

Năng lực cạnh tranh động của các DNNVV kinh doanh dịch vụ du lịch lữ hành ở TP. Hà Nội

PHẠM CẢNH HUY*
TRẦN THỊ HUYỀN**

Tóm tắt

Thông qua phương thức định lượng, nghiên cứu tìm ra 6 nhân tố tác động đến Năng lực cạnh tranh động của doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) kinh doanh dịch vụ lữ hành trên địa bàn TP. Hà Nội, gồm: Năng lực tiếp thu; Năng lực nhận thức; Năng lực tích hợp; Năng lực thích nghi; Năng lực học hỏi động; Năng lực sáng tạo. Đồng thời, nghiên cứu còn cho thấy, áp lực cạnh tranh tác động rất lớn đến sự tồn tại của các DNNVV và chỉ có nâng cao năng lực cạnh tranh động mới giúp DNNVV có cơ hội phát triển.

Từ khóa: năng lực cạnh tranh động, doanh nghiệp nhỏ và vừa, dịch vụ lữ hành

Summary

Employing quantitative method, the study finds out 6 factors affecting the dynamic competitiveness of small and medium-sized enterprises (SMEs) in travel services in Hanoi, which are Cognitive capability; Integrated capability; Adaptive capability; Dynamic learning capability; Creative capability. In addition, competitive pressure creates a great impact on the existence of SMEs and only improving dynamic competitiveness can help SMEs obtain opportunities to develop.

Keywords: dynamic competitiveness, small and medium-sized enterprises, travel service

GIỚI THIỆU

Trong nền kinh tế Việt Nam hiện nay, khu vực DNNVV chiếm trên 95% tổng số doanh nghiệp đăng ký, đóng góp khoảng 60% GDP và tạo ra hơn 90% việc làm cho người lao động [1]. Điều này khẳng định, DNNVV đang là trụ cột chính trong nền kinh tế Việt Nam. Mặc dù, khu vực DNNVV đang thể hiện vai trò động lực tăng trưởng của nền kinh tế, nhưng thời gian gần đây, vẫn không khỏi khó khăn và có phần đuối sức trong xu thế cạnh tranh gay gắt và hội nhập.

Với lập luận, trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu, thì việc nâng cao năng lực cạnh tranh cho DNNVV không chỉ phụ thuộc vào các nhân tố tĩnh, như: năng lực tài chính hay năng lực công nghệ, mà các nhân tố động sẽ tác động chi phối đến hiệu suất hoạt động của DNNVV, nhóm nghiên cứu bên cạnh việc tìm hiểu các nhân tố ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh động của DNNVV

kinh doanh dịch vụ lữ hành trên địa bàn TP. Hà Nội, còn đề xuất hàm ý quản trị nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh động cho nhóm đối tượng doanh nghiệp này.

CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

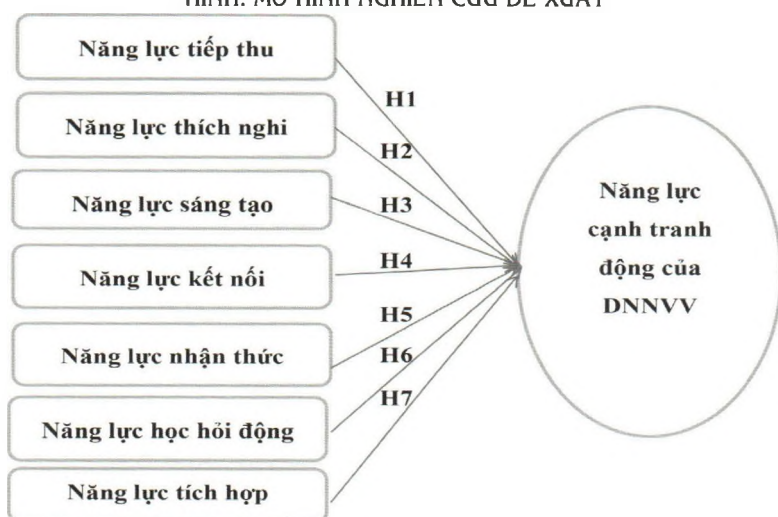
Cơ sở lý thuyết

Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp được tạo ra từ thực lực của doanh nghiệp và là các yếu tố nội hàm của mỗi doanh nghiệp. Theo đó, năng lực cạnh tranh còn có thể được hiểu là khả năng tồn tại trong kinh doanh và đạt được một số kết quả mong muốn dưới dạng lợi nhuận, giá cả, lợi tức hoặc chất lượng các sản phẩm, đồng thời với những năng lực để có thể khai thác các cơ hội ở thị trường hiện tại và làm nảy sinh thị trường mới.

Theo Teece và cộng sự (1997), năng lực động của doanh nghiệp là khả năng tích hợp, xây dựng và định dạng lại những tiềm năng bên trong và bên ngoài của doanh nghiệp để đáp ứng với thay đổi của môi trường. Thông qua năng lực động, doanh nghiệp có thể tạo dựng sự khác biệt [3], định hướng hành vi trong việc cơ cấu lại, đổi mới, tái tạo nguồn lực và xây dựng lại năng lực cốt lõi để đáp ứng với môi trường biến đổi [6]. Như

* TS., ** ThS., Viện Kinh tế và quản lý - Trường Đại học Bách Khoa Hà Nội
Ngày nhận bài: 05/8/2022; Ngày phản biện: 20/8/2022; Ngày duyệt đăng: 25/8/2022

HÌNH: MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU ĐỀ XUẤT



Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất

BẢNG 1: THANG ĐO CÁC BIẾN ĐỘC LẬP

STT	Mã hóa	Biến/Thang đo
1	TT	Năng lực tiếp thu
	TT1	Xác định được thông tin và kiến thức quan trọng bên ngoài
	TT2	Doanh nghiệp có quy trình để xử lý và hiểu những thông tin thu được từ bên ngoài
	TT3	Có khả năng kết hợp các kiến thức hiện có với kiến thức mới (đồng bộ hóa)
	TT4	Có khả năng đưa kiến thức mới vào hoạt động đang có của mình
2	TN	Năng lực thích nghi
	TN1	Có khả năng bao quát được phản ứng của đối thủ cạnh tranh
	TN2	Có khả năng đáp ứng được khách hàng khi có sự thay đổi nhu cầu
	TN3	Hệ thống quản lý của doanh nghiệp có thể khuyến khích được sự đổi mới của mọi người
	TN4	Hệ thống quản lý có khả năng linh hoạt và nhanh chóng đáp ứng thị trường
3	ST	Năng lực sáng tạo
	ST1	Sáng tạo sản phẩm hoặc cải tiến sản phẩm
	ST2	Sáng tạo sản phẩm hoặc cải tiến sản phẩm
	ST3	Sáng tạo quy trình hoặc cải tiến hành vi
	ST4	Tìm kiếm thị trường mới hoặc dùng cách mới để khai thác thị trường cũ
4	KN	Năng lực kết nối
	KN1	Tạo ra/duy trì/sử dụng các mối quan hệ giữa các tổ chức (chính quyền, nhà phân phối, nhà cung cấp, tổ chức tín dụng)
	KN2	Duy trì các mối quan hệ giữa các tổ chức (chính quyền, nhà phân phối, nhà cung cấp, tổ chức tín dụng)
	KN3	Khả năng liên minh kinh tế với 1 số doanh nghiệp cùng ngành
	KN4	Khả năng kết nối với các doanh nghiệp khác trong chuỗi giá trị
5	NT	Năng lực nhận thức
	NT1	Khả năng xử lý thông tin thị trường có giá trị để dự đoán trước sự thay đổi của hệ thống khách hàng (customer responsiveness)
	NT2	Khả năng điều chỉnh nhanh chóng các hoạt động kinh doanh liên quan đến đối thủ cạnh tranh (competitor responsiveness)
	NT3	Khả năng ra quyết định kinh doanh nhanh nhạy khi có những thay đổi quan trọng của môi trường vĩ mô (luật pháp, thuế, biến động kinh tế)
6	HHD	Năng lực học hỏi động
	HHD1	Khả năng học hỏi một cách có chiến lược các kiến thức thay đổi
	HHD2	Khả năng lặp đi lặp lại và thử nghiệm để nhiệm vụ được thực hiện nhanh, hiệu quả
	HHD3	Đầu tư học hỏi và nghiên cứu phát triển (R& D)
7	TH	Năng lực tích hợp
	TH1	Khả năng đồng bộ hóa các nguồn lực mà không gây ra tổn hại nào cho doanh nghiệp (nguồn lực quá khứ - hiện tại, nguồn lực bên trong - bên ngoài)
	TH2	Khả năng hệ thống hóa kinh nghiệm qua việc đào tạo và chia sẻ kiến thức
	TH3	Khả năng đưa các kinh nghiệm lãnh đạo vào nguồn lực bên trong và bên ngoài
	TH4	Nhận ra các nguồn lực và kết nối các nguồn lực để đưa ra cách làm mới có giá trị gia tăng

Nguồn: Nghiên cứu của nhóm tác giả

vậy, nguồn năng lực động là cơ sở để tạo lợi thế cạnh tranh và đem lại hiệu quả kinh doanh cho doanh nghiệp.

Trong nghiên cứu này, nhóm tác giả sử dụng định nghĩa của Barreto (2010), năng lực động là tiềm năng của doanh nghiệp để giải quyết vấn đề một cách có hệ thống được hình thành bởi xu hướng nhận diện cơ hội và rủi ro, với việc ra quyết định đúng thời điểm theo định hướng thị trường và thay đổi cơ sở nguồn lực của doanh nghiệp đáp ứng yêu cầu của sự biến đổi. Với định nghĩa này, năng lực động là một khái niệm đa chiều trên cơ sở phân tích môi trường, ra quyết định đúng thời điểm và thay đổi căn bản nguồn lực của doanh nghiệp.

Mô hình nghiên cứu

Dựa trên nghiên cứu của Wang (2007) và Nguyễn Phúc Nguyễn (2016), nhóm tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh động của DNNVV kinh doanh dịch vụ lữ hành trên địa bàn TP. Hà Nội như Hình.

Các giả thuyết nghiên cứu được đặt ra như sau:

H1: Năng lực tiếp thu có ảnh hưởng tích cực đến Năng lực cạnh tranh động của DNNVV.

H2: Năng lực thích nghi có ảnh hưởng tích cực đến Năng lực cạnh tranh động của DNNVV.

H3: Năng lực sáng tạo có ảnh hưởng tích cực đến Năng lực cạnh tranh động của DNNVV.

H4: Năng lực kết nối có ảnh hưởng tích cực đến Năng lực cạnh tranh động của DNNVV.

H5: Năng lực nhận thức có ảnh hưởng tích cực đến Năng lực cạnh tranh động của DNNVV.

H6: Năng lực học hỏi động có ảnh hưởng tích cực đến Năng lực cạnh tranh động của DNNVV.

H7: Năng lực tích hợp có ảnh hưởng tích cực đến Năng lực cạnh tranh động của DNNVV.

Mô hình nghiên cứu nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh động của DNNVV kinh doanh dịch vụ lữ hành trên địa bàn TP. Hà Nội được thực hiện thông qua 7 biến độc lập với 24 thang đo (Bảng 1).

Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu thực hiện gửi 280 phiếu khảo sát tới các DNNVV dịch vụ lữ hành trên địa bàn TP. Hà Nội theo phương pháp phi xác suất - thuận tiện thông qua

kỹ thuật gửi phiếu online bằng email từ ngày 30/3/2022 đến ngày 30/4/2022. Kết quả thu về được 234 phiếu hợp lệ và được đưa vào nghiên cứu chính thức. Thang đo Likert 7 cấp độ cho phép một loạt các lựa chọn từ “Rất không đồng ý” tới “Rất đồng ý” được sử dụng trong nghiên cứu. Dữ liệu được mã hóa và đưa vào phần mềm SPSS để phân tích.

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Kết quả kiểm định thang đo

Đánh giá độ tin cậy của thang đo được thực hiện qua kiểm định hệ số Cronbach's Alpha. Kết quả phân tích cho thấy, 7 thang đo biến độc lập với 25 biến quan sát và thang đo biến phụ thuộc (NLCT) > 0,6 (Bảng 2) và hệ số tương quan biến tổng đều > 0,3. Điều này chứng tỏ rằng, các biến trong thang đo khá gắn kết với nhau và đảm bảo độ tin cậy cao. Do đó, các thang đo và biến quan sát sẽ tiếp tục được sử dụng trong bước tiếp theo của phân tích EFA.

Kết quả phân tích EFA

Khi phân tích EFA cho các biến độc lập, kết quả cho thấy, hệ số KMO = 0,967 > 0,5; mức ý nghĩa Sig. = 0,000 < 0,05 thỏa mãn điều kiện. Xét bảng ma trận xoay có thể thấy, hệ số tải nhân tố của các biến quan sát > 0,5, nên đạt tiêu chuẩn (Bảng 3). Với phương pháp xoay nhân tố Varimax, nghiên cứu xác định được 7 nhân tố với 26 biến quan sát (không biến nào bị loại trong quá trình phân tích EFA) có ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh động của DNNVV.

Phân tích hồi quy đa biến

Dựa vào cơ sở lý thuyết và kết quả phân tích hệ số tương quan Pearson, nhóm tác giả xây dựng phương trình hồi quy tuyến tính để xác định trọng số của từng yếu tố tác động đến năng lực cạnh tranh động của DNNVV. Phân tích hồi quy được thực hiện bằng phương pháp loại trừ dần (Backward) với phần mềm SPSS 20.0.

Kết quả hồi quy ở Bảng 4 cho thấy, 6/7 biến có ý nghĩa thống kê ở mức 5%. Nhân tố Năng lực kết nối (KN) chưa có đủ ý nghĩa (do hệ số Sig. > 0,05) trong việc phản ánh mức độ ảnh hưởng đến Năng lực cạnh tranh động của DNNVV, nên bị loại khỏi mô hình hồi quy.

Xem xét 6 biến còn lại (Bảng 4), thì đều có mối quan hệ cùng chiều với biến phụ thuộc, trong đó, các nhân tố có mức

BẢNG 2: KẾT QUẢ KIỂM ĐỊNH HỆ SỐ CRONBACH'S ALPHA CỦA THANG ĐO

STT	Thang đo	Số biến quan sát	Hệ số Cronbach's Alpha
1	Năng lực tiếp thu (TT)	4	0,990
2	Năng lực thích nghi (TN)	4	0,986
3	Năng lực sáng tạo (ST)	4	0,987
4	Năng lực kết nối (KN)	5	0,988
5	Năng lực nhận thức (NT)	3	0,991
6	Năng lực học hỏi động (HHD)	3	0,989
7	Năng lực tích hợp (TH)	4	0,989
8	Năng lực cạnh tranh động (NLCT)	3	0,982

BẢNG 3: MA TRẬN XOAY TRONG PHÂN TÍCH EFA

Biến quan sát	Hệ số tải						
	1	2	3	4	5	6	7
TT01	,974						
TT02	,716						
TT03	,749						
TT04	,941						
TN01		,950					
TN02		,967					
TN03		,920					
TN04		,946					
ST01			,942				
ST02			,973				
ST03			,977				
ST04			,929				
KN1				,520			
KN2				,979			
KN3				,968			
KN4				,953			
NT1					,864		
NT2					,882		
NT3					,870		
HHD1						,897	
HHD2						,943	
HHD3						,951	
TH1							,908
TH2							,924
TH3							,920
TH4							,941

BẢNG 4: KẾT QUẢ PHÂN TÍCH MÔ HÌNH HỒI QUY ĐA BIẾN

Tên biến	Hệ số B	Hệ số Beta	Sig.	VIF
Constant	,608		,000	
TT	,445	,516	,000	1,617
TN	,097	,115	,000	1,216
ST	-,253	-,330	,000	1,528
KN	,004	,005	,903	1,420
NT	,299	,306	,000	1,224
HHD	,104	,109	,000	1,289
TH	,240	,271	,000	1,306
Hệ số Sig.F				,000
Hệ số R ² hiệu chỉnh				,985
Hệ số Durbin - Watson				,503

Nguồn: Kết quả tính toán của nhóm tác giả

ảnh hưởng đến Năng lực cạnh tranh động của DNNVV được sắp xếp theo thứ tự giảm dần là: (1) Năng lực tiếp thu (0,516); (2) Năng lực nhận thức (0,306); (3) Năng lực tích hợp (0,271); (4) Năng lực thích nghi (0,115); (5) Năng lực học hỏi động (0,109); (6) Năng lực sáng tạo (-0,330). Nhân tố Năng lực sáng tạo mang dấu âm, đã chứng tỏ, DNNVV chưa có những chuẩn bị tốt, còn bị động trước những biến đổi của thị trường. Ngoài ra, hệ số R² hiệu chỉnh là 0,985, đã thể hiện các biến của mô hình giải thích được 98,5% Năng lực động của

DNNVV. Đồng thời, hệ số VIF của các biến độc lập trong mô hình < 5%, do đó hiện tượng đa cộng tuyến giữa các biến độc lập không có ảnh hưởng đáng kể đến mô hình hồi quy. Trị số thống kê Durbin-Watson có giá trị tiến gần 0,503 cho biết các phần dư không có tương quan với nhau. Trong khi đó, phân tích ANOVA cho thấy Sig. = 0,000 chứng tỏ mô hình hồi quy xây dựng là phù hợp với dữ liệu thu thập được. Do đó, mô hình hồi quy đa biến được viết như sau:

$$Y = 0,608 + 0,445TT + 0,097TN - 0,253ST + 0,299NT + 0,104HHD + 0,24TH$$

KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ

Kết quả nghiên cứu cho thấy, hầu hết các hệ số hồi quy có dấu đúng với kỳ vọng, nghĩa là các biến độc lập có quan hệ cùng chiều với biến phụ thuộc (trừ nhân tố Năng lực sáng tạo). Ngoài ra, nhân tố được kỳ vọng có tác động lên Năng lực cạnh tranh động của DNNVV là Năng lực kết nối lại không có ý nghĩa thống kê ở mức ý nghĩa 10%. Điều này trái ngược với hầu hết các nghiên cứu của Wang (2007), Nguyễn Phúc Nguyên (2016)... Đồng thời, kết quả này cũng trái ngược với xu hướng thị trường hiện nay là các doanh nghiệp đang ngày càng quan tâm nhiều đến vấn đề thiết lập mạng lưới, chuỗi cung ứng, chuỗi giá trị... để tăng doanh thu, tăng thị phần thúc đẩy lợi nhuận. Tuy nhiên, kết quả thực nghiệm mâu thuẫn với thực tế, có thể được lý giải là do các DNNVV kinh doanh dịch vụ du lịch lữ hành TP. Hà Nội có đặc điểm khác với các doanh nghiệp khác trong vấn đề xây dựng mạng lưới, cũng như hệ thống sản xuất, kinh doanh hoặc có thể loại hình doanh nghiệp này tự thấy không đủ khả năng đáp ứng năng lực kết nối theo mạng lưới, nên không đánh giá cao nhân tố này mà tập trung vào nhân tố khác có thể làm được.

Căn cứ vào kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả đề xuất hàm ý quản trị nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh động của các DNNVV kinh doanh dịch vụ du lịch lữ hành ở TP. Hà Nội, như sau:

Một là, nâng cao năng lực tiếp thu và năng lực nhận thức, song song với việc nghiên cứu, cải tiến các dịch vụ. Các DNNVV kinh doanh dịch vụ du lịch lữ hành cần chú trọng nhiều hơn đến chất lượng hoạt

động giao dịch trực tiếp với khách hàng. Theo đó, cần chú trọng đào tạo những kỹ năng mềm (soft skills) cho nhân viên, như: kỹ năng giao dịch, kỹ năng bán sản phẩm ngân hàng, kỹ năng giao tiếp, kỹ năng nắm bắt tâm lý khách hàng. Nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng thông qua phong cách phục vụ chuyên nghiệp, tận tình sẽ tạo ra sự khác biệt về sản phẩm dịch vụ giữa các doanh nghiệp, nhờ đó tạo lập thương hiệu riêng - một phần quan trọng trong nỗ lực nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp.

Hai là, nâng cao năng lực quản lý của chủ doanh nghiệp. Chủ DNNVV kinh doanh dịch vụ du lịch lữ hành cần chủ động nâng cao trình độ và năng lực quản lý theo hướng: (i) Thường xuyên cập nhật tri thức mới, những kỹ năng cần thiết (kỹ năng quản trị trong cạnh tranh, kỹ năng lãnh đạo doanh nghiệp, kỹ năng quản lý sự biến đổi, kỹ năng thuyết trình, kỹ năng đàm phán và giao tiếp, kỹ năng dự báo và định hướng chiến lược phát triển...) để có đủ sức cạnh tranh trên thị trường và tiếp cận nền kinh tế tri thức; (ii) Nâng cao khả năng làm việc và giao dịch quốc tế, cập nhật kiến thức về thông lệ và luật pháp quốc tế trong lĩnh vực/ngành kinh doanh; (iii) Phát triển năng lực quản trị chiến lược.

Thứ ba, tăng cường công tác nghiên cứu và phát triển sản phẩm. Đây là yêu cầu rất quan trọng để doanh nghiệp tồn tại và phát triển bền vững trong bối cảnh hội nhập. Công tác nghiên cứu và phát triển sản phẩm cần được sự hỗ trợ từ hoạt động nghiên cứu thị trường. Thông qua đó, doanh nghiệp nắm bắt sự thay đổi trong nhu cầu, thị hiếu của người tiêu dùng, hoặc dự đoán trước sự thay đổi đó để nghiên cứu và phát triển các sản phẩm, dịch vụ phù hợp. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Tổng cục Thống kê (2021). *Sách trắng doanh nghiệp Việt Nam 2021*, Nxb Thống kê
2. Nguyễn Phúc Nguyên (2016). Nâng cao năng lực cạnh tranh động của các doanh nghiệp: Nghiên cứu trong lĩnh vực du lịch, *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 225(II), 99-107
3. Barney, J. B. (2001). Resource - based theories of competitive advantage: a ten - year retrospective on the resource - based view, *Journal of Management*, 27(6), 643-650
4. Barreto, I. (2010). Dynamic capabilities: A review of past research and an agenda for the future, *Journal of Management*, 36(1), 256-280
5. Teece, D. J., Pisano, G., and Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management, *Strategic Management Journal*, 18(7), 509-533
6. Wang, C. L. (2007). Dynamic capabilities: A review and research agenda, *The International Journal of Management Reviews*, 9(1), 31-51