

NGHIÊN CỨU MÔ HÌNH CÁC NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP CUNG CẤP DỊCH VỤ LOGISTICS TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HÀ NỘI

STUDY ON THE MODEL OF FACTORS AFFECTING THE COMPETITIVE CAPACITY OF ENTERPRISES PROVIDING LOGISTICS SERVICES IN HANOI CITY

Nguyễn Thị Chi

Khoa Thương mại, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp

Đến Tòa soạn ngày 14/01/2024, chấp nhận đăng ngày 29/01/2024

Tóm tắt: Mô hình đánh giá năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ logistics xác định các nhân tố và mức độ ảnh hưởng của các nhân tố bao gồm (1) Năng lực tổ chức và quản lý, (2) Năng lực marketing, (3) Nguồn nhân lực, (4) Chiến lược giá, (5) Năng lực tài chính, (6) Chất lượng dịch vụ). Từ đó giúp các doanh nghiệp có thể đánh giá được khả năng duy trì và nâng cao lợi thế cạnh tranh trong việc cung cấp dịch vụ, mở rộng mạng lưới hoạt động, thu hút và sử dụng có hiệu quả các yếu tố đầu vào nhằm đạt lợi ích kinh tế cao và đảm bảo sự phát triển kinh tế bền vững.

Từ khóa: Mô hình, năng lực cạnh tranh.

Abstract: The competitive assessment model of logistics service providers identifies the factors and their influence, including (1) Organizational and management capacity, (2) Marketing capacity, (3) Human resources, (4) Pricing strategy, (5) Financial capacity, (6) Service quality). From there, businesses can assess their ability to maintain and improve their competitive advantages in providing services, expanding their network of operations, and effectively attracting and using input factors in order to improve their competitiveness. achieve high economic benefits and ensure sustainable economic development.

Keywords: Paradigm, competing capability.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Khái niệm năng lực cạnh tranh (NLCT) được đề cập đầu tiên ở Mỹ vào đầu những năm 1980. Theo Aldington Report (1985): "Doanh nghiệp có khả năng cạnh tranh là doanh nghiệp có khả năng sản xuất và cung cấp dịch vụ với chất lượng vượt trội và giá cả thấp hơn các đối thủ trong nước và quốc tế. Khả năng cạnh tranh đồng nghĩa với việc đạt được những lợi ích lâu dài của doanh nghiệp và khả năng đảm bảo thu nhập cho người lao động và chủ doanh nghiệp". Định nghĩa này được nhắc lại trong sách trắng về năng lực cạnh tranh của vương quốc Anh (1994). Năm 1994 Bộ

Thương mại và Công nghiệp Anh đưa ra định nghĩa: "Đối với doanh nghiệp, năng lực cạnh tranh là khả năng sản xuất đúng sản phẩm, xác định đúng giá cả và vào đúng thời điểm. Điều đó có nghĩa là đáp ứng nhu cầu khách hàng với hiệu suất và hiệu quả hơn các doanh nghiệp khác".

Cho đến nay, khái niệm năng lực cạnh tranh vẫn chưa được hiểu một cách thống nhất. Đặc biệt là trong điều kiện kinh tế Việt Nam hiện nay, với trình độ phát triển kinh tế còn thấp, nhưng lại đặt trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế - cạnh tranh gay gắt, thì việc đưa khái niệm năng lực cạnh tranh cho phù hợp với bối

cảnh hiện nay là không đơn giản. Tuy nhiên, có thể đưa ra khái niệm năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp như sau: “Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là khả năng duy trì và nâng cao lợi thế cạnh tranh trong việc tiêu thụ sản phẩm, mở rộng mạng lưới tiêu thụ, thu hút và sử dụng có hiệu quả các yếu tố sản xuất nhằm đạt lợi ích kinh tế cao và bền vững”.

Theo Hiệp hội Doanh nghiệp logistics Việt Nam, hiện nay 90% các doanh nghiệp logistics đang hoạt động là doanh nghiệp Việt Nam, nhưng lại chỉ chiếm khoảng 30% thị phần, còn lại thuộc về các doanh nghiệp nước ngoài. Trong báo cáo xuất nhập khẩu Việt Nam năm 2021 công bố ngày 28/4/2022, kim ngạch xuất khẩu của cả nước đạt 336,310 tỷ USD, tăng 19% so với năm 2020. Trong đó, 10 tỉnh dẫn đầu cả nước về kim ngạch xuất khẩu bao gồm: TP. Hồ Chí Minh, Bắc Ninh, Bình Dương, Thái Nguyên, Hải Phòng, Đồng Nai, Bắc Giang, Hà Nội, Hải Dương, Phú Thọ. Thủ đô Hà Nội đứng ở vị trí thứ 8 (tụt 1 bậc so với năm 2020, xếp sau Bắc Giang) của cả nước, đạt 15,5 tỷ USD nhưng cũng chỉ tăng 2,2% so với năm 2020.

Tại TP. Hà Nội, dịch vụ logistics chiếm khoảng từ 10-15% GDP. Sự phát triển dịch vụ logistics có ý nghĩa đảm bảo cho việc vận hành sản xuất, kinh doanh các dịch vụ khác được đảm bảo về thời gian và chất lượng. Logistics phát triển tốt sẽ mang lại khả năng tiết giảm chi phí, nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ. Theo thống kê, trên địa bàn TP. Hà Nội hiện có khoảng 25.000 DN đăng ký hoạt động logistics. Trong số này, doanh nghiệp tư nhân chiếm đến 80%, song chỉ đáp ứng được khoảng 25% nhu cầu thị trường, do phần lớn đều có quy mô nhỏ, hạn chế về vốn, công nghệ và nhân lực.

Để có thể tồn tại và phát triển, các doanh nghiệp logistics Việt Nam nói chung, các doanh nghiệp logistics tại thành phố Hà Nội nói riêng, cần phải có một sự quan tâm và đầu tư đúng mức nhằm tăng cường khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trên cơ sở đo lường các nhân tố ảnh hưởng đến NLCT của doanh nghiệp từ đó có các quyết sách nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp

2. ĐỀ XUẤT MÔ HÌNH CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN NLCT CỦA CÁC DOANH NGHIỆP CUNG CẤP DỊCH VỤ LOGISTICS

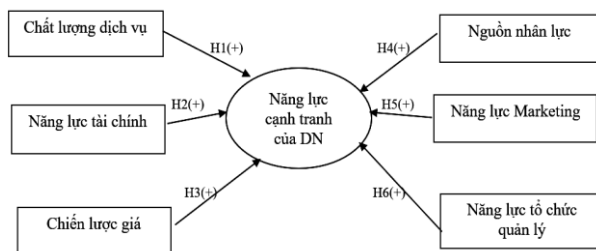
Dựa trên cơ sở lý thuyết và các nghiên cứu thực nghiệm, tiến hành nghiên cứu về năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, đặc biệt trong lĩnh vực kinh doanh dịch vụ; tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu về năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp dịch vụ logistics như sau:

Đề xuất lý thuyết ban đầu được dựa trên mô hình của tác giả Chang và cộng sự (2007); với mô hình nghiên cứu 07 yếu tố tác động đến năng lực cạnh tranh: (1) Chiến lược kinh doanh, (2) Năng lực tài chính, (3) Cơ sở vật chất và các tiện nghi, (4) Sản phẩm, hàng hóa, (5) Chất lượng dịch vụ, (6) Marketing, tiếp thị, (7) Nguồn nhân lực.

Mô hình nghiên cứu sơ bộ được dựa trên mô hình của Phạm Thu Hương, năm 2017 với đề tài “Nghiên cứu năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn TP. Hà Nội”. Phạm Thu Hương nghiên cứu 06 yếu tố tác động đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, gồm: (1) Năng lực tổ chức quản lý, (2) Năng lực marketing, (3) Năng lực tài chính, (4) Năng lực tiếp cận và đổi mới công nghệ, (5) Năng lực tổ chức dịch vụ, (6) Năng lực tạo lập các mối quan hệ. Dựa trên mô hình nghiên cứu sơ bộ, tác giả tiến hành nghiên

cứ định tính thông qua khảo sát, thảo luận nhóm cùng với các chuyên gia. Phần lớn các chuyên gia đều đồng ý loại 02 yếu tố của mô hình nghiên cứu sơ bộ: (i) Năng lực tiếp cận và đổi mới công nghệ, và (ii) Năng lực tạo lập các mối quan hệ; và thay thế bằng 02 yếu tố: (iii) Chiến lược giá và (iv) Nguồn nhân lực. Theo ý kiến của chuyên gia, nguyên nhân của sự điều chỉnh này đến từ đặc điểm chung của doanh nghiệp cung cấp dịch vụ logistics nhỏ và vừa. Với sự tham vấn và điều chỉnh từ các chuyên gia; mô hình nghiên cứu đề xuất đã bám sát hơn với mục tiêu và đối tượng nghiên cứu đặt ra ban đầu; tiến hành nghiên cứu 06 yếu tố tác động đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Logistics, bao gồm: (1) Chất lượng dịch vụ, (2) Năng lực tài chính, (3) Chiến lược giá, (4) Nguồn nhân lực, (5) Năng lực marketing, (6) Năng lực tổ chức và quản lý.

Với sự kế thừa kết quả từ các nghiên cứu thực nghiệm liên quan nghiên cứu về năng lực cạnh tranh, tác giả đề xuất mô hình các nhân tố ảnh hưởng đến NLCT như sau:



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Trong đó:

Chất lượng dịch vụ: được thể hiện thông qua thời gian cung cấp dịch vụ đến khách hàng (Phạm Việt Hùng và cộng sự, 2017); cũng như chất lượng và uy tín của sản phẩm hay dịch vụ được cung cấp đến khách hàng (Phạm Việt Hùng và cộng sự, 2017).

Kết quả nghiên cứu của Chang và cộng sự

(2007), Nguyễn Thành Long (2016), Phạm Việt Hùng và cộng sự (2017) đều cho thấy: Chất lượng dịch vụ là yếu tố có tác động đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp vì vậy tác giả đề xuất giả thuyết H1 như sau:

H1: Chất lượng dịch vụ có tác động dương, cùng chiều với năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp (kỳ vọng +).

Năng lực tài chính

Năng lực tài chính được thể hiện thông qua sự tăng trưởng về lợi nhuận, doanh thu và thị phần của doanh nghiệp cũng như khả năng tài chính ổn định của doanh nghiệp trong ngắn hạn và dài hạn.

Kết quả nghiên cứu của Huỳnh Thanh Nhã và La Hồng Liên (2015), Tăng Thị Ngân và cộng sự (2016), Phạm Thu Hương (2017), Phạm Việt Hùng và cộng sự (2017) đều cho thấy: Năng lực tài chính của doanh nghiệp là yếu tố có tác động đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, do đó tác giả đề xuất giả thuyết H2 như sau:

H2: Năng lực tài chính có tác động dương, cùng chiều với năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp (kỳ vọng +).

Chiến lược giá

Chiến lược giá được đánh giá là tốt khi có thể cạnh tranh được với các đối thủ trên thị trường, nhưng vẫn đảm bảo được chất lượng của sản phẩm và dịch vụ cung cấp. Kết quả nghiên cứu của Trần Hữu Ái (2013), Phạm Việt Hùng và cộng sự (2017) đều cho thấy rằng chiến lược giá của doanh nghiệp là yếu tố có tác động đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, vì vậy tác giả đề xuất giả thuyết H3 như sau:

H3: Chiến lược giá có tác động dương, cùng chiều với năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp (kỳ vọng +).

Nguồn nhân lực

Nguồn nhân lực được thể hiện thông qua lực lượng lao động đã qua đào tạo về mặt kỹ thuật và chuyên môn của doanh nghiệp; đảm bảo về các kỹ năng, cũng như luôn được đào tạo, bồi dưỡng về kỹ năng và kiến thức. Kết quả nghiên cứu của Nguyễn Thành Long (2016), Hà Nam Khánh Giao và Huỳnh Thị Phi Duyên (2016), Phạm Việt Hùng và cộng sự (2017) đều cho thấy rằng nguồn nhân lực là yếu tố có tác động đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp vì vậy tác giả đề xuất giả thuyết H4 như sau:

H4: Nguồn nhân lực có tác động dương, cùng chiều với năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp (kỳ vọng +).

Năng lực marketing

Năng lực marketing thể hiện thông qua khả năng đáp ứng nhu cầu, thị hiếu khách hàng, khả năng phản ứng tốt với đối thủ cạnh tranh, khả năng thích ứng tốt với biến động của môi trường, khả năng duy trì mối quan hệ giữa doanh nghiệp với khách hàng (Phạm Việt Hùng và cộng sự, 2017).

Kết quả nghiên cứu của Chang và cộng sự (2007), Nguyễn Thành Long (2016), Phạm Việt Hùng và cộng sự (2017) đều cho thấy: Năng lực marketing là yếu tố có tác động đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp vì vậy tác giả đề xuất giả thuyết H5 như sau:

H5: Năng lực marketing có tác động dương, cùng chiều với năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp (kỳ vọng +).

Năng lực tổ chức và quản lý

Năng lực tổ chức và quản lý là yếu tố rất quan trọng quyết định đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Kết quả nghiên cứu của Williams và Hare (2012), Lê Thị Thu Thảo và cộng sự (2016), Nguyễn Thành Long (2016),

Phạm Thu Hương (2017), Hà Nam Khánh Giao và Huỳnh Thị Phi Duyên (2016), Phạm Việt Hùng và cộng sự (2017) đều cho thấy: Năng lực tổ chức và quản lý là yếu tố có tác động đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp vì vậy tác giả đề xuất giả thuyết H6 như sau:

H6: Năng lực tổ chức và quản lý có tác động dương, cùng chiều với năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp (kỳ vọng +).

Tóm tắt các giả thuyết nghiên cứu đề xuất:

Giả thuyết H1: Chất lượng dịch vụ có tác động dương, cùng chiều với năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp (kỳ vọng +).

Giả thuyết H2: Năng lực tài chính có tác động dương, cùng chiều với năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp (kỳ vọng +).

Giả thuyết H3: Chiến lược giá có tác động dương, cùng chiều với năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp (kỳ vọng +).

Giả thuyết H4: Nguồn nhân lực có tác động dương, cùng chiều với năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp (kỳ vọng +).

Giả thuyết H5: Năng lực marketing có tác động dương, cùng chiều với năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp (kỳ vọng +).

Giả thuyết H6: Năng lực tổ chức và quản lý có tác động dương, cùng chiều với năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp (kỳ vọng +).

3. TÍNH TOÁN NLCT CỦA DOANH NGHIỆP CUNG CẤP DỊCH VỤ LOGISTICS TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HÀ NỘI

Để xác định tầm quan trọng của các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ logistics trên địa bàn thành phố Hà Nội, mô hình hồi quy tuyến tính bội với 06 biến độc lập: "Năng lực tổ chức và quản lý"; "Năng lực marketing";

"Nguồn nhân lực"; "Chiến lược giá"; "Năng lực tài chính"; "Chất lượng dịch vụ", và 1 biến phụ thuộc là "Năng lực cạnh tranh" được đưa vào phân tích. Sau khi đã xác định được các chỉ số đầu vào của mô hình tính NLCT doanh nghiệp dựa trên bộ số liệu thu thập của 152 doanh nghiệp cung cấp dịch vụ logistics trên địa bàn thành phố Hà Nội, tác giả đã sử dụng phần mềm SPSS 20 tiến hành hồi quy đa biến các chỉ số này để xác định trọng số của các nhân tố.

3.1. Phân tích ma trận tương quan

Trước khi tiến hành phân tích hồi quy tuyến

tính bội, phải xem xét mối tương quan tuyến tính giữa các biến. Ma trận tương quan cho biết mức độ chặt chẽ của liên hệ tương quan tuyến tính giữa biến phụ thuộc với các biến độc lập và giữa các biến độc lập với nhau. Với kết quả ma trận tương quan (bảng 1), mối quan hệ giữa Năng lực cạnh tranh (CT) với các biến độc lập: "Năng lực tổ chức và quản lý", "Năng lực marketing"; "Nguồn nhân lực"; "Chiến lược giá"; "Năng lực tài chính"; "Chất lượng dịch vụ" có mối quan hệ tuyến tính (sig kiểm định t tương quan Pearson <0.05).

Bảng 1. Ma trận tương quan

		Correlations						
		CT	QL	DV	TC	GI	MK	NL
CT	Pearson Correlation	1	.405**	.480**	.423**	.449**	.336**	.598**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	352	352	352	352	352	352	352
QL	Pearson Correlation	.405**	1	.190**	.229**	.240**	.117*	.367**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.028	.000
	N	352	352	352	352	352	352	352
DV	Pearson Correlation	.480**	.190**	1	.233**	.256**	.212**	.415**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	352	352	352	352	352	352	352
TC	Pearson Correlation	.423**	.229**	.233**	1	.291**	.127*	.407**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.017	.000
	N	352	352	352	352	352	352	352
GI	Pearson Correlation	.449**	.240**	.256**	.291**	1	.256**	.433**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	352	352	352	352	352	352	352
MK	Pearson Correlation	.336**	.117*	.212**	.127*	.256**	1	.305**
	Sig. (2-tailed)	.000	.028	.000	.017	.000		.000
	N	352	352	352	352	352	352	352
NL	Pearson Correlation	.598**	.367**	.415**	.407**	.433**	.305**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	352	352	352	352	352	352	352

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

3.2. Đánh giá độ phù hợp của mô hình

Để đánh giá độ phù hợp của mô hình trong phân tích mô hình hồi quy tuyến tính bội, người ta dùng hệ số xác định R² (R square). Hệ số xác định R² được xác định là hàm

không gian giảm theo biến độc lập được đưa vào mô hình. Càng thêm nhiều biến độc lập vào mô hình thì R² càng tăng nhưng không có nghĩa phương trình càng có nhiều biến thì càng hợp với dữ liệu.

Bảng 2. Độ phù hợp của mô hình

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.721 ^a	.520	.512	.48331	2.067
a. Predictors: (Constant), TC, DV, QL, NL, MK, GI					
b. Dependent Variable: CT					

Qua bảng 2 cho thấy hệ số R² hiệu chỉnh là 0.512. Hệ số R² hiệu chỉnh (0.512) nhỏ hơn R² (0.520) vì vậy dùng hệ số R² hiệu chỉnh để đánh giá độ phù hợp của mô hình sẽ an toàn hơn vì nó không thổi phồng mức độ phù hợp của mô hình. Với hệ số R² hiệu chỉnh bằng 0.512 chúng ta mô hình hồi quy tuyến tính bội đã được xây dựng phù hợp với tập dữ liệu là 51.2%. Nói cách khác, 51.2% biến thiên của biến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ logistics trên địa bàn thành phố Hà Nội quan sát được giải thích bởi 6 yếu tố gồm: "Năng lực tổ chức và quản lý", "Năng lực marketing", "Nguồn nhân lực", "Chiến lược giá", "Năng lực tài chính", "Chất lượng dịch vụ".

3.3. Kết quả kiểm định mô hình nghiên cứu

Kết quả kiểm định mô hình cho thấy: Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp chịu tác động bởi: (1) Năng lực tổ chức và quản lý, (2) Năng lực marketing, (3) Nguồn nhân lực, (4) Chiến lược giá, (5) Năng lực tài chính và (6) Chất lượng dịch vụ đều tác động tới Năng lực cạnh tranh với mức ý nghĩa 5%, độ tin cậy 95%. Trong các yếu tố này thì yếu tố Nguồn nhân lực là yếu tố có tác động mạnh nhất với hệ số tác động Beta chuẩn hóa là 0,268. Kết quả này đã phản ánh được một phần nào về thực trạng cạnh tranh hiện nay của ngành logistics, khi mà giá cả và dịch vụ cung cấp không có quá nhiều sự khác biệt giữa các doanh nghiệp trong ngành; nguồn nhân lực mới là một trong những yếu tố chủ lực quyết định đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

Bảng 3. Kết quả hồi quy

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Cons)	-.909	.243		-3.738	.000		
	QL	.209	.048	.174	4.314	.000	.851	1.176

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
DV	.284	.050	.233	5.633	.000	.810	1.235
TC	.188	.049	.159	3.837	.000	.809	1.236
GI	.176	.049	.153	3.597	.000	.771	1.297
MK	.152	.048	.125	3.154	.002	.881	1.135
NL	.288	.052	.268	5.541	.000	.596	1.677

a. Dependent Variable: CT

Ngoài ra, ta cũng thấy rằng hệ số phóng đại phương sai VIF đều nhỏ hơn 10 chứng tỏ không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến (Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008). Trong các yếu tố tác động đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp cung ứng dịch vụ logistics thì yếu tố “Nguồn nhân lực” có mức tác động cao nhất (Beta = 0,268) tiếp theo là các yếu tố “Chất lượng dịch vụ” (Beta = 0,233), “Năng lực tổ chức quản lý” (Beta = 0,174), “Năng lực tài chính” (Beta = 0,159), “Chiến lược giá” (Beta = 0,153) và “Năng lực marketing” (Beta = 0,125).

Phương trình hồi quy có dạng:

$$CT = -0,909 + 0,174QL + 0,233DV + 0,159TC + 0,153GI + 0,125MK + 0,268NL$$

Mô hình trên giải thích được 52,2 % sự thay đổi của năng lực cạnh tranh là do các biến độc lập trong mô hình tạo ra, còn lại 47,8% biến thiên được giải thích bởi các biến khác nằm ngoài mô hình.

Mô hình cho thấy các biến độc lập đều ảnh hưởng thuận chiều đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ logistics trên địa bàn thành phố Hà Nội với độ tin cậy 95%. Qua phương trình hồi qui chúng ta thấy, nếu giữ nguyên các biến độc lập còn

lại không đổi thì khi điểm đánh giá về “Năng lực tổ chức và quản lý” tăng lên 1 điểm thì năng lực cạnh tranh tăng trung bình lên 0,174 điểm. Tương tự, khi điểm đánh giá về “Chất lượng dịch vụ” tăng lên 1 điểm thì năng lực cạnh tranh tăng lên trung bình 0,233 điểm; khi điểm đánh giá về “Năng lực tài chính” tăng lên 1 điểm thì năng lực cạnh tranh tăng lên trung bình 0,159 điểm; khi điểm đánh giá về “Chiến lược giá” tăng lên 1 điểm thì năng lực cạnh tranh tăng lên trung bình 0,153 điểm; khi điểm đánh giá về “Năng lực marketing” tăng lên 1 điểm thì năng lực cạnh tranh tăng lên trung bình 0,125 điểm và khi điểm đánh giá về “Nguồn nhân lực” tăng lên 1 điểm thì năng lực cạnh tranh tăng lên trung bình 0,268 điểm. Qua kết quả giá trị hồi quy chuẩn (Standardized Coefficients Beta) cho ta biết tầm quan trọng của từng nhân tố ảnh hưởng đối với năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ logistics.

4. KẾT LUẬN

Qua các kết quả phân tích và kiểm định có thể thấy năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ logistics ảnh hưởng bởi các nhân tố bao gồm (1) Năng lực tổ chức và quản lý; (2) Năng lực marketing;

(3) Nguồn nhân lực; (4) Chiến lược giá; (5) Năng lực tài chính; (6) Chất lượng dịch vụ), hoàn toàn phù hợp về mặt lý thuyết, khả năng giải thích của các biến độc lập với biến phụ thuộc rất cao và số lượng biến của mô hình là hoàn toàn phù hợp. Từ đó giúp các doanh nghiệp có thể đánh giá được khả năng duy trì

bảo vệ và nâng cao lợi thế cạnh tranh của mình trong việc cung cấp dịch vụ, mở rộng mạng lưới hoạt động, thu hút và sử dụng có hiệu quả các yếu tố đầu vào nhằm đạt lợi ích kinh tế cao và đảm bảo sự phát triển doanh nghiệp bền vững.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Dương Ngọc Dũng, *Chiến lược cạnh tranh theo lý thuyết Michael E. Porter*, Nhà xuất bản tổng hợp TP. Hồ Chí Minh (2015).
- [2] Garry D. Smith, Danny R. Arnold & Bobby R. Bizzell, *Chiến lược sách lược kinh doanh*, Nhà xuất bản Thống kê (2013).
- [3] M. Porter, *Lợi thế cạnh tranh*, Nhà xuất bản Trẻ (2008).
- [4] Nguyễn Quang Dong, *Kinh tế lượng*, Nhà Xuất bản Đại học Kinh tế quốc dân (2013).

Thông tin liên hệ: **Nguyễn Thị Chi**

Điện thoại: 0984569789 - Email: ntchi@uneti.edu.vn

Khoa Thương mại, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp.