

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG NĂNG LỰC CẠNH TRANH CÁC DOANH NGHIỆP KINH TẾ TƯ NHÂN VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

Huỳnh Thanh Nhã*

Ngày nhận: 30/9/2015

Ngày nhận bản sửa: 10/10/2015

Ngày duyệt đăng: 22/10/2015

Tóm tắt:

Doanh nghiệp kinh tế tư nhân ở Việt Nam nói chung và vùng đồng bằng sông Cửu Long nói riêng đã và đang đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt trong bối cảnh hội nhập kinh tế toàn cầu. Nghiên cứu này sử dụng phương pháp phân tích nhân tố và phân tích hồi quy đa biến để phân tích dữ liệu được khảo sát trực tiếp từ 654 doanh nghiệp kinh tế tư nhân đang hoạt động tại vùng đồng bằng sông Cửu Long. Kết quả nghiên cứu đã xác định được 5 nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp, gồm: năng lực phục vụ khách hàng, năng lực thu thập thông tin, năng lực nghiên cứu và phát triển sản phẩm, năng lực phát triển các mối quan hệ của doanh nghiệp và các chính sách dịch vụ hỗ trợ.

Từ khóa: doanh nghiệp, đồng bằng sông Cửu Long, kinh tế tư nhân, năng lực cạnh tranh.

Factors affecting competitiveness of enterprises in the private sector in Mekong Delta

Abstract

Enterprises in the private sector in Vietnam in general, and in Mekong delta in particular, have been facing fierce competition in the context of international integration. In this study, multi-regression analysis were performed on the survey data collected from 654 private enterprises operating in Mekong delta. Five factors affecting the competitiveness of the private enterprises were identified, including customer service capacity, information gathering ability, research and product development capacity, business relationship development capacity and supporting service policies.

Keywords: competitiveness, corporate, Mekong delta, private sector.

1. Đặt vấn đề

Trong xu thế hội nhập toàn cầu, năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp kinh tế tư nhân vùng đồng bằng sông Cửu Long nói riêng vẫn còn ở mức thấp. Hoạt động đầu tư đổi mới công nghệ của các doanh nghiệp này vẫn chưa được quan tâm và ưu tiên trong chiến lược phát triển, chất lượng nguồn nhân lực còn thấp, chủ doanh nghiệp hạn chế về trình độ chuyên môn và năng lực quản lý (Nguyễn Trần Sỹ, 2013).

Trong những năm qua, sản phẩm và dịch vụ do

các doanh nghiệp kinh tế tư nhân tạo ra có sự phát triển đa dạng về chủng loại nhưng vẫn còn tập trung một số mặt hàng gia công như may mặc, giày da và các sản phẩm chế biến từ nông thủy sản (Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương, 2011). Sự hạn chế về đổi mới công nghệ và chất lượng nguồn nhân lực đã làm cho sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp kinh tế tư nhân đồng bằng sông Cửu Long có giá trị gia tăng thấp (Võ Hùng Dũng, 2011).

Ngoài ra, các doanh nghiệp này đa phần đầu tư vào các ngành thương mại - dịch vụ thu lợi nhanh

và công nghiệp chế biến, chưa chú trọng đầu tư vào những ngành sản xuất công nghiệp, dịch vụ hiện đại vốn là những ngành bảo đảm sự phát triển lâu dài của vùng cũng như của chính doanh nghiệp (Võ Hùng Dũng, 2011).

Trong khi đó, dưới tác động của chính sách thu hút đầu tư, các doanh nghiệp có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài sẽ có nhiều cơ hội hơn khi thâm nhập và chiếm lĩnh thị trường nội địa (Đỗ Xuân Hạ, 2012). Nâng cao năng lực cạnh tranh là vấn đề cấp thiết đối với các doanh nghiệp kinh tế tư nhân ở đồng bằng sông Cửu Long. Do đó, nghiên cứu này được thực hiện nhằm xác định các nhân tố ảnh hưởng năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp này.

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Khung lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1.1. Năng lực cạnh tranh

Định nghĩa về năng lực cạnh tranh vẫn chưa thống nhất giữa các nhà khoa học và còn nhiều tranh luận. Theo OECD (1994): “Năng lực cạnh tranh là khả năng của các công ty, các ngành công nghiệp, các khu vực và các quốc gia tạo ra một mức thu nhập tương đối cao và sử dụng các nguồn lực cơ bản một cách hiệu quả và bền vững, từ đó tạo ra khả năng cạnh tranh quốc tế”.

Business Dictionary (2015) định nghĩa: “Năng lực cạnh tranh là khả năng của một doanh nghiệp hay một quốc gia cung cấp những sản phẩm và dịch vụ đáp ứng được các tiêu chuẩn chất lượng của thị trường trong nước và thế giới với mức giá cạnh tranh và đảm bảo mang lại lợi nhuận đầy đủ cho các nguồn lực được sử dụng trong sản xuất chúng.”

Ở cấp độ doanh nghiệp, có nhiều cách tiếp cận khác nhau về năng lực cạnh tranh. Theo Ivancevich & cộng sự (1997), năng lực cạnh tranh phản ánh “mức độ mà một doanh nghiệp, trong điều kiện thị trường công bằng và tự do, có thể sản xuất hàng hóa, dịch vụ đáp ứng yêu cầu của thị trường quốc tế đồng thời duy trì và gia tăng thu nhập thực của nhân viên và người chủ”.

Buckley & cộng sự (1988) cho rằng năng lực cạnh tranh là “khả năng của một công ty đối mặt và đánh bại đối thủ trong việc cung cấp một sản phẩm (dịch vụ) một cách bền vững (dài hạn) và có lợi nhuận”.

Ramasamy (1995) định nghĩa năng lực cạnh tranh là “khả năng gia tăng thị phần, lợi nhuận, tăng trưởng và khả năng duy trì tăng trưởng trong một

thời gian dài”.

Theo Findrik & Szilard (2000) và Szentes (2005), “Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bao gồm khả năng để nâng cao hiệu quả kinh doanh, là cơ sở để nâng cao tỷ suất lợi nhuận.”

Định nghĩa của Trung tâm nghiên cứu Năng lực cạnh tranh được nhiều nhà nghiên cứu cho rằng là một trong những định nghĩa phản ánh đầy đủ nhất bản chất năng lực cạnh tranh: “Năng lực cạnh tranh là khả năng của doanh nghiệp có thể cung cấp cho người tiêu dùng các sản phẩm và dịch vụ tốt nhất, cùng với các cam kết về trách nhiệm xã hội, từ đó người tiêu dùng sẵn sàng trả nhiều tiền hơn so với sản phẩm của đối thủ cạnh tranh. Để có thể đạt được điều này, doanh nghiệp phải có khả năng đánh giá và thích ứng với những tác động của môi trường bên trong và bên ngoài doanh nghiệp tốt hơn so với các đối thủ cạnh tranh” (Gál, 2010).

Chikan (2006) cho rằng năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp được tạo ra từ sự kết hợp của nhiều yếu tố (bên trong và bên ngoài doanh nghiệp), và không nên được đánh giá trong một thời điểm nhất định, mà cần phải được đánh giá năng động, có tính đến xu hướng thay đổi của môi trường kinh doanh.

Tác giả đồng tình với quan điểm của Gál (2010) cho rằng khả năng đánh giá và thay đổi để thích ứng với những tác động của môi trường bên trong và bên ngoài doanh nghiệp tốt hơn so với các đối thủ cạnh tranh để tạo ra các sản phẩm, dịch vụ đáp ứng tốt nhu cầu của người tiêu dùng là rất quan trọng để nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Trên quan điểm này, nghiên cứu sẽ tập trung phân tích đánh giá mức độ ảnh hưởng của các yếu tố thuộc môi trường bên trong và bên ngoài đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp ở vùng đồng bằng sông Cửu Long.

2.1.2. Các nhân tố môi trường bên trong

Có nhiều khung lý thuyết dùng để nghiên cứu năng lực cạnh tranh ở cấp độ doanh nghiệp. Trong đó, lý thuyết về nguồn lực của doanh nghiệp tập trung vào phân tích cạnh tranh dựa vào các yếu tố bên trong. Nguồn lực của doanh nghiệp thể hiện ở nhiều dạng khác nhau. Grant (1991) chia chúng ra thành hai nhóm: (1) Nguồn lực hữu hình bao gồm nguồn lực về tài chính và vật chất hữu hình, (2) Nguồn lực vô hình bao gồm công nghệ, danh tiếng, và nhân lực của doanh nghiệp. Theo Teece & cộng sự (1997), nguồn lực của doanh nghiệp chính là yếu

tổ quyết định đến lợi thế cạnh tranh và kết quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Lý thuyết nguồn lực liên tục được phát triển và được mở rộng trong thị trường luôn biến động và hình thành nên lý thuyết năng lực động (Nguyễn Trần Sỹ, 2013). Năng lực động được Teece & cộng sự (1997) định nghĩa là “khả năng tích hợp, xây dựng và định dạng lại những tiềm năng bên trong và bên ngoài doanh nghiệp để đáp ứng với thay đổi của môi trường kinh doanh”. Như vậy, các doanh nghiệp phải luôn nỗ lực xác định, nuôi dưỡng, phát triển, và sử dụng năng lực động một cách có hiệu quả, thích ứng với sự thay đổi của thị trường để đem lại lợi thế cạnh tranh cho mình một cách bền vững (Nguyễn Đình Thọ, 2009).

Ở Việt Nam, đã có một số nghiên cứu đóng góp cho lý thuyết năng lực động dưới nhiều góc độ khác nhau. Hồ Trung Thành (2012) đã đề xuất các tiêu chí đánh giá năng lực động của các doanh nghiệp ngành Công thương gồm: (1) năng lực sáng tạo, (2) định hướng học hỏi, (3) sự hội nhập toàn diện, (4) năng lực Marketing, (5) định hướng kinh doanh và (6) kết quả kinh doanh.

Nghiên cứu của Nguyen & cộng sự (2004) cho thấy các nhân tố (1) định hướng kinh doanh, (2) năng lực marketing, (3) kết quả kinh doanh, (4) năng lực sáng tạo, (5) định hướng học hỏi, (6) kỳ vọng cơ hội WTO, (7) nguồn lực tài chính, (8) năng lực nghiên cứu và phát triển có ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh.

Huỳnh Thị Thúy Hoa (2009) nghiên cứu tại Siemens Việt Nam đã chứng minh năm nhân tố là (1) năng lực nghiên cứu và phát triển, (2) định hướng kinh doanh, (3) năng lực sáng tạo, (4) năng lực tổ chức dịch vụ và (5) danh tiếng doanh nghiệp có ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

Nhìn chung, nguồn lực bên trong doanh nghiệp là yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh (Nguyễn Đình Thọ, 2009; Nguyễn Trần Sỹ, 2013; Gál, 2010). Trong đó, các nhân tố năng lực marketing, định hướng kinh doanh, năng lực sáng tạo, năng lực tổ chức dịch vụ, danh tiếng doanh nghiệp đã được chứng minh là có ảnh hưởng quan trọng đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp ở Việt Nam.

Cụ thể, Nguyễn Đình Thọ (2009) xác định năng

lực marketing và năng lực sáng tạo tác động vừa trực tiếp và gián tiếp vào kết quả kinh doanh của doanh nghiệp và đây là yếu tố có tác động cao nhất đối với năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Định hướng kinh doanh có vai trò quan trọng, có tác động vào năng lực marketing, năng lực sáng tạo, từ đó tác động gián tiếp đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp (Nguyễn Đình Thọ, 2009; Huỳnh Thị Thúy Hoa, 2009).

Tương tự, năng lực tổ chức dịch vụ và danh tiếng doanh nghiệp là những nhân tố góp phần làm gia tăng năng lực cạnh tranh (Huỳnh Thị Thúy Hoa, 2009; Hồ Trung Thành, 2010, Nguyễn Trần Sỹ, 2013).

2.1.3. Các nhân tố môi trường cạnh tranh

Các nhân tố bên ngoài ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp đến từ môi trường cạnh tranh, trước hết là từ hệ thống các điều kiện tại quốc gia nơi doanh nghiệp đặt trụ sở (Gál, 2010). Mô hình Kim cương của Porter (2006) trình bày các yếu tố của môi trường cạnh tranh là một trong những mô hình được nhiều nhà nghiên cứu sử dụng để phân tích nguồn lực tạo nên “lợi thế cạnh tranh” của các doanh nghiệp, ngành công nghiệp và cụm công nghiệp.

Ở một khía cạnh khác, các yếu tố thuộc môi trường cạnh tranh có thể tạo ra những áp lực buộc các doanh nghiệp phải tìm cách định hướng chiến lược kinh doanh để thích ứng với chúng là điều kiện cần thiết cho hoạt động thị trường thành công (Porter, 2008; Gál, 2010). Đây là một trong những điều kiện quan trọng để nâng cao năng lực cạnh tranh.

Cụ thể, Porter (2008) cho rằng để nâng cao và duy trì được sự tăng trưởng của các doanh nghiệp thì một quốc gia hay một địa phương phải cung cấp một “môi trường cạnh tranh để các doanh nghiệp cải tiến và đổi mới không ngừng theo những hướng thích hợp, nhằm đáp ứng tốt nhất nhu cầu tiêu dùng trong nước và cạnh tranh được với các đối thủ quốc tế”. Những nhân tố định hình nên môi trường cạnh tranh là:

(1) Các điều kiện về yếu tố sản xuất: trình độ lao động, giá lao động, cơ sở hạ tầng, nguồn nguyên vật liệu cần thiết cho cạnh tranh trong ngành hay lĩnh vực nhất định;

(2) Các điều kiện cầu: đặc tính của cầu trong nước đối với sản phẩm hoặc hàng hóa của ngành đó;

(3) Các ngành công nghiệp phụ trợ và liên quan: những ngành công nghiệp mà doanh nghiệp có thể chia sẻ và phối hợp hoạt động để hình thành nên chuỗi giá trị của ngành;

(4) Chiến lược doanh nghiệp, cấu trúc và cạnh tranh nội địa: những điều kiện liên quan đến việc thành lập, tổ chức và quản lý doanh nghiệp, cũng như đặc tính của cạnh tranh trong nước;

(5) Vai trò của chính phủ: chính phủ là yếu tố thiết yếu trong việc ảnh hưởng đến bốn nhân tố sản xuất, điều kiện cầu, các ngành công nghiệp phụ trợ và có liên quan cũng như chiến lược doanh nghiệp, cấu trúc và cạnh tranh nội địa.

Các yếu tố thuộc môi trường cạnh tranh theo mô hình Kim cương của Porter (2008) đã được Choe, Roberts và các cộng sự (2011a, 2011b) cụ thể hóa bằng cách đưa ra một hệ thống các nhân tố để đo lường năng lực cạnh tranh (Vũ Thành Tự Anh, 2012) được trình bày trong Bảng 1 (nhóm nhân tố từ 1 đến 5).

2.2. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp có thể ảnh hưởng bởi các nhân tố môi trường cạnh tranh, đồng thời được xây dựng dựa trên “khả năng tích hợp,

xây dựng và định dạng lại những tiềm năng của doanh nghiệp để đáp ứng với thay đổi của môi trường kinh doanh”, tức là các yếu tố nội tại của doanh nghiệp.

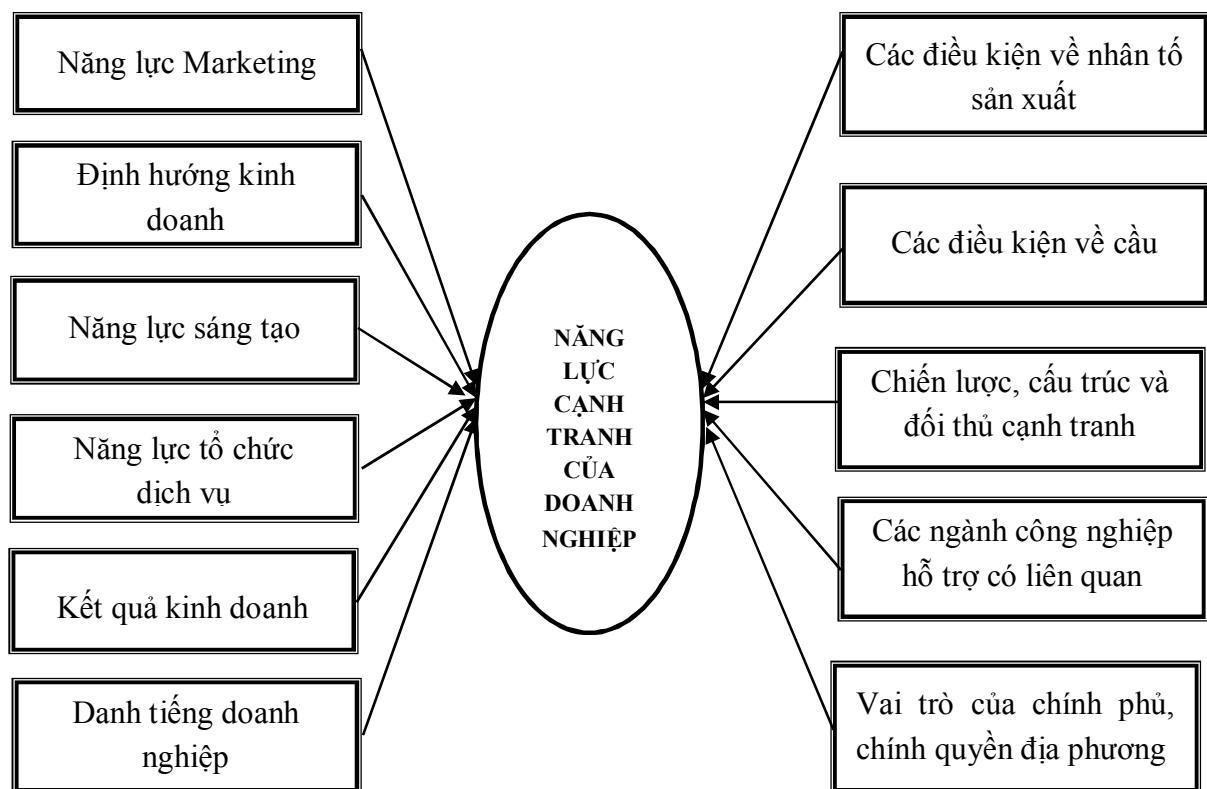
Như vậy, để xác định các nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, nghiên cứu này vận dụng thang đo các nhân tố định hình nên môi trường cạnh tranh theo mô hình Kim cương của Porter (2008) được Choe, Roberts và các cộng sự (2011a, 2011b) cụ thể hóa, kết hợp với thang đo các nhân tố nội tại theo lý thuyết Năng lực động dựa trên sự kế thừa các nghiên cứu của Nguyễn Đình Thọ (2009), Hồ Trung Thanh(2009), Hồ Thị Thúy Hoa (2009), Nguyễn Trần Sỹ (2013), được thể hiện ở Hình 1 và Bảng 1.

2.3. Phương pháp thu thập số liệu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên phân tầng theo tỉnh và loại hình doanh nghiệp để tiến hành thu thập số liệu sơ cấp thông qua bảng câu hỏi phỏng vấn tại địa bàn trung tâm 13 tỉnh, thành vùng đồng bằng sông Cửu Long trong năm 2014. Kết quả điều tra thu về được 654 phiếu hợp lệ, với cơ cấu mẫu quan sát được trình bày trong Bảng 2.

2.4. Phương pháp phân tích số liệu

Hình 1. Mô hình nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp



Nguồn: Tác giả tổng hợp năm 2014

Bảng 1: Thang đo nhân tố trong mô hình nghiên cứu

Nhân tố	Thang đo	Kỳ vọng
1. Các điều kiện về sản xuất (Vũ Thành Tự Anh, 2012)		
a. Lao động	Sự sẵn có về lao động có kỹ năng Kỹ năng quản lý doanh nghiệp Hiệu quả và năng suất lao động Chuyên môn tay nghề của người lao động	+
b. Cơ sở hạ tầng	Chất lượng dịch vụ hạ tầng (logistics) Chất lượng dịch vụ hạ tầng (điện, nước) Chất lượng dịch vụ viễn thông Chi phí dịch vụ	
c. Nguồn lực vốn, nguyên liệu	Gắn với nguồn nguyên liệu thô Chất lượng nguyên liệu thô Quy mô vốn	
2. Các điều kiện về cầu (Vũ Thành Tự Anh, 2012)		
a. Thị trường	Khả năng mở rộng thị trường nội địa Khả năng mở rộng thị trường xuất khẩu	+
b. Sản phẩm mới	Khả năng phát triển sản phẩm mới đáp ứng nhu cầu Sản phẩm có tính sáng tạo trước những thay đổi	
3. Chiến lược, cấu trúc và đối thủ cạnh tranh (Vũ Thành Tự Anh, 2012)		
a. Cấu trúc	Mức độ hiện diện của các doanh nghiệp nước ngoài và liên doanh Số lượng đối thủ cạnh tranh trực tiếp	+/-
b. Hợp tác	Hợp tác mạnh mẽ giữa các doanh nghiệp Tham gia hiệp hội doanh nghiệp Mối quan hệ xã hội của doanh nghiệp	
4. Các ngành công nghiệp hỗ trợ có liên quan (Vũ Thành Tự Anh, 2012)		
a. Chuỗi cung ứng	Khả năng đáp ứng các dịch vụ hỗ trợ của địa phương Chất lượng dịch vụ hỗ trợ tại địa phương	+
b. Gia tăng giá trị	Khả năng gia tăng giá trị cho các chuỗi cung ứng Hiểu biết của doanh nghiệp về khả năng gia tăng giá trị	
5. Vai trò của chính phủ, chính quyền địa phương (Vũ Thành Tự Anh, 2012)		
	Hỗ trợ của Nhà nước cho thành phần kinh tế tư nhân Hệ thống đăng ký kinh doanh tinh gọn Hỗ trợ của Nhà nước về công nghệ	+
6. Năng lực Marketing (Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang, 2009)		
a. Đáp ứng khách hàng	Thường xuyên tiếp xúc với khách hàng để tìm hiểu nhu cầu của họ về sản phẩm/giải pháp mới Hiểu rõ nhu cầu của khách hàng Khả năng thu thập thông tin về khách hàng Thực hiện kế hoạch liên quan đến khách hàng Phản ứng nhanh với những thay đổi của khách hàng	+
b. Phản ứng với đối thủ cạnh tranh	Thường xuyên thu thập thông tin về đối thủ cạnh tranh Nghiên cứu kỹ thông tin liên quan đến đối thủ cạnh tranh Thực hiện kế hoạch liên quan đến đối thủ cạnh tranh Điều chỉnh các hoạt động liên quan đến đối thủ cạnh tranh	
c. Thích ứng với môi trường vĩ mô	Thu thập các thông tin về môi trường vĩ mô Phản ứng nhanh với những thay đổi của môi trường kinh doanh	
d. Chất lượng mối quan hệ	Thiết lập được mối quan hệ tốt với khách hàng Thiết lập được mối quan hệ tốt với các đại lý	

7. Định hướng kinh doanh (Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang, 2009)		+
a. Năng lực chủ động	Luôn tìm cách trong việc mở rộng thị trường Luôn kiên định trong chiến lược cạnh tranh lành mạnh	
b. Năng lực mạo hiểm	Chấp nhận thử thách của thị trường để đạt được mục tiêu kinh doanh Thích tham gia các dự án kinh doanh lớn, rủi ro nhưng lợi nhuận cao.	
8. Năng lực sáng tạo (Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang, 2009)		+
	Đưa ra sản phẩm/giải pháp mới Sản phẩm cải tiến đem lại kết quả tốt Sản phẩm mới phù hợp với nhu cầu của thị trường Mức độ đáp ứng công nghệ tại doanh nghiệp Xây dựng đội ngũ chăm sóc khách hàng chuyên nghiệp	
9. Năng lực tổ chức dịch vụ (Huỳnh Thị Thúy Hoa, 2009)		+
	Thái độ sẵn sàng phục vụ khách hàng Thực hiện yêu cầu của khách hàng nhanh chóng Tạo được sự tin tưởng nơi khách hàng	
10. Danh tiếng doanh nghiệp (Huỳnh Thị Thúy Hoa, 2009)		+
	Cung cấp sản phẩm có chất lượng Đáp ứng mức độ thỏa mãn của khách hàng Thực hiện đầy đủ các cam kết với khách hàng	
11. Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp (Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang, 2009)		+
	doanh nghiệp đang cạnh tranh tốt với các đối thủ trong cùng ngành doanh nghiệp có khả năng cạnh tranh với doanh nghiệp nước ngoài doanh nghiệp sẽ tiếp tục phát triển trong dài hạn	

Nguồn: Tác giả tổng hợp năm 2014

Bảng 2: Cơ cấu mẫu quan sát phân theo loại hình doanh nghiệp

Loại hình	An Giang	Bạc Liêu	Bến Tre	Cà Mau	Cần Thơ	Đồng Tháp	Hậu Giang	Kiên Giang	Long An	Sóc Trăng	Tiền Giang	Trà Vinh	Vĩnh Long	Tổng
Doanh nghiệp tư nhân	23	14	13	15	24	20	17	18	19	16	16	15	19	229
Cty TNHH	29	21	22	24	28	25	23	20	27	18	21	18	22	298
Cty Cổ phần	11	9	7	8	15	13	6	12	14	7	6	8	11	127
Tổng	63	44	42	47	67	58	46	50	60	41	43	41	52	654

Nguồn: Tác giả khảo sát năm 2014

Nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích nhân tố khám phá và mô hình hồi quy tuyến tính, kết hợp phương pháp tham vấn chuyên gia để phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp kinh tế tư nhân vùng đồng bằng sông Cửu Long.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Phân tích nhân tố khám phá và kiểm định độ tin cậy của thang đo

Kết quả kiểm tra độ tin cậy bằng Cronbach's

alpha cho thấy 10 thang đo biến độc lập và thang đo biến phụ thuộc đều lớn hơn 0,6.

Nghiên cứu tiến hành phân tích nhân tố (EFA) để xác định các nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp kinh tế tư nhân. Kết quả phân tích EFA lần 1 và lần 2 có 19 yếu tố loại khỏi mô hình vì có hệ số tải nhân tố nhỏ hơn 0,5. Nghiên cứu tiếp tục phân tích EFA lần 3 và được kết quả như sau:

Bảng 3: Kết quả phân tích nhân tố EFA lần 3

Tên biến	Nhóm nhân tố					
	1	2	3	4	5	6
Nhân tố 1: Năng lực phục vụ khách hàng (F1)						
Tạo được sự tin tưởng nơi khách hàng	0,780					
Đáp ứng mức độ thỏa mãn của khách hàng	0,772					
Thái độ sẵn sàng phục vụ khách hàng	0,752					
Cung cấp sản phẩm có chất lượng	0,735					
Thực hiện yêu cầu của khách hàng nhanh chóng	0,716					
Thực hiện đầy đủ các cam kết với khách hàng	0,695					
Thiết lập mối quan hệ tốt với khách hàng	0,693					
Hiểu rõ nhu cầu khách hàng	0,512					
Xây dựng đội ngũ chăm sóc khách hàng chuyên nghiệp	0,558					
Nhân tố 2: Năng lực thu thập thông tin và phản ứng với sự thay đổi (F2)						
Thường xuyên thu thập thông tin về đối thủ		0,698				
Nghiên cứu kỹ thông tin liên quan đến đối thủ		0,695				
Thực hiện kế hoạch liên quan đến đối thủ		0,639				
Thực hiện kế hoạch liên quan đến khách hàng		0,628				
Điều chỉnh các hoạt động liên quan đến đối thủ		0,627				
Phản ứng nhanh với thay đổi của khách hàng		0,533				
Khả năng thu thập thông tin về khách hàng		0,502				
Thu thập các thông tin về môi trường vĩ mô		0,478				
Phản ứng với thay đổi của môi trường kinh doanh		0,453				
Nhân tố 3: Năng lực nghiên cứu và phát triển sản phẩm (F3)						
Sản phẩm cải tiến đem lại kết quả tốt			0,770			
Đưa ra sản phẩm/ giải pháp mới			0,726			
Sản phẩm mới phù hợp với nhu cầu của thị trường			0,678			
Sản phẩm có tính sáng tạo trước những thay đổi			0,584			
Nhân tố 4: Chính sách và dịch vụ hỗ trợ của nhà nước (F4)						
Chất lượng dịch vụ hỗ trợ tại địa phương				0,764		
Khả năng đáp ứng dịch vụ hỗ trợ của địa phương				0,748		
Hỗ trợ của nhà nước cho thành phần kinh tế tư nhân				0,651		
Hệ thống đăng ký kinh doanh tinh gọn				0,623		
Hỗ trợ của Nhà nước về công nghệ				0,600		
Nhân tố 5 : Năng lực phát triển các mối quan hệ của doanh nghiệp (F5)						
Mối quan hệ xã hội của doanh nghiệp					0,497	
Khả năng mở rộng thị trường nội địa					0,640	
Tham gia hiệp hội doanh nghiệp					0,593	
Hợp tác mạnh mẽ giữa các doanh nghiệp					0,585	
Thiết lập được mối quan hệ tốt với các đại lý					0,562	
Kỹ năng quản lý doanh nghiệp					0,545	
Nhân tố 6: Điều kiện về cơ sở hạ tầng kinh doanh (F6)						
Chất lượng dịch vụ hạ tầng (logistics)						0,805
Chất lượng dịch vụ hạ tầng (điện, nước)						0,616
Chất lượng dịch vụ viễn thông						0,600
Sig	0,000					
Cumulative	63,480					
KMO	0,917					

Nguồn: Kết quả xử lý từ số liệu điều tra năm 2014

Bảng 3 cho thấy:

- Kiểm định sự tương quan giữa các biến, $KMO = 0,917 > 0,5$; đồng thời $Sig. = 0,000$ cho thấy các biến được khảo sát có tương quan với nhau.

- Số lượng nhân tố: Theo tiêu chuẩn Eigenvalue có 6 nhân tố được rút ra, Cumulative = 63,480 cho biết 6 nhân tố trên giải thích được 63,48% biến thiên của dữ liệu nghiên cứu. Có 3 yếu tố có hệ số tải nhân tố tiệm cận với 0,5 là: Thu thập thông tin từ môi trường vĩ mô; Phản ứng với thay đổi của môi trường kinh doanh; Mối quan hệ xã hội của doanh nghiệp vẫn được giữ lại trong mô hình nghiên cứu vì theo tham khảo ý kiến một số chuyên gia, các biến này có thể ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp. Ngoài ra, nhân tố F5 bao gồm 6 yếu tố liên quan chủ yếu đến các mối quan hệ của doanh nghiệp nên được đặt tên lại là Năng lực phát triển các mối quan hệ của doanh nghiệp.

3.2. Các nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp

Sáu nhân tố độc lập và một nhân tố phụ thuộc được hình thành từ phân tích nhân tố khám phá được đưa vào để phân tích hồi quy tuyến tính.

Kết quả phân tích hồi quy được trình bày ở bảng 4 cho thấy: (1) Mức ý nghĩa quan sát Sig.F rất nhỏ ($Sig. = 0,000$) cho thấy mức độ an toàn để bác bỏ giả thuyết H_0 , nghĩa là có tồn tại mối quan hệ tuyến tính giữa năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp với ít nhất một trong các biến độc lập của mô hình và mô hình hồi quy tuyến tính được thiết lập phù hợp với dữ liệu nghiên cứu; (2) Giá trị R^2 hiệu chỉnh là

0,656, có nghĩa là 65,6% sự thay đổi của năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp kinh tế tư nhân được giải thích bởi các biến độc lập đưa vào mô hình.

Trong 6 biến độc lập đưa vào mô hình thì có 5 biến có hệ số Sig. $< 10\%$, giải thích được sự thay đổi của năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp kinh tế tư nhân vùng đồng bằng sông Cửu Long. Cụ thể: năng lực phục vụ khách hàng, năng lực thu thập thông tin và phản ứng với sự thay đổi, năng lực nghiên cứu và phát triển sản phẩm, chính sách và dịch vụ hỗ trợ, năng lực phát triển các mối quan hệ của doanh nghiệp đều tỷ lệ thuận với năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp kinh tế tư nhân vùng đồng bằng sông Cửu Long.

Nói một cách khác, nếu các doanh nghiệp kinh tế tư nhân nâng cao năng lực phục vụ khách hàng, thực hiện tốt các hoạt động thu thập thông tin từ môi trường kinh doanh để phản ứng tốt với sự thay đổi, tăng cường công tác nghiên cứu và phát triển sản phẩm, quan tâm đến vấn đề phát triển doanh nghiệp, tận dụng tốt các chính sách và dịch vụ hỗ trợ thì năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp sẽ càng được cải thiện. Trong đó, nhân tố chính sách và dịch vụ hỗ trợ của nhà nước và năng lực phục vụ khách hàng có ảnh hưởng mạnh nhất.

Đáng chú ý, biến cơ sở hạ tầng kinh doanh được kỳ vọng là có tác động cùng chiều với năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp lại không có ý nghĩa thống kê ở mức ý nghĩa 10%. Kết quả này có thể là do các doanh nghiệp kinh tế tư nhân vùng đồng bằng sông Cửu Long chưa quan tâm nhiều đến việc tận dụng các lợi thế từ điều kiện cơ sở hạ tầng kinh

Bảng 4: Kết quả phân tích mô hình hồi quy tuyến tính

Biến	Hệ số B	Hệ số Beta	Sig.	VIF
Hằng số	0,321	-	0,000	-
F1	0,328	0,129	0,000*	1,617
F2	0,259	0,263	0,052***	1,216
F3	0,026	0,166	0,000*	1,528
F4	0,596	0,187	0,056***	1,420
F5	0,024	0,046	0,012**	1,224
F6	0,072	0,011	0,120	1,289
Hệ số Sig.F	0,000			
Hệ số R^2 hiệu chỉnh	0,656			

*, **, ***: Mức ý nghĩa 1%, 5%, 10%

Nguồn: Kết quả phân tích từ số liệu điều tra năm 2014

doanh để nâng cao năng lực cạnh tranh, hoặc điều kiện cơ sở hạ tầng kinh doanh vùng đồng bằng sông Cửu Long hiện nay chưa phát huy được vai trò đối với các doanh nghiệp.

4. Kết luận

Kết quả của nghiên cứu này khá tương đồng với một số nghiên cứu khác khi xác định được các nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp kinh tế tư nhân vùng đồng bằng sông Cửu Long là: năng lực phục vụ khách hàng (Huỳnh Thị Thúy Hoa, 2009), năng lực thu thập thông tin và phản ứng với sự thay đổi (Zhou & Li, 2010; Gibson & Birkinshaw, 2004), năng lực nghiên cứu và phát

triển sản phẩm (Wang & Ahmed, 2004; Nguyễn Đình Thọ, 2009) đều có tác động tích cực đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Trong đó, một khám phá mới của nghiên cứu là nhân tố chính sách và dịch vụ hỗ trợ và nhân tố năng lực phát triển các mối quan hệ của doanh nghiệp cũng có vai trò tích cực trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh.

Tuy nhiên, hạn chế của nghiên cứu này là chỉ kiểm định tổng quát các doanh nghiệp mà chưa phân tích chi tiết vào từng ngành nghề kinh doanh cụ thể nên chưa phát hiện ra những điểm tương đồng và sự khác biệt về năng lực cạnh tranh giữa các ngành nghề. □

Tài liệu tham khảo

- Buckley, P.J., Pass, C.L. & Prescott, K. (1988), 'Measures of International Competitiveness: A Critical Survey', *Journal of Marketing Management*, 4, (2), 175-200.
- Chikan Attila (2006), 'Measuring the competitiveness of companies'. *Pénzügyi Szemle*, 1, 45-59.
- Choe, K. & Roberts, B. (2011), *Competitive cities in the 21st century: Cluster-based local economic development*, Retrieved on December, 9th 2015, from <<http://abclusters.org/wp-content/uploads/2013/12/cluster-based-local-economic-development.pdf>>.
- Đỗ Xuân Hạ (2012), *Cơ hội và thách thức đối với các doanh nghiệp Việt Nam trong bối cảnh kinh tế hiện nay*, truy cập lần cuối ngày 16 tháng 11 năm 2015, từ <vbdforum.com/wp.../2012/12/6.TS-Do-Xuan-Ha.docx>.
- Findrik, M. & Szilard, I. (2000), 'International Competitiveness - Competition of Skills', *Kossuth Kiadó*, Budapest.
- Gál, A.N. (2010), *Competitiveness of small and medium sized enterprises - a possible analytical framework*, retrieved on November, 16th 2015, từ <<http://heja.szif.hu/ECO/ECO-100115-A/eco100115a.pdf>>.
- Gibson, C.B. & Birkinshaw, J. (2004), 'The Antecedents, Consequences, and Mediating Role of Organizational Ambidexterity', *Academy of Management Journal*, 49(2), 209-226.
- Grant, R.M. (1991), 'A resource based theory of competitive advantage: implications for strategy formulation', *California Management Review*, 33(3), 114-351.
- Hồ Trung Thanh (2012), *Nghiên cứu tiêu chí và mô hình đánh giá năng lực cạnh tranh động cho các doanh nghiệp Ngành Công Thương*, truy cập lần cuối ngày 16 tháng 11 năm 2015, từ <<http://www.viennghiencuuthuong-mai.com.vn/tapchi/NewDetails.aspx?Id=18>>.
- Huỳnh Thị Thúy Hoa (2009), *Nghiên cứu mô hình năng lực cạnh tranh động của công ty TNHH Siemens Việt Nam*, truy cập lần cuối ngày 16 tháng 11 năm 2015, từ <http://thuvien.ued.vn:8080/dspace/handle/TVDHSPdoanh_nghiep_123456789/5106>.
- Ivancevich, J.M., Lorenzi, P., Skinner, S.J. & Crosby, P.B. (1997), *Management: Quality and Competitiveness*, 2nd edition, McGraw-Hill.
- Nguyễn Đình Thọ (2009), 'Một số yếu tố tạo thành năng lực động doanh nghiệp và giải pháp nuôi dưỡng', kỷ yếu hội thảo *Năng lực cạnh tranh động của doanh nghiệp*, Trường Đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh, thành phố Hồ Chí Minh.
- Nguyen Thi Mai Trang, Barrett N..J & Nguyen Dinh Tho (2004), 'Cultural sensitivity, information exchange, and relationship quality', *Journal of Customer Behaviour*, 3(3), 281-303.
- Nguyễn Trần Sỹ (2013), 'Năng lực động – hướng tiếp cận mới để tạo ra lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam', *Tạp chí Phát triển và hội nhập*, 12 (22), 15-20.

- OECD (1994), *Globalisation and Competitiveness: Relevant Indicators*, Paris.
- Porter, Michael E. (2008), 'The Five Competitive Forces That Shape Strategy', *Harvard Business Review*, 86 (1), 78-93.
- Ramasamy, H. (1995), *Productivity in the Age of Competiveness: Focus on Manufacturing in Singapore*, APO Monograph Series 16, Asian Productivity Organization.
- Szentes, T. (2005), 'Development Competitiveness Globalization', *Akademiai Kiado*, Budapest.
- Teece, D.J., Pisano, G. & Shuen, A. (1997), 'Dynamic capabilities and strategic management', *Strategic Management Journal*, 18(7), 509-533.
- Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương (2011), *Báo cáo nghiên cứu: Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp xuất khẩu trong ba ngành may mặc, thủy sản, và điện tử ở Việt Nam*, truy cập lần cuối ngày 16 tháng 11 năm 2015, từ <<https://asiafoundation.org/resources/pdfs/TAFExportCompetitivefinal.pdf>>.
- Võ Hùng Dũng (2011), *Kinh tế Đồng bằng sông Cửu Long 1990 – 2011*, Nhà xuất bản Đại học Cần Thơ, Cần Thơ.
- Vũ Thành Tự Anh (2010), *Khung phân tích năng lực cạnh tranh địa phương*, truy cập lần cuối ngày 16 tháng 11 năm 2015, từ <<http://www.fetp.edu.vn/attachment.aspx%3FID%3D8992>>.
- Wang, C.L. và Ahmed, P.K. (2007), 'Dynamic capabilities: A review and research agenda', *Int. J. Manage. Rev.*, 9(1), 31-51.
- Yeniyurt, S., Cavusgil, S.T. & Hult, G.T.M. (2005), 'A global market advantage framework: the role of global market knowledge competencies', *International Business Review*, 14(1), 1-19.
- Zhou, K.Z. & Li, C.B. (2010), 'How strategic orientations influence the building of dynamic capability in emerging economies', *J. Bus. Res.*, 63(3), 224-231.

Thông tin tác giả:

***Huỳnh Thanh Nhã**, Tiến sỹ kinh tế

- Tổ chức tác giả công tác: Trường Cao đẳng Kinh tế- Kỹ thuật Cần Thơ

- Lĩnh vực nghiên cứu chính: Quản trị kinh doanh

- Một số tạp chí đã đăng tải công trình nghiên cứu: Tạp chí Phát triển kinh tế, Tạp chí khoa học trường Đại học Cần Thơ, Tạp chí khoa học trường Đại học Đồng Tháp, Tạp chí khoa học trường Đại học An Giang, Tạp chí Kinh tế và Dự báo – Bộ Kế hoạch và Đầu tư, ...

- Địa chỉ Email: hthna@ctec.edu.vn