

DOI:10.22144/ctu.jvn.2019.169

NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP THỦY HẢI SẢN VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

Nguyễn Thị Lệ^{1*}, Huỳnh Thanh Nhã² và Nguyễn Thiện Phong³

¹Khoa Quản trị kinh doanh, Trường Cao đẳng Kinh tế - Kỹ thuật Cần Thơ

²Trường Đại học Kỹ thuật - Công nghệ Cần Thơ

³Trường Đại học Tây Đô

*Người chịu trách nhiệm về bài viết: Nguyễn Thị Lệ (email: ntle@ctec.edu.vn)

Thông tin chung:

Ngày nhận bài: 20/09/2019

Ngày nhận bài sửa: 29/10/2019

Ngày duyệt đăng: 26/12/2019

Title:

Analysis of factors affecting the competitiveness of seafood businesses in the Mekong Delta

Từ khóa:

Doanh nghiệp, năng lực cạnh tranh, nhân tố ảnh hưởng, thủy hải sản

Keywords:

Competitiveness, enterprises, influence factors, seafood

ABSTRACT

The objective of this study is to analyze the impact of factors on the competitiveness of seafood exporting enterprises in the Mekong Delta. Data used in the study was collected from 155 enterprises via convenient sampling methods. The results from Cronbach's Alpha, EFA, and linear regression analyses show that there are four groups of factors affecting the competitiveness of seafood enterprises including source of material, human resources, characteristics and capabilities of enterprises, and ethics and social responsibilities association of businesses. Based on the results, four administrative implications were proposed to improve the competitiveness of seafood exporters in the Mekong Delta.

TÓM TẮT

Mục tiêu của nghiên cứu là phân tích mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp xuất khẩu thủy hải sản vùng Đồng bằng sông Cửu Long. Dữ liệu sử dụng trong nghiên cứu được thu thập từ 155 doanh nghiệp bằng phương pháp chọn mẫu thuận tiện. Kết quả của kiểm định thang đo Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA và phân tích hồi qui tuyến tính cho thấy có bốn nhóm nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp thủy hải sản trong vùng là: nguồn nguyên liệu, nguồn nhân lực, đặc điểm và khả năng của doanh nghiệp và đạo đức và trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Kết quả phân tích của nghiên cứu là căn cứ đề xuất bốn hàm ý quản trị góp phần hoàn thiện năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp hải sản ở Đồng bằng sông Cửu Long.

Trích dẫn: Nguyễn Thị Lệ, Huỳnh Thanh Nhã và Nguyễn Thiện Phong, 2019. Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp thủy hải sản vùng Đồng bằng sông Cửu Long. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ. 55(6B): 65-74.

1 GIỚI THIỆU

Thủy hải sản là mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Theo Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (2017), Việt Nam đứng trong ba quốc gia hàng đầu thế giới (sau Trung Quốc và Ấn Độ) về nuôi trồng và xuất khẩu thủy hải sản. Tuy nhiên, các vấn đề về bệnh dịch, hạn hán, xâm nhập mặn hay ô nhiễm môi trường tại Việt Nam hiện đang tạo ra nhiều khó khăn và áp lực cho sự phát

triển của ngành. Ngoài ra, các rào cản kỹ thuật và giao dịch của các nước nhập khẩu để bảo vệ các doanh nghiệp (DN) và người tiêu dùng của họ ngày càng khắt khe hơn. Nghiên cứu của Phan Văn Hòa (2009) cho thấy việc sản xuất và tiêu thụ thủy hải sản của các DN Việt Nam còn nhiều thiếu sót và sự không nhất quán. Điều đó trực tiếp làm ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động và tính bền vững trong sản xuất, tiêu thụ và tiếp thị sản phẩm. Hệ thống cơ sở hạ tầng đã không đáp ứng yêu cầu thực tế, sản xuất

các cơ sở nhỏ lẻ, rải rác; các mô hình công nghệ cao còn hạn chế; mối liên kết trong sản xuất và quản lý còn lỏng lẻo. Bên cạnh đó, giá thủy hải sản nguyên liệu không hợp lý so với giá xuất khẩu do chi phí sản xuất trong nước cao (Xuân Thảo, 2017) cũng là một trong các yếu tố tạo nên khó khăn lớn để các DN Việt Nam có thể cạnh tranh trên thị trường xuất khẩu.

Để phát triển bền vững trên thị trường quốc tế, các DN xuất khẩu thủy hải sản nên chú trọng vào việc nâng cao năng lực cạnh tranh và hiệu quả hoạt động. Bởi vì theo Porter (2008), năng lực cạnh tranh giúp DN có thể đứng vững trên thị trường, mở rộng thị phần, tăng lợi nhuận. Năng lực cạnh tranh cũng là khả năng thực hiện tốt hơn đối thủ trong việc đạt được mục tiêu quan trọng nhất là lợi nhuận. Nâng cao năng lực cạnh tranh cho phép DN tạo ra và duy trì lợi nhuận trong môi trường thay đổi nhanh chóng (Ambrosini and Bowman, 2009).

Xuất phát từ những vấn đề nêu trên, “**Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp thủy hải sản vùng Đồng bằng sông Cửu Long**” là cấp thiết, cần được thực hiện để có cơ sở, làm căn cứ đề xuất các hàm ý quản trị.

2 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1 Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1.1 Năng lực cạnh tranh

Theo quan điểm của Porter (2008), cạnh tranh là vấn đề cơ bản quyết định sự thành công hay thất bại của DN. Chiến lược cạnh tranh là sự tìm kiếm vị thế cạnh tranh thuận lợi trong ngành. Vị thế cạnh tranh khi xem xét trên phương diện từ DN đó chính là khả năng cạnh tranh của DN. Guan *et al.* (2006) tin rằng khả năng cạnh tranh bao gồm nhiều yếu tố như lãnh đạo, chi phí, lợi thế giá trị khách hàng, quản lý thời gian hiệu quả và lợi thế của sự đổi mới. Một công ty có lợi thế cạnh tranh nếu nó có thể sản xuất và bán sản phẩm với giá thấp hơn đối thủ cạnh tranh (Rojaka, 2009). Năng lực cạnh tranh bao gồm các khả năng cho phép tổ chức để phân biệt chính nó với các đối thủ cạnh tranh và năng lực cạnh tranh có được thông qua việc ra quyết định của nhà quản lý. Hai trong số các năng lực cạnh tranh có thể được sở hữu bởi một công ty là chi phí thấp và sự khác biệt. Mặt khác, Salloum (2013) đã kết luận rằng các môi trường kinh doanh khác nhau sẽ làm thay đổi các nhân tố dùng để đo lường năng lực cạnh tranh của DN. Karima *et al.* (2008) đã so sánh và chứng minh các đo lường cho năng lực cạnh tranh ở các quốc gia khác nhau thì không hoàn toàn giống nhau.

Nếu như các nghiên cứu trên là để tìm hiểu về năng lực cạnh tranh trên nhiều khía cạnh khác nhau từ các cách thức đo lường, cho đến các quan điểm đo lường trên từng quốc gia khác nhau, Han *et al.* (2007) lại tập trung chuyên sâu vào nghiên cứu các mối quan hệ nhân quả của năng lực cạnh tranh và cho rằng hiệu quả kinh doanh sẽ tăng nếu công ty có năng lực cạnh tranh mạnh hơn thông qua cải tiến các nhân tố có thể tác động đến năng lực này. Tuy nhiên, những nghiên cứu chuyên sâu theo hướng này còn khá hạn chế đặc biệt là trong nhóm ngành chế biến và xuất khẩu thủy hải sản.

2.1.2 Cải tiến công nghệ

Guan *et al.* (2006) đã xác nhận mối quan hệ nội bộ chặt chẽ giữa việc cải tiến công nghệ và khả năng cạnh tranh. Kết quả cho thấy DN có thể nâng cao năng lực cạnh tranh thông qua việc đổi mới công nghệ. Kocoglu *et al.* (2012) và Lai and Lin (2012) đã nghiên cứu mối tương quan ba chiều giữa cải tiến công nghệ và học tập công nghệ, và ảnh hưởng của học tập công nghệ đối với sự đổi mới hiệu suất của công ty. Các nhân tố này được chứng minh sẽ chi phối năng lực cạnh tranh của DN. Dựa trên thực tế ngành chế biến và xuất khẩu thủy hải sản của nghiên cứu này, việc áp dụng máy móc thiết bị, hệ thống nhà xưởng, dây chuyền chế biến, hoạt động nghiên cứu và phát triển (R&D) là những cải tiến không thể thiếu trong quá trình cạnh tranh và gia tăng thế mạnh trên thị trường xuất khẩu. Vì vậy, giả thuyết nghiên cứu H₁: *Có sự tác động tích cực của nhân tố cải tiến công nghệ lên năng lực cạnh tranh của DN thủy hải sản vùng Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL)* sẽ được đưa vào mô hình nghiên cứu.

2.1.3 Nguồn nhân lực

Nguồn nhân lực bao giờ cũng là vấn đề sống còn trong hoạt động kinh doanh của bất cứ một DN nào trong bất cứ lĩnh vực hoạt động nào. Việc có được một tập thể lao động với chuyên môn và trình độ nghề nghiệp cao sẽ luôn mang lại hiệu quả hoạt động tích cực cho DN. Theo Zhang *et al.* (2003), ngoài chất lượng nguồn nhân lực, trong môi trường kinh doanh thay đổi nhanh như hiện nay, tính linh hoạt của người lao động cũng là nhân tố tạo nên lợi thế cạnh tranh cho DN. Nguồn nhân lực linh hoạt có khả năng xử lý mọi tình huống bên trong và bên ngoài chẳng hạn như thay đổi trong khối lượng nhu cầu và thiết kế theo yêu cầu của khách hàng. Điều này cũng được chứng minh bởi Francas *et al.* (2011), tuy nhiên sự chuyên đổi lao động linh hoạt sẽ tác động đến khả năng cạnh tranh tốt hơn.

Kế thừa kết quả trên, nghiên cứu này được thực hiện kiểm định giả thuyết H₂: *Nguồn nhân lực có*

tác động cùng chiều với năng lực cạnh tranh của DN thủy hải sản vùng ĐBSCL.

2.1.4 Nguồn nguyên liệu

Nguyên liệu bao gồm tất cả các yếu tố đầu vào trong quá trình sản xuất để tạo điều kiện cho sự di chuyển của công việc thông qua hệ thống sản xuất và tạo ra sản phẩm cuối cùng. Nguồn nguyên liệu thay đổi tùy theo từng lĩnh vực hoạt động của DN và phụ thuộc vào số lượng sản phẩm sản xuất, yêu cầu chất lượng của sản phẩm, mức độ tự động hóa của công nghệ và yêu cầu về nguồn gốc nguyên liệu của từng thị trường cụ thể. Nghiên cứu của Kaur *et al.* (2016) công bố có mối quan hệ chặt chẽ giữa nguyên vật liệu đầu vào với năng lực cạnh tranh của DN. Thực tế trong ngành thủy hải sản cũng cho thấy, DN có nguồn nguyên liệu ổn định và đảm bảo về chất lượng sẽ nâng cao hiệu quả xuất khẩu cũng như tạo nên lợi thế cạnh tranh lâu dài cho DN. Tuy nhiên cũng phải nói rằng sự kiểm soát nguồn nguyên liệu đầu vào trong ngành thủy hải sản tương đối phức tạp và bị phụ thuộc nhiều vào yêu cầu của khách hàng trên từng quốc gia cụ thể. Từ dẫn chứng trên, giả thuyết H_3 sẽ được thực hiện để kiểm chứng sự tác động của nguồn nguyên liệu đến năng lực cạnh tranh của DN thủy hải sản của vùng ĐBSCL.

2.1.5 Quản lý chất lượng toàn diện

Có rất nhiều nguyên tắc quản lý chất lượng toàn diện (TQM), nhưng trên thực tế, các DN có thể theo mô hình chuẩn đã được biết và chấp nhận như một hướng dẫn cho quản lý chất lượng chung (José, 2005). Trong một số nghiên cứu tiếp theo, các thực hành TQM được phát triển và được đo lường theo nhiều cách tiếp cận khác nhau. Han *et al.* (2007), đã phát hiện ra rằng TQM thực tiễn có mối quan hệ tích cực và tác động trực tiếp đến năng lực cạnh tranh. Các thực hành TQM có thể dẫn đến lợi thế cạnh tranh thông qua các cải tiến để kích thích sự cạnh tranh về chất lượng và chi phí. Han *et al.* (2007) đã đánh giá sự đóng góp của quản lý chất lượng trong hiệu quả kinh doanh và kết luận rằng quản lý chất lượng có thể giúp các công ty đạt được lợi thế cạnh tranh bằng cách cung cấp hàng hóa có thể đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng. Năm 2009, Zhang *et al.* tuyên bố rằng việc thực hành TQM có tác động mạnh mẽ đến năng lực cạnh tranh của công ty, dẫn đến số lượng ngày càng tăng sự hài lòng của người tiêu dùng. Do vậy, giả thuyết đặt ra là H_4 : *Việc triển khai TQM tốt hơn sẽ tăng cường hơn nữa năng lực cạnh tranh của DN thủy hải sản vùng ĐBSCL.*

2.1.6 Đạo đức và trách nhiệm xã hội

Việc áp dụng đạo đức thực tiễn kinh doanh

trong một công ty thể hiện quản trị hiệu quả, minh bạch, có trách nhiệm và quản lý. Điều này xây dựng niềm tin và độ tin cậy cho các cổ đông và tất cả các bên có liên quan. Đạo đức kinh doanh tốt là một công cụ để có thêm các giá trị và tăng cường tăng trưởng bền vững cho một công ty (Badaracco, 1994). Nghiên cứu của Juholin (2004) cho rằng trách nhiệm xã hội của DN cũng góp phần vào việc tăng cường năng lực cạnh tranh lâu dài. Tuy nhiên, Vilanova *et al.* (2009) vẫn cho rằng các nghiên cứu trên không chứng minh rõ ràng làm thế nào thực hành đạo đức kinh doanh liên quan trực tiếp đến năng lực cạnh tranh. Do đó các học giả đã cố gắng xác định mối quan hệ trực tiếp giữa trách nhiệm xã hội và khả năng cạnh tranh và có thể chỉ ra rằng hai khía cạnh tương quan thông qua chu kỳ học tập và đổi mới. Đó là, khi các nguyên tắc đạo đức được đưa vào thực tế như là một phần của hoạt động kinh doanh, nó sẽ dẫn dắt một công ty hướng tới thực tiễn đổi mới và cuối cùng là năng lực cạnh tranh. Trên cơ sở này, nghiên cứu hình thành giả thuyết H_5 : *Đạo đức và trách nhiệm xã hội sẽ ảnh hưởng làm tăng năng lực cạnh tranh của DN thủy hải sản vùng ĐBSCL.*

2.1.7 Đặc điểm và khả năng của doanh nghiệp

Chen *et al.* (2016) chứng minh rằng các đặc điểm và khả năng của DN là nhân tố rất quan trọng ảnh hưởng đến hiệu suất xuất khẩu cũng như sự cạnh tranh của các công ty. Các đặc điểm này bao gồm quy mô của công ty, kinh nghiệm xuất khẩu, năng lực quốc tế, số năm thành lập và kiến thức thị trường xuất khẩu (Nazar and Saleem, 2009). Chen *et al.* (2016) đã bổ sung thêm việc lập kế hoạch xuất khẩu và định hướng thị trường xuất khẩu cũng là hai yếu tố quan trọng hình thành đặc điểm và khả năng của mỗi DN. Đồng tình với quan điểm trên, nghiên cứu này đề xuất giả thuyết H_6 : *Năng lực cạnh tranh của DN thủy hải sản vùng ĐBSCL chịu sự tác động tích cực bởi đặc điểm và khả năng của DN.*

2.1.8 Khả năng xây dựng thương hiệu

O'Cass and Ngo (2011) đã đưa ra khái niệm khả năng xây dựng thương hiệu như một năng lực vững chắc của công ty. Nó bao gồm một nhóm các hoạt động như truyền thông và các chương trình tiếp thị trong việc cung cấp một ý nghĩa thương hiệu phù hợp đến với khách hàng. Merrilees *et al.* (2011) trong nghiên cứu của mình đã mô tả khả năng xây dựng thương hiệu bao gồm bốn cách tiếp cận: xác định ý nghĩa thương hiệu; sử dụng thương hiệu như một công cụ hoạt động; truyền đạt ý nghĩa thương hiệu nhất quán; và nhận được sự hỗ trợ thương hiệu từ nhân viên.

Bảng 1: Các biến số trong mô hình nghiên cứu

Thành phần	Biến quan sát	Nguồn
Cải tiến công nghệ của DN	[TDCTCN1] Áp dụng công nghệ máy móc tự động vào hoạt động chế biến sản xuất	Yam <i>et al.</i> (2004); Kaur <i>et al.</i> (2016)
	[TDCTCN2] Sử dụng hệ thống máy móc có tính thích ứng cao trong việc đổi mới sản phẩm	
	[TDCTCN3] Sử dụng máy móc thiết bị được thiết kế để phù hợp với sự thay đổi nhanh chóng	
	[TDCTCN4] Chuyển đổi công cụ lao động từ thủ công sang tự động hóa	
	[TDCTCN5] Phần lớn các hoạt động trong DN đã tự động hóa	
Nguồn nhân lực	[NNL1] Thể hiện tính chuyên nghiệp trong công việc	Francas <i>et al.</i> (2011); Kaur <i>et al.</i> (2016)
	[NNL2] Có khả năng thích ứng cao trước các thay đổi về sản phẩm, công nghệ và môi trường làm việc	
	[NNL3] Có kỹ năng nghề nghiệp cao	
Nguồn nguyên liệu	[NNLIEU1] Có mối quan hệ chặt chẽ với các nguồn cung cấp nguyên vật liệu	Kaur <i>et al.</i> (2016)
	[NNLIEU2] Đảm bảo luôn có nguồn nguyên vật liệu dồi dào	
	[NNLIEU3] Luôn có nguồn nguyên liệu đảm bảo chất lượng	
	[NNLIEU4] Áp dụng công nghệ tự động hóa vào chuỗi cung ứng nguyên liệu	
Quản lý chất lượng toàn diện (TQM)	[QLCLTD1] Dẫn đầu trong quản lý chất lượng sản phẩm	Han <i>et al.</i> (2007); Ramlawati and Kusuma (2018)
	[QLCLTD2] Kiểm soát hệ thống quản lý chất lượng cung ứng	
	[QLCLTD3] Tập trung quản lý chất lượng theo yêu cầu của khách hàng	
	[QLCLTD4] Chú trọng cải tiến chất lượng liên tục	
	[QLCLTD5] Thiết lập hệ thống quản lý chất lượng thông tin nội bộ	
Đạo đức và trách nhiệm xã hội	[DD&TNXH1] Chú trọng yếu tố môi trường trong quá trình sản xuất kinh doanh	Siriphatrasophon and Piriyanarak (2013)
	[DD&TNXH2] Quan tâm đến vấn đề an toàn và sức khỏe cho người lao động	
	[DD&TNXH3] Thể hiện trách nhiệm giải trình và minh bạch về hoạt động	
	[DD&TNXH4] Chú trọng kiểm soát đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm đảm bảo sức khỏe cho người tiêu dùng	
	[DD&TNXH5] Kiểm soát đảm bảo an toàn nguồn nguyên liệu sản xuất	
Đặc điểm và khả năng của DN	[DD&KNDN1] Quy mô hoạt động lớn	Nazar and Saleem (2009); Thanh <i>et al.</i> (2018)
	[DD&KNDN2] Nhiều kinh nghiệm trong hoạt động xuất khẩu	
	[DD&KNDN3] Nhiều kinh nghiệm cạnh tranh trên thị trường quốc tế	
	[DD&KNDN4] Luôn xây dựng kế hoạch xuất khẩu tốt	
Khả năng xây dựng thương hiệu	[KNXDTH1] Sử dụng thương hiệu như một công cụ cạnh tranh	Zhang <i>et al.</i> (2009); Merrilees <i>et al.</i> (2011); Odoom <i>et al.</i> (2017)
	[KNXDTH2] Có khả năng xây dựng thương hiệu có giá trị	
	[KNXDTH3] Đang áp dụng cách thức xây dựng thương hiệu độc đáo	
	[KNXDTH4] Đang sở hữu một thương hiệu đáng tin cậy trên thị trường	
Năng lực cạnh tranh	[NLCT1] Cung cấp sản phẩm phù hợp với yêu cầu của khách hàng	Sigalas <i>et al.</i> (2013); Siriphatrasophon and Piriyanarak (2013); Kaur <i>et al.</i> (2016); Famiyeh (2017); Ramlawati and Kusuma (2018)
	[NLCT2] Có thể cung cấp sản phẩm với chi phí thấp	
	[NLCT3] Có thể cung cấp sản phẩm với thiết kế mới nhất so với đối thủ	
	[NLCT4] Có thể cung cấp các đơn hàng với số lượng lớn	
	[NLCT5] Luôn giao hàng đúng thời gian	
	[NLCT6] Linh hoạt trong việc sắp xếp các đơn hàng theo đúng yêu cầu của khách hàng	
	[NLCT7] Có khả năng khai thác toàn bộ thị trường	
	[NLCT8] Có thể kiểm soát tất cả các mối đe dọa từ đối thủ cạnh tranh	
	[NLCT9] Có khả năng mở rộng thị trường tiềm năng tốt hơn so với đối thủ	

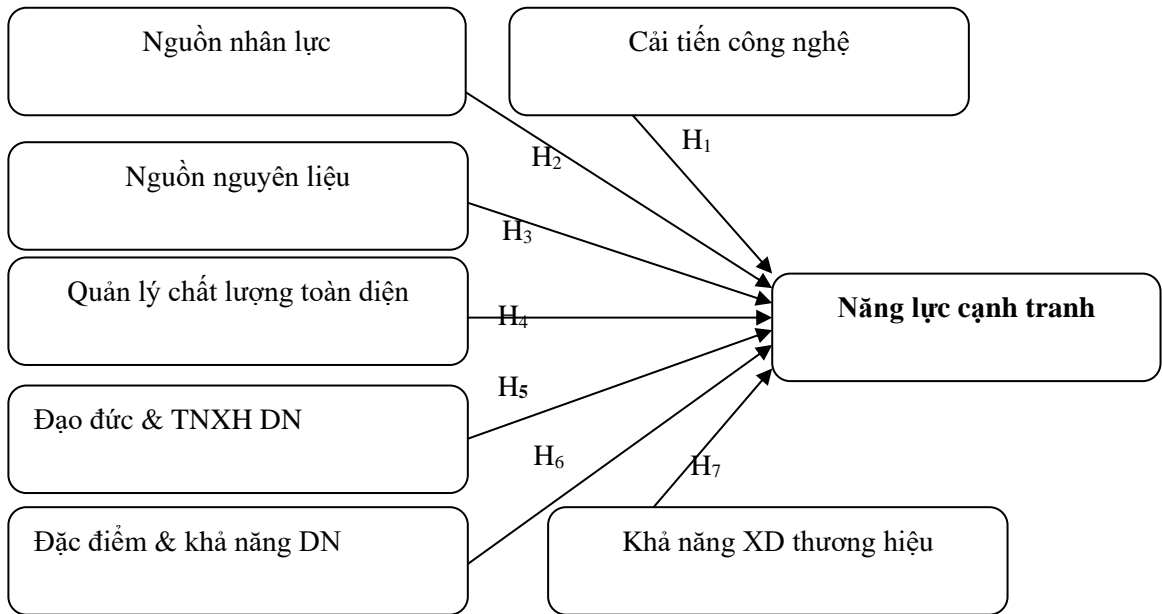
(Nguồn: Tổng hợp)

Khả năng xây dựng thương hiệu khó bắt chước và chuyển giao, do đó mang lại lợi thế cạnh tranh bền vững (Morgan *et al.*, 2009). Xây dựng thương hiệu để bảo vệ sự đổi mới từ việc bắt chước của đối thủ cạnh tranh cũng như cho phép các công ty dễ dàng kiểm soát rủi ro và phản ứng nhanh hơn và hiệu quả hơn với những thay đổi trong thị trường

(Lei *et al.*, 2013). Từ nhiều bằng chứng nêu trên, nghiên cứu này sẽ kiểm chứng mối quan hệ giữa khả năng xây dựng thương hiệu với năng lực cạnh tranh của các DN thủy hải sản vùng ĐBSCL với giả thuyết H7: *Khả năng xây dựng thương hiệu tác động tích cực đến năng lực cạnh tranh của DN.*

Dựa trên các giả thuyết được xây dựng, mô hình nghiên cứu được hình thành như Hình 1. Các

biến trong mô hình nghiên cứu được xây dựng như trình bày trong Bảng 1.



Hình 1: Mô hình nghiên cứu

(Nguồn: Nghiên cứu đề xuất)

2.2 Dữ liệu và phương pháp nghiên cứu

Theo Hair *et al.* (1998) để cỡ mẫu đảm bảo phù hợp với phương pháp phân tích EFA thì số quan sát ít nhất phải bằng 4-5 lần số biến, trong nghiên cứu này có 30 biến quan sát thuộc nhóm biến độc lập và 9 biến quan sát thuộc nhóm biến phụ thuộc tức cần từ 120 đến 150 quan sát. Vì vậy, nghiên cứu tiến hành điều tra 160 quan sát nhưng vì một số DN trả lời phiếu phỏng vấn không đầy đủ thông tin nên cuối cùng chỉ còn 155 quan sát phù hợp. Đối tượng khảo sát là các DN có hoạt động xuất khẩu thủy hải sản tại các tỉnh thành thuộc vùng ĐBSCL. Vì tính chất khó tiếp cận của DN cũng như yêu cầu đối tượng trả lời phỏng vấn phải thuộc cấp lãnh đạo của DN nên nghiên cứu đã sử dụng phương pháp thuận tiện để khảo sát.

Dựa trên lược khảo tài liệu, bộ tiêu chí đo lường các nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh đã được xây dựng và điều chỉnh phù hợp phạm vi và đặc trưng ngành nghề. Thang đo Likert 5 mức độ được sử dụng để đánh giá với 1 là “hoàn toàn không đồng ý” cho đến 5 là “hoàn toàn đồng ý”. Nghiên cứu sử dụng Cronbach’s Alpha để kiểm định thang đo trước khi áp dụng hai phương pháp định lượng là phân tích nhân tố khám phá và ước lượng mô hình hồi qui tuyến tính. Thực hiện phân tích nhân tố khám phá để rút gọn các biến tạo ra các biến độc lập và biến phụ thuộc cho phân tích hồi qui. Mục tiêu của phân tích là xây dựng một

hàm tuyến tính để cho thấy sự tác động cũng như mức độ tác động của các nhân tố được nghiên cứu đến năng lực cạnh tranh của DN.

Mô hình hồi qui có dạng:

$$Y_i = B_0 + B_1 X_{1i} + B_2 X_{2i} + \dots + B_k X_{ki} + e_i$$

Trong đó:

Y: Năng lực cạnh tranh

*X*₁: Trình độ cải tiến công nghệ của DN; *X*₂: Nguồn nhân lực; *X*₃: Nguồn nguyên liệu; *X*₄: Quản lý chất lượng toàn diện (TQM); *X*₅: Đạo đức và trách nhiệm xã hội; *X*₆: Đặc điểm và khả năng của DN; *X*₇: Khả năng xây dựng thương hiệu.

3 KẾT QUẢ PHÂN TÍCH VÀ THẢO LUẬN

Trước khi tiến hành phân tích nhân tố khám phá, nghiên cứu sử dụng phương pháp kiểm định thống kê bằng hệ số Cronbach’s Alpha để kiểm tra mức độ chặt chẽ của các mục hỏi trong bộ tiêu chí đo lường năng lực cạnh tranh. Kết quả phân tích ở Bảng 2 cho thấy các biến đo lường tốt cho từng thang đo thành phần, không có biến nào bị loại khỏi thang đo. Tiến hành phân tích nhân tố, kết quả có bảy nhân tố được rút ra cho nhóm các biến độc lập, giải thích được 75,47% biến thiên của dữ liệu điều tra (Hair *et al.*, 2010). Tương tự như vậy cho biến phụ thuộc, kết quả cho thấy các đo lường trong biến phụ thuộc sau khi gom nhóm sẽ giải thích được 63,28% biến thiên (Bảng 3).

Bảng 2: Kết quả độ tin cậy của thang đo

Nhóm thành phần	Biến	Cronbach's Alpha
Trình độ cải tiến công nghệ của DN	TDCTCN1, TDCTCN2, TDCTCN3, TDCTCN4, TDCTCN5	0,878
Nguồn nhân lực	NNL1, NNL2, NNL3	0,752
Nguồn nguyên liệu	NNLIEU1, NNLIEU2, NNLIEU3, NNLIEU4	0,848
Quản lý chất lượng toàn diện-TQM	QLCLTD1, QLCLTD2, QLCLTD3, QLCLTD4, QLCLTD5	0,866
Đạo đức và trách nhiệm xã hội	DD&TNXH1, DD&TNXH2, DD&TNXH3, DD&TNXH4, DD&TNXH5	0,872
Đặc điểm và khả năng của DN	DD&KNDN1, DD&KNDN2, DD&KNDN3, DD&KNDN4	0,835
Khả năng xây dựng thương hiệu	KNXDTH1, KNXDTH2, KNXDTH3, KNXDTH4	0,799
Năng lực cạnh tranh	NLCT1, NLCT2, NLCT3, NLCT4, NLCT5, NLCT6, NLCT7, NLCT8, NLCT9	0,873

(Nguồn: số liệu khảo sát 155 DN thủy hải sản vùng ĐBSCL, 2019)

Bảng 3: Kết quả phân tích ma trận nhân tố sau khi xoay

Biến	Hệ số tải nhân tố	Biến	Hệ số tải nhân tố
NLCT1	0,706	TDCTCN1	0,520
NLCT2	0,807	TDCTCN3	0,637
NLCT3	0,771	TDCTCN5	0,581
NLCT4	0,825	NNL1	0,792
NLCT5	0,793	NNL2	0,672
NLCT6	0,800	NNL3	0,755
NLCT7	0,805	NNLIEU1	0,693
NLCT8	0,837	NNLIEU2	0,533
NLCT9	0,808	NNLIEU3	0,536
<i>KMO: 0,941; P value: 0,000;</i>		NNLIEU4	0,613
<i>Phương sai trích: 63,28%</i>		QLCLTD1	0,682
		QLCLTD2	0,598
		QLCLTD3	0,662
		QLCLTD4	0,732
		QLCLTD5	0,741
		DD&TNXH1	0,661
		DD&TNXH2	0,582
		DD&TNXH3	0,677
		DD&TNXH4	0,551
		DD&TNXH5	0,669
		KNXDTH2	0,627
		KNXDTH1	0,596
		KNXDTH3	0,538
		KNXDTH4	0,748
		DD&KNDN1	0,650
		DD&KNDN3	0,713
		DD&KNDN4	0,703
		<i>KMO: 0,961; P value: 0,000;</i>	
		<i>Phương sai trích: 75,47%</i>	

(Nguồn: số liệu khảo sát 155 DN thủy hải sản vùng ĐBSCL, 2019)

Kết quả phân tích ở Bảng 3 cho thấy các kiểm định được đảm bảo như sau: (1) kiểm định tính thích hợp của mô hình ($0,5 < KMO = 0,941$ và

$0,961 < 1,0$) tương ứng biến phụ thuộc và biến độc lập; (2) kiểm định Bartlett's về sự tương quan của các biến quan sát ($Sig. = 0,000 < 0,05$) cho cả hai

nhóm biến chứng tỏ các biến có liên quan chặt chẽ với nhau; hệ số tải nhân tố của các biến đều lớn hơn 0,5 (Hair *et al.*, 2010). Điều này cho thấy, kết quả phân tích EFA là phù hợp.

Các nhóm nhân tố được rút trích và gom nhóm lại với một số khác biệt nhỏ không đáng kể so với các nhóm biến xây dựng ban đầu. Kết quả này cho thấy mô hình nghiên cứu đề xuất lúc này đã có sự điều chỉnh nhưng về số biến và tên gọi các biến độc lập vẫn không thay đổi so với mô hình nghiên cứu đề xuất. Giá trị F của mô hình 65,895 và giá trị Sig F = 0,000; chứng tỏ giả thuyết H₀ đã bị bác bỏ và tồn tại mối quan hệ tuyến tính giữa biến phụ thuộc Y với ít nhất một biến trong các biến độc lập đưa vào mô hình. Hệ số R² = 0,758 tức mô hình giải thích được 75,8% sự biến thiên của Y (năng lực cạnh tranh) bởi mối quan hệ tuyến tính của các nhân tố tác động (Bảng 4). Nghiên cứu cũng tiến hành một số kiểm định như phân phối chuẩn và giả định về hiện tượng đa cộng tuyến và sự tương quan, tất cả đều đạt yêu cầu. Cụ thể, dựa vào hệ số phóng đại phương sai VIF của các biến có thể thấy không có hiện tượng đa cộng tuyến xảy ra vì VIF của các biến đều bé hơn 10 (Mai Văn Nam, 2006). Kết quả hệ số Durbin Watson của mô hình d= 1,940 tiến tới giá trị 2. Do đó, hiện tượng tự tương quan chuỗi bậc nhất không ảnh hưởng đến ý nghĩa của mô hình hồi qui (Hair *et al.*, 2010).

Kết quả phân tích ở Bảng 4 cho thấy mô hình hồi qui có bốn biến có ý nghĩa thống kê tác động

đến năng lực cạnh tranh của các DN, bao gồm: *nguồn nhân lực, nguồn nguyên liệu, đạo đức và TNXH và đặc điểm và KNDN*. Giá trị Beta chuẩn hóa của bốn biến này cho thấy các biến độc lập đều có mối quan hệ thuận chiều đến năng lực cạnh tranh. Trong đó, nhân tố *nguồn nhiên liệu* là tác động mạnh nhất (0,229). Điều này phù hợp với thực tế sản xuất và kinh doanh của phần lớn các DN thủy hải sản vùng ĐBSCL. Các DN này chủ yếu chế biến và xuất khẩu là tôm, cá và mực đông lạnh sang các thị trường như Mỹ, Châu Âu, Nhật Bản,... với các yêu cầu từ thị trường ngày càng khắt khe mà đặc biệt là về nguồn nguyên liệu đầu vào. Ở một số thị trường sẽ kiểm soát về dư lượng kháng sinh của sản phẩm, cũng có các thị trường yêu cầu chứng nhận nguồn gốc nguồn nguyên liệu.... Cho nên, DN có thể mạnh trong việc kiểm soát tốt về nguồn nguyên liệu sẽ chi phối mạnh trên thị trường thông qua khả năng cạnh tranh với đối thủ. Hơn nữa tính ổn định của nguồn nguyên liệu cũng ảnh hưởng rất lớn đến năng lực cạnh tranh vì nó giúp DN đảm bảo được số lượng đơn hàng theo hợp đồng hay đáp ứng đủ và tốt cho các kế hoạch đề ra. Kết luận này cũng phù hợp với nghiên cứu của Kaur *et al.* (2016), mặc dù Kaur *et al.* kỳ vọng việc cung ứng nguyên vật liệu thông qua chuỗi cung ứng tự động có thể tác động đến năng lực cạnh tranh, tuy nhiên trên điều kiện thực tế tại vùng, rất ít DN áp dụng được chuỗi cung ứng này.

Bảng 4: Mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến năng lực cạnh tranh của các DN

Mô hình	B chưa chuẩn hóa	Sai số chuẩn	Beta chuẩn hóa	Mức ý nghĩa		Hệ số phóng đại phương sai (VIF)
				t	Sig.	
Hằng số	-2,764	0,149		-18,598	0,000	
Trình độ cải tiến CN	0,088 ^{ns}	0,068	0,094	1,299	0,196	3,181
Nguồn nhân lực	0,190 ^{***}	0,064	0,207	2,974	0,003	2,938
Nguồn nguyên liệu	0,202 ^{***}	0,066	0,229	3,081	0,002	3,353
Quản lý chất lượng toàn diện	0,063 ^{ns}	0,084	0,063	0,747	0,456	4,339
Đạo đức & TNXH	0,151 [*]	0,079	0,156	1,913	0,058	4,038
Đặc điểm & KNDN	0,188 ^{***}	0,063	0,214	2,988	0,003	3,114
Khả năng xây dựng thương hiệu	0,050 ^{ns}	0,072	0,046	0,698	0,487	2,619

Biến phụ thuộc: Năng lực cạnh tranh (NLCT)

R:0,871; R Square: 0,758

Durbin-Watson: 1,940

F:65,895, P value: 0,000

(Nguồn: số liệu khảo sát 155 DN thủy hải sản vùng ĐBSCL, 2019)

*: ý nghĩa thống kê 10%, **: ý nghĩa thống kê 5%, ***: ý nghĩa thống kê 1%, ns: không có ý nghĩa thống kê

Nhân tố *đặc điểm và khả năng của DN* có giá trị hệ số Beta đứng thứ hai về mức độ tác động (0,214) và cũng tác động cùng chiều đến năng lực cạnh tranh. Kết quả chứng minh được rằng DN với quy mô hoạt động càng lớn, kinh nghiệm càng

hiều và hoạch định càng tốt kế hoạch xuất khẩu hiện nhiên sẽ tăng vị thế cạnh tranh so với đối thủ. Môi trường cạnh tranh trên thị trường xuất khẩu thủy hải sản thay đổi nhanh và liên tục theo tình hình thế giới nên kinh nghiệm không đi liền với số

năm thành lập của DN mà phải đồng hành với kinh nghiệm cạnh tranh và việc am hiểu sâu sắc về hoạt động xuất khẩu. Thanh *et al.* (2018) đã chứng minh thuyết phục về sự tác động của nhân tố này đến khả năng cạnh tranh và hoạt động xuất khẩu của DN trong chính ngành hải sản tại Việt Nam, khác biệt của nghiên cứu này với nghiên cứu của Thanh *et al.* là nghiên cứu trên phạm vi vùng ĐBSCL, tuy nhiên điều tương tự đã được chứng minh là đúng. Vị trí tác động thứ ba đến năng lực cạnh tranh là *nguồn nhân lực* (0,207). Kết quả này cùng lúc đã củng cố kết luận của Francas *et al.* (2011) và Kaur *et al.* (2016) rằng khi nguồn nhân lực càng chuyên nghiệp, kỹ năng nghề nghiệp cao và có khả năng thích ứng cao thì sẽ tạo ra năng lực cạnh tranh càng mạnh cho DN.

Nhân tố về *đạo đức và trách nhiệm xã hội* tuy có ý nghĩa thống kê nhưng chỉ ở mức 10% và hệ số tác động cũng là thấp nhất đến năng lực cạnh tranh. Mặc dù các DN cũng đã quan tâm đến vấn đề đạo đức và trách nhiệm xã hội nhưng bản thân họ không đặt quá nhiều niềm tin vào hoạt động này có thể thúc đẩy làm tăng năng lực cạnh tranh trên thị trường một cách mạnh mẽ. Ngược lại, Siriphattrasophon and Piriyanarak (2013) chứng minh rằng việc thực hiện đạo đức và trách nhiệm xã hội tác động trên 60% đến sự tăng lên của năng lực cạnh tranh tại một DN.

Các nhân tố như *trình độ cải tiến công nghệ, khả năng xây dựng thương hiệu và quản lý chất lượng toàn diện* chưa được chứng minh có tác động đến năng lực cạnh tranh của DN. Nguyên nhân có thể đến từ thực tế của DN, trong quá trình hoạt động DN chưa đầu tư đủ lớn cho việc cải tiến công nghệ chế biến, quản lý chất lượng toàn diện hay xây dựng một thương hiệu giá trị trên thị trường. Mặc dù cũng có DN đã cạnh tranh tốt hơn khi thực hiện xây dựng thương hiệu hay quản lý chất lượng toàn diện nhưng số lượng này còn quá nhỏ để có thể có được kết luận trên tổng thể.

4 KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ

4.1 Kết luận

Kết quả nghiên cứu trên cho thấy ba nhân tố quan trọng tác động đến năng lực cạnh tranh của DN thủy hải sản vùng ĐBSCL là *nguồn nguyên liệu, nguồn nhân lực, và đặc điểm và khả năng của DN*. Việc thực hiện đạo đức và trách nhiệm xã hội cũng sẽ giúp DN có thể cạnh tranh thông qua niềm tin và sự yêu mến từ khách hàng hay từ quốc gia nhập khẩu, DN thực hiện trách nhiệm xã hội càng nhiều càng dễ dàng có được sự tôn trọng và thiện cảm từ khách hàng.

4.2 Hàm ý quản trị

Dựa trên kết quả phân tích hồi qui, bốn hàm ý quản trị được đề xuất góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của DN.

Một là, tăng cường kiểm soát để đảm bảo chất lượng nguồn nguyên liệu đầu vào bao gồm kích cỡ đồng đều, không chứa thành phần dư lượng của các loại thuốc cấm. Muốn làm được điều này DN phải bắt đầu từ người nuôi trồng thủy hải sản, ký kết các cam kết đảm bảo nguồn nuôi trồng an toàn và đúng yêu cầu chất lượng. Tiếp theo nguồn cung nguyên liệu nên được ổn định bằng cách đa dạng hóa đối tác thu mua. Có thể thu mua từ thương lái, hộ nuôi trồng, hay tổ chức tự nuôi trồng để hình thành chuỗi cung ứng khép kín cho DN.

Hai là, tăng cường hiệu quả hoạt động của nguồn nhân lực. Bản thân nguồn nhân lực trong ngành thủy hải sản ở ĐBSCL đã có kỹ năng và chuyên môn nghề nghiệp. Vì vậy để nâng cao hiệu quả hoạt động của nguồn nhân lực DN nên tập trung vào việc đào tạo họ sử dụng thành thạo các cải tiến máy móc và dây chuyền công nghệ.

Ba là, tăng cường đầu tư để mở rộng qui mô hoạt động của DN thông qua mở rộng nhà xưởng chế biến, tăng số lao động, đầu tư cải tiến công nghệ máy móc theo hướng hiện đại hóa chế biến thủy hải sản. Tích lũy thêm kinh nghiệm xuất khẩu thông qua hình thức xuất khẩu trực tiếp thay vì việc lựa chọn xuất khẩu gián tiếp hay ủy thác như hiện nay. Việc xuất khẩu trực tiếp sẽ tạo cơ hội cho DN từng bước hình thành và xây dựng thương hiệu.

Cuối cùng, DN cũng nên chú trọng tạo ra hình ảnh tốt thông qua việc nâng cao thực hiện hoạt động đạo đức và đề cao trách nhiệm xã hội bao gồm quan tâm nhiều hơn nữa vấn đề môi trường đặc biệt trong khâu nuôi trồng. Quan tâm đúng mực về vấn đề lao động, thực hiện các quy tắc đạo đức với nguồn nhân lực để tạo nên một tác động liên kết, khi nguồn nhân lực được vững chắc thì năng lực cạnh tranh lại một lần nữa được tăng cao.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Ambrosini, V., Bowman, C., 2009. What are dynamic capabilities and are they a useful construct in strategic management?. *Int. J. Manage. Rev.*, 11(1): 29-49.
- Badaracco, J. L., 1994. *Business ethics: Roles and responsibilities*. Homewood, IL: Irwin, 588 pages.
- Chen, J., Sousa, C.M.P. and He, X., 2016. The determinants of export performance: A review of the literature 2006-2014. *International Marketing Review*, 33(5): 626-670.

- Famiyeh, S., 2017. Corporate social responsibility and firm's performance: empirical evidence. *Social Responsibility Journal*, 13(2): 390-406.
- Francas, D., Lohndorf, N., and Minner, S., 2011. Machine and Labour flexibility in manufacturing networks. *Int. J. Production Economics*, 131(1): 165-174.
- Guan, J.C., Yam, R.C.M., Mok, C.K. and Ma, N., 2006. A study of the relationship between competitiveness and technological innovation capability based on DEA models. *European Journal of Operational Research*, 170(3): 971-986.
- Hair J.F, Anderson, R.E., Tatham, R.L., and Black, W.C., 1998. *Multivariate data analysis with readings*. 5th ed. PrenticeHall. New Jersey, 768 pages.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E., 2010. *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*, Seventh Edition. Pearson Prentice Hall. New Jersey, 816 pages.
- Han, S.B., Chen, S.K., Ebrahimpour, M., 2007. The impact of iso 9000 on tqm and business performance. *The Journal of Business and Economic Studies*, 13(2): 1-11.
- José T.J., 2005. Components of successful total quality management. *The TQM Magazine*, 17(2): 182-194.
- Juholin, E., 2004. For business or the good of all? A Finnish approach to corporate social responsibility. *Corporate Governance*, 4(3): 20-31.
- Karima, M. A., Smith, A. J. R., Halgamuge, S. K., and Islam, M. M., 2008. A comparative study of manufacturing practices and performance variables. *Int. J. Production Economics*, 112(2): 841-859.
- Kaur, S.P., Kumar, J. and Kumar, R., 2016. Impact of Flexibility of Manufacturing System Components on Competitiveness of SMEs in Northern India. *Journal of Engineering, Project and Production Management*, 6(1): 63-76.
- Kocoglu, I., Imamoglu, S.Z., Ince, H. and Keskin, H., 2012. Learning, R&D and manufacturing capabilities as determinants of technological learning: enhancing innovation and firm performance. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 58: 842-852.
- Lai, Y. L., and Lin, F. J., 2012. The effects of knowledge management and technology innovation on new product development performance an empirical study of Taiwanese machine tools industry. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 40: 157-164.
- Lei, X., Ye, T. and Abimbola, T., 2013. The role of branding capability for innovative companies: Stock market reactions to new product announcement. *Nankai Business Review International*, 4(4): 329-348.
- Mai Văn Nam, 2006. *Giáo trình kinh tế lượng*. Hà Nội: Nhà xuất bản thống kê, 166 trang.
- Merrilees, B., Rundle-Thiele, S. and Lye, A., 2011. Marketing capabilities: antecedents and implications for B2B SME performance. *Industrial Marketing Management*, 40(3): 368-375.
- Morgan, R.E., Vorhies, D.W. and Mason, C.H., 2009. Market orientation, marketing capabilities, and firm performance. *Strategic Management Journal*, 30(8): 909-920.
- Nazar, M.S. and Saleem, H.M.N., 2009. Firm level determinants of export performance. *International Business & Economics Research Journal*, 8(2): 105-112.
- O'Cass, A. and Ngo, L.V., 2011. Achieving customer satisfaction in services firms via branding capability and customer empowerment. *Journal of Services Marketing*, 25(7): 489-496.
- Odoom, R., Agbemabiese, G.C., Anning-Dorson, T. and Mensah, P., 2017. Branding capabilities and SME performance in an emerging market: The moderating effect of brand regulations. *Marketing Intelligence & Planning*, 35(4): 473-487.
- Phan Văn Hòa, 2009. *Nuôi trồng thủy sản Thừa Thiên Huế trong bối cảnh tự do hóa thương mại*. Luận án Tiến sĩ kinh tế. Đại học Huế. Thành phố Huế.
- Porter, M.E., 2008. *On Competition*. Updated and Expanded Edition. Boston: Harvard Business School Press, 544 pages.
- Ramlawati, R. and Kusuma, A.H.P., 2018. Total Quality Management as the Key of the Company to Gain the Competitiveness, Performance Achievement and Consumer Satisfaction. *International Review of Management and Marketing*, 8(5): 60-69.
- Rojoka, J., 2009. Baltic States Competitiveness: Before and After the Global Crisis. *Applied Economics: Systematic Research*, 3(1): 27-46.
- Salloum, M., 2013. Explaining the Evolution of Performance Measures - A Dual Case-Study Approach. *Journal of Engineering, Project, and Production Management*, 3(2): 99-106.
- Sigalas, C., Pekka Economou, V. and B. Georgopoulos, N., 2013. Developing a measure of competitive advantage. *Journal of Strategy and Management*, 6(4): 320-342.
- Siriphatrasophon, S. and Piriyanarak, S., 2013. A causal model of ethical business practices and firm competitiveness of small and medium enterprises in Thailand. *International Journal of Arts & Sciences*, 6(2): 389-402.
- Thanh, V.N., Minh, H.P., Thanh, L.N., Minh, D.P. and Kim, N.V., 2018. The Empirical Study on Seafood Export Performance in the Mekong Delta, Vietnam. *Academy of Marketing Studies Journal*, 22(2): 131-145.
- Vilanova, M., Lozano, J.M., and Arenasss, D., 2009. Exploring the nature of the relationship between CSR and competitiveness. *Journal of Business Ethics*, 87(1): 57-69.

- Xuân Thảo, 2017. Thách thức lớn đối với mục tiêu xuất khẩu tôm đạt 10 tỷ USD.
[http://doanhnhan.net/thach-thuc-lon-doi-voimuc-tieu-xuat-khau-tom-dat-10-ty-usd-113770.html](http://doanhnhân.net/thach-thuc-lon-doi-voimuc-tieu-xuat-khau-tom-dat-10-ty-usd-113770.html) , truy cập ngày 19/05/2017.
- Yam, R., Guan, J.C., Pun, K.F. and Tang, E.P., 2004. An audit of technological innovation capabilities in Chinese firms: some empirical findings in Beijing, China. *Research Policy*, 33(8): 1123-1140.
- Zhang, Q., Vonderembse, M.A. and Cao, M., 2009. Product concept and prototype flexibility in manufacturing: Implications for customer satisfaction. *European Journal Of Operational Research*, 194(1): 143-154.
- Zhang, X., Shen, L., Wu, Y. and Fan, L.C., 2009. Competitiveness assessment for real estate enterprises in china: A model-procedure. *International Journal of Strategic Property Management*, 13(3): 229-245.