**KẾ TOÁN NHẬN THỨC VÀ HÀNH VI ĐẦU TƯ**

Dương Thị Thanh Hiền

*Bên cạnh ba nội dung quen thuộc của khoa học kế toán là Kế toán tài chính (Financial Accounting), Kế toán quản trị (Managerial Accounting) và Kế toán thuế (Tax Accounting), Kế toán nhận thức (Mental Accounting) dành cho từng cá nhân thường xuyên được sử dụng nhưng lại ít khi được nhắc tới. Kế toán nhận thức (KTNT) là một khái niệm đề cập đến việc mọi người đặt ra giá trị khác nhau cho tiền dựa trên các tiêu chuẩn chủ quan và dẫn đến kết quả bất lợi.*

**1. Kế toán nhận thức**

Không chỉ có DN cần hoạt động kế toán mà ngay cả từng cá nhân cũng luôn sử dụng kế toán khi đưa ra các quyết định hàng ngày, từ việc nên đầu tư tiền vào thị trường chứng khoán hay gửi tiền vào ngân hàng đến việc mua thực phẩm tại các chợ sẽ rẻ hơn hay nên mua tại các siêu thị. Sử dụng kế toán như một công cụ thường xuyên để hàng ngày khi cá nhân đưa ra quyết định kinh tế nhưng ít ai chú ý đến kế toán trong trường hợp này. Để có thể ra những quyết định cá nhân như vậy, từng cá nhân đều phải vận dụng trí óc để xem xét, suy nghĩ và đánh giá. Quá trình nhận thức này diễn ra bên trong bộ óc con người và được biểu hiện ra ngoài là các các hành vi tài chính.

Richard Thaler, nhà kinh tế tại Đại học Chicago Mỹ lần đầu tiên đưa ra khái niệm này vào năm 1980 và phát triển lý luận này trong các năm tiếp theo. Tuy nhiên, hàng vạn các nghiên cứu về chủ đề này được diễn ra trong cả lĩnh vực kinh tế học và tâm lý học, đặc biệt là khoa học về hành vi người tiêu dùng. Đối với cá nhân với nguồn lực hữu hạn, từng cá nhân cũng phải thực hiện quy trình ghi nhận, tổng hợp, phân tích để có thể kiểm soát số tiền mà họ có, xem số tiền này có được sử dụng đúng mục đích không và có hiệu quả hay không. Trong nghiên cứu của mình năm 1980 và được phát triển tiếp trong năm 1985 và 1990, Thaler cho rằng kế toán nhận thức diễn ra trong tâm trí của từng cá nhân nhằm tổ chức, đánh giá và kiểm soát hành vi tài chính của cá nhân đó. Kế toán nhận thức thường xuyên được áp dụng trong đời sống hàng ngày, nhưng không phải ai cũng hiểu được cơ chế lôgic của luồng suy nghĩ diễn ra trước khi chúng ta đưa ra quyết định.

Một số cơ chế tâm lý của người tiêu dùng, cụ thể:

*Thứ nhất*, khi chuẩn bị đưa ra quyết định mua một sản phẩm hoặc nhận một dịch vụ hay một hành vi tài chính nào đó, kế toán nhận thức được hình thành trong trí óc con người một “chức năng đánh giá” xem điều gì được và điều gì mất. Chẳng hạn như, hoa quả ở chợ gần nhà bán 70.000 đồng, đắt hơn ở chợ Xanh 20.000 đồng thì bạn có thể đi xa hơn 1km để tiết kiệm được 20.000 đồng. Nhưng nếu một cái túi xách giá 820.000 đồng ở cửa hàng này, trong khi đó ở cửa hàng bên cạnh giá chỉ là 800.000 đồng thì bạn có thể bỏ qua 20.000 đồng chênh lệch này. Như vậy trong trường hợp này, bạn đã đánh giá 20.000 đồng tiết kiệm được khi mua hoa quả cao hơn 20.000 đồng khi mua túi sách.

Ngoài thuộc tính tự nhiên phản ánh tâm lý cơ bản về được và mất, kế toán nhận thức còn đề cập đến cách mà bạn nhận thức về tiền. Theo Scheng (2011), cùng một đồng đôla nhưng trong những trường hợp khác nhau thì bạn sẽ đánh giá chúng hoàn toàn khác nhau.

*Thứ hai*, hoạt động tự kiểm soát và chia nhỏ các nguồn lực. Trong ý nghĩ của mình, tự bản thân bạn chia nhỏ khoản tiền ra thành nhiều khoản nhỏ dùng cho các mục đích khác nhau như tiền dành cho nhu cầu thiết yếu (thức ăn, đồ dùng, nhà ở), tiền dùng cho dự trữ (gửi tiết kiệm, phòng khi ốm đau) và tiền cho tiêu vặt. Có sự phân định như vậy là do mỗi cá nhân chỉ có một nguồn lực hữu hạn và nếu không kiểm soát tốt thì sẽ ảnh hưởng tới năng lực tài chính.

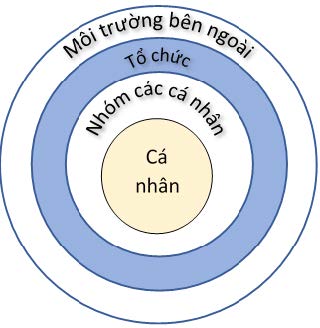
*Thứ ba*, kế toán nhận thức ảnh hưởng đến các qui định. Đứng trước sự kiện xảy ra chúng ta sẽ có cảm giác khác nhau. Ví dụ, nếu bạn làm rơi một tờ 500.000 đồng (tình huống 1) và bạn làm rơi một tờ 100.000 đồng và hai tờ mệnh giá 200.000 đồng (tình huống 2) thì bạn sẽ có cảm giác tiếc nhiều hơn trong tình huống 2. Hoặc trong một tháng, bạn trúng xổ số hai lần liền với số tiền là 2 triệu đồng và 5 triệu đồng thì bạn sẽ cảm thấy vui hơn nhiều việc bạn chỉ trúng một lần 7 triệu đồng trong một tháng.

Dựa vào tâm lý như vậy, các nhà kinh tế tận dụng tối đa khi xây dựng chính sách giá bán cho sản phẩm và dịch vụ. Các khu nghỉ dưỡng thu phí của khách 1 lần và cho khách hưởng miễn phí các dịch vụ kèm theo như ăn trưa, trò chơi … Khách sẽ thấy thoải mái hơn khi được hưởng các dịch vụ miễn phí mà không biết rằng nếu họ thanh toán riêng từng loại dịch vụ thì chi phí sẽ thấp hơn nhiều. Trong trường hợp này, khách hàng cảm nhận và lầm tưởng rằng nếu thanh toán nhiều lần cho các dịch vụ thì sẽ có chi phí nhiều hơn bình thường.

*Thứ tư,* tâm lý mua sắm tùy hứng của người tiêu dùng. Trong nhiều trường hợp khi bạn thấy một sản phẩm nào đó mà bạn thích mặc dù chưa thực sự quá cần thiết với bạn chỉ vì bạn thích thì bạn sẽ quyết định mua ngay (impulse buying) cho dù sau đó bạn chỉ sử dụng một lần hoặc không sử dụng. Trong những trường hợp như vậy, đôi khi bạn không đánh giá và kiểm soát được hành vi tài chính và bạn không nhận thức được tầm quan trọng của kế toán nhận thức. Tuy nhiên, nếu bạn vẫn cứ tiếp tục đưa ra quyết định tùy hứng như vậy thì nhiều khả năng bạn sẽ không thể kiểm soát được nguồn lực của chính bạn.

Như vậy, kế toán nhận thức rất quan trọng đối với cá nhân và hành vi tiêu dùng nhưng không phải lúc nào nó cũng điều chỉnh hành vi của người tiêu dùng đi đúng hướng và đối khi nó ảnh hưởng không tốt đến quyết định của nhà đầu tư và người tiêu dùng.

**Hình 1. Khuôn mẫu nghiên cứu kế toán nhận thức**



*Nguồn: Dựa theo Birnberg (2011)*

**2. Hành vi đầu tư**

Mọi người cũng có xu hướng sử dụng các định kiến trong kế toán nhận thức trong đầu tư. Chẳng hạn, nhiều nhà đầu tư phân chia tài sản của họ thành danh mục đầu tư an toàn và danh mục đầu cơ. Họ cho rằng làm vậy giúp ngăn chặn việc thua lỗ từ khoản đầu cơ gây ảnh hưởng xấu đến đến tổng danh mục đầu tư.

Trong trường hợp này, sự khác biệt về tài sản ròng bằng không, bất kể nhà đầu tư nắm giữ nhiều danh mục đầu tư hay một danh mục đầu tư lớn hơn. Sự khác biệt duy nhất trong hai tình huống này là lượng thời gian và công sức mà nhà đầu tư bỏ ra để chia tách các danh mục đầu tư .

Một ví dụ khác về kế toán nhận thức trong đầu tư: Một nhà đầu tư sở hữu hai cổ phiếu: một cổ phiếu có lãi chưa thực hiện, và một là cổ phiếu có lỗ chưa thực hiện. Nhà đầu tư cần tiền mặt và phải bán một trong các cổ phiếu.

Kế toán nhận thức thiên về lựa chọn bán cổ phiếu có lãi mặc dù thường thì bán cổ phiếu có lỗ thường mới là quyết định hợp lí, do lợi ích thuế nhận được khi hiện thực hoá khoản lỗ cũng như thực tế là cổ phiếu đang thua lỗ là một khoản đầu tư kém hơn.

Nhiều nhà đầu tư không thể chịu được việc ghi nhận một khoản lỗ, vì vậy nhà đầu tư bán người cổ phiếu đang có lãi đi để tránh điều đó. Đây là hiệu ứng ác cảm mất mát, có thể khiến các nhà đầu tư đưa ra các quyết định sai lầm..

**3. Kết luận**

Kế toán và các nguyên tắc của nó được hình thành, hoàn thiện và phát triển trải qua hàng trăm năm với một kho dữ liệu tri thức khổng lồ mà ta có thể tìm thấy trong rất nhiều nghiên cứu. Nhưng với kế toán nhận thức (Mental Accounting), quá trình này diễn ra trong trí óc con người không theo một công thức nào cả, bạn chỉ có thể tìm hiểu về chúng thông qua việc quan sát các hành vi diễn ra rồi tìm hiểu xu hướng của hành động đó.

Kế toán nhận thức được cho là rất quan trọng với các cá nhân và hành vi tiêu dùng của họ nhưng không phải lúc nào nó cũng điều chỉnh hành vi của người tiêu dùng đi theo đúng hướng. Đôi khi nó ảnh hưởng không tốt tới quyết định đầu tư, cần nhận thức một đồng đôla trong bất kỳ tình huống nào cũng vẫn là một đồng đôla, giá trị của chúng là như nhau và bạn cần kiểm soát chặt chẽ để tránh tiêu dùng lãng phí.

Thực tế sẽ rất khó để cho rằng hành vi tiêu dùng của người này sẽ không đúng đắn và gây lãng phí hơn hành vi tiêu dùng của người khác. Việc đánh giá này hoàn toàn mang ý tưởng chủ quan và cảm tính nhiều hơn là định lượng cụ thể. Nhưng trước khi đưa ra quyết định kinh tế nào đó, dưới góc độ cá nhân, trong óc họ đã được xử lý qua một hộp đen được gọi là “kế toán nhận thức”. Chính vì vậy, chủ đề về kế toán nhận thức vẫn còn nhiều tranh cãi và rất khó trong việc ghi

chép, đo lường và đánh giá và cũng không hoàn toàn đơn giản khi đưa môn học “kế toán nhận thức” trở thành một môn học được thừa nhận trong các trường đại học. Nghiên cứu về kế toán nhận thức sẽ còn rất nhiều khoảng trống để khai thác dưới các khía cạnh và góc độ khác nhau.

Nhà đầu tư (NĐT) thường dựa vào kinh nghiệm sẵn có của bản thân để đưa ra cách giải quyết vấn đề. Do đó, vẫn có rất nhiều trường hợp các nhà đầu tư cá nhân có những quyết định đầu tư phi lý trí, dựa vào cảm xúc, dẫn đến sai lầm, thua lỗ, từ đó vô tình tạo ra những tác động tiêu cực cho thị trường. Cùng với sự phát triển của thị trường chứng khoán Việt Nam, kết hợp nghiên cứu kế toán nhận thức sẽ hỗ trợ nhà đầu tư chứng khoán chuyên nghiệp hơn, phân tích thông tin một cách hợp lý để đưa ra các quyết định nhằm tối đa hóa lợi ích của mình.

**Tài liệu tham khảo**

1. Bırnberg, J. G., & Shıelds, J. F. (1989). Three Decades of Behavioral Accounting Research. *Behavioral Research in Accounting*, *1*, 23-74.
2. Ngô Thị Xuân Bình (2010), Nghiên cứu lý thuyết hành vi trong việc ra quyết định đầu tư tài chính, Tạp chí Ngân hàng, số 21, tháng 11/2010;
3. Thaler, R. H. (1999). Mental accounting matters. *Journal of Behavioral decision making*, *12*(3), 183-206.
4. Trần Mạnh Dũng (CPA) & Nguyễn Hà Linh, Kế toán nhận thức (Mental Accounting) với hành vi tiêu dùng cá nhân, Đại học Kinh tế Quốc dân Hà Nội