

DOI:10.22144/ctu.jvn.2023.152

NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP CHẾ BIẾN TÔM XUẤT KHẨU TỈNH KIÊN GIANG

Nguyễn Thanh Nhân và Lưu Thanh Đức Hải*

Trường Kinh tế, Trường Đại học Cần Thơ

*Người chịu trách nhiệm về bài viết: Lưu Thanh Đức Hải (email: ltdhai@ctu.edu.vn)

Thông tin chung:

Ngày nhận bài: 24/04/2023

Ngày nhận bài sửa: 12/05/2023

Ngày duyệt đăng: 17/05/2023

Title:

The competitiveness of shrimp exporting enterprises in Kien Giang province

Từ khóa:

Năng lực cạnh tranh, Doanh nghiệp xuất khẩu tôm, Các nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh

Keywords:

Competitiveness, Shrimp exporting enterprises, Factors affecting the competitiveness

ABSTRACT

This study aims to determine factors effecting the competitiveness of shrimp exporting enterprises in Kien Giang province. The qualitative and quantitative methods are used to carry out the topic. The method of expert interview, group discussion, this study also builds a scale for the research model to conduct quantitative research. the results of the research model include 11 factors affecting the competitiveness of shrimp exporters in Kien Giang province. The test results, analysis such as reliability test (Cronbach's Alpha), exploratory factor analysis (EFA), Pearson correlation analysis and regression analysis. As a result, there are 9 factors affecting the competitiveness of shrimp exporters in Kien Giang province: (1) Strategic vision, (2) Market research, (3) Human resource management, (4) Customer satisfaction. products, (5) Technology application, (6) Products, (7) Financial capacity, (8) Production capacity, (9) Brand building.

TÓM TẮT

Mục đích của bài viết nhằm xác định các nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp xuất khẩu tôm tỉnh Kiên Giang. Phương pháp nghiên cứu định tính kết hợp với nghiên cứu định lượng được sử dụng trong nghiên cứu này. Với phương pháp phỏng vấn chuyên gia, thảo luận nhóm, luận án cũng xây dựng được thang đo cho mô hình nghiên cứu để tiến hành nghiên cứu định lượng. Kết quả mô hình nghiên cứu bao gồm 11 yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp xuất khẩu tôm tỉnh Kiên Giang. Thông qua các kết quả kiểm định, phân tích như kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá (EFA) và phân tích hồi qui. Kết quả có 9 yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp xuất khẩu tôm tỉnh Kiên Giang là (1) Tâm nhìn chiến lược, (2) Nghiên cứu thị trường, (3) Quản lý nhân lực, (4) Đáp ứng khách hàng, (5) Ứng dụng công nghệ, (6) Sản phẩm, (7) Năng lực tài chính, (8) Năng lực sản xuất, (9) Xây dựng thương hiệu.

1. GIỚI THIỆU

Theo Aiginger (2006), năng lực cạnh tranh (NLCT) đã là một chủ đề vô cùng phổ biến trong hoạch định chính sách kinh tế và nhận được sự quan tâm lớn của chính phủ, các ngành công nghiệp ở hầu hết các quốc gia. Ở cấp độ vi mô, khái niệm về NLCT rất đơn giản. Khái niệm này được xem là

đồng nghĩa với việc cung ứng được những dịch vụ, sản xuất được các hàng hóa chất lượng cao, đi cùng với tiếp thị thành công cho người tiêu dùng (Newall, 1992) hoặc được diễn tả là khả năng một tổ chức nắm giữ được vị thế cạnh tranh của mình thông qua đáp ứng nhu cầu của khách hàng (Feurer & Chaharbaghi, 1994).

Khái niệm của NLCT là đa chiều (Porter, 1988), vì NLCT có thể nhìn nhận thông qua ba cấp độ khác nhau: (1) quốc gia; (2) ngành nghề và (3) doanh nghiệp. NLCT trong nghiên cứu của Porter đã được tiếp cận theo cấp độ DN. Theo cách tiếp cận này, Porter đã tạo ra một công cụ này được xem là công cụ hữu ích và tin cậy khi tìm kiếm nguồn gốc của chiến lược cạnh tranh đã giúp DN duy trì và thu được lợi nhuận. Có 5 áp lực cạnh tranh trong mô hình của Porter: (1) nhận định sự cạnh tranh giữa các DN hiện hữu; (2) xác định mối đe dọa của các DN đối thủ mới trong thị trường; (3) các sản phẩm thay thế mới xuất hiện mang nguy cơ cạnh tranh; (4) DN bị chi phối bởi nhà cung ứng; (5) DN chịu áp lực do khách hàng thương lượng. Mô hình của Porter cho người đọc thấy được các yếu tố cấu thành nên sức cạnh tranh của một DN, từ đó giúp chúng ta sửa đổi chiến lược của mình thích ứng với môi trường cạnh tranh và nâng cao lợi nhuận theo thời gian.

Thompson & Strickland (1998) đã nghiên cứu NLCT với mô hình NLCT của DN chỉ chứa đựng các nhân tố chủ quan. Các nhân tố này chỉ phản ánh nội lực của DN, không chứa đựng các nhân tố khách quan, các tác động của môi trường kinh doanh (chỉ hữu dụng khi đánh giá NLCT quốc gia) và cũng không bao hàm các yếu tố quốc tế. Mô hình của Thompson dùng đánh giá các yếu tố nội bộ DN gồm: (1) Năng lực nghiên cứu dự báo thị trường; (2) Năng lực tìm kiếm khách hàng và đối tác kinh doanh; (3) Năng lực tổ chức sản xuất sản phẩm cạnh tranh; (4) Năng lực tổ chức xuất khẩu; (5) Năng lực thanh toán quốc tế; (6) Năng lực xử lý các tình huống về tranh chấp thương mại quốc tế; (7) Vấn đề cải tiến công nghệ đổi mới sản phẩm; (8) Vấn đề quản lý nguồn nhân lực; (9) Khả năng thích ứng và quản lý sự thay đổi; (10) Năng lực tài chính; (11) Hình ảnh, uy tín thương hiệu; (12) NLCT về giá cả. Các luận cứ khoa học của các nhà nghiên cứu nói trên là nền tảng lý thuyết để chúng ta tiếp tục phát triển mô hình nghiên cứu và công cụ phân tích NLCT của DN.

Theo số liệu của Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu thủy sản VN (VASEP), năm 2015, xuất khẩu thủy sản của cả nước ước đạt 6,7 tỷ USD, giảm 14,5% so với năm 2014. Tính đến tháng 9 năm 2016, giá trị xuất khẩu thủy sản chỉ tăng nhẹ chứ chưa có bứt phá - đạt 4,93 tỷ USD, tăng 4,3% so với cùng kỳ năm 2015. Ngoài các nguyên nhân khách quan như giá giảm, biến động tiền tệ, các rào cản phi thuế quan, thuế chống bán phá giá..., một nguyên nhân chủ quan nổi lên là NLCT của các DN thủy sản XK nước ta trên thị trường quốc tế còn nhiều bất cập và hạn chế. Theo đánh giá của VASEP, trong thời gian tới các DN thủy sản xuất khẩu Việt Nam sẽ tiếp tục có

không cơ hội về thuế xuất nhập khẩu từ Hiệp định TPP và các FTA với EU, Hàn Quốc & liên minh Á-Âu. Để tận dụng được những lợi ích, cơ hội to lớn từ các Hiệp định này, các DN thủy sản xuất khẩu Việt Nam cần đẩy mạnh việc nâng cao NLCT.

Mục tiêu của bài viết này nhằm nghiên cứu các nhân tố chính ảnh hưởng đến NLCT của các DN xuất khẩu tôm tỉnh Kiên Giang. Trong đó, tác động của các nhóm năng lực then chốt thuộc nguồn lực bên trong và bên ngoài DN được tập trung nghiên cứu. Trên cơ sở đó, một số hàm ý về quản trị cho các DN xuất khẩu tôm tỉnh Kiên Giang nhằm nâng cao NLCT cho đơn vị được đề xuất, đồng thời một số hàm ý về mặt chính sách cho lãnh đạo tỉnh Kiên Giang để gia tăng sản lượng và kim ngạch xuất khẩu tôm trong tương lai cũng được đưa ra.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

2.1. Các quan điểm về NLCT

Đầu những năm 1980, khái niệm NLCT được nêu ra ở Mỹ. Trong “Sách trắng về NLCT của Vương quốc Anh”, Porter (1985, 1988) định nghĩa NLCT của một DN theo ba khía cạnh. Một là, NLCT của DN là năng lực mở rộng thị phần, giữ vững thị phần và thu được nhiều lợi nhuận. Hai là, NLCT tương đồng với năng suất lao động. Ba là, NLCT cũng chính là giữ vững và phát huy lợi thế cạnh tranh (LTCT).

Cạnh tranh theo Porter (1980) về lý thuyết thường dựa vào tiền đề là các DN cùng chung một ngành, có tính đồng nhất cao về chiến lược kinh doanh cũng như các nguồn lực mà họ sử dụng. Hơn nữa yếu tố khác biệt dễ dàng bị các đối thủ bắt chước, nên lý thuyết cạnh tranh dựa vào sự khác biệt nhận định LTCT của các DN cùng chung một ngành thường không thể tồn tại lâu dài (Barney, 1991). Các tiền đề trên thường rất khó thỏa mãn. Vì vậy, Wernerfelt (1984) đã đưa ra lý thuyết về nguồn lực của DN (RBV- Resource Based View of the Firm), một cách tiếp cận khác biệt mà nhiều tác giả sau này đã phát triển cũng như xây dựng RBV trở thành lý thuyết khung khi nghiên cứu về cạnh tranh của các DN.

Lý thuyết về nguồn lực (RBV) có đề cập LTCT của DN khởi đầu từ nguồn lực mà DN sở hữu (Grant, 1991; Barney, 1991). LTCT của một DN cốt yếu là hiệu quả của việc sử dụng nguồn lực với một kết cấu bao gồm nhiều nguồn lực giá trị có thể là hữu hình và/hoặc vô hình. Sự khác biệt giữa những DN trên thị trường nguyên do sở hữu được các nguồn lực khác nhau. RBV chủ yếu mô tả các

nguồn lực nội tại của DN, cũng như liên kết các nguồn lực nội tại này với môi trường bên ngoài.

Theo Fafchamps (1999), với chi phí sản xuất thấp hơn khi so với DN đối thủ nhưng chi bằng chất lượng tương đồng thì DN đã có thể xem là sở hữu được NLCT.

2.2. Lý thuyết nguồn lực (Resource Base View)

Lý thuyết của Porter cũng đề cập đến nguồn lực như nguồn lực tri thức, nguồn lực vốn, nguồn lực hữu hình, nguồn lực con người, cơ sở hạ tầng tham gia vào quá trình và có liên đến việc tạo LTCT. Đồng quan điểm của Porter và mở rộng về sự quan trọng của nguồn lực trong việc tạo LTCT tác giả Yolles (2009) xây dựng lý thuyết quan điểm dựa trên nguồn lực (resource base view) (Yolles, 2009 as cited in Barney, 1991).

Cụ thể hơn, Yolles (2009) lập luận rằng các tổ chức sở hữu các nguồn lực là đầu vào cho quá trình sản xuất. Có ba yếu tố đầu vào đó là vốn (capital) cụ thể là: vật chất, con người và tổ chức. Việc sử dụng các nguồn lực này được xác định theo các đặc điểm bên trong tổ chức. Khi những đặc điểm này phù hợp, một tổ chức có thể đạt được cả về LTCT và hiệu quả hoạt động vượt trội bền vững - thường được thể hiện qua mức lợi tức đầu tư cao (Yolles, 2009).

Theo Barney (2001), nguồn lực gồm nguồn lực vô hình và hữu hình (nguồn lực hữu hình gồm nguồn vốn vật chất, nguồn vốn tài chính, nguồn vốn nhân lực, tổ chức và quan trọng trong đó nguồn lực là hiếm, có giá trị và không thể được sao chép bởi các đối thủ. Quan trọng nhất là nguồn lực (vô hình và hữu hình) có tác động đến LTCT.

2.3. Mô hình nghiên cứu NLCT của Thompson – Strickland (1998)

Theo Thompson – Strickland (1998), NLCT của DN chỉ hàm chứa nội lực của DN. NLCT phản ánh các nhân tố chủ quan, các nhân tố khách quan như môi trường kinh doanh (rất quan trọng khi lượng hóa NLCT quốc gia) và các yếu tố ngoài nước sẽ không hiện diện trong NLCT của DN. Để đo lường các nhân tố cấu thành nên NLCT, chúng ta thực hiện 4 bước sau đây:

Bước 1, nghiên cứu viên phải xác định rõ danh mục các chỉ tiêu, bao quát các yếu tố cấu thành NLCT của DN. “Chỉ tiêu” được đề cập như là một khái niệm rộng bao hàm nhiều “yếu tố” trực tiếp nói lên NLCT của DN; trong khi “yếu tố” sẽ nằm trong một “chỉ tiêu” cụ thể nào đó như là một khái niệm

hẹp hơn. Ví dụ: Chỉ tiêu quyết định NLCT của DN là nguồn lực của DN đó. Trong chỉ tiêu nguồn lực này có những yếu tố bộ phận kê ra như nguồn nhân lực, nguồn tài lực... Các chỉ tiêu và yếu tố cụ thể sẽ thay đổi theo đối tượng cụ thể như: theo ngành, sản phẩm, cũng như các vùng, quốc gia khác nhau.

Tiếp bước 2, quan trọng nhất là thực hiện được nhiệm vụ đánh giá định tính và/hoặc định lượng cho từng chỉ tiêu, từng yếu tố bộ phận cấu thành NLCT của DN để cho điểm. Thường gặp là nghiên cứu viên sẽ cho điểm từ 1 (yếu nhất) đến 5 hoặc đến 10 (mạnh nhất). Có thể đánh giá mỗi chỉ tiêu/yếu tố bằng các cách khác nhau nhằm tăng tính khách quan.

Tiếp bước 3, nghiên cứu viên thực hiện tổng hợp và tính toán điểm số phản ánh NLCT của từng DN. Tổng số điểm này được tính bằng công thức sau:

$$X = \sum_{i=1}^n f_i \times X_i$$

Trong đó:

X: kết quả đánh giá NLCT của DN

Fi: trọng số đánh giá mức tác động của “chỉ tiêu i”, cần đưa ra f_i sao cho $\sum f_i = 1$

Xi: điểm số của chỉ tiêu i

Tiếp bước 4, nghiên cứu viên thực hiện so sánh điểm số của các DN. Mục đích nhằm xác định thứ tự về NLCT của các DN, xác định vị trí của DN theo từng chỉ tiêu, từng cụm chỉ tiêu và theo tổng thể tất cả các chỉ tiêu.

Tuy có 4 bước khác nhau nhưng mô tả tổng quan cho thấy để xác định được NLCT của DN, điều quan trọng là các nhà nghiên cứu phải đặt trọng tâm trong việc xác định được hai biến số gồm: (1) Danh mục các chỉ tiêu, chi tiết hóa bằng các yếu tố cấu thành và giá trị của chúng; (2) Định được tầm quan trọng của các chỉ tiêu/yếu tố trong danh mục nhằm có được trọng số để phản ánh được mức đóng góp vào NLCT của DN.

Thompson and Strickland đưa ra phương cách đánh giá NLCT của DN thông qua mô hình đánh giá các yếu tố nội bộ DN. Trong thị trường mục tiêu, mô hình hỗ trợ DN đánh giá NLCT của bản thân trong mối tương quan so sánh với những DN đối thủ. Từ sự đánh giá đó giúp DN nhận ra các lợi thế cơ bản của mình khi so với các đối thủ, tăng cường được NLCT trên thị trường.

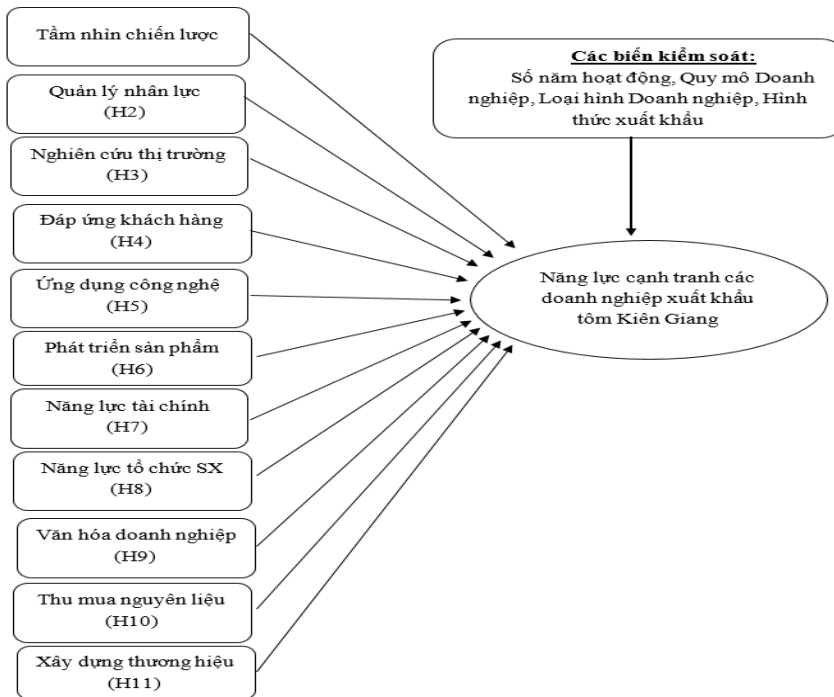
Mô hình đánh giá các yếu tố nội bộ DN bao gồm:

- 1) Năng lực phân tích, nghiên cứu và dự đoán về thị trường nội địa và thị trường quốc tế.
- 2) Năng lực tìm được khách hàng, tìm ra đối tác sở hữu năng lực đem lại lợi ích cho DN.
- 3) Năng lực tổ chức sản xuất những mặt hàng mang tính cạnh tranh ở thị trường trong nước và ngoài nước.
- 4) Năng lực mua, bán, tổ chức xuất khẩu, vận chuyển hàng hóa.
- 5) Năng lực thanh toán quốc tế.
- 6) Năng lực xử lý hiệu quả và nhanh chóng những tình huống về tranh chấp quốc tế về thương mại.
- 7) Các nhân tố thuộc công nghệ như: nghiên cứu công nghệ (rất quan trọng với các ngành hàng cần hàm lượng công nghệ cao), khả năng cách tân quá trình kinh doanh, khả năng cải

tiến sản phẩm, khả năng áp dụng các tiến bộ tin học.

- 8) Các nhân tố thuộc về nguồn nhân lực: trình độ và kỹ năng cao về chuyên môn của nguồn nhân lực, đội ngũ chuyên gia nghiên cứu công nghệ lõi hoặc thiết kế sản phẩm, khả năng cải tiến và thay đổi sản phẩm, thời gian từ ý tưởng, phát triển sản phẩm đến bán ra thị trường ngắn, bí quyết quản lý chất lượng.
- 9) Các nhân tố thuộc văn hoá DN.
- 10) Các nhân tố thuộc về khả năng quản lý, khả năng thích ứng sự biến đổi.
- 11) Các nhân tố thuộc về tài chính.
- 12) Các nhân tố thuộc về hình ảnh, uy tín.
- 13) NLCT về giá và giá thành

2.4. Mô hình nghiên cứu và các giả thuyết



Hình 1. Mô hình nghiên cứu

Nghiên cứu này vận dụng lý thuyết cạnh tranh của Porter (1980), lý thuyết dựa trên nguồn lực (RBV), mô hình nghiên cứu NLCT của Thompson

– Strickland (1998) làm nền tảng và dựa trên các lược khảo từ nghiên cứu trước đây, mô hình nghiên cứu được đề xuất như sau:

Bảng 1. Tổng hợp các Giả thuyết nghiên cứu

Các giả thuyết nghiên cứu	Nguồn tài liệu tham khảo	Dấu kỳ vọng
H1: Tầm nhìn và chiến lược của nhà lãnh đạo ảnh hưởng đến NLCT của DN xuất khẩu tôm tỉnh Kiên Giang.	Porter (1980), Yu & Hao (2011); Hùng và ctv. (2017)	Ảnh hưởng cùng chiều (+)
H2: Nhân tố Quản lý nguồn nhân lực có ảnh hưởng đến NLCT của DN xuất khẩu tôm tỉnh Kiên Giang.	Nhã & Liên (2015), Tuấn (2010), Phong (2010), Sauka (2014)	Ảnh hưởng cùng chiều (+)
H3: Nghiên cứu thị trường có ảnh hưởng đến NLCT của DN xuất khẩu tôm tỉnh Kiên Giang.	Thompson (1988), Inese (2016), Hương (2017), Hùng và ctv. (2017)	Ảnh hưởng cùng chiều (+)
H4: Nhân tố Khả năng đáp ứng khách hàng ảnh hưởng đến NLCT của DN xuất khẩu tôm tỉnh Kiên Giang.	Thọ và Trang (2009), Anh (2015)	Ảnh hưởng cùng chiều (+)
H5: Năng lực ứng dụng công nghệ ảnh hưởng đến NLCT của DN xuất khẩu tôm tỉnh Kiên Giang.	Phong (2010) Phú (2013), Tuấn (2010), Porter (1980), Hùng và ctv. (2017),	Ảnh hưởng cùng chiều (+)
H6: Nhân tố Năng lực đổi mới sản phẩm có ảnh hưởng đến NLCT của DN xuất khẩu tôm tỉnh Kiên Giang.	Ái (2014), Ambastha and Momaya (2003), Vilanova et al. (2009), Phong (2010)	Ảnh hưởng cùng chiều (+)
H7: Nhân tố Năng lực tổ tài chính có ảnh hưởng đến NLCT của DN xuất khẩu tôm tỉnh Kiên Giang.	Porter (1980), Sauka (2014) và Inese (2016), Vilanova et al. (2009)	Ảnh hưởng cùng chiều (+)
H8: Nhân tố Tổ chức sản xuất khẩu có ảnh hưởng đến NLCT của DN xuất khẩu tôm tỉnh Kiên Giang.	Inese (2016), Tuấn (2010), Ái (2014),	Ảnh hưởng cùng chiều (+)
H9: Nhân tố Văn hóa DN có ảnh hưởng đến NLCT của DN xuất khẩu tôm tỉnh Kiên Giang.	Theo Williams as cited in Yu & Hao (2011), Nhã & Liên (2015)	Ảnh hưởng cùng chiều (+)
H10: Nhân tố Thu mua nguyên liệu có ảnh hưởng đến NLCT của DN xuất khẩu tôm tỉnh Kiên Giang	Anh (2015)	Ảnh hưởng cùng chiều (+)
H11: Nhân tố Xây dựng thương hiệu có ảnh hưởng đến NLCT của DN xuất khẩu tôm tỉnh Kiên Giang	Ái (2014) và Phú (2013)	Ảnh hưởng cùng chiều (+)

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Nghiên cứu sơ bộ: Từ việc xác định vấn đề nghiên cứu và mục tiêu nghiên cứu, đồng thời dựa trên cơ sở lý thuyết như đã trình bày ở trên, thang đo sơ bộ được đề xuất bao gồm 11 nhân tố: (1) Tầm nhìn chiến lược, (2) Nghiên cứu thị trường, (3) Quản lý nhân lực, (4) Đáp ứng khách hàng, (5) Ứng dụng công nghệ, (6) Sản phẩm, (7) Năng lực tài chính, (8) Năng lực sản xuất, (9) Văn hóa DN, (10) Thu mua nguyên liệu, (11) Xây dựng thương hiệu. Qua thảo luận nhóm với 12 chuyên gia và 2 nhóm DN gồm 14 đơn vị, mô hình nghiên cứu đề xuất và thang đo sơ bộ với tổng cộng có 54 biến quan sát trong mô hình nghiên cứu chính thức được đưa ra.

Nghiên cứu chính thức: Mô hình định lượng đo lường các nhân tố ảnh hưởng đến NLCT của các DN xuất khẩu tôm tỉnh Kiên Giang được thực hiện bằng công cụ kiểm định thang đo Cronbach’s Alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA, phân tích hồi quy tuyến tính bội với 11 biến độc lập và kỹ thuật kiểm định sự khác biệt các biến kiểm soát bằng công cụ T-test và phân tích ANOVA.

Theo Hair & NLg (1998), để có thể thực hiện phân tích khám phá nhân tố, ta cần thu thập dữ liệu

với kích thước mẫu là ít nhất 5 quan sát mẫu trên 1 biến quan sát, tốt nhất trên 10 quan sát mẫu. Tuy nhiên, nhằm mục tiêu nâng cao chất lượng mẫu và sự phân bố mẫu hợp lý đảm bảo suy rộng. Mô hình nghiên cứu có số biến quan sát là 49. Nếu theo tiêu chuẩn 5 quan sát mẫu cho một biến quan sát thì kích thước mẫu cần thiết là $n=49 \times 5 = 245$. Do đặc điểm doanh nghiệp xuất khẩu (DNXX) của tỉnh Kiên Giang ít nhiều giới hạn nên kích thước mẫu cho nghiên cứu chính thức là 250.

Phương pháp gửi bảng khảo sát qua email, kết hợp với khảo sát trực tiếp được áp dụng, đã phát 250 phiếu điều tra, bao gồm 70 phiếu điều tra cho các DN tư nhân có tham gia hoạt động kinh doanh xuất khẩu tôm, 140 phiếu điều tra cho các Cty TNHH kinh doanh xuất khẩu tôm. Kết quả thu về 245 phiếu và có 5 phiếu thiếu thông tin. Số phiếu hợp lệ cuối cùng là 240 phiếu.

4. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

4.1. Kết quả nghiên cứu sơ bộ

Thông qua kết quả khảo sát sơ bộ, bảng câu hỏi được hiệu chỉnh để tiến hành khảo sát thu mẫu phục vụ cho nghiên cứu sơ bộ. Kết quả kiểm định thang

đo trong nghiên cứu sơ bộ bằng hệ số Cronbach's Alpha cho thấy các nhóm nhân tố bao gồm: Tâm nhìn chiến lược; Nghiên cứu thị trường; Năng lực sản phẩm; Năng lực sản xuất; Văn hóa DN; Thu mua nguyên liệu; và Xây dựng thương hiệu phải thực hiện xử lý Cronbach's Alpha lần 2 và lần 3. Cuối cùng kết quả kiểm định Cronbach's Alpha cho thấy toàn bộ 11 nhóm nhân tố thuộc biến Độc lập và biến Phụ thuộc NLCT, khi được kiểm định dựa trên các điều kiện chung đều đạt yêu cầu. Hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn 0,3 và Cronbach's Alpha nếu loại biến có giá trị nhỏ hơn Cronbach's Alpha chung không vi phạm điều kiện loại biến rác. Do vậy, toàn bộ 11 nhân tố thuộc nhóm biến độc lập và nhân tố thuộc biến phụ thuộc NLCT đều đạt yêu cầu, cho thấy bộ thang đo đề xuất qua nghiên cứu sơ bộ sử dụng được để tiếp tục tiến hành nghiên cứu chính thức ở bước tiếp theo.

4.2. Kết quả nghiên cứu chính thức

Kết quả kiểm định thang đo trong nghiên cứu chính thức 240 quan sát mẫu bằng hệ số Cronbach's Alpha thể hiện ở Bảng 1. Kết quả có 05 biến quan sát bị loại biến rác. Kết quả cuối cùng có 11 nhóm biến độc lập với 39 biến quan sát đạt yêu cầu để đưa vào phân tích nhân tố khám phá ở bước tiếp theo.

Phân tích nhân tố EFA cho biến độc lập

Phân tích nhân tố khám phá EFA được sử dụng nhằm đánh giá lại mức độ hội tụ và phân biệt của 37 biến quan sát này theo các thành phần. Giữ lại được 37 biến quan sát tương ứng với 11 nhân tố.

Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA các biến độc lập có kết quả cụ thể ở Bảng 1.

- Đảm bảo được độ tin cậy cho kết quả phân tích yếu tố. Vì hệ số KMO bằng 0,849 > 0,5.
- Với hệ số Sig là 0,000 < 0,05 của kiểm định Bartlett's Test, sẽ bảo đảm được mức ý nghĩa thống kê của kết quả phân tích yếu tố.
- Với mức ý nghĩa ở mức khá tốt, sự biến thiên của các yếu tố được phân tích có thể giải thích được 79,034% sự biến thiên của dữ liệu khảo sát ban đầu. Vì phương sai trích (Cumulative) bằng 79,034.
- Kết quả phân tích cho thấy có 11 nhân tố được trích ra từ dữ liệu khảo sát hay sự hội tụ của phép phân tích dừng ở yếu tố thứ 11. Vì hệ số Eigenvalues (Initial Eigenvalues) của yếu tố thứ 11 bằng 1,040 > 1.
- Các biến quan sát đều thể hiện được mối quan hệ với các yếu tố mà các biến này biểu diễn. Vì hệ số tải nhân tố của mỗi biến quan sát thể hiện các nhân tố đều > 0,5

Bảng 2. Kết quả kiểm định thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha

Nhóm nhân tố	Số biến quan sát	Hệ số Cronbach's Alpha	Kết quả kiểm định
Tâm nhìn chiến lược	5	0,827	Loại 1 biến, còn lại 4
Quản lý nhân lực	5	0,826	Loại 2 biến, còn lại 3
Nghiên cứu thị trường	5	0,860	Loại 1 biến còn lại 4
Đáp ứng khách hàng	5	0,922	Loại 1 biến còn lại 4
Ứng dụng công nghệ	4	0,954	4 biến đạt yêu cầu
Năng lực tài chính	3	0,931	3 biến đạt yêu cầu
Năng lực sản phẩm	5	0,792	Loại 2 biến còn lại 3
Năng lực sản xuất	4	0,991	Loại 1 biến còn lại 3
Văn hóa DN	4	0,991	Loại 1 biến còn lại 3
Thu mua nguyên liệu	5	0,874	Loại 2 biến còn lại 3
Xây dựng thương hiệu	5	0,698	Loại 2 biến còn lại 3
NLCT	3	0,851	3 biến đạt yêu cầu

Phân tích nhân tố EFA cho biến phụ thuộc NLCT của DN

Bảng 3. Ma trận xoay nhân tố với các biến độc lập

	Nhân tố										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
DUKH1	,788										
DUKH5	,756										
DUKH2	,748										
DUKH3	,744										
DUKH4	,606										
NCTT1		,713									
NCTT2		,687									
NCTT3		,666									
NCTT4		,648									
NCTT5		,615									
NLSX1			,878								
NLSX2			,876								
NLSX3			,849								
UDCN1				,750							
UDCN3				,739							
UDCN4				,730							
UDCN2				,728							
VHDN1					,940						
VHDN2					,939						
VHDN3					,814						
TNCL2						,695					
TNCL4						,691					
TNCL3						,652					
TNCL1						,608					
NLTC2							,840				
NLTC1							,834				
NLTC3							,702				
TMNL1								,926			
TMNL3								,859			
TMNL2								,836			
QLNL3									,798		
QLNL1									,793		
QLNL2									,749		
NLSP1										,868	
NLSP3										,749	
NLSP2										,643	
XDTH1											,785
XDTH2											,727
XDTH3											,687
Hệ số KMO						0,849					
Giá trị Sig.						0,000					
Phương sai trích						79,034					

Kết quả EFA của nhóm biến phụ thuộc NLCT được thể hiện qua Bảng 2.

- Đảm bảo được độ tin cậy cho kết quả phân tích yếu tố. Vì hệ số KMO bằng 0,644 > 0,5.

- Với hệ số Sig là 0,000 < 0,05 của kiểm định Bartlett's Test, sẽ bảo đảm được mức ý nghĩa thống kê của kết quả phân tích yếu tố.

- Phương sai trích bằng 77,610, thể hiện rằng sự biến thiên của các biến số trong mô hình có thể

giải thích được 77,610% sự biến thiên của dữ liệu khảo sát ban đầu, đây là mức ý nghĩa ở mức khá cao.

– Có 01 yếu tố được trích ra từ dữ liệu khảo sát phù hợp với kỳ vọng hay sự hội tụ của phép phân tích dừng ở nhân tố thứ 1. Vì hệ số Eigenvalues của yếu tố thứ 1 bằng 2,328 > 1.

– Với các nhân tố mà các biến này biểu diễn, các biến quan sát đều thể hiện được sự ảnh hưởng. Vì hệ số tải nhân tố của mỗi biến quan sát thể hiện các yếu tố đều > 0,7.

Dựa trên các phân tích nhân tố trên, giá trị trung bình của điểm đánh giá các biến quan sát thể hiện thang đo cho từng nhân tố sẽ được tính toán. Từ đó chọn ra được một đại diện cho các biến quan sát nhằm thực hiện phân tích hồi quy và tương quan trong tiến trình kế tiếp.

Bảng 4. Bảng đánh giá mức độ phù hợp của mô hình hồi quy

Mô hình	R	R ²	R ² hiệu chỉnh	Sai số chuẩn của ước lượng	Durbin-Watson
1	0,933 ^a	0,871	0,865	0,24611	1,950

Bảng 5. Kết quả hồi quy tuyến tính bội

Mô hình	Hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số ^a		t	Sig.	Thống kê gộp	
	B	Sai số chuẩn	Hồi quy chuẩn hóa	Beta			Độ chấp nhận	VIF
(Hằng số)	-0,124	0,114			-1,086	0,279 ^{NS}		
TNCL	0,144	0,033	0,157	0,157	4,406	0,000***	0,446	2,243
QLNL	0,059	0,027	0,065	0,065	2,177	0,030**	0,642	1,558
NCTT	0,102	0,035	0,106	0,106	2,911	0,004***	0,430	2,327
DUKH	0,273	0,034	0,295	0,295	8,008	,000***	0,417	2,400
UDCN	0,191	0,033	0,226	0,226	5,857	,000***	0,381	2,627
NLSP	0,074	0,024	0,089	0,089	3,073	,002***	0,668	1,496
NLTC	0,067	0,026	0,085	0,085	2,551	0,011*	0,514	1,944
NLSX	0,103	0,026	0,127	0,127	4,008	0,000***	0,560	1,787
VHDN	-0,024	0,016	-0,038	-0,038	-1,456	0,147 ^{NS}	0,849	1,177
TMNL	-0,012	0,015	-0,020	-0,020	-,793	0,428 ^{NS}	0,881	1,135
XDTH	0,073	0,025	0,080	0,080	2,894	0,004***	0,738	1,356

a. Biến phụ thuộc: NLCT

Ghi chú: ***: Mức ý nghĩa 1%; **: Mức ý nghĩa 5%; *: Mức Ý nghĩa 10%; ^{NS}: Không ý nghĩa

Từ kết quả phân tích hồi quy ở Bảng 4, chúng ta thấy rằng có 9 nhân tố ảnh hưởng đến NLCT của DNXX tôm do có giá trị Sig < 0,05. Chỉ có nhân tố VHDN, nhân tố TMNL và Hằng số có giá trị sig > 0,05 – không có ý nghĩa. Thông qua kết quả phân tích đã nêu, lập được phương trình hồi qui chuẩn hóa biểu diễn sự biến chuyển của các nhân tố ảnh hưởng lên NLCT của DNXX tôm sắp xếp theo thứ tự mức độ ảnh hưởng (hệ số Beta) từ lớn đến nhỏ như sau:

$$NLCT = 0,295*DUKH + 0,226*UDCN + 0,157*TNCL + 0,127*NLSX + 0,106*NCTT +$$

Phân tích hồi quy tuyến tính bội

Có 11 biến độc lập và 1 biến phụ thuộc được phân tích hồi quy. Bảng 3 chỉ ra với mức ý nghĩa 5%, mô hình hồi quy đề xuất tương đối phù hợp. Với Hệ số xác định R²= 0,871 có nghĩa là 11 biến độc lập trong mô hình nghiên cứu có thể giải thích được 87,1% cho tổng thể về mối liên hệ giữa các yếu tố ảnh hưởng đến NLCT của DNXX tôm. Mức ý nghĩa của mô hình đạt khá cao cho thấy mô hình nghiên cứu có thể suy rộng và áp dụng tốt trong thực tế.

Kết quả phân tích hồi quy nhằm xác định mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố trong mô hình với biến phụ thuộc là NLCT của DNXX tôm. Thông qua hệ số hồi quy, sẽ xác định được các mức độ ảnh hưởng.

$$0,089*NLSP + 0,085*NLTC + 0,080*XDTH + 0,065*QLNL$$

Hiện tượng đa cộng tuyến của mô hình hồi quy là không vi phạm vì độ chấp nhận (Tolerance) lớn và các biến có hệ số phóng đại phương sai (VIF: Variance Inflation Fanlor) nhỏ từ 1,135-2,627 < 10

4.3. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Dữ liệu kiểm định mô hình nghiên cứu cho thấy có 09/11 giả thuyết nghiên cứu đặt ra được chấp nhận (02 biến VHDN và TMNL không có ý nghĩa trong mô hình hồi quy). Nghiên cứu có những kết

quả tương đồng với các nghiên cứu khác trên thế giới. Giả thuyết H₁ có kết quả được chấp nhận tương tự với kết quả nghiên cứu của Amis (2014), Yu & Hao (2011) và Hùng và ctv. (2017), theo đó nhân tố Tầm nhìn chiến lược ảnh hưởng cùng chiều (+) đến NLCT của DNXX tôm tỉnh Kiên Giang. Kết quả giả thuyết H₂ được chấp nhận tương đồng với kết quả nghiên cứu của Nhã & Liên (2015), Tuấn (2010), Phong (2010), Sauka (2014), theo đó nhân tố Quản lý nhân lực ảnh hưởng cùng chiều (+) đến NLCT của DNXX tôm tỉnh Kiên Giang. Kết quả Giả thuyết H₃ được chấp nhận tương đồng với kết quả nghiên cứu của Thọ (2011), Thompson (1988), Inese (2016), Hương (2010), Hùng và ctv. (2017), theo đó nhân tố Nghiên cứu thị trường ảnh hưởng cùng chiều (+) đến NLCT của DNXX tôm tỉnh Kiên Giang. Tiếp theo, kết quả Giả thuyết H₄ cũng được chấp nhận tương đồng với kết quả nghiên cứu của Thọ và Trang (2008) và Anh (2015), theo đó nhân tố Đáp ứng khách hàng ảnh hưởng cùng chiều (+) đến NLCT của DNXX tôm tỉnh Kiên Giang. Kết quả Giả thuyết H₅ cũng được chấp nhận tương đồng với kết quả nghiên cứu của Phong (2010) Phú (2013) và Tuấn (2010), theo đó Nhân tố Ứng dụng công nghệ ảnh hưởng cùng chiều (+) đến NLCT của DNXX tôm tỉnh Kiên Giang. Kết quả Giả thuyết H₆ cũng được chấp nhận tương đồng với kết quả nghiên cứu của Porter (1980), Ambastha & Momaya (2004), Vilanova et al. (2009), Phong (2010), Ái (2014), Hùng và ctv. (2017), theo đó Nhân tố Năng lực sản phẩm ảnh hưởng cùng chiều (+) đến NLCT của DNXX tôm tỉnh Kiên Giang. Tiếp theo kết quả Giả thuyết H₇ cũng được chấp nhận tương đồng với kết quả nghiên cứu của Porter (1980), Vilanova et al. (2009), Sauka (2014) và Inese (2016), theo đó nhân tố Năng lực tài chính ảnh hưởng cùng chiều (+) đến NLCT của DNXX tôm tỉnh Kiên Giang. Kết quả Giả thuyết H₈ cũng được chấp nhận tương đồng với kết quả nghiên cứu của Tuấn (2010), Ái (2014), Inese (2016), theo đó nhân tố Năng lực sản xuất ảnh hưởng cùng chiều (+) đến NLCT của DNXX tôm tỉnh Kiên Giang. Cuối cùng kết quả Giả thuyết H₁₁ được chấp nhận tương đồng với kết quả nghiên cứu của Phú (2013) và Ái (2014), theo đó nhân tố Xây dựng thương hiệu ảnh hưởng cùng chiều (+) đến NLCT của DNXX tôm tỉnh Kiên Giang.

Kết quả tổng hợp ở Bảng 4 cũng cho thấy có 02 giả thuyết H₉ và H₁₀ liên quan đến nhân tố Văn hóa DN và Thu mua nguyên liệu – qua kết quả kiểm định thì không có ảnh hưởng đến biến phụ thuộc NLCT xuất khẩu. Giá trị Sig. của 2 trường hợp này lần lượt là 0,147 và 0,428 đều lớn hơn 0,05. Do vậy, hai giả thuyết H₉ và H₁₀ đều bị bác bỏ ở mức ý nghĩa 5%.

Kết quả này phản ánh khá đúng với thực tế, mặc dù vấn đề Văn hóa DN hiện nay cũng được các công ty, DN coi trọng, nhưng gần như ảnh hưởng của nó chỉ mang tính chất nội bộ bên trong DN. Thường thì văn hóa DN có tác động đến tinh thần, thái độ, động cơ làm việc của các thành viên trong tổ chức. Bằng các giá trị chung của DN, văn hóa DN sẽ được lý giải. Các giá trị này thường là các giá trị vô hình được đúc rút qua thời gian. Do vậy, có thể hiểu rằng nhân tố Văn hóa DN thường có tác động gián tiếp và có “độ trễ” đối với NLCT xuất khẩu của công ty.

Đối với giả thuyết H₁₀ liên quan đến vấn đề Thu mua nguyên liệu, thực tế trong ngắn hạn hoặc có biến động bất thường về thời tiết khí hậu không thuận lợi thì nguồn nguyên liệu tôm nuôi mới ảnh hưởng đến chế biến xuất khẩu của các DN, qua đó ảnh hưởng đến NLCT xuất khẩu. Tuy nhiên, trong điều kiện hiện nay tại địa bàn Kiên Giang thì hầu như các DN xuất khẩu tôm, tập đoàn kinh doanh tôm xuất khẩu lớn đều có vùng nuôi tôm nguyên liệu riêng cho mình. Các công ty, DN này rất chủ động lượng tôm nguyên liệu cung cấp đầy đủ, ổn định cho chế biến xuất khẩu. Mặt khác, do tiến bộ kỹ thuật trong công nghệ nuôi tôm thâm canh và thâm canh cải tiến thì nguồn nguyên liệu tôm nuôi tại các nông hộ nói riêng và các công ty nói chung trên địa bàn tỉnh Kiên Giang trong suốt nhiều năm qua diễn ra rất thuận lợi và ổn định. Do vậy, xem như nhân tố Thu mua nguyên liệu phục vụ xuất khẩu gần như không ảnh hưởng lớn đến NLCT của các DN xuất khẩu tôm trên địa bàn tỉnh. Một lý do khác cũng có thể do hạn chế trong khâu chọn mẫu nghiên cứu các DN cỡ mẫu chưa đủ lớn, hoặc người trả lời đại diện lãnh đạo DN ít nhiều cũng có độ chính xác, suy rộng thống kê chưa cao, do vậy dẫn đến kết quả 02 biến nêu trên không đạt mức ý nghĩa thống kê, bị bác bỏ. Đây là hạn chế của nghiên cứu này cần được đúc kết, tiếp thu.

Tóm lại, từ kết quả kiểm định giả thuyết nêu trên, chúng ta có thể nhận thấy có 09/11 biến độc lập bao gồm TNCL; QLNL; NCTT; DUKH; UDCN; NLSP; NLTC; NLSX; và XDTH có ý nghĩa và có tác động cùng chiều với NLCT của DN xuất khẩu tại Kiên Giang. So với mô hình nghiên cứu đề xuất ban đầu có 02 biến không đạt độ tin cậy, không có ý nghĩa, bị bác bỏ là Văn hóa DN và Thu mua nguyên liệu. Từ kết quả chung này, để tiếp tục nâng cao NLCT xuất khẩu thủy sản nói chung và xuất khẩu tôm nuôi nói riêng thì các DN, cá nhân, đơn vị kinh doanh xuất khẩu trên địa bàn tỉnh Kiên Giang cần lưu ý tiếp tục duy trì và khai thác triệt để nhóm các nhân tố có tác động mạnh và trực tiếp đến NLCT xuất khẩu như: Nhóm nhân tố bên ngoài (1) Đáp ứng thỏa mãn

nhu cầu khách hàng; (2) Tầm nhìn chiến lược dài hạn, bền vững; (3) Nghiên cứu thị trường; (4) Xây dựng và quảng bá thương hiệu. Nhóm nhân tố bên trong cũng phải tiếp tục đẩy mạnh như: (1) Ứng dụng công nghệ trong sản xuất; (2) Năng lực sản xuất; (3) Phát triển sản phẩm mới; (4) Năng lực tài chính; và (5) Quản lý nhân lực.

5. KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý

5.1. Kết luận

Qua kết quả nghiên cứu này cho thấy mô hình lý thuyết về các nhân tố bên trong và bên ngoài ảnh hưởng đến NLCT của Thompson – Strickland (1998) dựa trên nền tảng của Lý thuyết nguồn lực RBV đã được kiểm định và có ý nghĩa thực tiễn áp dụng cho trường hợp nghiên cứu NLCT của các DN xuất khẩu tôm tỉnh Kiên Giang. Về mặt thực tiễn, kết quả nghiên cứu này xác định được 9 nhóm nhân tố ảnh hưởng đến NLCT của DNXXK tôm tỉnh Kiên Giang. 2 nhóm nhân tố bị loại là Văn hóa DN và Thu mua nguyên liệu. Trong đó, nhân tố Đáp ứng khách hàng (DUKH) ảnh hưởng mạnh nhất với $\beta=0,295$, nhân tố Ứng dụng công nghệ (UDCN) ảnh hưởng mạnh thứ hai với $\beta=0,226$, nhân tố Tầm nhìn chiến lược (TNCL) ảnh hưởng mạnh thứ ba với $\beta=0,157$, nhân tố ảnh hưởng thứ tư là Năng lực sản xuất (NLSX) với $\beta=0,127$, nhân tố ảnh hưởng thứ năm là Nghiên cứu thị trường (NCTT) với $\beta=0,106$, nhân tố ảnh hưởng thứ sáu là Năng lực sản phẩm (NLSP) với $\beta=0,089$, nhân tố ảnh hưởng thứ bảy là Năng lực tài chính (NLTC) với $\beta=0,085$, nhân tố ảnh hưởng thứ tám là Xây dựng thương hiệu (XDTH) với $\beta=0,80$, nhân tố ảnh hưởng cuối cùng là Quản lý nhân lực (QLNL) với $\beta=0,065$.

5.2. Hàm ý quản trị

Dựa trên kết quả nghiên cứu như đã trình bày ở trên, một số hàm ý quản trị được đưa ra như sau:

(1) DNXXK tôm cần chú trọng đến việc luôn đáp ứng sự thay đổi về nhu cầu, thị hiếu của khách hàng. Trong đó, DN luôn phải đảm bảo thời gian giao hàng đúng theo yêu cầu của khách hàng và giao đủ số lượng sản phẩm khách hàng yêu cầu.

(2) Để đảm bảo công nghệ mang tính hiện đại, DNXXK tôm cần xem trọng khâu quản lý công nghệ, thường xuyên kiểm tra, để công nghệ luôn vận hành ổn định, vận động lực lượng lao động đưa ra những sáng kiến cải tiến nhằm nâng cao công nghệ phù hợp với yêu cầu thị trường.

(3) Việc hoạch định chiến lược kinh doanh phải đảm bảo có sự thống nhất, đồng thuận giữa các cấp quản trị, chiến lược kinh doanh phải đảm bảo tính linh hoạt, thay đổi nhanh để ứng phó kịp thời với những biến động trên thị trường.

(4) DNXXK phải đảm bảo qui trình SXCB của DN luôn ổn định các máy móc thiết bị luôn được bảo trì theo định kỳ, đảm bảo sản xuất liên tục theo kế hoạch, thường xuyên lên kế hoạch kiểm tra, bảo trì các kho lạnh dự trữ nhằm đảm bảo độ nhiệt độ đúng qui định để bảo quản tôm đúng chất lượng yêu cầu.

(5) Để thực hiện tốt hoạt động nghiên cứu thị trường, DNXXK cần xây dựng một bộ phận nghiên cứu thị trường bao gồm những người có trình độ và kinh nghiệm lâu năm, thường xuyên giữ mối quan hệ với các sở, ban ngành địa phương để khai thác thông tin khách hàng, thị trường và hàng năm nên tham gia các hội chợ, triển lãm mang tính quốc tế nhằm quảng bá sản phẩm.

(6) DNXXK tôm tỉnh Kiên Giang thông qua việc tìm hiểu, nghiên cứu thị trường phải đáp ứng được các tiêu chuẩn chất lượng quốc tế ở từng khu vực thị trường đồng thời phải đa dạng hóa chủng loại sản phẩm nhằm đáp ứng nhu cầu chọn lựa của khách hàng quốc tế. Một yêu cầu nữa mà khách hàng quan tâm là DNXXK phải thiết kế bao bì đảm bảo chất lượng sản phẩm bao gói và thân thiện với môi trường

(7) Về giá cả, DNXXK cần thiết kế nhiều bảng giá sản phẩm thay đổi linh hoạt theo từng khu vực thị trường quốc tế và cần có những biện pháp tiết kiệm trong quá trình sản xuất kinh doanh để hạ giá thành sản phẩm nhằm đảm bảo giá cả sản phẩm tôm xuất khẩu của DN có tính cạnh tranh so với các sản phẩm khác trên thị trường quốc tế.

(8) DNXXK tôm cần phát triển thêm các mối quan hệ với các công ty tài chính khu vực Đông Nam Á, Ngân hàng thế giới (World bank), Ngân Nhà nước, ngân hàng TMCP, quỹ hỗ trợ đầu tư khu vực để tiếp cận và khai thác các nguồn vốn.

(9) Để có một thương hiệu tốt DNXXK tôm cần phải xây dựng các kế hoạch, chương trình hành động quảng bá thương hiệu, quan tâm đến việc duy trì và phát triển thương hiệu trên thị trường quốc tế. Để thực hiện tốt điều này, DNXXK tôm cần hoạch định một ngân sách cho nhu cầu phát triển thương hiệu và thường xuyên tham gia các hoạt động hướng về cộng đồng, bảo vệ môi trường.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Ambastha & Momaya. (2003). Competitiveness of Firms: Review of Theory, Frameworks and

Models. *Singapore Management Review*, 26(1), 45-61.

- Aiginger, K. (2006). Competitiveness: From a Dangerous Obsession to a Welfare Creating Ability with Positive Externalities. *Journal of Industry, Competition and Trade*, Springer, 6(2), 161-177. <https://doi.org/10.1007/s10842-006-9475-6>
- Anh, N. V. V. (2015). Giải pháp nâng cao hoạt động xuất khẩu gạo Việt Nam trên thị trường quốc tế giai đoạn 2015-2010. *Tạp chí Công Thương*, 12(5), 34-39
- Ái, T. H. (2014). *Nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp thủy sản xuất khẩu (nghiên cứu tại tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu. Luận án Tiến sĩ Kinh tế. Thư viện Viện Hàn lâm Khoa học Xã hội Việt Nam. Học viện Khoa học xã hội.*
- Sauka, A. (2014). Measuring the competitiveness of Lavia companies, *Baltic Journal of Economics*, 14 (1+2), 140-158. <https://doi.org/10.1080/1406099X.2014.995421>
- Barney, J. B. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Barney, J. B. (2001). Is the Resource-based View a Useful Perspective for Strategic Management Research? Yes. *Academy of Management Review*, 26, 41-56. <https://doi.org/10.5465/amr.2001.4011938>
- Fafchamps, M. (1999). Rural poverty, risk and development. *FAO economic and social development paper*. FAO(05)/E21/no.144.
- Feurer, R., & Chaharbaghi, K. (1994). Defining Competitiveness: A Holistic Approach. *Management Decision*, 32(2), 49-58. <https://doi.org/10.1108/00251749410054819>
- Grant, R. M. (1991). The Resource-Based Theory of Competitive Advantage: Implications for Strategy Formulation. *California Management Review*, 33(3), 114-135. <https://doi.org/10.2307/41166664>
- Hùng, P. V., Thùy, L. X., & Tuấn, T. H. (2017). Các Nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp du lịch tỉnh Quảng Ngãi. 126 (5D), 125-137. <https://doi.org/10.26459/hueuni-jed.v126i5D.4504>
- Hương, P. T (2017). *Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp nhỏ và vừa, nghiên cứu trên địa bàn thành phố Hà Nội. Luận án Tiến sĩ Kinh Tế. Thư viện Trường Đại học Mỏ-Địa chất.*
- Inese, B. (2016). Model of the factors influencing competitiveness of the Lavian Fisheries sector cluster. *Economics and Business Journal*, 28(1), 76-82. <https://doi.org/10.1515/eb-2016-0011>
- Newall, J. E. (1992). The challenge of competitiveness. *Business Quarterly*, 56(4), 94-100.
- Nhã, H. T., & Liên, L. H. (2015). Các nhân tố nội tại ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp kinh tế tư nhân tại thành phố Cần Thơ. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, 36, 72-80
- Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competition*. New York.
- Porter, M. E. (1985). *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*, NY: Free Press.
- Porter, M. E (1988). The Competitive Advantage of Nations. *Harvard Business Review*. 68(2), 73-93.
- Phong, N. T. (2010). *Năng lực cạnh tranh của các Ngân hàng Thương mại Việt Nam sau khi Việt Nam gia nhập WTO, Thực trạng và giải pháp. Thư viện Trường Đại học Kinh tế TP.HCM.*
- Phú, N. T. (2013). *Các Nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp vừa và nhỏ ngành nuôi trồng thủy sản ở khu vực miền Bắc Việt Nam. Luận án Tiến sĩ Kinh Tế. Thư viện Đại học Thái Nguyên.*
- Thọ, N. Đ., & Trang, N. T. M. (2009). *Một số Nhân tố tạo thành năng lực động của doanh nghiệp và giải pháp nuôi dưỡng. Kỷ yếu Hội thảo năng lực cạnh tranh động của doanh nghiệp, TP.HCM.*
- Thompson, A. A., & Strickland, A., J. (1998). *Strategic Management Concepts and Cases*. US: Irwin/ McGraw Hill.
- Thompson, A., & Strickland, A., J. (1998). *Crafting and Implementing Strategy, Text and Readings (Tenth Edition)*. Richard D Irwin.
- Thompson, A. A., Strickland, A. J., & John., G. (2007). *The Quest for Competitive Advantage*. McGraw-Hill Companies.
- Tuấn, B. Đ. (2010). *Nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành chế biến thủy sản Việt Nam. Luận án Tiến sĩ Kinh Tế. Thư viện Đại học Kinh Tế Quốc dân Hà Nội.*
- Yolles, M. (2009). Competitive Advantage and it Conceptual Development: An Exploration. *Journal of Organisational Transformation and Social Change*, 26(2), 234-243. <https://doi.org/10.1177/0266382109104411>
- Yu, C., & Hao, J. (2011). Environmental dynamism, innovation, and dynamic capabilities: The case of China. *Journal of Enterprising Communities*, 5(2), 1750-6204. <https://doi.org/10.1108/17506201111131550>
- Vilanova, J. M., Lozano, D. A. (2009). Exploring the nature of the relationship between CSR and competitiveness. *Journal of Business Ethics*, 87, 57-69. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9812-2>
- Wernerfelt, B. (1984). A Resource-Based View of the Firm, *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180. <https://doi.org/10.1002/smj.4250050207>