụp thì bề ngang tối thiểu 600 pixel đối với các ảnh lớn, hoặc tối thiểu 200 pixel đối với ảnh nhỏ, với định dạng TIFF, JPG, PNG hoặc EPS với độ phân giải ít nhất 300 dpi. Kích thước phù hợp của một hình minh họa nên là 9 x 12 cm. Các nguồn của bảng biểu/hình cũng phải được liệt kê trong mục Tài liệu tham khảo như các nguồn khác. Nguồn của bảng/hình (bao gồm cả những thông tin do tác giả tính toán, phân tích) cần được trích dẫn, và nếu có sử dụng phần mềm hỗ trợ tính toán cũng cần được ghi rõ. Trích dẫn nguồn cần được in nghiêng và đặt ở phía dưới cùng, bên phải của bảng/hình với điều kiện được cho phép bởi đơn vị chủ quản tài liệu gốc. Trong phần nội dung phân tích, cần chỉ rõ số liệu phân tích thuộc bảng biểu nào. Tất cả các hình vẽ đều phải được đề cập hoặc thảo luận theo tên và số trong văn bản. Nếu tác giả không thể tìm thấy một vị trí hợp lý, thuận tiện để đề cập đến hình, thì có thể xem xét việc xóa hình vẽ.

2.3.1 Mẫu sơ đồ



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất (Size 10 - In đậm)

2.3.2 Mẫu bảng biểu

Bảng 2. Thống kê mô tả dữ liệu (Size 10 - In đậm)

Tên biến	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất
ROA	0.008	0.008	-0.055	0.060
ROE	0.086	0.081	-0.820	0.363
IC	4.783	2.279	-2.452	19.784
CEE	0.298	0.138	-0.047	0.827
HCE	3.776	2.148	-0.737	18.636
SCE	0.669	0.280	-2.768	2.356
CAP	0.106	0.072	0.029	0.808
LNTA	31.975	1.347	27.520	34.938
GDP	0.062	0.007	0.052	0.071
INF	0.076	0.063	0.006	0.231

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ phần mềm STATA

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN (SIZE 12, IN ĐẬM & CAPS)

Lề của trang giấy khổ A4 cần được căn theo tiêu chuẩn theo quy định sau:

- Top = 2.5 cm
- Bottom = 2.5 cm
- Left = 3 cm
- Right = 2 cm
- Header = 0.5 cm
- Footer = 0.5 cm

Phông chữ sử dụng là Times New Roman, cỡ chữ 12 cho nội dung chính và cỡ chữ 10 cho ghi chú. Khoảng cách giữa các dòng là 1.5 line trừ phần Tài liệu tham khảo (1.0 line). Căn thẳng 2 lề (Justify). Mỗi trang cần được đánh số ở chính giữa bên dưới. Số và ngày tháng cần sử dụng chữ số và định dạng ngày tháng là dd/mm/yy (ví dụ: 20/01/2024). Tên riêng và tên văn bản (như Thông tư, Luật...) cần viết hoa theo quy định. Các cụm từ phổ biến chỉ được viết tắt sau khi đã được viết đầy đủ một lần.

4. KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ (SIZE 12, IN ĐẬM & CAPS)

Nội dung (Size 12)

Phụ lục 1 (Size 10 & In đậm)

Lời cảm ơn (Size 10 & In đậm)

Mục này là tùy chọn và có thể dùng để ghi nhận những tổ chức và/hoặc cá nhân đã giúp đỡ trong quá trình nghiên cứu và chuẩn bị bản thảo. (Size 10)

Thông tin tác giả: (Size 10, in đậm)

TS. Nguyễn Văn A (Size 10, in đậm), Trường Đại học A, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam.

Email: nva@upt.edu.vn (size 10)

ThS. Nguyễn Văn B (Size 10, in đậm) (*Tác giả liên hệ) , Trường Đại học B, Tp. Hồ Chí Minh, Việt Nam.

Email: nva@upt.edu.vn (size 10)

Tuyên bố về xung đột lợi ích: Nếu chấp nhận, tác giả vui lòng đánh dấu vào ô ☒

Tác giả (hoặc các tác giả) xác nhận không có bất kỳ xung đột lợi ích nào liên quan đến việc xuất bản bài viết này. Bất kỳ tranh chấp nào phát sinh sau này sẽ không nằm trong trách nhiệm của Tòa soạn Tạp chí Khoa học Trường Đại học Phan Thiết.

5. TÀI LIỆU THAM KHẢO (SIZE 12, IN ĐẬM & CAPS)

Tài liệu tham khảo phải được trích dẫn trong bài và ngược lại, những tác giả hay công trình được trích dẫn trong bài phải được liệt kê ở phần này. Tài liệu tham khảo được sắp xếp theo thứ tự bảng chữ cái và theo chuẩn APA đối với các khối ngành Khoa học Xã hội (Xem thêm trong Quy định bài báo khoa học đăng trên Tạp chí Khoa học Trường Đại học Phan Thiết) và chuẩn IEEE đối với các khối ngành Khoa học Tự nhiên. Nếu nhiều tác giả, thống nhất dùng dấu "&", không dùng chữ "và" hay "and" ở đây.

Cả trong bài viết tiếng Việt và tiếng Anh, mỗi tài liệu tham khảo bắt đầu bằng họ tác giả, sau đó đến tên lót và tên tác giả. Tác giả người Việt: viết đầy đủ họ và tên tác giả.

Minh họa về chuẩn APA:

Smith, J. (2008). *The Wealth of Nations*. New York: Penguin Books. (Size 10, chú ý các phần in nghiêng)

Brown, R. (2010). History of Ancient Greece. In M. White (Ed.), *A History of the Mediterranean World* (pp. 56-78). London: Routledge.

Johnson, K. (2015). The effects of climate change on plant biodiversity. *Journal of Ecology*, 103(4), 789-796. DOI: 10.1111/1365-2745.12345.

Nguyễn Văn Tuấn (2019). *The effects of social media on consumer behavior* (Master's thesis, National University, Ho Chi Minh City)

Jones, S. (2022, March 15). The future of renewable energy. *The Guardian*, pp. 4-5.

Hotcourses Vietnam (2022), *Affiliate Marketing là gì? Học gì để làm Affiliate Marketing thành công*. Truy cập từ: <https://www.hotcourses.vn/study-abroad-info/study-guides/affiliate-marketing/>

Đối với văn bản pháp luật:

Luật Lao động (sửa đổi và bổ sung) số 10/2012/QH13. (2012). Hà Nội: Nhà xuất bản Lao động. (Size 10, chú ý các phần in nghiêng)

Quyết định số 123/QĐ-TTg ngày 10 tháng 6 năm 2020 của Thủ tướng Chính phủ. (2020). Hà Nội: Nhà xuất bản Chính trị quốc gia.

Nghị quyết số 01/2019/NQ-HĐND của Hội đồng nhân dân thành phố Hồ Chí Minh. (2019). Truy cập từ <http://www.hochiminhcity.gov.vn>

Trường Đại học Phan Thiết (2020). *Quyết định số 176/QĐ-ĐHPT, ngày 01/07/2020 về Ban hành quy chế công tác văn thư lưu trữ*.

Báo cáo của các tổ chức:

Tên tổ chức. (Năm công bố báo cáo). *Tên báo cáo*, Địa danh ban hành báo cáo. (Size 10, chú ý các phần in nghiêng)

**Tác giả chuyển ngữ tiêu đề, phần tóm tắt và từ khóa của bài báo thành tiếng Anh theo mẫu sau:*

INSTRUCTIONS TO AUTHORS PREPARING THEIR RESEARCH ARTICLES FOR UPTJS JOURNAL FOR A4 PAGE SIZE (SIZE 20, IN HOA, IN ĐẬM)

First author's name¹, Corresponding author's name^{2,*} (Size 12, In đậm) Không viết tắt

¹*Faculty, University, Country (Size 10 & in nghiêng)*

²*Faculty, University, Country (different from(1)) (Size 10 & in nghiêng)*

Abstract: (Size 12 & In nghiêng) *Authors preparing articles for publication in the University of Phan Thiet Journal of Science (UPTJS) should refer to this page for formatting guidelines. For the articles to be published, the authors follow the guidelines in the template. You can use this page as a collection of instructions as well as a template to type your own content into. The abstract should clearly highlight the work's uniqueness in relevance to the journal's fields. It should provide a brief overview for the research. It should conclude with a term that describes the field's ramifications. There must be no references, figures, or tables in the abstract. Use no upwards 250 words inside the abstract.*

Keywords: (Size 12 & In nghiêng) *keywords or phrases comma - lowercase, separated and properly sorted alphabetically.*

Author Information: (Size 10, bold)

Dr. Nguyen Van A (Size 10, bold), University A, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam.

Email: nva@upt.edu.vn (size 10)

M.A. Nguyen Van B (Size 10, bold) (*Corresponding authors), University B, Hồ Chí Minh City, Vietnam

Email: nvb@upt.edu.vn (size 10)

Declaration of Conflict of Interest: If accepted, the author is kindly requested to tick the box ☒

“The author(s) confirm(s) that there are no conflicts of interest related to the publication of this article. Any disputes arising thereafter will not be the responsibility of the University of Phan Thiet Journal of Science (UPTJS).”

INSTRUCTIONS TO AUTHORS PREPARING THEIR RESEARCH ARTICLES, ORIGINAL ARTICLES AND SHORT COMMUNICATION FOR UPTJS (SIZE 20, CAPITALIZED, BOLD)

First Author¹, Second Author^{2,*} (Size 12 and Bold) No abbreviations

¹Department, University, Country (Size 10 and Italic)

²Department, University, Country (different from(1))(Size 10 and Italic)

(Those who have authorship rights and are credited in the article are considered co-authors. The main writer can be the corresponding author or not. The corresponding author will represent the group of authors to discuss issues related to the article, and an asterisk (*) will be added to their name. All co-authors must consent to the order of the names.)

Abstract: *Authors preparing articles for publication in the University of Phan Thiet Journal of Science (UPTJS) should refer to this page for formatting guidelines. For the articles to be published, the authors follow the guidelines in the template. You can use this page as a collection of instructions as well as a template to type your own content into. The abstract should clearly highlight the work's uniqueness and relevance to the journal's fields. It should provide a brief overview of the research. It should conclude with a term that describes the field's ramifications. There must be no references, figures, or tables in the abstract. Use no more than 250 words inside the abstract. (Size 12 and italic)*

Keywords: *keywords or phrases in commas, lowercase, separated, and properly sorted alphabetically (Size 12 and italic)*

1. INTRODUCTION (SIZE 12, BOLD AND CAPITALIZED)

In the introduction section, there should not be any subheadings. This section should limit the number of figures and not mention any research results. We encourage authors to submit drafts related to the scope and research fields of the journal, including Economics, Accounting, Finance and Banking, Health Sciences, Engineering - Technology, and Social Sciences. The articles should be written entirely in Vietnamese or English and use this format. The original draft should be saved in Microsoft Word (.doc) or (.docx) format. The editorial board will correct any minor errors and finalize the manuscript's formatting. (Size 12, lowercase)

2. LITERATURE REVIEW AND RESEARCH METHODS (TITLE LEVEL 1, SIZE 12, BOLD AND CAPITALIZED)

2.1 Title Level 2 (Size 12 and Bold)

2.1.1 Title Level 3 (Size 12, Bold, and Italic)

Content (Size 12): When citing directly, the author's name should be placed outside

parentheses, and the publication year should be placed within parentheses. If there are multiple authors, they should be connected with the word “and,” not using the “and” symbol. If there are more than 3 authors, follow the writing style as shown in the example: Davis and colleagues (1989). When citing indirectly, the author’s name and publication year should be placed within parentheses. Vietnamese authors should write their full name (or the name published with foreign language documents); foreign authors should only write their last name.

2.2 Figures (Graphs, Tables, and Images)

Graphs and tables should be submitted as original black-and-white drawings for social sciences disciplines, and in color for natural sciences disciplines if the black-and-white version does not clearly represent or distort the scientific content of the research. Authors are requested to submit images, along with a concise and clear caption explaining the image, as supplementary files to UPTJS along with the manuscript. The word “figure” should be capitalized in the text, followed by the figure number. (e.g., Figure 1, Figure 2, etc.). To ensure quality, drawings, charts, diagrams, graphs, and formulas in the article should be kept in their original format or accompanied by the original file, and should not be converted into image format.

If it is a photograph, the minimum width should be 600 pixels for large images, or at least 200 pixels for small images, in TIFF, JPG, PNG, or EPS format with a minimum resolution of 300 dpi. The appropriate size for an illustration is 9 x 12 cm. The sources of tables and figures should also be listed in the References section like other sources. The source of the table or figure (including any information calculated or analyzed by the author) should be cited, and if any calculation software is used, it should be clearly stated. The source citation should be italicized and placed at the bottom right of the table or figure, with permission from the original document’s managing unit. In the analysis section, it should be clearly stated which table the analyzed data belongs to. Every figure must have a name and a number referenced or discussed in the text. If the author cannot find a suitable and convenient location to refer to the figure, consider removing the figure.

2.2.1 Sample diagram

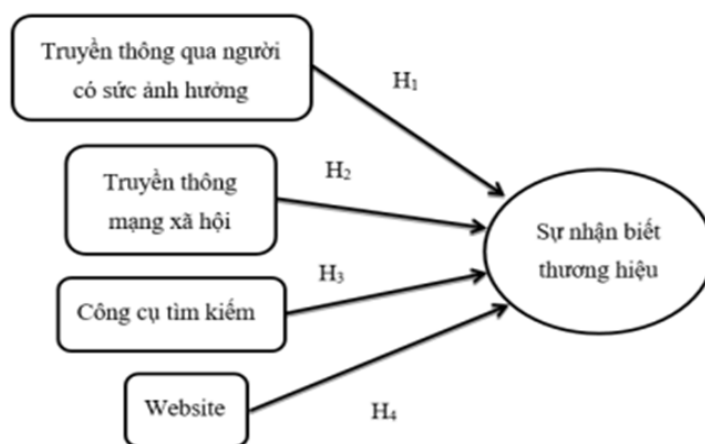


Figure 1. Proposed research model (Size 10 and Bold)

2.2.2 Sample Table

Table 2. Descriptive statistics of data (size 10 and bold)

Variables	Mean	Standard deviation	Minimum Value	Maximum Value
ROA	0.008	0.008	-0.055	0.060
ROE	0.086	0.081	-0.820	0.363
IC	4.783	2.279	-2.452	19.784
CEE	0.298	0.138	-0.047	0.827
HCE	3.776	2.148	-0.737	18.636
SCE	0.669	0.280	-2.768	2.356
CAP	0.106	0.072	0.029	0.808
LNTA	31.975	1.347	27.520	34.938
GDP	0.062	0.007	0.052	0.071
INF	0.076	0.063	0.006	0.231

Source: The author synthesized it from STATA software.

3. RESULTS AND DISCUSSION (SIZE 12, BOLDDED AND CAPITALIZED)

- The margins of the A4 paper should be aligned according to the following standards:
- Top = 2.5 cm
 - Bottom = 2.5 cm
 - Left = 3 cm
 - Right = 2 cm
 - Header = 0.5 cm
 - Footer = 0.5 cm

The font used is Times New Roman, size 12 for the main content and size 10 for footnotes. The line spacing should be 1.5 lines, except for the References section, which should be single-spaced (1.0 lines). The text should be justified. Each page should be numbered in the center at the bottom. Numbers and dates should be written in numeric format, using the [dd Mm yy] format (e.g., 20 January 2024). Proper nouns and document titles (such as circular, law, etc.) should be capitalized according to regulations. Common phrases should only be abbreviated after being written in full once.

4. CONCLUSION AND IMPLICATIONS (SIZE 12, BOLD AND CAPITALIZED)NỘI DUNG (SIZE 12)

- Content (size 12)
- Appendix 1 (size 10 and bold)
- Conflict of interest (size 10 and bold):
- Acknowledgments (Size 10 and Bold):

This section is optional and can be used to acknowledge organizations and/or individuals who have assisted in the research and manuscript preparation. (Size 10)

- Tác giả liên hệ: (Size 10, in đậm)
- Nguyen Van B. Email: nvb@upt.edu.vn

Author Information: (Size 10, in đậm)

Dr. Nguyen Van A (Size 10, in đậm), University A, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam.

Email: nva@upt.edu.vn (size 10)

M.A. Nguyen Van B (Size 10, in đậm), University B, Hồ Chí Minh City, Vietnam

Email: nva@upt.edu.vn (size 10)

Declaration of Conflict of Interest: If accepted, the author is kindly requested to tick the box ☒

“The author(s) confirm(s) that there are no conflicts of interest related to the publication of this article. Any disputes arising thereafter will not be the responsibility of the University of Phan Thiet Journal of Science (UPTJS).”

5. REFERENCES (SIZE 12, BOLD AND CAPITALIZED)

References must be cited in the article, and conversely, authors or works cited in the article must be listed in this section. References should be arranged in alphabetical order and follow the APA format for social sciences disciplines (see more in the Regulations for Scientific Articles published in the Phan Thiet University Journal of Science on our website: tapchikhoahocupt.vn) and the IEEE format for natural sciences disciplines. If there are multiple authors, use the “&” symbol for consistency, do not use the word “and” here.

Illustrations of the APA Style

Smith, J. (2008). *The Wealth of Nations*. New York: Penguin Books. (Size 10, chú ý các phần in nghiêng)

Brown, R. (2010). History of Ancient Greece. In M. White (Ed.), *A History of the Mediterranean World* (pp. 56-78). London: Routledge.

Johnson, K. (2015). The effects of climate change on plant biodiversity. *Journal of Ecology*, 103(4), 789-796. DOI: 10.1111/1365-2745.12345.

Nguyễn Văn Tuấn (2019). *The effects of social media on consumer behavior* (Master's thesis, National University, Ho Chi Minh City)

Jones, S. (2022, March 15). The future of renewable energy. *The Guardian*, pp. 4-5.

Hotcourses Vietnam (2022), *Affiliate Marketing là gì? Học gì để làm Affiliate Marketing thành công*. Truy cập từ: <https://www.hotcourses.vn/study-abroad-info/study-guides/affiliate-marketing/>

For legal documents:

Labor Law (amended and supplemented) No. 10/2012/QH13. (2012). Hanoi: Labor Publishing House. (Size 10 and note the use of italics)

Decision No. 123/QĐ-TTg dated June 10, 2020, of the Prime Minister. (2020). Hanoi: National Political Publishing House.

Resolution No. 01/2019/NQ-HĐND of the People's Council of Ho Chi Minh City. (2019). Retrieved from <http://www.hochiminhcity.gov.vn>

University of Phan Thiet (2020). Decision No. 176/QĐ-DHPT, dated July 1, 2020, on the

issuance of the Archives and Records Management Regulations.

In the case of reports from organizations:

Organization Name. (year of report publication). Report Title, Location of Report Issue.
(size 10 and note the use of italics)

**The author translates the title, abstract, and keywords of the paper as the following format.*

HƯỚNG DẪN VỀ ĐỊNH DẠNG CHO BÀI BÁO NGHIÊN CỨU KHOA HỌC TRÊN TẠP CHÍ UPTJS (SIZE 20, IN HOA, IN ĐẬM)

Tác giả thứ nhất¹, Tác giả thứ hai^{2,*} (Size 12, In đậm) Không viết tắt

¹Khoa, Tên Trường, Quốc gia (Size 10 & in nghiêng)

²Khoa, Tên Trường, Quốc gia khác (Size 10 & in nghiêng)

Tóm tắt: (Size 12 & In nghiêng) Các tác giả chuẩn bị bài viết để xuất bản trên Tạp chí UPTJS xin vui lòng tham khảo trang này để hiểu rõ về quy định định dạng của Tạp chí. Đối với bài viết sắp được xuất bản, tác giả cần tuân thủ các hướng dẫn trong mẫu này. Trang này có thể được sử dụng như một hướng dẫn hoặc mẫu để nhập nội dung của tác giả. Phần tóm tắt cần được viết rõ ràng nêu bật những điểm độc đáo của công trình liên quan đến các lĩnh vực nghiên cứu. Đồng thời, phần này cũng cung cấp một cái nhìn tổng quan ngắn gọn về nghiên cứu. Phần tóm tắt nên có đôi nét về kết quả của lĩnh vực, không được chứa tài liệu tham khảo, hình ảnh hoặc bảng biểu. Không nên quá 250 từ trong phần này.

Từ khóa: (Size 12 & In nghiêng) từ 3-5 từ hoặc cụm từ, viết thường trừ tên riêng và cụm từ đặc biệt, cách nhau bằng dấu phẩy, sắp xếp theo thứ tự bảng chữ cái.

Thông tin tác giả: (Size 10, in đậm)

TS. Nguyễn Văn A (Size 10, in đậm), Trường Đại học A, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam.

Email: nva@upt.edu.vn (size 10)

ThS. Nguyễn Văn B (Size 10, in đậm) (*Tác giả liên hệ), Trường Đại học B, Tp. Hồ Chí Minh, Việt Nam.

Email: nvb@upt.edu.vn (size 10)

Tuyên bố về xung đột lợi ích: Nếu chấp nhận, tác giả vui lòng đánh dấu vào ô ☒

Tác giả (hoặc các tác giả) xác nhận không có bất kỳ xung đột lợi ích nào liên quan đến việc xuất bản bài viết này. Bất kỳ tranh chấp nào phát sinh sau này sẽ không nằm trong trách nhiệm của Tòa soạn Tạp chí Khoa học Trường Đại học Phan Thiết.

Chính sách về tỉ lệ trùng lặp:

Căn cứ vào Quyết định số 275/GP-BTTTT do Bộ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông ký ngày 04/08/2023 về việc cấp Giấy phép hoạt động báo chí in và tạp chí điện tử, Trường Đại học Phan Thiết hân hạnh giới thiệu Tạp chí Khoa học Trường Đại học Phan Thiết (UPTJS), nơi đăng tải những công trình nghiên cứu bằng tiếng Việt và tiếng Anh chưa từng được công bố trên các ấn phẩm khác.

Tỉ lệ trùng lặp của bản thảo không vượt quá mức cho phép của Tạp chí là dưới 30% cho toàn bài đối với tiếng Việt, 25% đối với tiếng Anh và dưới 5% cho mỗi tài liệu. Xin Quý tác giả thông cảm rằng UPTJS chỉ hỗ trợ kiểm tra trùng lặp mỗi bài gửi đến tối đa 02 lần (thông báo đến Tác giả). Thế nên, nếu có thể, Quý Tác giả hỗ trợ kiểm tra trùng lặp trước khi gửi lại cho Tạp chí. Nếu vượt quá số lần kiểm tra trùng lặp và bài viết không đảm bảo về định dạng cơ bản theo mẫu này thì Tạp chí không thể tiến hành các bước tiếp theo của quy trình phân biện và xuất bản bài viết.

Plagiarism Policy:

Based on Decision No. 275/GP-BTTTT signed by the Minister of Information and Communications on August 4, 2023, regarding the issuance of the License for Print Media and Electronic Journal, we are pleased to introduce the University of Phan Thiet Journal of Science (UPTJS), where research works in both Vietnamese and English that have not previously appeared in other publications are published.

The plagiarism rate of an article should not exceed the allowed limit of the Journal, which is below 25% for the entire article and below 5% for each source. We kindly ask authors to understand that UPTJS only supports plagiarism checks for each submission up to a maximum of 02 times (notification to the author). Therefore, if possible, authors are encouraged to perform plagiarism checks before resubmitting to UPTJS. If the number of plagiarism checks exceeds the limit and the article does not meet the basic formatting requirements according to this template, UPTJS cannot proceed with the further steps of the review and publication process.

LỜI CẢM ƠN

ACKNOWLEDGEMENT

Chúng tôi xin chân thành cảm ơn sự cố vấn, hỗ trợ và những đóng góp giá trị của các chuyên gia và nhà khoa học đối với Tạp chí Khoa học Trường Đại học Phan Thiết:

We express our sincere gratitude for the advice, support, and valuable contributions of the esteemed experts and scientists to the University of Phan Thiet Journal of Science:

NGND.GS.TSKH. Bành Tiến Long- Chủ tịch Hội Biên tập Công trình Khoa học Công nghệ Việt Nam; Chủ tịch Hội đồng Giáo sư Nhà nước Liên ngành Cơ khí; Ủy viên Hội đồng Giáo sư Nhà nước Việt Nam

***Prof. D.Sc. Banh Tien Long** - President of Vietnam Association of Science Editing; President of the National Council for Professorship in the Interdisciplinary Mechanical Engineering; Member of the Vietnam State Council for Professorship*

GS.TSKH. Nguyễn Minh Thọ - Khoa Hóa học, Bộ môn Hóa học Lượng tử và Hóa lý, Đại học KU Leuven, Vương quốc Bỉ; Trưởng phòng thí nghiệm tính toán và mô phỏng hóa học (Lab CCM), Trường Đại học Văn Lang, Việt Nam

***Prof. D.Sc. Nguyen Minh Tho** - Department of Chemistry, Division of Quantum Chemistry and Physical Chemistry, KU Leuven University, Belgium; Head of Laboratory for Chemical Computation and Modeling (Lab CCM), Van Lang University, Vietnam*

TTUT. GS.TS. Trần Công Luận - Hiệu Trưởng Trường Đại học Tây Đô, Cần Thơ, Việt Nam

***Prof. Dr. Tran Cong Luan** - Rector of Tay Do University, Can Tho City, Vietnam*

GS.TS. Nguyễn Thanh Phương - Bí thư Đảng ủy và Chủ tịch Hội đồng trường - Trường Đại học Cần Thơ; Ủy viên Ủy ban Khoa học Công nghệ và Môi trường của Quốc hội, Việt Nam

***Prof. Dr. Nguyen Thanh Phuong** - Secretary of CTU Party Committee and Chair of CTU Board of Trustees; the National Assembly (NA) Committee on Science, Technology and Environment, Vietnam*

PGS.TS. Nguyễn Viết Bằng - Giám đốc chương trình đào tạo Ngành Kinh doanh số, Khoa Quản trị, Trường Đại học Kinh Tế TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam

***Assoc. Prof. Dr. Nguyen Viet Bang** - Director of Digital Business Program, Lecturer at Faculty of Management, University of Economics Ho Chi Minh City (UEH), Vietnam*

PGS.TS. Nguyễn Văn Luân - Nguyên hiệu trưởng, Giảng viên Khoa Kinh tế, Trường Đại học Kinh tế - Luật, Việt Nam

Assoc. Prof. Dr. Nguyen Van Luan - Former Rector, Lecturer of Faculty of Economics, University of Economics and Law, VNU, Vietnam

PGS.TS. Nguyễn Xuân Minh - Giám đốc, Cơ sở II Trường Đại học Ngoại Thương tại TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam

Assoc. Prof. Dr. Nguyen Xuan Minh - Director of Foreign Trade University – HCMC Campus, Vietnam

PGS.TS. Mai Văn Nam - Trưởng khoa Sau Đại học, Trường Đại học Cần Thơ, Việt Nam

Assoc. Prof. Dr. Mai Van Nam - Dean of Graduate School, Can Tho University, Vietnam

PGS.TS. Trần Phước - Trưởng khoa Tài chính - Kế toán, Trường Đại học Công Thương TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam

Assoc. Prof. Dr. Tran Phuoc - Dean of Faculty of Finance and Accounting, Ho Chi Minh City University of Industry and Trade (HUIT), Vietnam

PGS.TS. Nguyễn Ngọc Duy Phương - Phó Trưởng phòng, Phòng Quản lý Khoa học, Trường Đại học Quốc tế, Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam

Assoc. Prof. Dr. Nguyen Ngoc Duy Phuong - Deputy Head, Office of Research and Development, International University - Vietnam National University HCM City, Vietnam

PGS.TS. Nguyễn Tấn Vinh - Phó Bí thư Đảng ủy, Phó Giám đốc Học viện Chính trị khu vực II- Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh, TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam

Assoc. Prof. Dr. Nguyen Tan Vinh - Deputy Secretary of the Party Committee, Deputy Director of the Academy of Politics Region II, Ho Chi Minh City - Ho Chi Minh National Academy of Politics, Vietnam

TS. Nguyễn Ngọc Mai Khanh - Giáo sư trợ lý tại Trung tâm Thiết kế - Giáo dục vi mạch, Đại học Tokyo, Nhật Bản.

Assist. Prof. Nguyen Ngoc Mai Khanh - System Design Lab, the University of Tokyo, Japan

TS. Phan Minh Đức - Phó Trưởng khoa Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Đà Lạt, Việt Nam

Dr. Phan Minh Duc - Deputy Dean of the Faculty of Economics and Business Administration, Dalat University, Vietnam

TS. Thái Vân Hà - Giảng viên Trường Đại học Kinh doanh và Công nghệ Hà Nội, Việt Nam
Dr. Thai Van Ha - Lecturer, Hanoi University of Business and Technology, Vietnam

TS. Lý Thị Mỹ Hạnh - Giảng viên Khoa Ngoại ngữ, Trường Đại học Phan Thiết, Việt Nam
Dr. Ly Thi My Hanh - Lecturer, Faculty of Foreign Languages, University of Phan Thiet, Vietnam

TS. Vũ Thanh Hiền - Phó trưởng Khoa Công nghệ - Thông tin, Trường Đại học Công nghệ TP. Hồ Chí Minh (HUTECH), Việt Nam
Dr. Vu Thanh Hien - Vice Dean, Faculty of Information Technology, Ho Chi Minh City University of Technology (HUTECH), Vietnam

TS. Nguyễn Thị Thu Hiền - Giảng viên Bộ môn Quản lý Công nghiệp, Đại học Bách Khoa Hà Nội, Việt Nam
Dr. Nguyen Thi Thu Hien - Lecturer of Division of Industrial Management, Ha Noi University of Science and Technology, Vietnam

TS. Lê Thanh Hiếu - Phó Trưởng Khoa Toán và Thống kê, Đại học Quy Nhơn, Việt Nam
Dr. Le Thanh Hieu - Deputy Head of the Department of Mathematics and Statistics, Quy Nhon University, Vietnam

TS. Nguyễn Trương Khang - Giảng viên Khoa Công Nghệ Thông Tin, Trường Đại học Văn Lang, TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam
Dr. Nguyen Truong Khang - Lecturer at the Faculty of Information Technology, School of Technology, Van Lang University, Ho Chi Minh City, Vietnam

TS. Nguyễn Hữu Khôi - Trưởng Bộ môn Marketing, Khoa Kinh tế, Trường Đại học Nha Trang, Việt Nam
Dr. Nguyen Huu Khoi - Head of Marketing Department, Faculty of Economics, Nha Trang University, Vietnam

TS. Hoàng Thanh Liêm - Phó Trưởng Ban Pháp chế Hội đồng Nhân dân tỉnh Bình Thuận, Việt Nam
Dr. Hoang Thanh Liem - Deputy Head of Legal Affairs, People's Council of Binh Thuan Province, Vietnam

TS. Phan Hoài Nam - Phó Trưởng khoa Luật quốc tế, Trường Đại học Luật TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam

***Dr. Phan Hoài Nam** - Vice Dean of the International Law Faculty, Ho Chi Minh City University of Law, Vietnam*

TS. Nguyễn Quốc Nghi - Giảng viên Sau đại học, Trường Kinh tế, Trường Đại học Cần Thơ, Việt Nam

***Dr. Nguyễn Quốc Nghi** - Postgraduate Lecturer, School of Economics, Can Tho University, Vietnam*

TS. Văn Hữu Quang Nhật - Phó Trưởng khoa Kinh tế và Quản trị, Trường Đại học Thái Bình Dương, Việt Nam

***PhD. Van Huu Quang Nhat** - Vice Dean of The Faculty of Economics and Management, Thai Binh Duong University, Vietnam*

TS. Nguyễn Xuân Quang, Trưởng khoa Luật Dân sự, Trường Đại học Luật TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam

***Dr. Nguyen Xuan Quang** - Dean of Faculty of Civil Law, Ho Chi Minh City University of Law, Vietnam*

TS. Võ Phước Tài - Giảng viên ngành Quản trị Nhân lực, Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Kinh tế Tài chính (UEF), Việt Nam

***Dr. Vo Phuoc Tai** - Lecturer, Human Resources Management, Faculty of Business Administration, University of Economics and Finance (UEF), Vietnam*

TS. Nguyễn Minh Tâm - Trưởng khoa Cơ bản, Trường Đại học Phan Thiết, Việt Nam

***Dr. Nguyen Minh Tam** - Dean of the Faculty of Basic Sciences, University of Phan Thiet, Vietnam*

TS. Nguyễn Trang Thảo - Trưởng Lab Trí tuệ nhân tạo Viện Khoa học tính toán và Trí tuệ nhân tạo, Trường Đại học Văn Lang, Việt Nam

***Dr. Nguyen Trang Thao** - Assistant Researcher, Institute for Computational Science and Artificial Intelligence, Van Lang University, Vietnam*

TS. Trần Tinh - Trưởng phòng Quản lý Khoa học và Hợp tác Quốc Tế, Trường Đại học Phan Thiết, Việt Nam

***Dr. Tran Tinh** - Head of the Department of Scientific Management and International Cooperation, University of Phan Thiet, Vietnam*

TS. Trần Thanh Toàn - Giảng viên Sau đại học, Trường Đại học Quốc tế Sài Gòn (SIU), TP. Hồ Chí Minh Việt Nam

***Dr. Tran Thanh Toan** - Postgraduate Lecturer, The Saigon International University (SIU), Ho Chi Minh City, Vietnam*

Chúng tôi cũng xin chân thành cảm ơn sự hỗ trợ và góp ý của các Quý Thầy/Cô cùng các Cộng tác viên đối với Tạp chí Khoa học Trường Đại học Phan Thiết:

We also give our sincere thanks for the support and contribution of the lecturers and collaborators to the University of Phan Thiet Journal of Science:

ThS. Lê Anh Linh - Trưởng phòng Tổ chức - Hành chính, Trường Đại học Phan Thiết, Việt Nam

***M.E. Le Anh Linh** - Head of Human Resource and Administration Office, University of Phan Thiet, Vietnam*

ThS. Lương Quốc Vũ - Phó Trưởng phòng, Trưởng Ban Truyền thông, phòng Quản lý Đào tạo, Trường Đại học Phan Thiết, Việt Nam

***M.A. Lương Quốc Vũ** - Deputy Chief, Head of Information, Communication and Network Management Board, Office of Academic Affairs, University of Phan Thiet, Vietnam*

ThS. Nguyễn Hữu Hoài Chương - Giảng viên, Khoa Kỹ thuật - Công nghệ, Trường Đại học Phan Thiết, Việt Nam

***M.Eng. Nguyen Huu Hoai Chuong** - Lecturer, Faculty of Engineering and Technology, University of Phan Thiet, Vietnam*

ThS. Lê Trung Thành - Phòng Tổ chức - Hành chính, Trường Đại học Phan Thiết, Việt Nam

***M.I.T. Le Trung Thanh** - the Office of Organization - Administration, University of Phan Thiet, Vietnam*

Nguyễn Thanh Hân - Ban Truyền thông, phòng Quản lý Đào tạo, Trường Đại học Phan Thiết, Việt Nam

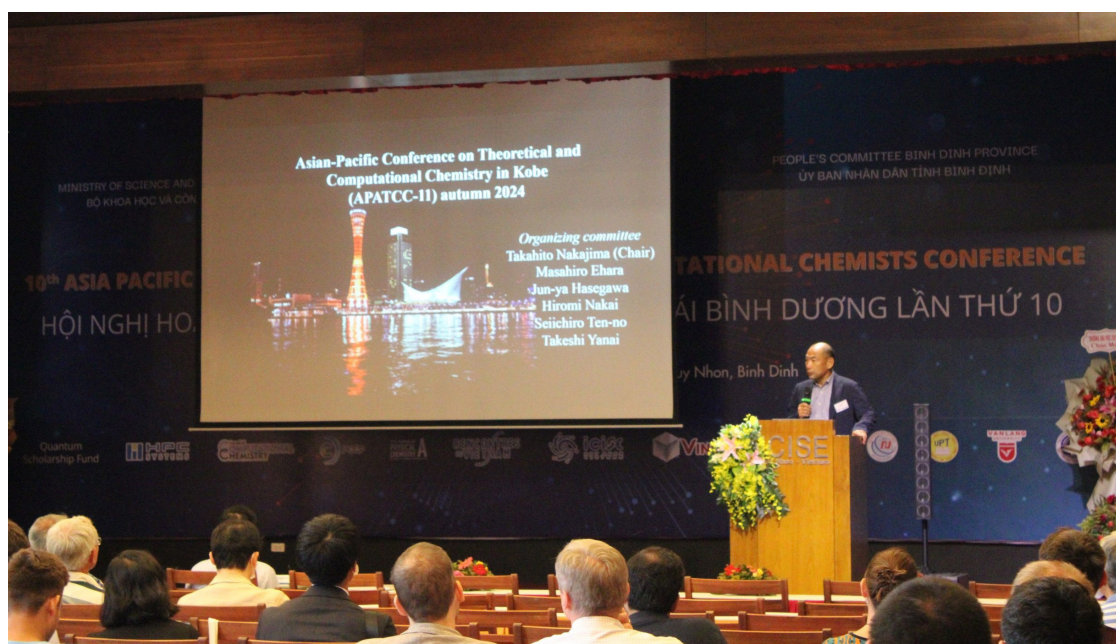
***Mr. Nguyen Thanh Han** - Head of Information, Communication and Network Management Board, Office of Academic Affairs, University of Phan Thiet, Vietnam*

MỘT SỐ HOẠT ĐỘNG CỦA TRƯỜNG ĐẠI HỌC PHAN THIẾT

SOME ACTIVITIES OF UNIVERSITY OF PHAN THIET



*Welcoming the 15-year Establishment of University of Phan Thiet
(25 March 2009 - 25 March 2024)*



Trường Đại học Phan Thiết đồng tổ chức Hội nghị Hóa Lý thuyết và Tính toán Châu Á Thái Bình Dương lần thứ 10

University of Phan Thiet co-organized the 10th Asian Pacific Association of Theoretical and Computational Chemists Conference (APATCC 10)



Trường Đại học Phan Thiết đồng tổ chức Hội nghị Quốc tế về
Công nghệ Nano và Ứng dụng lần thứ 8
*University of Phan Thiet co-organized the 8th International Workshop on
Nanotechnology and Application (IWNA 2023)*



Ban Giám hiệu Trường Đại học Phan Thiết tiếp đón Đoàn chuyên gia Bỉ để triển khai
Dự án Quốc tế 6.2
*The Board of Rectors of University of Phan Thiet Welcomed Belgian Experts to Implement the
International Project 6.2*