

Xác định lợi thế cạnh tranh của các công ty chứng khoán Việt Nam và đề xuất phương pháp đo lường

KIM MẠNH TUẤN*
KIM HƯƠNG TRANG**
NGUYỄN HỒNG QUÂN***

Tóm tắt

Nghiên cứu nhằm xác định lợi thế cạnh tranh và đề xuất phương pháp đo lường lợi thế cạnh tranh của các công ty chứng khoán Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cho thấy, khái niệm về lợi thế cạnh tranh rất đa dạng và chưa thống nhất. Bên cạnh đó, thông qua sử dụng phương pháp nghiên cứu phỏng vấn chuyên gia là thành viên ban lãnh đạo các công ty chứng khoán Việt Nam, nhóm tác giả đã tìm ra 14 yếu tố là lợi thế cạnh tranh của các công ty chứng khoán Việt Nam. Kết quả nghiên cứu này có ý nghĩa quan trọng đối với các công ty chứng khoán Việt Nam trong việc xây dựng chiến lược cạnh tranh nhằm đạt được lợi thế cạnh tranh bền vững.

Keywords: quản trị chiến lược, lợi thế cạnh tranh, nguồn lực, năng lực

Summary

The study aims to identify competitive advantages and proposes methods to measure competitive advantages of Vietnamese securities companies. Research results show that the concept of competitive advantage is diverse and inconsistent. Besides, through interviewing experts who are members of the board of directors of Vietnamese securities companies, the authors point out 14 components of competitive advantages of Vietnamese securities companies. The findings of this study are important implications for Vietnamese securities companies to develop competitive strategies so as to achieve sustainable competitive advantages.

Keywords: strategic management, competitive advantage, resources, competencies

GIỚI THIỆU

Đối với các doanh nghiệp, xây dựng lợi thế cạnh tranh bền vững luôn là một trong các mục tiêu hàng đầu. Nhờ có lợi thế cạnh tranh, các doanh nghiệp có thể có được tỷ suất lợi nhuận vượt trội so với đối thủ cạnh tranh. Khi có được lợi thế cạnh tranh, các doanh nghiệp sẽ cố gắng duy trì lợi thế này trong nhiều năm. Tuy nhiên, lợi thế cạnh tranh không phải là vĩnh viễn, nó có thể bị tác động bởi những thay đổi trong môi trường kinh doanh. Nếu một doanh nghiệp không có kế hoạch để thích ứng với môi trường thông qua việc thay đổi chiến lược của mình, thì các đối thủ cạnh tranh có thể vượt mặt. Hiện nay, các công ty chứng khoán Việt Nam phải cạnh tranh rất khốc liệt, do tương đối nhiều các công ty chứng khoán

đang hoạt động trên thị trường. Các công ty đang nỗ lực để phát triển và duy trì được lợi thế cạnh tranh. Do vậy, việc nghiên cứu quy trình xác định lợi thế cạnh tranh và đề xuất phương pháp đo lường lợi thế cạnh tranh cho các công ty chứng khoán Việt Nam là cần thiết.

CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Cơ sở lý thuyết

Mặc dù có rất nhiều học giả nghiên cứu về lợi thế cạnh tranh, nhưng khái niệm chính xác lại thực sự khó nắm bắt (O'Shannassy, 2008). Trước khi có thể đo lường được lợi thế cạnh tranh, cần phải xây dựng hoặc tìm ra một khái niệm về lợi thế cạnh tranh phù hợp với đích nghiên cứu. Vì lợi thế cạnh tranh dường như là một khái niệm trừu tượng, Powell (2002) cho rằng, cần có nhiều nghiên cứu thực nghiệm hơn về lợi thế cạnh tranh.

Trong khi đó, Sigalas và Economou (2013) lập luận rằng, việc đo lường lợi thế cạnh tranh có thể được chia

* Trường Đại học Giáo dục - Đại học Quốc gia Hà Nội

** , *** , Trường Đại học Ngoại thương

Ngày nhận bài: 03/8/2022; Ngày phản biện: 20/8/2022; Ngày duyệt đăng: 25/8/2022

HÌNH: QUY TRÌNH XÁC ĐỊNH LỢI THẾ CẠNH TRANH
CỦA CÁC CÔNG TY CHỨNG KHOÁN VIỆT NAM

Bước 1: Xác định khái niệm “lợi thế cạnh tranh”
để phục vụ mục đích nghiên cứu

Bước 2: Xác định lợi thế cạnh tranh của các công ty chứng khoán Việt Nam,
và đề xuất phương pháp đo lường

BẢNG 1: THỐNG KÊ ĐỐI TƯỢNG THAM GIA PHỎNG VẤN

| TT | Đối tượng phỏng vấn | Số lượng | Tỷ lệ (%) |
|----|-------------------------------|----------|-----------|
| 1 | Ban Giám đốc | 4 | 12,90 |
| 2 | Thành viên Ban kiểm soát | 9 | 29,03 |
| 3 | Phụ trách Tài chính - Kế toán | 5 | 16,13 |
| 4 | Thành viên Hội đồng quản trị | 13 | 41,94 |
| | Tổng cộng | 31 | 100,00 |

Nguồn: Nghiên cứu của nhóm tác giả

thành 3 xu hướng chính: Xu hướng thứ nhất đo lường lợi thế cạnh tranh thông qua kết quả của tổ chức; Xu hướng thứ hai đo lường lợi thế cạnh tranh thông qua xác định nguồn gốc hoặc yếu tố quyết định đến lợi thế cạnh tranh; Xu hướng thứ ba là sự kết hợp của xu hướng thứ nhất và xu hướng thứ hai, trong đó, đo lường lợi thế cạnh tranh cần phải vừa xác định thông qua kết quả của tổ chức và các yếu tố hình thành nên lợi thế cạnh tranh.

Đối với xu hướng thứ nhất: Đo lường lợi thế cạnh tranh thông qua kết quả của tổ chức, các yếu tố, như: Lợi nhuận; Chi phí; Năng suất; Thị phần là các chỉ số thường được sử dụng, vì đồng nhất lợi thế cạnh tranh với kết quả kinh doanh của doanh nghiệp. Lợi thế cạnh tranh cho phép một công ty kiếm được lợi nhuận cao hơn lợi nhuận trung bình kiếm được bởi các đối thủ cạnh tranh của nó, vì vậy, lợi nhuận là một biến chính để đo lường khả năng cạnh tranh. Sự phát triển của thị phần là một kết quả hợp lý có được nhờ có lợi thế cạnh tranh. Vì thế, thị phần của một sản phẩm cụ thể là được coi là một chỉ số để đo lường khả năng cạnh tranh của một công ty hoặc một ngành. Nhiều nghiên cứu trong xu hướng này đã kết luận rằng, để đo lường lợi thế cạnh tranh của công ty, thị phần là một chỉ số quan trọng (Notta và Vlachvei, 2012).

Tuy nhiên, hầu hết các nhà khoa học nhất trí với Newbert (2008), khi cho rằng, cần phải phân biệt 2 khái niệm mà từ trước đến nay rất nhiều học giả nhầm lẫn: “lợi thế cạnh tranh” và “kết quả của doanh nghiệp”. Hai khái niệm này nên được xem là hai khái niệm hoàn toàn khác nhau, lợi thế cạnh tranh giúp các doanh nghiệp có kết quả cao hơn so với đối thủ cạnh tranh.

Đối với xu hướng thứ hai: Đo lường lợi thế cạnh tranh cần phải thông qua các yếu tố hình thành nên lợi thế cạnh tranh đó. Theo Thatte (2007), lợi thế cạnh tranh của một doanh nghiệp cung cấp dịch vụ có thể được

đo lường thông qua 4 yếu tố: Giá bán; Chất lượng; Độ tin cậy giao hàng; Thời gian đưa sản phẩm ra thị trường. Các yếu tố hình thành nên lợi thế cạnh tranh được phân loại thành 2 trường hợp: nguồn lực hoặc năng lực của tổ chức. Trong lĩnh vực dịch vụ, doanh nghiệp cũng có thể đạt được lợi thế thông qua tính linh hoạt, khả năng tiếp cận, tốc độ phân phối và hỗ trợ kỹ thuật. Một số nghiên cứu liên quan đến lợi thế cạnh tranh tập trung về các khía cạnh, như: hiệu quả hoạt động, hiệu quả chi phí, chất lượng, tiếp thị, thông tin công nghệ và đổi mới.

Đối với xu hướng thứ ba: Sử dụng kết hợp cả kết quả của tổ chức và các yếu tố nguồn lực, năng lực để đo lường lợi thế cạnh tranh. Kožená, M., Chládek (2012) đo lường lợi thế cạnh tranh của các công ty nông nghiệp thông qua sử dụng chỉ số năng suất lao động (nguồn lực/năng lực) và lợi nhuận (kết quả của tổ chức). Tương tự, Woodford và cộng sự (2003) sử dụng chỉ số năng suất lao động và lợi nhuận để đánh giá năng lực cạnh tranh của ngành chăn nuôi bò sữa. Trong đó, lợi thế cạnh tranh đề cập đến giá trị kinh tế đã được tạo ra từ việc khai thác về sự kết hợp nguồn lực và năng lực của một công ty, trong khi, kết quả kinh doanh đề cập đến giá trị kinh tế mà công ty đã tạo ra từ việc thương mại hóa sản phẩm, dịch vụ của công ty.

Phương pháp nghiên cứu

Trong nghiên cứu này, nhóm tác giả sử dụng các phương pháp nghiên cứu định tính. Phương pháp này được sử dụng phù hợp trong từng bước của quy trình (Hình).

Nội dung của các bước trong quy trình nghiên cứu này như sau:

Bước 1: Sử dụng phương pháp định tính, như: phân tích, tổng hợp, khái quát hóa các văn bản, các công trình và các tài liệu khoa học có liên quan đến lợi thế cạnh tranh và đo lường lợi thế cạnh tranh; từ đó, tìm ra khái niệm về lợi thế cạnh tranh phù hợp với nghiên cứu thực nghiệm cho các công ty chứng khoán Việt Nam.

Bước 2: Sử dụng phương pháp phỏng vấn các thành viên thuộc Ban lãnh đạo các công ty chứng khoán Việt Nam để tìm ra các yếu tố là lợi thế cạnh tranh của các công ty chứng khoán Việt Nam. Dữ liệu của các cuộc phỏng vấn được xử lý qua phần mềm Nvivo. Bảng 1 trình bày thống kê đối tượng tham gia phỏng vấn,

**BẢNG 2: PHÂN LOẠI CÁC YẾU TỐ LÀ LỢI THẾ CẠNH TRANH THEO ĐẶC ĐIỂM CỦA BIẾN,
PHƯƠNG PHÁP ĐO LƯỜNG VÀ CƠ SỞ ĐO LƯỜNG**

| Lợi thế cạnh tranh | Phân loại theo đặc điểm của biến | Phương pháp đo lường |
|--|----------------------------------|--|
| Quy mô công ty/Lợi thế kinh tế theo quy mô | Định lượng/Tài chính | Logarit tự nhiên của tổng tài sản |
| Thuộc sở hữu ngân hàng | Định lượng/Tài chính | Cộng tỷ lệ cổ phần của các cổ đông là ngân hàng |
| Thuộc sở hữu nước ngoài | Định lượng/Tài chính | Cộng tỷ lệ cổ phần của các cổ đông nước ngoài |
| Năng lực lãnh đạo và quản lý | Định tính/Phi tài chính | Thông qua khảo sát nhân viên |
| Thương hiệu | Định tính/Phi tài chính | Thông qua khảo sát khách hàng |
| Công nghệ/Chất lượng công nghệ | Định tính/Phi tài chính | Thông qua khảo sát khách hàng |
| Chất lượng dịch vụ/Chất lượng cảm nhận | Định tính/Phi tài chính | Thông qua khảo sát khách hàng |
| Thông tin/Chất lượng thông tin | Định tính/Phi tài chính | Thông qua khảo sát khách hàng |
| Chính sách giá cả | Định tính/Phi tài chính | Thông qua khảo sát khách hàng |
| Tài sản hữu hình (Thuộc tính hữu hình) | Định tính/Phi tài chính | Thông qua khảo sát khách hàng |
| Văn hóa doanh nghiệp | Định tính/Phi tài chính | Thông qua khảo sát nhân viên |
| Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực | Định tính/Phi tài chính | Thông qua khảo sát nhân viên |
| Quản lý chi phí | Định lượng/Tài chính | Logarit tự nhiên của Chi phí quản lý của công ty chứng khoán |
| Năng lực sử dụng đòn bẩy tài chính | Định lượng/Tài chính | Nợ phải trả/Tổng tài sản |

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả

trong đó, Thành viên Hội đồng quản trị và Thành viên Ban kiểm soát chiếm lần lượt 41,94% và 29,03%, 2 đối tượng còn lại là cán bộ phụ trách tài chính - kế toán và Ban giám đốc.

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Khái niệm lợi thế cạnh tranh phù hợp với mục đích nghiên cứu thực nghiệm

Bước 1, xác định khái niệm “lợi thế cạnh tranh” cho thấy, mặc dù các công trình nghiên cứu trong lĩnh vực quản lý chiến lược đã chỉ ra các yếu tố là lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp, tuy nhiên, cho đến thời điểm hiện tại, chưa có một khái niệm thống nhất về “lợi thế cạnh tranh”. Một số nhà nghiên cứu đã đề xuất nhiều khái niệm khác nhau về lợi thế cạnh tranh và được thừa nhận rộng rãi như:

Nghiên cứu của Barney (1986) cho rằng, một doanh nghiệp được cho là có lợi thế cạnh tranh khi thực hiện được một chiến lược tạo ra giá trị, mà không đối thủ hiện tại hay tiềm năng nào có thể thực hiện được.

Peteraf (1993) định nghĩa, những doanh nghiệp có nguồn lực đặc biệt sẽ tạo ra lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp, lợi thế cạnh tranh bền vững xuất phát từ việc các nguồn lực vượt trội của doanh nghiệp không thể bị sao chép.

Theo Bharadwaj và cộng sự (1993), lợi thế cạnh tranh đề cập đến các yếu tố cho phép một công ty sản xuất hàng hóa hoặc dịch vụ tốt hơn hoặc rẻ hơn so với các đối thủ của mình. Những yếu tố này cho phép công ty tạo ra nhiều doanh thu hoặc tỷ suất lợi nhuận vượt trội so với các đối thủ trên thị trường.

Sukaatmadja và cộng sự (2021) cho rằng, lợi thế cạnh tranh chính là lợi thế so sánh trên thị trường mà công ty có được khi so sánh đối thủ cạnh tranh. Một công ty có lợi thế cạnh tranh sẽ đạt được lợi nhuận, thị phần, mức độ hài lòng của khách hàng vượt trội.

Trong khi đó, Wiggins và Ruefli (2002) đưa ra định nghĩa, lợi thế cạnh tranh là đặc điểm (hoặc tập hợp các đặc điểm), nguồn lực (hoặc tập hợp các nguồn lực), năng lực (hoặc tập hợp các năng lực) giúp cho công ty có được lợi thế so với các đối thủ cạnh tranh, nhờ đó doanh nghiệp có thể duy trì được kết quả tích cực trong dài hạn.

Như vậy, từ các nghiên cứu trên cho thấy, lợi thế cạnh tranh rõ ràng là một thuật ngữ tương đối. Lợi thế cạnh tranh là một tình huống được xác định và đo lường dựa trên một đối thủ. Hiện nay, chưa có một

khái niệm chung, thống nhất về lợi thế cạnh tranh cả về lý thuyết và thực hành. Thuật ngữ lợi thế cạnh tranh không có một định nghĩa thống nhất cả cấp quốc gia và quốc tế. Vì vậy, để tiến hành các nghiên cứu thực nghiệm, cần lựa chọn sử dụng một khái niệm lợi thế cạnh tranh phù hợp.

Các yếu tố là lợi thế cạnh tranh của các công ty chứng khoán Việt Nam

Trong Bước 2, nhóm tác giả đã sử dụng kết quả dữ liệu từ phỏng vấn 31 người là thành viên Ban lãnh đạo các công ty chứng khoán Việt Nam để tìm ra các yếu tố có thể là lợi thế cạnh tranh của các công ty chứng khoán Việt Nam. Tuy nhiên, thực tế, trong quá trình nghiên cứu, nhóm tác giả nhận thấy, dữ liệu đã bị bão hòa sau khi phỏng vấn đến đối tượng thứ 9, vì thế, với 22 người còn lại, tác giả gửi phiếu khảo sát để xác nhận lại các yếu tố có thể là lợi thế cạnh tranh của các công ty chứng khoán Việt Nam. Dữ liệu của các cuộc phỏng vấn được xử lý bằng phần mềm Nvivo.

Kết quả nghiên cứu ở Bảng 2 cho thấy, trong 14 yếu tố lợi thế cạnh tranh, có những yếu tố thể hiện tính đặc thù của ngành chứng khoán, ví dụ: thuộc sở hữu ngân hàng, thuộc sở hữu nước ngoài, thông tin/chất lượng thông tin. Bởi vì, các công ty chứng khoán cung cấp dịch vụ tư vấn cho khách hàng, do vậy, cần phải có năng lực cung cấp thông tin chất lượng, các thông tin chất lượng là các thông tin đóng vai trò quan trọng và

tích cực trong các quyết định đầu tư của khách hàng. Ngoài ra, Bảng 2 cũng trình bày cụ thể phân loại các yếu tố theo đặc điểm, phương pháp đo lường.

KẾT LUẬN

Thông qua sử dụng phương pháp nghiên cứu phỏng vấn chuyên gia là thành viên ban lãnh đạo các công ty chứng khoán Việt Nam, nhóm tác giả đã tìm ra 14 yếu tố là lợi thế cạnh tranh của các công ty chứng khoán Việt Nam.

Có thể nói, nghiên cứu đã trình bày được bức tranh tổng thể về lợi thế cạnh tranh của các công ty chứng khoán Việt Nam. Dựa trên lợi thế cạnh tranh đã tìm được, các công ty chứng khoán Việt Nam có thể xây dựng chiến lược cạnh tranh nhằm đạt được kết quả kinh doanh vượt trội so với đối thủ cạnh tranh. Đồng thời, nghiên cứu đã đề xuất phương pháp đo lường lợi thế cạnh tranh của các công ty chứng khoán Việt Nam. Các nghiên cứu trong tương lai có thể sử dụng phương pháp này để thực hiện các nghiên cứu thực nghiệm. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Barney, J. B. (1986). Organizational culture: can it be a source of sustained competitive advantage?, *Academy of management review*, 11(3), 656-665
2. Bharadwaj, S. G., Varadarajan, P. R., Fahy, J. (1993). Sustainable competitive advantage in service industries: a conceptual model and research propositions, *Journal of marketing*, 57(4), 83-99
3. Kožená, M., Chládek, T. (2012). Company competitiveness measurement depending on its size and field of activities, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 58, 1085-1090
4. Newbert, S. L. (2008). Value, rareness, competitive advantage, and performance: a conceptual-level empirical investigation of the resource based view of the firm, *Strategic management journal*, 29(7), 745-768
5. Notta, O., Vlachvei, A. (2012). Competitiveness in food and beverage manufacturing industries, *Journal of European Economy*, 11, 296-310
6. O'Shannassy, T. (2008). Sustainable competitive advantage or temporary competitive advantage: Improving understanding of an important strategy construct, *Journal of strategy and management*, 1(2), 168-180
7. Peteraf, M. A. (1993). The cornerstones of competitive advantage: a resource based view, *Strategic management journal*, 14(3), 179-191
8. Powell, T. C. (2002). The philosophy of strategy, *Strategic Management Journal*, 23(9), 873-880
9. Sigalas, C., Economou, V. P., Georgopoulos, N. B. (2013). Developing a measure of competitive advantage, *Journal of Strategy and Management*, 6(4), 320-342
10. Thatte (2007). *Competitive Advantage of a Firm through Supply Chain Responsiveness and SCM Practices*, Doctoral dissertation, University of Toledo
11. Wiggins, R. R., Ruefli, T. W. (2002). Sustained competitive advantage: Temporal dynamics and the incidence and persistence of superior economic performance, *Organization science*, 13(1), 81-105
12. Woodford, K., Greer, J., and Phillips, A. (2003). *Searching for productivity and competitive advantage on New Zealand dairy farms*. paper presented at the 14th Congress of the International Farm Management Association, Perth, Australia, 10-15 August