
CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG TỚI NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH THANH HÓA

Nguyễn Thị Thanh Xuân

Trường Đại học Hồng Đức

Email: nguyenthithanhxuan@hdu.edu.vn

Lê Quang Hiếu

Trường Đại học Hồng Đức

Email: lequanghieu@hdu.edu.vn

Trịnh Thị Thu Huyền

Trường Đại học Hồng Đức

Email: tringthithuhuyenkt@hdu.edu.vn

Mã bài: JED - 666

N/gày nhận bài: 12/05/2022

Ngày nhận bài sửa: 17/05/2022

Ngày duyệt đăng: 05/06/2022

Tóm tắt

Nghiên cứu này sử dụng lý thuyết năng lực và lý thuyết định hướng thị trường để nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa tỉnh Thanh Hóa. Thông qua điều tra khảo sát 600 doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa, sử dụng hồi quy tuyến tính OLS, nghiên cứu cho thấy ảnh hưởng của 10 nhân tố được lựa chọn đều có ý nghĩa thống kê. Trong đó, mức độ ảnh hưởng theo thứ tự giảm dần đó là: Năng lực quản lý; Sự phát triển của công nghệ thông tin; Phản ứng của đối thủ cạnh tranh; Năng lực kỹ thuật công nghệ; Trách nhiệm xã hội; Thương hiệu và uy tín; Năng lực tài chính; Nguồn nhân lực; Hiệu quả kinh doanh; Sự thích ứng với môi trường kinh doanh. Từ đó, nghiên cứu đã đề xuất một số khuyến nghị như nâng cao kỹ năng quản lý một cách chuyên nghiệp; tăng cường nghiên cứu khoa học, đổi mới công nghệ; thường xuyên nghiên cứu thị trường và phân tích đối thủ cạnh tranh, tìm hiểu khách hàng tiềm năng.

Từ khóa: Năng lực cạnh tranh, doanh nghiệp nhỏ và vừa, tỉnh Thanh Hóa.

Mã JEL: L21, M10

Factors affecting the competitiveness of small and medium-sized enterprises in Thanh Hoa province

Abstract

This research applies the theory of capacity and the theory of market orientation to study the factors affecting the competitiveness of small and medium enterprises in Thanh Hoa province. Through surveying 600 small and medium-sized enterprises in Thanh Hoa province, using OLS linear regression, the research shows that the influence of 10 selected factors is statistically significant. In which, the level of influence in descending order is: Management capacity; Development of information technology; Competitors' reaction; Technical and technological capacity; Social responsibility; Brand and reputation; Financial capacity; Human Resources; Business efficiency; Adaptation to the business environment. From those results, the research has made some recommendations such as improving management skills professionally; strengthening scientific research and technological innovation; regularly researching the market, analyzing competitors and potential customers.

Keywords: Competitiveness, small and medium enterprises, Thanh Hoa province.

JEL Codes: L21, M10

1. Đặt vấn đề

Năng lực cạnh tranh là khả năng tạo dựng, duy trì, sử dụng và sáng tạo mới các lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp để tạo ra sản phẩm với năng suất, chất lượng cao hơn đối thủ cạnh tranh và chiếm lĩnh được thị phần lớn hơn cũng như tạo ra thu nhập cao cho người lao động và khả năng phát triển bền vững cho tổ chức (Porter, 1990). Trước bối cảnh hội nhập kinh tế và sự ảnh hưởng bởi dịch bệnh Covid 19, doanh nghiệp nhỏ và vừa sẽ không tránh khỏi những khó khăn, thách thức. Điều này cũng đòi hỏi bản thân doanh nghiệp phải không ngừng đổi mới, hoàn thiện và phát triển. Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp luôn là mối quan tâm hàng đầu đối với các nghiên cứu trong và ngoài nước. Có khá nhiều các nghiên cứu các nhân tố tác động đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp nhỏ và vừa nói riêng. Các nghiên cứu được tiếp cận theo nhiều hướng khác nhau, như mô hình chuỗi giá trị của Porter (1985), mô hình 5 áp lực cạnh tranh của Porter (1990), mô hình tiếp cận từ lý thuyết năng lực của Barney (1991), mô hình theo lý thuyết nguồn lực của Wernerfelt (1984), mô hình theo định hướng thị trường của Narver & Slater (1990). Các cách tiếp cận này đều cho thấy những yếu tố tác động đến năng lực cạnh tranh được ảnh hưởng bởi yếu tố bên trong hoặc bên ngoài doanh nghiệp. Các nghiên cứu cũng cho thấy có nhiều nhân tố ảnh hưởng khác nhau tới năng lực cạnh tranh, tùy thuộc theo từng quốc gia, từng góc tiếp cận. Tuy nhiên, chưa nhiều nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh được kết hợp giữa lý thuyết năng lực và lý thuyết định hướng thị trường một cách có hệ thống. Chính vì vậy, trong nghiên cứu này, nhóm tác giả cũng tiếp cận các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp theo cả lý thuyết về năng lực và lý thuyết định hướng thị trường. Với hướng tiếp cận kết hợp giữa lý thuyết năng lực và lý thuyết định hướng thị trường, trên cơ sở tổng quan các nghiên cứu về nhân tố ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, nhóm tác giả lựa chọn một số nhân tố theo hướng tiếp cận năng lực và hướng tiếp cận định hướng thị trường để đề xuất mô hình nghiên cứu của mình.

Riêng với tỉnh Thanh Hóa, theo báo cáo của Sở Kế hoạch và Đầu tư Thanh Hóa (2021), trong năm 2021 có 1.505 doanh nghiệp tạm ngừng kinh doanh có thời hạn (tăng 25,3% so với cùng kỳ); lợi nhuận trước thuế của doanh nghiệp nhỏ và vừa trong thời gian qua còn lỗ. Điều này cho thấy tình trạng phá sản doanh nghiệp và tạm ngừng kinh doanh còn cao, lợi nhuận thấp. Với mục đích nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp nhỏ và vừa, bài viết xác định ảnh hưởng của các nhân tố và đo lường mức độ ảnh hưởng của các nhân tố tới năng lực cạnh tranh đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa. Từ đó, đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa.

2. Cơ sở lý thuyết và giả thuyết nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết

2.1.1. Mô hình tiếp cận từ lý thuyết năng lực

Trong quan điểm dựa trên nguồn lực, các yếu tố được phân tích từ nguồn lực vô hình và hữu hình. Theo Man & cộng sự (2002), nguồn lực hữu hình chính là tài sản vật chất mà một doanh nghiệp có thể quan sát và đếm được như các nguồn lực tài chính, nguồn lực tổ chức, nguồn lực vật chất, nguồn lực công nghệ. Còn nguồn lực vô hình chính là các tài sản mà doanh nghiệp không thể đếm được như nguồn lực con người (kiến thức, sự trung thực và khả năng quản lý), nguồn lực đổi mới, nguồn lực về danh tiếng (sức mạnh thương hiệu, danh tiếng với khách hàng, danh tiếng với nhà cung ứng).

2.1.2. Mô hình tiếp cận theo định hướng thị trường

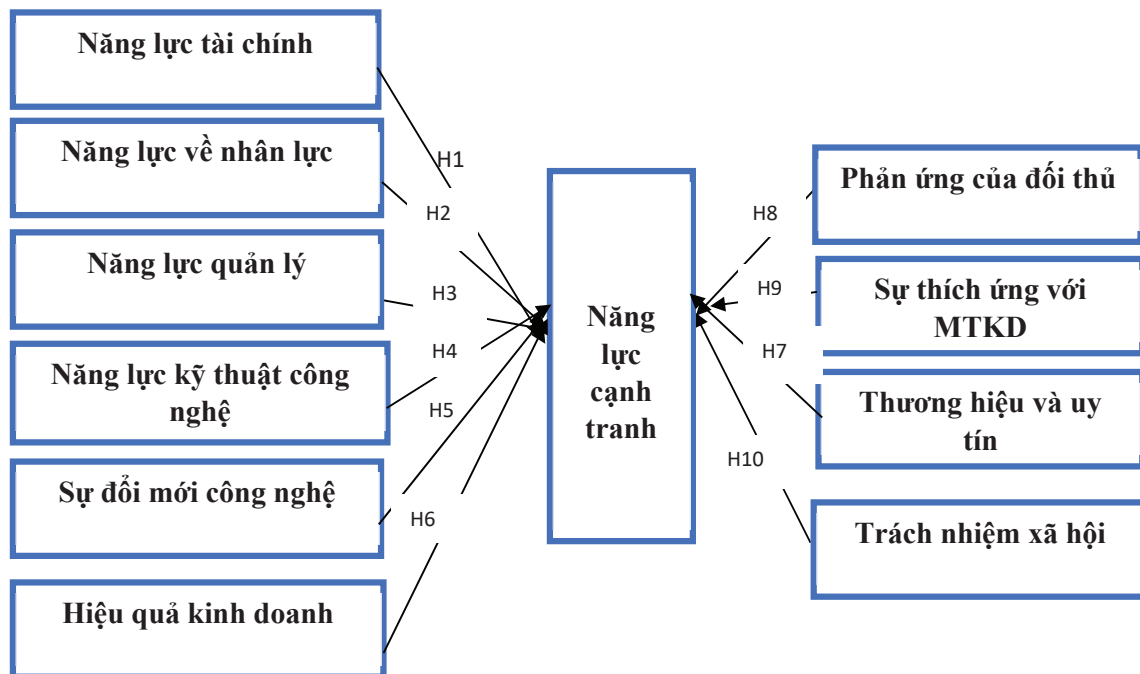
Theo Narver & Slater (1990), năng lực cạnh tranh theo định hướng thị trường gồm có ba thành phần chính. Một là, định hướng khách hàng, định hướng này dựa vào nhu cầu của khách hàng và làm thế nào để khách hàng hiểu về doanh nghiệp mình; Hai là, định hướng đối thủ cạnh tranh, theo đó doanh nghiệp cần phải hiểu rõ khả năng cạnh tranh ngắn hạn, dài hạn và chiến lược của đối thủ cạnh tranh hiện tại và tương lai để có thể tạo ra giá trị vượt trội so với họ; Ba là, sự phối hợp đa chức năng dựa trên việc sử dụng các nguồn lực của doanh nghiệp một cách hiệu quả nhằm tạo ra giá trị vượt trội cho khách hàng mục tiêu.

2.2. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Các cách tiếp cận năng lực cạnh tranh đều cho thấy những yếu tố tác động đến năng lực cạnh tranh được ảnh hưởng bởi yếu tố bên trong hoặc bên ngoài doanh nghiệp. Với hướng tiếp cận kết hợp giữa lý thuyết năng lực và lý thuyết định hướng thị trường đảm bảo được cái nhìn tổng quát về các nhân tố ảnh hưởng tới

năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Trên cơ sở tổng quan các nghiên cứu, nhóm tác giả lựa chọn một số nhân tố theo hướng tiếp cận năng lực (như năng lực tài chính, nguồn nhân lực, năng lực tổ chức điều hành, năng lực kỹ thuật công nghệ, sự phát triển của công nghệ thông tin, hiệu quả kinh doanh) và hướng tiếp cận định hướng thị trường (Thương hiệu và uy tín, phản ứng của đối thủ cạnh tranh, sự thích ứng với môi trường kinh doanh, trách nhiệm xã hội) để đề xuất mô hình nghiên cứu của mình.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



2.2.1. Năng lực tài chính

Năng lực tài chính của doanh nghiệp là khả năng đảm bảo nguồn lực tài chính cho hoạt động của doanh nghiệp nhằm đạt mục đích mà doanh nghiệp đề ra. Các nghiên cứu đã thể hiện ảnh hưởng của năng lực tài chính tới năng lực cạnh tranh thông qua quy mô, khả năng tiếp cận nguồn vốn, chiến lược kinh doanh, doanh nghiệp có năng lực tài chính tốt sẽ có tác động mạnh mẽ đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp và ngược lại (Chang & cộng sự, 2007; Gupta & Kundu, 2007; Barney, 2011; Ahmedova, 2015; Kabanda & Brown 2017; Phạm Thu Hương, 2017).

H1: Năng lực tài chính có ảnh hưởng tích cực tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp nhỏ và vừa

2.2.2. Nguồn nhân lực

Nguồn nhân lực là năng lực lao động của xã hội, là nguồn của sự phát triển kinh tế - xã hội, bao gồm các nhóm dân số trong độ tuổi lao động, có khả năng tham gia lao động, bao gồm tổng hòa các yếu tố vật chất, trí lực của họ được huy động vào quá trình lao động (Mazanai & Fatoki, 2012). Theo các nhà nghiên cứu thì nguồn nhân lực được coi là một tài sản quan trọng của doanh nghiệp vì họ đóng vai trò then chốt trong việc thực hiện mục tiêu, chiến lược và cũng là nguồn tạo ra lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp (Chang & cộng sự, 2007; Barney, 2011; Manmohan, 2013; Phạm Thu Hương, 2017; Irungu & Arasa, 2017).

H2: Nguồn nhân lực có ảnh hưởng tích cực tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp nhỏ và vừa

2.2.3. Năng lực quản lý điều hành

Năng lực quản lý điều hành là việc tổ chức và thực hiện các kỹ năng khác nhau trong quá trình làm việc giữa các cá nhân, nhóm và các nguồn lực khác để đạt được mục tiêu đề ra (Phạm Thu Hương, 2017). Một số nghiên cứu khác cũng đã cho thấy được năng lực quản lý điều hành càng cao thì năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp càng tốt (Hwang & Chang, 2003; Ho, 2005; Tang & Tang, 2012; Phạm Thu Hương, 2017).

H3: Năng lực quản lý điều hành có ảnh hưởng tích cực tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp nhỏ và vừa

2.2.4. Năng lực kỹ thuật công nghệ

Năng lực công nghệ được hiểu như là nền tảng, một lợi thế cạnh tranh bền vững công ty vì nó thường tạo ra việc nâng cao kiến thức về công nghệ, về kỹ năng sản xuất (Lee & King, 2009). Năng lực kỹ thuật công nghệ được đánh giá thông qua việc doanh nghiệp áp dụng các kỹ thuật công nghệ cao, đầu tư đầy đủ trang thiết bị cũng như việc vận dụng các giao dịch thông qua internet, đặc biệt là thương mại điện tử. Các nghiên cứu của Hudson & cộng sự (2001); Lee & King (2009); Manmohan (2013) cho thấy công nghệ tác động đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

H4: Năng lực kỹ thuật công nghệ có ảnh hưởng tích cực tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp nhỏ và vừa

2.2.5 Sự phát triển của công nghệ thông tin

Sự phát triển của công nghệ thông tin (sự đổi mới công nghệ) đó là cho phép các công nghệ của doanh nghiệp phù hợp với cơ hội thị trường để thúc đẩy tăng trưởng doanh nghiệp (Wu & Parkvithee, 2017). Gần đây, các nghiên cứu về sự đổi mới công nghệ cho thấy rằng các doanh nghiệp nên đồng thời đầu tư với những công nghệ hiện có và đổi mới khám phá để nắm bắt cơ hội công nghệ mới sẽ đảm bảo cho doanh nghiệp kinh doanh thành công (Aikaeli, 2012; Hutahayan & Yufra, 2019; Wu & Parkvithee, 2017).

H5: Sự phát triển công nghệ thông tin có ảnh hưởng tích cực tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp nhỏ và vừa

2.2.6. Hiệu quả kinh doanh

Hiệu quả kinh doanh được hiểu là cách thức sử dụng nguồn lực trong doanh nghiệp để có thể đạt được các mục tiêu của doanh nghiệp một cách tốt nhất (Pradabwong & cộng sự, 2015). Nghiên cứu về ảnh hưởng của hiệu quả kinh doanh tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp ít được đề cập tới, vì thường khi xem xét đến hiệu quả kinh doanh thường đo lường so sánh kết quả về doanh thu và chi phí mà doanh nghiệp bỏ ra. Tuy nhiên, việc sử dụng các nguồn lực hiệu quả cũng đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Đây là nhân tố mà nhóm tác giả đề xuất thêm vào mô hình.

H6: Hiệu quả kinh doanh có ảnh hưởng tích cực tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp nhỏ và vừa

2.2.7. Thương hiệu và uy tín

Theo Kotler (1994) thương hiệu và uy tín được thể hiện thông qua một cái tên, một thuật ngữ, một dấu hiệu, một biểu tượng, một thiết kế,... hoặc là sự kết hợp của tất cả các yếu tố trên để phân biệt hàng hóa, dịch vụ của một người bán với hàng hóa, dịch vụ của đối thủ cạnh tranh. Thương hiệu có ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp được nghiên cứu bởi các tác giả Prasad & Dev (2000), Kim & Kim (2005); Williams & Hare (2012), Nguyễn Thành Long (2017).

H7: Thương hiệu và uy tín có ảnh hưởng tích cực tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp nhỏ và vừa

2.2.8. Phản ứng của đối thủ cạnh tranh

Phản ứng của đối thủ cạnh tranh là những hành động, cách ứng xử của họ trước những chiến lược của doanh nghiệp hay của những đối thủ cạnh tranh khác (Karami & cộng sự, 2006). Khi thay đổi về chính sách giá bán, chính sách sản phẩm thì doanh nghiệp phải đối mặt với hai câu hỏi đó là phản ứng của người tiêu dùng và phản ứng của đối thủ cạnh tranh như thế nào. Karami & cộng sự (2006) đã phát hiện ra rằng sức mạnh của đối thủ cạnh tranh có ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp.

H8: Phản ứng của đối thủ cạnh tranh có ảnh hưởng tích cực tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp nhỏ và vừa

2.2.9. Sự thích ứng với môi trường kinh doanh

Doanh nghiệp phải thích ứng với sự thay đổi của thị trường trong nước và quốc tế (sở thích, nhu cầu, giá cả, chất lượng, mẫu mã...) và sự thay đổi trong môi trường kinh doanh như chính sách của nhà nước, sự thay đổi của các đối tác kinh doanh, đối thủ cạnh tranh... Điều đó đòi hỏi doanh nghiệp phải phản ứng linh hoạt, điều chỉnh linh hoạt và hiệu quả. Một số nghiên cứu trước đây đã chứng minh khả năng thích ứng với môi trường kinh doanh đóng vai trò quan trọng đối với sự phát triển của doanh nghiệp (Karami & cộng sự, 2006).

H9: Sự thích ứng với môi trường kinh doanh có ảnh hưởng tích cực tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp nhỏ và vừa

2.2.10. Trách nhiệm xã hội

Sethi (1975) thì cho rằng, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp là nâng hành vi của doanh nghiệp lên một mức phù hợp với các quy phạm, giá trị và kỳ vọng xã hội đang phổ biến. Trách nhiệm xã hội có ảnh hưởng tích cực đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp được nghiên cứu bởi các tác giả Ho (2005); Craigwell (2007); Tsai & cộng sự (2009), Archie & Kareem (2010); Nguyễn Thành Long (2017).

H10: Trách nhiệm xã hội có ảnh hưởng tích cực tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp nhỏ và vừa

2.3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện bởi phương pháp nghiên cứu định lượng để kiểm định các giả thuyết ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa.

Đối tượng khảo sát trong nghiên cứu là các doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa. Theo Hair & cộng sự (1998) thì cỡ mẫu để phân tích EFA tối thiểu bằng 5 lần số biến quan sát. Trong hồi quy đa biến theo Tabachnick & Fidell (2013) kích cỡ mẫu tối thiểu phải đạt theo công thức $n \geq 50 + 8p$ (p là số biến độc lập). Mô hình nghiên cứu đề xuất bao gồm 10 biến độc lập và 1 biến phụ thuộc. Thang đo của các nhân tố bao gồm 46 biến quan sát, theo công thức trên thì số mẫu tối thiểu cần phải khảo sát là 230. Nhóm tác giả thực hiện thu thập, điều tra khảo sát khảo sát trực tiếp tại 600 doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa. Sử dụng phương pháp điều tra phi xác suất, thuận tiện trong khoảng thời gian từ ngày 1 tháng 6 năm 2021 đến ngày 30 tháng 10 năm 2021.

Bảng hỏi được dịch từ tiếng Anh sang tiếng Việt và dịch ngược lại. Sau đó tiến hành thử nghiệm với 10 người để kiểm tra từ ngữ, hoàn chỉnh, trình tự và các lỗi có thể trong câu hỏi Bảng hỏi sử dụng thang đo likert 5 điểm, từ “Rất không đồng ý” đến “rất đồng ý” cho các biến quan sát trong mô hình.

Bảng 1: Thang đo các biến trong mô hình nghiên cứu

Biến nghiên cứu	Thang đo	Nguồn
Năng lực tài chính (NLTC)	Doanh nghiệp thiếu vốn để sản xuất và đầu tư công nghệ mới	Phạm Thu Hương (2017)
	Doanh nghiệp thiếu kiến thức và kinh nghiệm trong quản lý tài chính	
	Doanh nghiệp luôn gặp khó khăn trong việc tìm kiếm nguồn vốn	
	Doanh nghiệp luôn thanh toán đầy đủ các khoản nợ	
Nguồn nhân lực (NNL)	Hầu hết nhân viên được đào tạo chuyên môn tốt	Van Tien & cộng sự (2019)
	Nhiều nhân viên thiếu kỹ năng làm việc trong doanh nghiệp	
	Hầu hết nhân viên có kinh nghiệm cao trong công việc	
	Khả năng đổi mới của nhân viên nhanh nhạy	
	Thái độ làm việc của nhân viên tốt	
Thương hiệu và uy tín (TH)	Doanh nghiệp có chỉ tiêu cho hoạt động xúc tiến thương mại theo % doanh số	Nguyễn Thiên Phú (2014)
	Doanh nghiệp có chỉ tiêu cho hoạt động quảng cáo	
	Doanh nghiệp luôn quan tâm đến phát triển thương hiệu	
	Thương hiệu của doanh nghiệp được nhiều người biết đến	
	Thương hiệu của doanh nghiệp rất thu hút và dễ hiểu	
Năng lực quản lý điều hành (NLQL)	Đội ngũ lãnh đạo có kỹ năng lãnh đạo tốt	Van Tien & cộng sự (2019)
	Đội ngũ lãnh đạo có kỹ năng lập kế hoạch tốt	
	Đội ngũ lãnh đạo có kỹ năng giải quyết vấn đề tốt	
	Doanh nghiệp có bộ máy tổ chức hoạt động hiệu quả, linh hoạt	
	Việc bố trí sắp xếp và thay đổi nhân sự luôn phù hợp	

Năng lực kỹ thuật công nghệ (NLKT)	Doanh nghiệp có áp dụng kỹ thuật công nghệ cao	Lee & King (2009)
	Doanh nghiệp có sử dụng thư điện tử (email) để kết nối giữa cá nhân và tổ chức	
	Doanh nghiệp có trang thiết bị đầy đủ, hiện đại	
	Doanh nghiệp có sử dụng thương mại điện tử khác (ngoài email) trong kinh doanh	
Sự phát triển công nghệ thông tin (CNTT)	Doanh nghiệp luôn coi trọng đầu tư cho hoạt động nghiên cứu và triển khai công nghệ mới	Hudson & cộng sự (2001)
	Doanh nghiệp thường xuyên cập nhật và ứng dụng công nghệ mới vào hoạt động sản xuất kinh doanh	
	Doanh nghiệp có đủ nguồn vốn để đầu tư vào đổi mới công nghệ	
Phản ứng của đối thủ cạnh tranh (ĐTCT)	Đối thủ cạnh tranh là các doanh nghiệp có phản ứng nhanh nhạy với thị trường	Nguyễn Thiên Phú (2014)
	Đối thủ cạnh tranh có phản ứng nhạy bén với sự thay đổi của công nghệ, cải tiến trong kinh doanh	
	Đối thủ cạnh tranh luôn có những chiến lược bất ngờ để thu hút sự chú ý của khách hàng	
	Đối thủ cạnh tranh luôn có sự phản ứng tốt về sự thay đổi giá sản phẩm, chất lượng sản phẩm của doanh nghiệp	
Sự thích ứng của môi trường kinh doanh (STU)	Mức độ thích ứng của doanh nghiệp với môi trường vĩ mô tốt	Đề xuất của nhóm tác giả
	Doanh nghiệp luôn tiếp cận thị trường linh hoạt, nhạy bén	
	Doanh nghiệp có khả năng phản ứng tốt với sự thay đổi của chính sách	
	Doanh nghiệp phát triển sản phẩm mới trên thị trường nhanh	
Hiệu quả kinh doanh (HQKD)	Doanh nghiệp luôn thu hút được khách hàng tiềm năng	Pradabwong & cộng sự (2015)
	Doanh nghiệp có chiến lược kinh doanh phù hợp	
	Năng suất làm việc của nhân viên luôn tối ưu	
	Doanh nghiệp có một hệ thống và quy trình để duy trì việc cải thiện năng suất và hiệu quả	
Trách nhiệm xã hội (TNXH)	Doanh nghiệp bảo chất lượng sản phẩm vượt trội như đã công bố.	Ho (2005); Craigwell (2007); Tsai & cộng sự (2009);
	Doanh nghiệp cung cấp các sản phẩm với mức giá cạnh tranh so với các đối thủ cạnh tranh.	
	Doanh nghiệp đóng góp đầy đủ cho các tổ chức từ thiện và các hoạt động cộng đồng để nâng cao phúc lợi xã hội	
Năng lực cạnh tranh (NLCT)	Doanh nghiệp có khả năng gia tăng mở rộng và phát triển thị phần	Porter (1990)
	Doanh nghiệp đang có vị trí, hình ảnh tốt trên thị trường	
	Doanh nghiệp hiện đang cạnh tranh tốt với các đối thủ cùng ngành	
	Doanh nghiệp có khả năng phát triển bền vững trong tương lai	

Các dữ liệu thu thập được mã hóa và xử lý bằng công cụ Excel và phần mềm SPSS 22. Phương pháp phân tích được thực hiện thông qua đánh giá độ tin cậy Cronbach's Alpha, phân tích khám phá nhân tố, phân tích hồi quy tuyến tính OLS. Theo Hair (1998), hệ số Cronbach's Alpha đạt mức từ 0,7 đến 0,9 thì độ tin cậy tốt. Để sử dụng kỹ thuật phân tích nhân tố, theo Kaiser (2001) có thể sử dụng một phương pháp kiểm định KMO và kiểm định Bartlett được dùng để xem xét sự thích hợp của phân tích nhân tố. Khi sử dụng kiểm định này, trị số kiểm định của KMO phải có giá trị từ 0,5 đến 1,0 là thích hợp. Kiểm định các điều kiện để hồi quy tuyến tính OLS với mô hình tuyến tính có dạng:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + \varepsilon$$

Trong đó: Y là biến phụ thuộc; X₁, X₂, ..., X_n là các biến độc lập; β_0 hằng số hồi quy; $\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_n$ là hệ số hồi quy; ε là phần dư.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Thống kê mẫu nghiên cứu

Kết quả khảo sát thu về 600 phiếu (100%) với đặc điểm về ngành nghề, thời gian hoạt động, loại hình doanh nghiệp cụ thể được thể hiện trên Bảng 2.

Bảng 2: Thống kê đặc điểm của doanh nghiệp được khảo sát

Tình hình doanh nghiệp		Số doanh nghiệp	Tỷ lệ (%)
Ngành nghề kinh doanh	Nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản	49	8,2
	Công nghiệp, chế biến, chế tạo	51	8,5
	Thương mại	249	41,5
	Xây dựng	194	32,33
	Dịch vụ lưu trú	44	6,83
	Giáo dục và đào tạo	27	5,00
	Vận tải, kho bãi	60	10,17
	Khác	76	12,67
Thời gian hoạt động	Dưới 3 năm	185	30,8
	Từ 3- dưới 5 năm	229	38,2
	Từ 5- dưới 10 năm	109	18,2
	Từ 10 năm trở lên	77	12,8
Loại hình doanh nghiệp	DN Tư nhân	33	5,50
	Công ty cổ phần	130	21,7
	Công ty trách nhiệm hữu hạn	437	72,8

Nguồn: Kết quả khảo sát của nhóm nghiên cứu.

3.2. Phân tích độ tin cậy của thang đo

Thực hiện chạy riêng độ tin cậy cho từng thang đo, ta có tất cả các nhân tố đều có hệ số Cronbach's Alpha nằm trong khoảng từ 0,7-0,9, các biến này đều có hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0.3. Đủ điều kiện để thực hiện các bước phân tích tiếp theo.

3.3. Kiểm định số lượng mẫu thích hợp KMO

Kết quả kiểm định KMO và Bartlett cho thấy cơ sở dữ liệu này là hoàn toàn phù hợp vì giá trị kiểm định đạt 0,723 (thuộc trong khoảng từ 0,5 đến 1) với mức ý nghĩa thống kê là 99% (Sig. = 0,000 < 0,005). Điều này cho thấy kỹ thuật phân tích nhân tố là hoàn toàn có thể thực hiện được trong nghiên cứu này bởi vì nghiên cứu này sử dụng quy mô mẫu thích hợp và đủ lớn.

3.4. Phân tích EFA

Kết quả của phân tích EFA cho thấy 10 nhân tố ảnh hưởng đến NLCT đều phù hợp với mô hình đề xuất. Cả 10 nhân tố ảnh hưởng đều được sử dụng và có ảnh hưởng vì phương sai tổng hợp (Eigenvalues = 1,450) thỏa mãn điều kiện > 1; tổng phương sai trích = 66,069% > 50%.

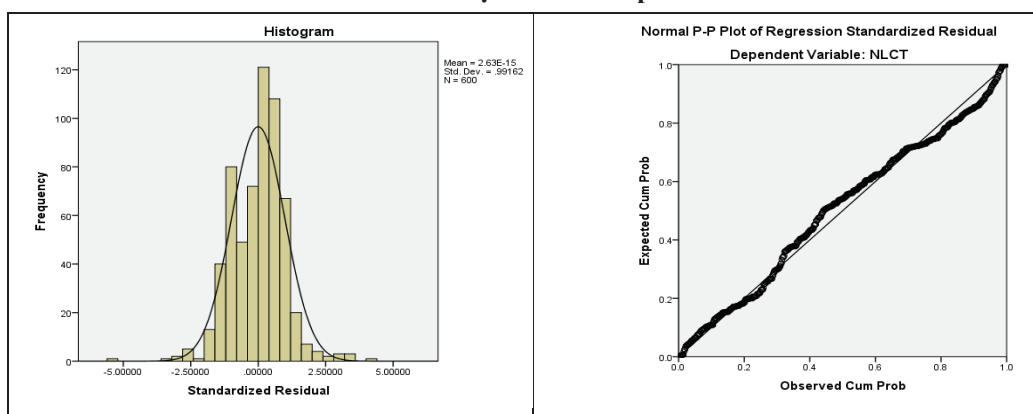
3.5. Kiểm định sự phù hợp của mô hình

Mức ý nghĩa Sig. rất nhỏ (Sig. = 0,000) và hệ số xác định $R^2 = 0,511$ (R^2 điều chỉnh = 0,503) chứng minh cho sự phù hợp của mô hình, tức có 50,3% (>50%, đảm bảo điều kiện) năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp nhỏ và vừa theo đánh giá của doanh nghiệp được giải thích bởi 10 nhân tố trên.

Hệ số Durbin-Watson = 2,101 (>1) cho biết không có hiện tượng tự tương quan giữa các biến.

Qua quan sát mức độ các điểm quan sát phân tán xung quanh đường thẳng kỳ vọng, ta thấy phân phối phần dư hoàn toàn trùng hợp với một phân phối chuẩn, các điểm quan sát không nằm quá xa so với đường thẳng kỳ vọng. Giá trị trung bình Mean = 2,63E-15 gần bằng 0, độ lệch chuẩn 0,99162 gần bằng 1, như vậy có thể nói phân phối phần dư xấp xỉ chuẩn. Đối với biểu đồ Normal P-P Plot, nếu các điểm phân vị trong phân phối của phần dư tập trung thành 1 đường chéo như hình bên dưới, nghĩa là phần dư có phân phối chuẩn. Như vậy, giả định phân phối chuẩn của phần dư không bị vi phạm. Vì vậy có thể kết luận phần dư được phân phối chuẩn hóa.

Hình 2: Biểu đồ và đồ thị so sánh của phần dư chuẩn hóa



Mặt khác, kiểm định one – sample test đối với phần dư cho giá trị sig.=1, cho thấy giá trị trung bình của các phần dư bằng 0; Kiểm định hệ số tương quan Pearson giữa phần dư và biến độc lập cho thấy giá trị sig. Giữa phần dư và các biến độc lập đều bằng 1, bác bỏ giả thuyết tự tương quan, do đó không có mối quan hệ tương quan giữa phần dư và các biến độc lập. Thỏa mãn giả thiết phương sai đồng nhất.

Bảng 3: Kết quả phân tích hồi quy bội

Nhân t		Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa		Sig.	Đa cộng tuyến	
D		B	Độ lệch chuẩn	Beta			Hệ số thu nhỏ Tolerance	Hệ số phóng đại VIF
1	Hằng số	-0.784	0.194		-4.040	.000		
	NLTC	0.108	0.020	0.170	5.533	.000	0.881	1.135
	NNL	0.120	0.022	0.169	5.469	.000	0.871	1.148
	TH	0.127	0.024	0.183	5.354	.000	0.713	1.402
	NLQL	0.137	0.021	0.217	6.675	.000	0.788	1.270
	NLKT	0.122	0.017	0.206	7.066	.000	0.975	1.026
	CNTT	0.138	0.019	0.213	7.190	.000	0.946	1.057
	DTCT	0.133	0.019	0.208	6.961	.000	0.925	1.081
	STU	0.073	0.020	0.107	3.575	.000	0.933	1.072
	HQKD	0.136	0.024	0.165	5.612	.000	0.959	1.043
	TNXH	0.128	0.019	0.199	6.745	.000	0.954	1.049

Nguồn: kết quả từ số liệu điều tra.

Ta có phương trình hồi quy như sau:

$$NLCT = -0,784 + 0,17NLTC + 0,169NNL + 0,183TH + 0,217NLQL + 0,206NLKT + 0,213CNTT + 0,208DTCT + 0,107STU + 0,165HQKD + 0,199TNXH + u$$

Hệ số VIF cao nhất là $1,4 < 10$ cho thấy không có hiện tượng đa cộng tuyến.

Kết quả hồi quy cho thấy cả 10 nhân tố được lựa chọn đều có ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp nhỏ và vừa tỉnh Thanh Hóa. Mức độ quan trọng của từng nhân tố tùy thuộc vào hệ số Beta đã chuẩn hóa. Kết quả cho thấy mức độ ảnh hưởng theo thứ tự giảm dần đó là: Năng lực quản lý; Sự phát triển của công nghệ thông tin; Phản ứng của đối thủ cạnh tranh; Năng lực kỹ thuật công nghệ; Trách nhiệm xã hội; Thương hiệu và uy tín; Năng lực tài chính; Nguồn nhân lực; Hiệu quả kinh doanh; Sự thích ứng với môi trường kinh doanh.

Năng lực quản lý điều hành có ảnh hưởng mạnh nhất tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp nhỏ và vừa tỉnh Thanh Hóa, với hệ số beta được chuẩn hóa là 0,217. Điều này mang ý nghĩa là khi thay đổi thêm 1 điểm đánh giá của doanh nghiệp về năng lực quản lý điều hành thì năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp nhỏ và vừa sẽ tăng lên 0,217 điểm. Kết luận này phù hợp với một số nghiên cứu trước đây như nghiên cứu Irungu & Arasa (2017). Đây là nhân tố thuộc bản thân doanh nghiệp được đánh giá có mức độ ảnh hưởng cao nhất, trong khi đó các yếu tố bên trong khác như năng lực tài chính, nguồn nhân lực lại có ảnh hưởng thấp tới năng lực cạnh tranh. Xét trên thực tế thì việc quyết định chiến lược kinh doanh hay sử dụng nguồn lực như thế nào được quyết định bởi năng lực quản lý của doanh nghiệp.

Sự phát triển công nghệ có mức độ ảnh hưởng thứ hai sau năng lực quản lý. Sự phát triển công nghệ thông tin là điều hết sức cần thiết cho bất kỳ doanh nghiệp nào, đặc biệt trong bối cảnh 4.0 hiện nay, khi mà nền kinh tế chuyển đổi số “lên ngôi” vào từng doanh nghiệp, từng người tiêu dùng.

Năng lực quản lý và sự phát triển công nghệ thông tin là 2 nhân tố có ảnh hưởng mạnh nhất, nhưng hiện nay điểm trung bình của 2 nhân tố này khá thấp. Điều này cho thấy năng lực quản lý và sự phát triển công nghệ thông tin của các doanh nghiệp là chưa cao.

Phản ứng của đối thủ cạnh tranh là yếu tố bên ngoài có ảnh hưởng mạnh nhất tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp nhỏ và vừa. Nhân tố này ít được đề cập tới trong các nghiên cứu trước đây, tuy nhiên Karami & cộng sự (2006) đã chứng tỏ được tầm quan trọng của việc đánh giá động thái của đối thủ khi có chính sách thay đổi về giá, sản phẩm. Trong marketing, phân tích đối thủ cạnh tranh luôn là việc hết sức cần thiết đối với mỗi công ty. Có những đối thủ cạnh tranh phản ứng rất thấp với thị trường, nhưng cũng có phản ứng nhanh nhạy với thị trường.

4. Kết luận và khuyến nghị

Nghiên cứu đã cho thấy năng lực quản lý, sự phát triển của công nghệ thông tin, phản ứng của đối thủ cạnh tranh, năng lực kỹ thuật công nghệ, trách nhiệm xã hội, thương hiệu và uy tín, năng lực tài chính, nguồn nhân lực, hiệu quả kinh doanh, sự thích ứng với môi trường kinh doanh đều có ảnh hưởng tích cực tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp nhỏ và vừa tỉnh Thanh Hóa. Trong đó, năng lực quản lý điều hành, sự đổi mới công nghệ thông tin, phản ứng của đối thủ cạnh tranh là những nhân tố có ảnh hưởng mạnh. Do vậy, để nâng cao năng lực cạnh tranh doanh nghiệp cần phải chú trọng vào một số khuyến nghị như:

(i) Phải nhanh chóng đổi mới công nghệ. Trước hết, cần lựa chọn công nghệ phù hợp với điều kiện sản xuất, đặc thù sản phẩm, trình độ tay nghề của người lao động trong doanh nghiệp nhằm tối ưu hóa việc kết hợp các nguồn lực để đạt được hiệu quả cao. Đây là biện pháp quan trọng để doanh nghiệp có thể chiếm ưu thế về cạnh tranh đối với hàng nhập khẩu ngay ở thị trường trong nước, tạo điều kiện cho việc xuất khẩu hàng hoá- khâu trọng yếu trong lộ trình hội nhập. Trong thời gian qua, tỉnh Thanh Hóa đã khuyến khích các doanh nghiệp mạnh dạn đầu tư, nghiên cứu, đổi mới công nghệ. Do vậy, đổi mới công nghệ là con đường ngắn nhất để bức phá, nâng cao sức cạnh tranh.

(ii) Nâng cao trình độ tổ chức quản lý doanh nghiệp một cách chuyên nghiệp. Việc quản lý chuyên nghiệp phải được trau dồi kỹ năng từ khâu lập kế hoạch cho tới khâu tổ chức, chỉ đạo, giám sát. Các kỹ năng không chỉ về nghiệp vụ mà còn phải chú trọng về kỹ năng mềm với cương vị là một nhà quản lý. Chẳng hạn, bạn sẽ không thể cải thiện văn hóa trong tổ chức, doanh nghiệp của bạn nếu bạn không có một thái độ tốt, quan điểm rõ ràng và sự khéo léo. Trách nhiệm xã hội tùy thuộc vào thái độ và kỹ năng mềm của bạn. Sự hợp tác trong cơ quan cũng như việc tạo ra một môi trường làm việc lành mạnh cũng sẽ tùy thuộc vào thái độ tích cực và sự khéo léo của người quản lý. Lựa chọn mô hình tổ chức doanh nghiệp phù hợp nhằm phát huy được vai trò của các bộ phận trong doanh nghiệp, tạo sự gắn kết trong doanh nghiệp, đồng thời mở ra cơ hội hợp tác và huy động nguồn lực với các đối tác bên ngoài.

(iii) Thường xuyên nghiên cứu thị trường và phân tích đối thủ cạnh tranh, tìm hiểu khách hàng tiềm năng. Nghiên cứu thị trường nhằm nắm được thông tin cần thiết về cung, cầu, giá cả, đối thủ cạnh tranh. Nghiên cứu thị trường còn giúp cho doanh nghiệp tổ chức tốt hệ thống sản xuất và tiêu thụ sản phẩm, lựa chọn và phân đoạn thị trường phù hợp. Các doanh nghiệp cần chủ động tìm hiểu khách hàng, thị trường, công nghệ,... để đưa ra các sản phẩm phù hợp.

Tài liệu tham khảo

- Aikaeli, J. (2012), 'Improving competitiveness for SMEs to harness available trade and investment opportunities: The case of Tanzania', *Huria: Journal of the Open University of Tanzania*, 11, 25-43.
- Ahmedova, S. (2015), 'Factors for increasing the competitiveness of small and medium-sized enterprises (SMEs) in Bulgaria', *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195, 1104-1112.
- Barney, J. (1991), 'Firm Resources and Sustained Competitive Advantage', *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Chang, P. C., Wu, P.-J. & Fan, C.-Y. (2007), 'Study on the Competitiveness Indices of Taiwan's Department Stores', *Journal of the Chinese Institute of Industrial Engineers*, 24(5), 414-427.
- Craigwell, R. (2007), *Tourism competitiveness in small island developing states*, WIDER Research Paper No. 2007/19, available at: <https://www.wider.unu.edu/sites/default/files/rp2007-19.pdf>.
- Gupta, R.D., & Kundu, D. (2007), 'Generalized exponential distribution: Existing results and some recent developments', *Journal of Statistical Planning and Inference*, 137(11), 3537-3547.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L. & Black, W.C. (1998), *Multivariate data analysis with readings*, 5th ed, Prentice-Hall, New Jersey.
- Ho, C.K. (2005), 'Corporate governance and corporate competitiveness: An international analysis', *Corporate Governance*, 13(2), 211-253, DOI: <http://doi.org/10.1111/j.1467-8683.2005.00419>.
- Hudson, M., Smart, A. & Bourne, M. (2001), 'Theory and practice in SME performance measurement systems', *International Journal of Operations & Production Management*, 21(8), 1095-1115.
- Hutahayan, B. & Yufra, S. (2019), 'Innovation speed and competitiveness of food small and medium-sized enterprises (SME) in Malang, Indonesia: Creative destruction as the mediation', *Journal of Science and Technology Policy Management*, 10(5), 1152-1173.
- Hwang, S.N., & Chang, T. Y. (2003), 'Using data envelopment analysis to measure hotel managerial efficiency change in Taiwan', *Tourism Management*, 24(4), 357-369.
- Irungu, A. W., & Arasa, R. (2017), 'Factors influencing competitiveness of SMEs in Nairobi County, Kenya', *International Journal of Entrepreneurship and Project Management*, 2(1), 22-46.
- Joshi, Manmohan (2013), *Human resource management*, 1st edition, Bookbon.com.
- Kabanda, S., & Brown, I. (2017), 'Interrogating the effect of environmental factors on e-commerce institutionalization in Tanzania: a test and validation of small and medium enterprise claims', *Information Technology for Development*, 23(1), 59-85.
- Kaiser, A. B. (2001), 'Electronic transport properties of conducting polymers and carbon nanotubes', *Reports on Progress in Physics*, 64(1), DOI:10.1088/0034-4885/64/1/201.
- Karami, A., Rowley, J., & Analoui, F. (2006), 'Research and knowledge building in management studies: An analysis of methodological preferences', *International Journal of Management*, 23, 43-52.
- Kim, H., & Kim, W. G. (2005), 'The relationship between brand equity and firms' performance in luxury hotels and chain restaurants', *Tourism Management*, 26(4), 549-560.
- Kotler, P. (1994), 'Reconceptualizing marketing: an interview with Philip Kotler', *European Management Journal*, 12(4), 353-361.
- Lee, C.-F. & King, B. (2009), 'A determination of destination competitiveness for Taiwan's hot springs tourism sector using the Delphi technique', *Journal of Vacation Marketing*, 15(3), 243-257.
- Man, T.W., Lau, T. & Chan, K. (2002), 'The competitiveness of small and medium enterprises', *Journal of Business*

Venturing, 17(2), 123–142.

- Mazanai, M., & Fatoki, O. (2012), 'Perceptions of start-up small and medium-sized enterprises (SMEs) on the importance of business development services providers (BDS) on improving access to finance in South Africa', *Journal of Social Sciences*, 30(1), 31-41.
- Narver, J.C. & Slater, S.F. (1990), 'The effect of a market orientation on business profitability', *Journal of Marketing*, 54(4), 20–35.
- Nguyễn Thành Long (2017), 'Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp du lịch Bến Tre', Luận án tiến sĩ, Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.
- Nguyễn Thiên Phú (2014), 'Các yếu tố nội bộ tác động đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp: trường hợp nghiên cứu các doanh nghiệp nhỏ và vừa tỉnh Bình Dương', *Tạp chí phát triển KH&CN*, 17(Q1), 116-129.
- Van Tien, N., Hiep, P. M., & Dat, N. M. (2019), 'The determinants affecting the competitive capability: A case of small and medium enterprises in Ho Chi Minh City', *Academy of Entrepreneurship Journal*, 25(3), 1-10.
- Porter, M.E. (1985) *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*, Free Press, NY.
- Porter, M.E. (1990), *The competitive Advantage of nations*, Macmillan Press LTD.
- Phạm Thu Hương (2017), 'Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn Hà nội', Luận án tiến sĩ Trường Đại học Mỏ địa chất.
- Pradabwong, J., Braziotis, C., Pawar, K. S., & Tannock, J. (2015). Business process management and supply chain collaboration: a critical comparison. *Logistics Research*, 8(1), 1-20.
- Prasad, K. & Dev, C.S. (2000), 'Managing hotel brand equity: A customer centric framework for assessing performance', *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 41(3), 22-31.
- Sở Kế hoạch và Đầu tư Thanh Hóa (2021), *Báo cáo tình hình phát triển doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh năm 2021, nhiệm vụ và giải pháp trọng tâm năm 2022*, Thanh Hóa.
- Sethi, S.P. (1975), 'Dimensions of corporate social performance: An analytical framework', *California Management Review*, 17(3), 58-64.
- Tang, Z. & Tang, J. (2012), 'Entrepreneurial orientation and SME performance in China's changing environment: The moderating effects of strategies', *Asia Pacific Journal of Management*, 29(2), 409-431.
- Tabachnick, B.C. & Fidell, L.S. (2007), *Using multivariate Statistics*, 5th ed., Pearson Education, Boston.
- Tsai, H., Kang, B., Yeh, R. J., & Suh, E. (2005), 'Examining the hotel room supply and demand in Las Vegas: A simultaneous equations model', *International Journal of Hospitality Management*, 25(3), 517-524.
- Wernerfelt, B. (1984), 'A resource-based view of the firm', *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180.
- Williams, D., Hare, L., & UWI, M. (2012), 'Competitiveness of small hotels in Jamaica: An exploratory analysis', *Journal of Eastern Caribbean Studies*, 37(3/4), 71-96.
- Wu, W. & Parkvithee, N. (2017), 'Promoting international competitiveness for small and medium-sized enterprises: A case study of Chinese small and medium-sized enterprises in Thailand', *International Review of Management and Marketing*, 7(3), 320-330.