

ĐÁNH GIÁ NĂNG LỰC CẠNH TRANH DỊCH VỤ INTERNET BĂNG RỘNG CỦA TRUNG TÂM KINH DOANH VNPT BÌNH DƯƠNG GIAI ĐOẠN 2018-2021

Tổng Thị Huyền Trân ⁽¹⁾, Đỗ Thị Ý Nhi ⁽¹⁾

(1) Trường Đại học Thủ Dầu Một

Ngày nhận bài 02/02/2022; Ngày phản biện 05/02/2022; Chấp nhận đăng 30/3/2022

Liên hệ Email: nhidty@tdmu.edu.vn

<https://doi.org/10.37550/tdmu.VJS/2022.02.289>

Tóm tắt

Với xu thế toàn cầu hóa và sự phát triển mạnh mẽ của khoa học công nghệ, tỷ lệ sử dụng Internet toàn cầu là 59.5%. Tại Việt Nam hiện có 68.72 triệu người đang sử dụng dịch vụ Internet, tăng 551 nghìn với tỷ lệ sử dụng là 70.3% trên tổng dân số Việt Nam. Đây là lý do cho thấy dịch vụ Internet băng rộng chiếm hơn 92% tổng thị phần tại thị trường Việt Nam. Nhóm nghiên cứu đã đề xuất mô hình nghiên cứu với 6 yếu tố (Năng lực tài chính; Năng lực thị trường; Năng lực tổ chức; Năng lực quản lý; Năng lực công nghệ và Trách nhiệm xã hội) nhằm đánh giá năng lực cạnh tranh dịch vụ Internet băng rộng của Trung tâm kinh doanh VNPT Bình Dương giai đoạn 2018-2021. Dữ liệu được xử lý thông qua phần mềm SPSS 20.0 và kết quả phân tích sự tương quan giữa các biến thì biến “Năng lực công nghệ” không thỏa điều kiện. Mô hình chỉ còn 5 yếu tố và được nhóm biến đều có ý nghĩa thống kê và có tác động cùng chiều đến năng lực cạnh tranh. Trong đó, “Trách nhiệm xã hội” có hệ số lớn nhất chứng tỏ biến độc lập này có tác động mạnh nhất đến năng lực cạnh tranh dịch vụ Internet băng rộng của Trung tâm kinh doanh VNPT Bình Dương với hệ số Beta 0,374.

Từ khóa: cạnh tranh, dịch vụ, Internet băng thông rộng, năng lực

Abstract

ASSESSMENT OF THE COMPETITIVENESS OF BINH DUONG INTERNET SERVICES OF VNPT BINH DUONG BUSINESS CENTER FOR 2018-2021

With the trend of globalization and the strong development of technology, the global Internet usage rate is 59.5%. In Vietnam, 68.72 million people currently use Internet services, an increase of 551,000 people, accounting for 70.3% of the total population of Vietnam. This is why broadband internet services account for over 92% of the total market share in Vietnam. The research team proposes a research model that includes 6 factors (financial capability; market capability; organizational capability; management capability; technical capability and social responsibility) to assess capability. Compete for broadband internet service at VNPT Binh Duong

Business Center during 2018-2021.. The data were processed by SPSS 20.0 software, and the correlation analysis results showed that the variable "technical ability" did not meet the conditions. The model has only 5 factors, and the variable group is statistically significant and has a positive effect on competitiveness. Among them, the coefficient of "social responsibility" is the largest, which proves that this independent variable has the greatest influence on the competitiveness of broadband Internet services of VNPT Binh Duong Business Center, and the Beta coefficient is 0,374.

1. Đặt vấn đề

Tính đến tháng 01/2022, số lượng các công trình nghiên cứu liên quan đến năng lực cạnh tranh dịch vụ Internet băng rộng cũng không nhiều. Đặc biệt trong những năm 2020-2021, khi nền công nghiệp 4.0 phát triển rất mạnh mà số lượng các công trình lại khá ít. Bên cạnh đó, các công trình chỉ chủ yếu tập trung vào sự cạnh tranh của toàn tập đoàn hay lợi thế cạnh tranh của Internet cáp quang, Internet cố định của tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam – VNPT. Các nghiên cứu chỉ dừng lại ở việc công ty có những lợi thế cạnh tranh so với đối thủ, chỉ sơ lược các yếu tố trong và ngoài doanh nghiệp ảnh hưởng đến nâng cao năng lực cạnh tranh mà chưa có nghiên cứu sâu vào các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của dịch vụ Internet băng rộng. Bình Dương là một tỉnh thuộc miền Đông Nam Bộ với diện tích và dân cư khá đông, là tỉnh khu công nghiệp - thu hút rất nhiều nhà đầu tư, nằm trong vùng kinh tế trọng điểm phía Nam, có thể nói là nơi có nhiều cơ hội phát triển và sự cạnh tranh ngày càng gay gắt cho các doanh nghiệp. Chính vì vậy, nhóm tác giả nghiên cứu về đề tài “Đánh giá năng lực cạnh tranh dịch vụ Internet băng rộng của Trung tâm kinh doanh VNPT Bình Dương giai đoạn 2018-2021” nhằm mục đích tìm hiểu các yếu tố và mức độ năng lực cạnh tranh của Trung tâm kinh doanh VNPT Bình Dương. Từ đó, nhóm nghiên cứu đề xuất những hướng giải pháp nhằm nâng cao được năng lực cạnh tranh để tăng được vị thế, thương hiệu mình hơn so với đối thủ và cải thiện cũng như khắc phục những mặt còn hạn chế, phát huy tối đa những điểm mạnh để đáp ứng được nhu cầu của khách hàng khi sử dụng dịch vụ Internet băng rộng tại TTKD VNPT Bình Dương.

2. Cơ sở lý luận và mô hình nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý luận

Khái niệm cạnh tranh và năng lực cạnh tranh

Marx (1978) khái niệm rằng: “Cạnh tranh là sự ganh đua, đấu tranh gay gắt giữa các nhà tư bản nhằm giành giật những điều kiện thuận lợi trong sản xuất và tiêu dùng hàng hóa để thu được lợi nhuận siêu ngạch”. Còn Michael E. Porter (1998) cho rằng: “Để có thể cạnh tranh thành công, các doanh nghiệp phải có được lợi thế cạnh tranh dưới hình thức hoặc là có được chi phí sản xuất thấp hơn hoặc là có khả năng khác biệt hóa sản phẩm để đạt được những mức giá cao hơn trung bình. Để duy trì lợi thế cạnh tranh các doanh

ngành cần ngày càng đạt được những lợi thế cạnh tranh tinh vi hơn, qua đó có thể cung cấp hàng hóa hay dịch vụ có chất lượng cao hơn hoặc sản xuất có hiệu suất cao hơn”. Theo tác giả Tôn Thất Nguyễn Thiêm (2006) cho rằng: “Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp phụ thuộc vào giá trị gia tăng mà doanh nghiệp đó mang lại cho khách hàng”.

Dịch vụ Internet và dịch vụ Băng thông rộng

Theo Đàm Hưng (2019) thì “Dịch vụ Internet là một loại hình dịch vụ viễn thông, bao gồm dịch vụ truy nhập Internet và dịch vụ kết nối Internet. Trong đó, dịch vụ truy nhập Internet là dịch vụ cung cấp cho người sử dụng Internet khả năng truy nhập đến Internet còn dịch vụ kết nối Internet là dịch vụ cung cấp cho doanh nghiệp cung cấp dịch vụ truy nhập Internet, doanh nghiệp cung cấp dịch vụ ứng dụng viễn thông khả năng kết nối với nhau để chuyển tải lưu lượng Internet”. Phạm Phước Toàn (2017) thì băng thông rộng hay truy cập Internet tốc độ cao cho phép người sử dụng truy cập Internet và các dịch vụ Internet liên quan ở tốc độ cao hơn đáng kể so với tốc độ khả dụng thông qua các dịch vụ "quay số". Tốc độ băng thông rộng khác biệt đáng kể tùy theo công nghệ và mức dịch vụ được yêu cầu. Các dịch vụ băng thông rộng dành cho người tiêu dùng là cư dân thông thường cung cấp tốc độ tải xuống nhanh hơn (từ mạng Internet đến máy vi tính của bạn) so với tốc độ tải lên (từ máy vi tính của bạn lên mạng Internet).

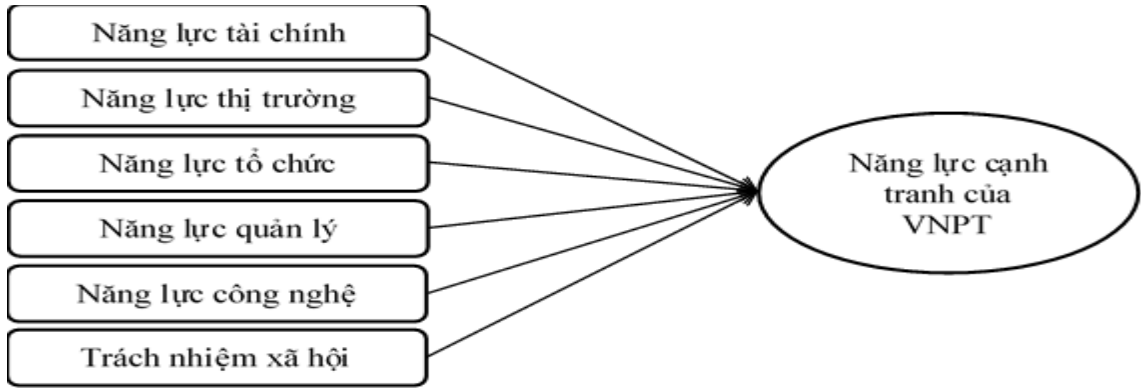
2.2. Cơ sở lý thuyết

Nghiên cứu dựa trên 3 lý thuyết liên quan đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, đó là: (1) Học thuyết nguồn lực RBV (*Barney, 1991*) là lợi thế cạnh tranh của một doanh nghiệp nằm chủ yếu trong việc doanh nghiệp đó sử dụng hiệu quả một tập hợp các nguồn lực hữu hình hoặc vô hình có giá trị; (2) Mô hình 5 tác động của Porter (*Michael Porter, 1980*) là một công cụ hữu ích để phân tích tình hình cạnh tranh và các yếu tố kinh tế cơ bản trong một ngành công nghiệp; (3) Lý thuyết dựa trên năng lực cốt lõi (TBL) được sử dụng nhằm mục đích kiểm định và phản ánh hiệu quả của doanh nghiệp ở ba yếu tố: kinh tế, môi trường và xã hội. Theo Hart và cộng sự (2003), khi doanh nghiệp đáp ứng được đồng đều phát triển cả về kinh tế, xã hội và môi trường thì doanh nghiệp đó được xem là bền vững.

2.3. Mô hình nghiên cứu

Michael E. Porter (1985) đã trình bày mô hình chuỗi giá trị để kiểm tra khả năng cạnh tranh của một tổ chức dựa trên quá trình sản xuất. Và Walsh và Linton (2001) thì sử dụng kim tự tháp năng lực để đánh giá khả năng cạnh tranh của các tổ chức trong sản xuất. Nhóm tác giả đã sử dụng bốn khía cạnh của một tổ chức để đánh giá khả năng cạnh tranh, đó là: vật liệu, chế tạo và lắp ráp, dịch vụ dựa trên tri thức và dịch vụ nhúng tri thức và mỗi người trong số này có hai khía cạnh: i) năng lực quản lý; và, ii) kỹ thuật năng lực. Hatten và Rosenthal (1999) thì sử dụng mô hình doanh nghiệp để phân tích các chức năng và quy trình kinh doanh như một phương tiện để hiểu khả năng cạnh tranh của một tổ chức. Và Oral, (1993) thì xem năng lực cạnh tranh công nghiệp như một hàm toán học về vị trí của công ty trong ngành điều hành. Điều này bao gồm vị trí hiện tại của nó, vị trí so sánh hiện tại, vị trí tiềm năng và vị trí so sánh tiềm năng.

Dựa vào đánh giá tài liệu nói trên và kết hợp với các đặc điểm của dịch vụ Internet, nhóm nghiên cứu tổng hợp các chỉ số để hình thành khung đo lường năng lực cạnh tranh của Trung tâm Kinh doanh VNPT tỉnh Bình Dương. Cụ thể bao gồm sáu yếu tố cạnh tranh chính bao gồm: (1) Năng lực tài chính; (2) Năng lực thị trường; (3) Năng lực tổ chức; (4) Năng lực quản lý (5) Năng lực công nghệ và (6) Trách nhiệm xã hội.



Hình 1. Mô hình đề xuất

(Nguồn: Nhóm nghiên cứu đề xuất, 2021)

Theo đó, hệ thống các giả thuyết nghiên cứu được đặt ra như sau

- Giả thuyết H_{01} : Năng lực tài chính tác động dương đến năng lực cạnh tranh của VNPT Bình Dương
- Giả thuyết H_{02} : Năng lực thị trường tác động dương đến năng lực cạnh tranh của VNPT Bình Dương
- Giả thuyết H_{03} : Năng lực tổ chức tác động dương đến năng lực cạnh tranh của VNPT Bình Dương
- Giả thuyết H_{04} : Năng lực quản lý tác động dương đến năng lực cạnh tranh của VNPT Bình Dương
- Giả thuyết H_{05} : Năng lực công nghệ tác động dương đến năng lực cạnh tranh của VNPT Bình Dương
- Giả thuyết H_{06} : Trách nhiệm xã hội tác động dương đến năng lực cạnh tranh của VNPT Bình Dương

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Thang đo và bảng câu hỏi

Nghiên cứu này, nhóm tác giả đã thực hiện đánh giá năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp được đánh giá với 36 biến quan sát. Mỗi biến quan sát được đo lường bằng thang đo Linkert bao gồm 05 mức độ: Mức 1: Rất không đồng ý (một cách mạnh mẽ); Mức 2: Không đồng ý; Mức 3: Bình thường (không đồng ý cũng không phản bác); Mức 4: Đồng ý; Mức 5: Rất đồng ý.

3.2. Nghiên cứu sơ bộ

Nghiên cứu được tiến hành ba bước là, nghiên cứu thứ cấp, nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng.

✓ Nghiên cứu thứ cấp: Thu thập các thông tin từ giáo trình, bài giảng, Internet, các tạp chí khoa học chuyên ngành liên quan đến năng lực cạnh tranh.

✓ Nghiên cứu định tính được thực hiện thông qua phỏng vấn bán cấu trúc với 5 chuyên gia nhằm bổ sung các tiêu chí về năng lực cạnh tranh dựa trên các tiêu chí của cơ sở lý thuyết và có cấu trúc với 11 giám đốc bán hàng thuộc Trung tâm kinh doanh VNPT Bình Dương nhằm điều chỉnh và bổ sung các các vấn đề thực tế liên quan đến đến các biến về năng lực cạnh tranh tại VNPT Bình Dương.

✓ Nghiên cứu định lượng được thực hiện thông qua việc điều tra khảo sát 31 nhân viên tại các chi nhánh của VNPT để chỉnh sửa từ ngữ cho phù hợp với đối tượng khảo sát để hoàn chỉnh bảng khảo sát.

3.3. Nghiên cứu chính thức

Nghiên cứu chính thức trong nghiên cứu này, đối tượng mục tiêu là khách hàng trên địa bàn tỉnh Bình Dương với kích thước mẫu là $n = 390$ nhằm kiểm định lại thang đo thông qua các phương pháp: Kiểm định độ tin cậy của thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA, phân tích hồi quy tuyến tính đa biến.

4. Kết quả nghiên cứu

Viễn thông Bình Dương được thành lập theo quyết định số 605/QĐ-TCCB-HĐQT ngày 06/12/2007 của Hội đồng Quản trị Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam trên cơ sở tổ chức lại các đơn vị kinh doanh dịch vụ viễn thông, công nghệ thông tin và các đơn vị trực thuộc khác của Bưu điện tỉnh Bình Dương (cũ), chính thức đi vào hoạt động kể từ ngày 01/01/2008. Viễn thông Bình Dương là một doanh nghiệp nhà nước, có bề dày truyền thống phục vụ và kinh doanh các dịch vụ viễn thông – công nghệ thông tin, có hệ thống hạ tầng rộng khắp, đảm bảo phục vụ nhu cầu thông tin của tổ chức Đảng và cơ quan chính quyền địa phương và đủ sức đáp ứng nhu cầu sử dụng của quần chúng nhân dân và các doanh nghiệp trong tỉnh.

4.1 Năng lực cạnh tranh về tài chính của VNPT Bình Dương

Doanh thu của công ty giai đoạn 2018-2020 có chiều hướng giảm dần từ 1.526.500.429.530 đồng năm 2018 xuống còn 1.440.777.432.574 đồng vào năm 2020. Năm 2019 so với 2018 giảm 12.736.039.785 đồng và năm 2020 so với 2019 giảm 72.986.957.171 đồng. Dù năm 2021 hứng chịu làn sóng bùng dịch thứ 4 ở Việt Nam, VNPT nói riêng và các tập đoàn bưu chính viễn thông nói chung cũng gặp nhiều khó khăn. Qua kết quả hoạt động kinh doanh qua từng năm của VNPT càng khẳng định rằng năng lực cạnh tranh của VNPT là khá cao khi doanh nghiệp luôn có những phương án,

chiến lược cụ thể để vừa đảm bảo được hoạt động kinh doanh trong mùa dịch vừa đảm bảo được tình hình cạnh tranh của mình trên thị trường khi mà VNPT vẫn giữ vững thị phần số 1 về thuê bao băng rộng cố định trong nhiều năm qua.

4.2. Thị trường của TTKD VNPT Bình Dương

VNPT là một trong các nhà mạng chiếm thị phần cao trong việc cung cấp dịch vụ băng rộng tại Việt Nam được mệnh danh là nhà mạng có tốc độ kết nối tốt nhất. Khi mà năm 2020 trên sự thống kê từ gần 30.000 mẫu đo của người dùng, xuất phát từ 69 mạng đã đạt được tốc độ download và upload của VNPT lần lượt đạt 54.24Mbps và 54.69Mbps⁽¹⁾. Với kết quả đạt được, VNPT được đánh giá là nhà mạng có chất lượng băng rộng cố định tốt nhất Việt Nam trong nhiều năm liền với sự ổn định của đường truyền mạng, tốc độ tải dữ liệu, tốc độ đăng dữ liệu và các gói dịch vụ. Cũng như trước đó, vào cuối tháng 3, VNPT đã được Tập đoàn Dữ liệu Quốc tế IDG Việt Nam và Hội Vô tuyến - Điện tử Việt Nam đã trao tặng giải thưởng "Chất lượng dịch vụ băng thông rộng cố định"⁽²⁾. Ngoài ra, vào năm 2019 đối với dịch vụ băng rộng và cố định, VNPT cũng được vinh danh tại hạng mục Speedtest "Nhà mạng có tốc độ Internet nhanh nhất Việt Nam" được tổ chức Ookla (có trụ sở tại Hoa Kỳ)⁽³⁾.

4.3. Trình độ trang thiết bị, công nghệ

VNPT đã xây dựng hạ tầng viễn thông quốc tế vững chắc cho phép kết nối trực tiếp tới hơn 240 quốc gia và trung tâm kinh tế, tài chính khu vực trên toàn thế giới. Tổng dung lượng kết nối quốc tế hiện đại 3,8 Tbps. Với hệ thống gồm 3 tuyến cáp quang trên đất liền, 5 tuyến cáp quang biển (Faster, Unity) và là đơn vị duy nhất sở hữu mạng thông tin vệ tinh tại Việt Nam. VNPT hiện cũng có dung lượng truyền dẫn trên một số tuyến cáp quang biển quốc tế (China-US, FLAG, APCN2, SMW-4 và TPE). Ngoài ra, để phục vụ mục tiêu tăng cường hợp tác với các đối tác quốc tế, mở rộng mạng lưới, phát triển dịch vụ viễn thông ra nước ngoài, VNPT-I đã thiết lập các POP truyền dẫn tại các nước Hongkong, Hoa Kỳ, Campuchia, Lào và đang xây dựng thêm các POP tại một số nước khác như Singapore, Pháp...⁽⁴⁾. Tại địa bàn Bình Dương, VNPT là đơn vị đại diện triển khai hạ tầng và dịch vụ công nghệ thông tin, hỗ trợ mạnh mẽ sự phát triển toàn diện của địa phương⁽⁵⁾.

4.4. Năng lực quản lý của VNPT Bình Dương

Trong những năm qua, tuy có nhiều yếu tố tác động không thuận nhưng VNPT đã luôn phấn đấu hoàn thành tốt các mục tiêu và các nhiệm vụ đề ra. Cơ chế quản lý đã được cải thiện, công tác quản lý điều hành đã liên tục được kiện toàn ở tất cả các lĩnh vực công tác; hệ thống văn bản quản lý được ban hành kịp thời và đồng bộ tạo điều kiện thúc đẩy các hoạt động. Điều này thể hiện ở các hệ thống cơ chế quản lý nội bộ, quy trình quản lý và cung cấp dịch vụ; hệ thống tiêu chuẩn chất lượng dịch vụ; hệ thống định mức kinh tế kỹ thuật... đã liên tục được ban hành, được sửa đổi và hoàn thiện thể hiện năng lực quản lý của Lãnh đạo rất sát sao đến hoạt động kinh doanh, tạo công cụ quản lý hữu hiệu trong công tác điều hành sản xuất.

4.5. Nguồn nhân lực của VNPT Bình Dương

Tổng số cán bộ công nhân viên năm 2020 của Phòng Bán hàng Thủ Dầu Một gồm 37 người, trong đó có 15 nhân viên nam chiếm 40.54% và nhân viên nữ chiếm 59.46% với 22 nhân sự. Nhân viên của TTKD VNPT Bình Dương rất đa dạng về trình độ văn hóa: (1) Trình độ đại học, trên đại học chiếm số lượng lớn (hơn 64% năm 2020), điều này cho thấy công ty rất quan tâm đến chất lượng nguồn nhân lực, đào tạo và phát triển nguồn nhân lực có chuyên môn cao thúc đẩy các hoạt động của công ty phát triển; (2) Trình độ cao đẳng, trung cấp cũng chiếm tương đối (hơn 26% năm 2020) chủ yếu là các nhân viên lắp đặt, giao hàng, nghiệm thu và phân phối trong công ty. (3) Trình độ sơ cấp chiếm mức độ rất thấp trong công ty chủ yếu là các bộ phận vệ sinh, bảo vệ an toàn cho công ty.

4.6. Trách nhiệm xã hội của Trung tâm kinh doanh VNPT Bình Dương

Không chỉ kết nối cuộc sống bằng những sản phẩm, dịch vụ tiện ích, Trung tâm kinh doanh VNPT Bình Dương cũng kết nối với con người, cộng đồng bằng sự thấu hiểu và sẻ chia từ trái tim. Bên cạnh hoạt động sản xuất kinh doanh, VNPT luôn ý thức được trách nhiệm của mình trong sự phát triển chung của xã hội, khởi xướng và đồng hành với nhiều chương trình vì cộng đồng⁽⁶⁾. VNPT địa bàn Bình Dương đồng hành cùng chính quyền và doanh nghiệp đẩy lùi dịch Covid-19.

5. Kết quả nghiên cứu

5.1. Mô tả dữ liệu nghiên cứu

Trong nghiên cứu này, nhóm tác giả đã dùng kỹ thuật chọn mẫu phi xác suất đối với tổng số lượng khách hàng của VNPT Bình Dương tại các địa phương của Tỉnh thì nhóm nghiên cứu mong muốn khảo sát với số lượng khoảng 450 phiếu. Với 390 phiếu thu về đều hợp lệ và được sử dụng trong quá trình phân tích, đánh giá của nhóm tác giả. Thông tin cơ bản về các đối tượng được điều tra cụ thể như sau:

✓ Về giới tính, có 236/390 mẫu khảo sát là nhân viên nữ chiếm 66,5%, còn lại 154 mẫu khảo sát là các nhân viên nam chỉ chiếm ở mức 39,5%.

✓ Ở độ tuổi, nhóm tuổi 25-40 tuổi chiếm tỷ lệ cao nhất với 36,7%, kế đó là nhóm 41-55 tuổi mức khá chiếm 27,2% với 106 nhân viên ở trong độ tuổi này. Và cuối cùng, các nhóm tuổi trên 55 tuổi và dưới 25 tuổi lần lượt chiếm các tỷ lệ như sau 22,4% và 11,8%.

✓ Về mức thu nhập tập trung cao nhất ở mức từ 11-15 triệu, chiếm mức rất cao 40,5%. Cùng với đó, mức thu nhập từ 5-10 triệu, chiếm 39,2% và các mức thu nhập trên 10 triệu chiếm tỷ lệ thấp với 20,3%.

✓ Khu vực làm việc, Thành phố Thủ Dầu Một là nơi chiếm tỷ lệ cao 27,2%. Lần lượt là các khu vực Thuận An (15,1%), Bến Cát (11%), Tân Uyên (10,5%), Dĩ An (9,7%), Phú Giáo (8,7%), Dầu Tiếng (6,4%) và Bàu Bàng (6,2%), thành phố Mới Bình Dương (5,1%).

✓ Các nhân viên tại VNPT Bình Dương tập trung đông nhất ở các bộ phận như sau: Phòng bán hàng khu vực cao nhất chiếm 46,7% và phòng Kế hoạch tổ chức doanh

ng nghiệp với 24,4%. Tiếp đó là bộ phận công nghệ thông tin, Viễn thông,... chiếm 18,7%. Bộ phận chiếm tỷ thấp nhất là Đài hỗ trợ khách hàng chỉ chiếm 5,9%.

✓ Với thời gian làm việc, gắn bó với công việc thì thời gian từ 6-10 năm chiếm tỷ lệ cao với 37,9%; thời gian làm trên 10 năm chiếm 29,2% và tỷ lệ từ 2-5 năm và dưới 2 năm lần lượt là 18,5% và 14,4%.

5.2. Đánh giá mức độ tin cậy của thang đo biến độc lập thông qua hệ số Cronbach's Alpha

Để kiểm tra độ tin cậy của các biến quan sát và loại bỏ các thang đo không phù hợp, nhóm tác giả sử dụng phương pháp đánh giá độ tin cậy của thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha. Kết quả Cronbach's Alpha của thang đo cho các biến như sau:

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach Alpha nếu loại biến
Năng lực tài chính				
TC1	13.12	8.282	0.795	0.800
TC2	13.01	9.015	0.637	0.842
TC3	13.21	9.308	0.614	0.847
TC4	13.00	9.478	0.551	0.863
TC5	13.13	8.275	0.804	0.798
Các biến quan sát đều có hệ số tương quan tổng biến phù hợp ($\geq 0,3$); hệ số Cronbach's Alpha = 0,860 $\geq 0,6$. Nhân tố về năng lực tài chính đạt yêu cầu về độ tin cậy.				
Năng lực thị trường				
TT1	12.99	6.954	0.439	0.748
TT2	13.63	6.003	0.595	0.693
TT3	13.45	6.340	0.538	0.715
TT4	13.44	6.350	0.559	0.707
TT5	13.22	6.683	0.515	0.723
Các biến quan sát đều có hệ số tương quan tổng biến phù hợp ($\geq 0,3$) và hệ số Cronbach's Alpha = 0,761 $\geq 0,6$. Nhân tố về năng lực thị trường đạt yêu cầu về độ tin cậy.				
Năng lực tổ chức				
TCH1	19.13	16.219	0.664	0.847
TCH2	19.29	16.361	0.637	0.851
TCH3	19.24	15.560	0.771	0.832
TCH4	19.06	16.341	0.682	0.845
TCH5	19.24	16.713	0.590	0.857
TCH6	19.24	17.111	0.514	0.868
TCH7	19.14	16.324	0.653	0.849
Các biến quan sát đều có hệ số tương quan tổng biến phù hợp ($\geq 0,3$) và hệ số Cronbach's Alpha = 0,869 $\geq 0,6$. Nhân tố về năng lực tổ chức đạt yêu cầu về độ tin cậy.				
Năng lực quản lý				
QL1	13.98	5.624	0.524	0.630
QL2	14.65	5.668	0.396	0.688
QL3	14.24	5.798	0.451	0.660
QL4	13.97	5.979	0.491	0.646
QL5	14.11	5.812	0.460	0.656

Các biến quan sát đều có hệ số tương quan tổng biến phù hợp ($\geq 0,3$) và hệ số Cronbach's Alpha = 0,705 $\geq 0,6$. Nhân tố về năng lực quản lý đạt yêu cầu về độ tin cậy.				
Năng lực công nghệ				
CN1	10.25	4.750	0.342	0.814
CN2	10.39	4.332	0.592	0.678
CN3	10.37	4.142	0.586	0.679
CN4	10.45	3.781	0.727	0.597
Các biến quan sát đều có hệ số tương quan tổng biến phù hợp ($\geq 0,3$) và hệ số Cronbach's Alpha = 0,755 $\geq 0,6$. Nhân tố về năng lực tài chính đạt yêu cầu về độ tin cậy.				
Trách nhiệm xã hội				
XH1	9.98	3.748	0.483	0.764
XH2	10.03	3.814	0.606	0.691
XH3	10.22	3.882	0.579	0.705
XH4	10.07	3.841	0.617	0.686
Các biến quan sát đều có hệ số tương quan tổng biến phù hợp ($\geq 0,3$) và hệ số Cronbach's Alpha = 0,767 $\geq 0,6$. Nhân tố về năng lực tài chính đạt yêu cầu về độ tin cậy.				

Qua bảng kiểm tra trên, ta thấy biến phụ thuộc “Năng lực cạnh tranh” có hệ số Cronbach's Alpha là $0,890 > 0,7$ và có hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát đều lớn hơn $0,3$. Do đó, biến quan sát của thang đo “Năng lực cạnh tranh” đảm bảo độ tin cậy để sử dụng trong các nghiên cứu tiếp theo.

5.3. Phân tích nhân tố khám phá EFA

Thực hiện phân tích khám phá EFA, kết quả kiểm định KMO là $0,862$, thỏa mãn điều kiện $0,5 < 0,903 < 1$ và giá trị Sig. của kiểm định Bartlett có giá trị $0,000 < 0,05$ cho thấy phân tích nhân tố EFA trong nghiên cứu này là phù hợp. Tuy nhiên, đối với mức giá trị Eigenvalues đều lớn hơn 1 với tổng phần trăm phương sai trích (TVE) đạt $59,485 > 50\%$. Điều này chứng tỏ có 6 nhân tố được rút ra giải thích được $59,485\%$ sự biến thiên của dữ liệu. Thỏa mãn yêu cầu phân tích nhân tố khám phá. Bên cạnh đó, có 25 biến đạt yêu cầu lớn hơn $0,5$ và các biến TCH6, XH1, TC4, QL5, TT1 có hệ số tải nhỏ hơn $0,5$ và không tải hệ số lên ở nhân tố nào nên tác giả tiến hành loại 5 biến không thỏa điều kiện.

Sau khi bỏ các biến, tác giả tiến hành chạy lần thứ 2 . Kết quả kiểm định KMO ở bảng trên, chỉ số KMO là $0,881$, thỏa mãn điều kiện $0,5 < 0,881 < 1$ thể hiện phần chung giữa các biến và phù hợp để phân tích nhân tố. Giá trị Sig. của kiểm định Bartlett có giá trị $0,000 < 0,05$, giả thuyết các biến không có tương quan trong tổng thể bị bác bỏ. Hay nói cách khác, các biến có tương quan với nhau trong tổng thể. Ta có thể kết luận rằng dữ liệu khảo sát có thể đảm bảo các điều kiện để tiến hành phân tích nhân tố khám phá EFA và có ý nghĩa thống kê. Đồng thời mức giá trị Eigenvalues đều lớn hơn 1 với tổng phần trăm phương sai trích (TVE) đạt $63,806 > 50\%$. Điều này chứng tỏ có 6 nhân tố được rút ra giải thích được $63,806\%$ sự biến thiên của dữ liệu. Bên cạnh đó, kết quả từ bảng ma trận xoay cho thấy, tất cả các biến đều có hệ số tải lớn hơn $0,5$, có giá trị thực tiễn và đạt yêu cầu. Như vậy, năng lực cạnh tranh dịch vụ Internet băng rộng của Trung tâm kinh doanh VNPT Bình Dương được đo lường thông qua 6 nhóm nhân tố lần lượt là: Năng lực

tổ chức (TCH), Trách nhiệm xã hội (XH), Năng lực tài chính (TC), Năng lực công nghệ (CN), Năng lực quản lý (QL) và Năng lực thị trường (TT).

5.4. Kiểm định các giả thuyết cần thiết trong mô hình phân tích hồi quy

Bảng 1. Kết quả ma trận tương quan

		CTR	TCH	XH	TC	CN	QL	TT
CTR	Hệ số tương quan	1	0,533**	0,610**	0,492**	0,045	0,407**	0,462**
	Sig.		0,000	0,000	0,000	0,375	0,000	0,000
	Số biến quan sát	390	390	390	390	390	390	390

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu điều tra bằng SPSS 20, 2021)

Dựa vào kết quả phân tích tương quan ở trên cho thấy, các nhân tố Năng lực tổ chức (TCH), trách nhiệm xã hội (XH), năng lực tài chính (TC), năng lực quản lý (QL), năng lực thị trường (TT) đưa vào phân tích tương quan đều có giá trị Sig. < 0,05. Bên cạnh đó, nhân tố năng lực công nghệ (CN) bị loại khỏi mô hình do Sig. > 0,05 (0,375 > 0,05). Do đó, chỉ còn 5 nhân tố kể trên được giữ lại để tiến hành phân tích hồi quy tuyến tính.

5.5. Phân tích hồi quy

Bảng 2. Kết quả kiểm tra tuyến tính

Mô hình	Hệ số R	Hệ số R ²	Hệ số R ² hiệu chỉnh	Sai số chuẩn của ước lượng	Durbin-Watson
1	0.680 ^a	0.463	0.456	0.53506	1.833
a. Các yếu tố dự đoán: (Hằng số), TT, QL, TC, TCH, XH					
b. Biến phụ thuộc: CTR					

Kết quả phân tích ở bảng trên, cho thấy hệ số R² hiệu chỉnh là 0,456 (tức là 45,6%) nhỏ hơn R² nhưng chưa thỏa mãn điều kiện R² hiệu chỉnh lớn hơn 50%. Điều này cho thấy độ phù hợp của mô hình nghiên cứu chưa tối ưu. Như vậy, 5 nhân tố trong mô hình giải thích được 45,6% sự biến thiên về các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh dịch vụ Internet băng rộng của Trung tâm kinh doanh VNPT Bình Dương. Mặc khác, hệ số Durbin-Watson là 1,833 nằm giữa khoảng từ 1,5 đến 2,5 nên kết luận không xảy ra hiện tượng tự tương quan giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc.

Bảng 3. Phân tích phương sai ANOVA

Mô hình	Tổng bình phương	Df	Trung bình bình phương	F	Sig.
1	Hồi quy	94,621	5	18,924	66,103
	Phần dư	109,934	384	0,286	0,000 ^b
	Tổng	204,555	389		
a. Các yếu tố dự đoán: (Hằng số), TT, QL, TC, TCH, XH					
b. Biến phụ thuộc: CTR					

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu điều tra bằng SPSS 20, 2021)

Từ kết quả phân tích phương sai ANOVA cho thấy giá trị F đạt 66,103 và giá trị Sig. = 0,000 < 0,05, thỏa mãn điều kiện. Điều đó có nghĩa là mô hình hồi quy phù hợp với dữ liệu và có thể sử dụng được. Hay nói cách khác, sự kết hợp của các biến độc lập hiện có trong mô hình có thể giải thích được sự biến thiên của biến phụ thuộc

Bảng 4. Kết quả kiểm định ý nghĩa thống kê của mô hình

Mô hình		Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	Kiểm định t	Sig.	Đa cộng tuyến	
		B	Độ lệch chuẩn	Beta			Hệ số Tolerance	VIF
1	(Constant)	0,356	0,189		1,887	0,060		
	TCH	0,166	0,053	0,158	3,130	0,002	0,547	1,827
	XH	0,374	0,060	0,323	6,229	0,000	0,520	1,921
	TC	0,115	0,046	0,122	2,516	0,012	0,597	1,675
	QL	0,155	0,048	0,138	3,264	0,001	0,785	1,274
	TT	0,138	0,045	0,141	3,100	0,002	0,677	1,476

Từ kết quả phân tích các hệ số hồi quy trong mô hình cho thấy, các biến độc lập “Năng lực tổ chức”, “Trách nhiệm xã hội”, “Năng lực tài chính”, “Năng lực quản lý”, “Năng lực thị trường” đều có mức ý nghĩa Sig. < 0,05, do đó ta có thể kết luận rằng các biến độc lập có tác động đến biến phụ thuộc. Mặt khác, hệ số phóng đại VIF < 2 nên có thể khẳng định rằng không có hiện tượng đa cộng tuyến xảy ra trong mô hình nghiên cứu. Các biến độc lập đều có ý nghĩa trong mô hình và do các hệ số hồi quy đều mang dấu dương do đó các giả thuyết nghiên cứu H₁, H₂, H₃, H₄, H₅ đã được khẳng định là tác động cùng chiều đến năng lực cạnh tranh. Trong đó, “Trách nhiệm xã hội” có hệ số lớn nhất chứng tỏ biến độc lập này có tác động mạnh nhất đến năng lực cạnh tranh dịch vụ Internet băng rộng của Trung tâm kinh doanh VNPT Bình Dương với hệ số Beta 0,374.

Với dữ liệu thu được trong phạm vi nghiên cứu của đề tài và dựa vào bảng kết quả hồi quy, ta có phương trình hồi quy thể hiện các nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh dịch vụ Internet băng rộng của Trung tâm kinh doanh VNPT Bình Dương như sau:

$$CTR = 0,356 + 0,166 * TCH + 0,374 * XH + 0,115 * TC + 0,155 * QL + 0,138 * TT$$

Qua các kiểm định và sự tương quan cũng như mô hình hồi quy chuẩn hóa Beta có 5 thì yếu tố tác động đến thuận chiều với năng lực cạnh tranh dịch vụ Internet băng rộng tại Trung tâm VNPT bình Dương.

5.6. Giải pháp đề xuất

Dựa trên kết quả đánh giá và phân tích ở phần trên, nhóm nghiên cứu đã đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh dịch vụ Internet băng rộng của Trung tâm kinh doanh VNPT Bình Dương, như sau:

Giải pháp cho nhóm nhân tố “Trách nhiệm xã hội”

✓ Xây dựng các tác phong chuyên nghiệp cho nhân viên trong quá trình tư vấn, giải đáp thắc mắc cho khách hàng về các dịch vụ của Trung tâm. Đây là nghĩa vụ của nhân viên khi được phục vụ khách hàng, dù khách hàng đó là khách hàng lớn hay nhỏ, khách hàng có thu nhập cao hay thấp.

✓ Đẩy mạnh các chương trình thuộc tám chữ vàng của ngành cho CBCNV tại Trung tâm kinh doanh VNPT Bình Dương.

✓ Tiếp tục xây dựng và phát huy các hoạt động từ thiện, công ích xã hội của công ty với xã hội để một phần nào góp phần vào sự phát triển của đất nước.

Giải pháp cho nhóm nhân tố “Năng lực tổ chức”

✓ Xây dựng và phát triển nguồn nhân lực từ khâu tuyển dụng đến khâu đào tạo là hết sức cần thiết, từng bước luân chuyển, bố trí cán bộ, người lao động ở các vị trí hợp lý để phát huy được hết năng lực sở trường của người lao động.

✓ Xây dựng văn hóa doanh nghiệp như môi trường làm việc, quan hệ khách hàng và giữ gìn nâng cao thương hiệu của công ty. Đặc biệt là văn hóa ứng xử trong mối quan hệ với đồng nghiệp, xây dựng tinh thần đoàn kết, luôn luôn giúp đỡ và hỗ trợ lẫn nhau cùng hoàn thành nhiệm vụ được giao.

✓ Hoàn chỉnh quy chế phân phối thu nhập với mục tiêu khuyến khích người lao động hoàn thành tốt công việc, phát huy hiệu quả quỹ tiền lương tạo động lực phấn đấu cho người lao động.

Giải pháp cho nhóm nhân tố “Năng lực quản lý”

✓ Nâng cao năng lực cán bộ quản lý các cấp, xây dựng phong cách kinh doanh mới phù hợp với quan hệ sản xuất kinh doanh mới. Trên cơ sở đó, công ty quy định về quy chế, quy trình làm việc một cách khoa học, quyền hạn và trách nhiệm ứng với mỗi phòng, ban rõ ràng giúp giải quyết vấn đề nhanh chóng.

✓ Xây dựng hệ thống cơ chế quản lý và điều hành phù hợp với mô hình tổ chức mới phù hợp, lấy khách hàng làm trung tâm, đáp ứng tốt nhất về chất lượng dịch vụ và thỏa mãn nhu cầu của khách hàng về sử dụng dịch vụ Internet băng rộng tại Trung tâm.

✓ Trong thời gian tới, doanh nghiệp cần có những nghiên cứu về đặc điểm, tính chất chuyên môn giữa các phòng, căn cứ vào năng lực của mỗi nhân viên để có những biên chế, định biên vào các phòng một cách ổn định.

Giải pháp cho nhóm nhân tố “Năng lực thị trường”

✓ Trung tâm cần áp dụng các tính năng mới và sáng tạo, nâng cao chất lượng và đa dạng hóa dịch vụ nhằm đáp ứng kịp thời nhu cầu sử dụng và thu hút một lượng khách hàng tiềm năng. Trong thời đại công nghệ thông tin và truyền thông như ngày nay thì việc ra đời một dịch vụ chỉ phát huy tốt trong giai đoạn đầu vì tính chất bắt chước trong kinh doanh đều áp dụng dịch vụ này, từ đó không tạo được khác biệt giữa các công ty. Do đó, tiên phong trong việc ra đời và áp dụng dịch vụ mới sẽ khiến khách hàng hài lòng hơn khi sử dụng dịch vụ tại công ty.

✓ Trung tâm cần tích cực đẩy mạnh công tác nghiên cứu thị trường trong đó cần đặc biệt chú trọng nghiên cứu nhu cầu khách hàng, đây là công cụ góp phần đảm bảo khả năng kinh doanh có hiệu quả và đáp ứng được nhu cầu của khách hàng, chiếm lĩnh thị trường. Hơn thế nữa, tổ chức các khóa đào tạo phong cách phục vụ cho những nhân viên thường xuyên tiếp xúc khách hàng để đảm bảo tính thống nhất và thuận tiện trong phục vụ khách hàng.

✓ Tăng cường công tác truyền thông nội bộ để bản thân người lao động có thể hiểu chính xác những gì mình đã làm được để từ đó tạo ra sự gắn bó, đoàn kết và cao hơn nữa là xây dựng được bản sắc văn hóa riêng.

Giải pháp cho nhóm nhân tố “Năng lực tài chính”

✓ Triệt để sử dụng hiệu quả nguồn vốn của VNPT như cân đối sử dụng vốn cho hoạt động sản xuất kinh doanh, đảm bảo đầu tư chủ động hiệu quả, rà soát lại toàn bộ các dự án đầu tư, đánh giá hiệu quả và tính khả thi các dự án để có các biện pháp thúc đẩy nhanh việc hoàn thành. Đồng thời, lựa chọn lĩnh vực cần đầu tư hợp lý, tăng cường công tác quản lý và sử dụng vốn góp vào các công ty cổ phần, công ty liên doanh.

✓ Tăng cường quản lý tài chính thông qua việc xây dựng các quy định về kiểm tra, giám sát quá trình sử dụng vốn, tăng cường quản lý chất lượng báo cáo thống kê, củng cố, nâng cao năng lực bộ máy quản lý tài chính kế toán để đáp ứng kịp thời yêu cầu quản lý trong điều kiện đổi mới tổ chức quản lý sản xuất kinh doanh.

6. Kết luận

Trên cơ sở lý luận nghiên cứu năng lực cạnh tranh, đề tài xây dựng ban đầu gồm 6 nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của Trung tâm Kinh doanh VNPT tỉnh Bình Dương với tổng 31 biến quan sát. Kết quả điều tra bằng phương pháp gửi bảng câu hỏi cho 390 khách hàng đang sử dụng dịch vụ của Trung tâm. Dữ liệu được làm sạch, mã hóa và đưa vào phần mềm SPSS 20.0 để tiến hành đánh giá sơ bộ thang đo và độ tin cậy đo lường bằng hệ số Cronbach's Alpha với 36 biến vẫn giữ nguyên so với ban đầu. Khi nhóm tiến hành đưa vào phân tích nhân tố khám phá EFA cho ra kết quả là loại 5 biến quan sát bao gồm TCH6, XH1, TC4, QL5, TT1. Sau khi phân tích nhân tố khám phá, nhóm đã phân tích sự tương quan giữa các biến thì biến “Năng lực công nghệ” bị loại ra khỏi mô hình với sig giữa biến phụ thuộc “Năng lực cạnh tranh” và biến “Năng lực công nghệ” không thỏa điều kiện. Khi đã loại các yếu tố không phù hợp và tiến hành đi sâu vào phân tích hồi quy với 5 yếu tố (năng lực tổ chức, trách nhiệm xã hội; năng lực quản lý; năng lực tài chính và năng lực thị trường) đều có ý nghĩa thống kê do các hệ số hồi quy đều mang dấu dương do đó các giả thuyết nghiên cứu H₁, H₂, H₃, H₄, H₅ đã được khẳng định là tác động cùng chiều đến năng lực cạnh tranh. Trong đó, “Trách nhiệm xã hội” có hệ số lớn nhất chứng tỏ biến độc lập này có tác động mạnh nhất đến năng lực cạnh tranh dịch vụ Internet băng rộng của Trung tâm kinh doanh VNPT Bình Dương với hệ số Beta 0.374. Mô hình cụ thể như sau:

$$CTR = 0.356 + 0.166 * \text{năng lực tổ chức (TCH)} + 0.374 * \text{trách nhiệm xã hội (XH)} + 0.115 * \text{năng lực tài chính (TC)} + 0.155 * \text{năng lực quản lý (QL)} + 0.138 * \text{năng lực thị trường (TT)}$$

Nghiên cứu đã đóng góp về mặt lý thuyết và giải quyết được những mục tiêu đã đề ra của đề tài là tìm hiểu các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh để từ đó có thể đánh giá mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến năng lực cạnh tranh dịch vụ Internet băng rộng của Trung tâm kinh doanh VNPT Bình Dương. Trong quá trình nghiên cứu và thực hiện

đề tài, bên cạnh những vấn đề đã được giải quyết, đề tài vẫn còn tồn tại một số hạn chế: (1) Về mặt thời gian, kinh phí, nguồn lực và công cụ hỗ trợ nghiên cứu. Do đó, phạm vi nghiên cứu còn nhỏ hẹp, kích thước mẫu chưa cao nên những đánh giá còn mang tính chủ quan. Việc tăng kích thước mẫu, mở rộng phạm vi và đối tượng nghiên cứu sẽ cho ra kết quả có độ tin cậy cao hơn; (2) Nghiên cứu chỉ giải thích được 45.6% sự biến thiên về năng lực cạnh tranh của nhân viên công ty với 5 yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh dịch vụ Internet băng rộng của Trung tâm kinh doanh VNPT Bình Dương. Như vậy, còn nhiều yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh vẫn chưa được xác định trong bài nghiên cứu này. Vì vậy, nghiên cứu tiếp theo cần xác định và tìm hiểu nhiều yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của nhân viên; (3) Phương pháp lấy mẫu theo phương pháp ngẫu nhiên nên mẫu chưa có tính đại diện cao cho tổng thể và tính tổng quát hóa nghiên cứu bị hạn chế. Để tìm hiểu rõ hơn về năng lực cạnh tranh của dịch vụ Internet băng rộng thì cần phải tiến hành khảo sát một cách tổng thể. Đây cũng là hướng cho nghiên cứu tương lai.

Chú thích

- (1) <https://bnews.vn/vnpt-tiep-tuc-dan-dau-ve-toc-do-internet-cap-quang/154818.html>
- (2) <https://www.24h.com.vn/cong-nghe-thong-tin/vnpt-trum-internet-cap-quang-viettel-trum-internet-di-dong-c55a1143073.html>
- (3) <https://www.24h.com.vn/cong-nghe-thong-tin/vnpt-trum-internet-cap-quang-viettel-trum-internet-di-dong-c55a1143073.html>
- (4) <https://www.vnpt.com.vn/gioi-thieu/ha-tang-vien-thong>
- (5) <http://binhduong.vnpt.vn/internal-detail/6866/vnpt-vinh-du-la-don-vi-chu-tri-ve-cong-nghe-cua-he-thong-co-so-du-lieu-quoc-gia-ve-dan-cu>
- (6) <https://vnpt.com.vn/tin-tuc/co-trach-nhiem-voi-cong-dong.html>

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] A V Yudin and P Yu Grosheva (2020). Methodology for assessing the competitiveness of space services. *IOP Conf. Series: Materials Science and Engineering*, 734 (2020) 012158, doi:10.1088/1757-899X/734/1/012158.
- [2] Arhiereev Serhii Igorevich, Meshkova Vitalina Valeryevna (2019). Methods of step-by-step assessment of the competitiveness of a commercial enterprise. *Ekohomika*, 210-221.
- [3] Dân Kinh Tế. *Lý thuyết dựa vào nguồn lực (Resource-based theory)*. <<http://www.dankinhhte.vn/ly-thuyet-dua-vao-nguon-luc-resource-based-theory/>>. Truy cập ngày 04/10/2021.
- [4] Dân Kinh Tế. *Lý thuyết phát triển bền vững và lý thuyết bộ ba cốt lõi bền vững*, <<http://www.dankinhhte.vn/ly-thuyet-phat-trien-ben-vung-va-ly-thuyet-bo-ba-cot-loi-ben-vu-ng/>>. Truy cập ngày 04/10/2021.
- [5] Diễn đàn kinh tế thế giới (2009). *Năng lực cạnh tranh quốc gia*. Hà Nội.
- [6] Fafchamps, Marcel (1999). *Ethnicity and Credit in African Manufacturing*. Stanford University.
- [7] Hrabrin Bachev, Nina Koteva (2021). *Holistic assessment of competitiveness of bulgarian farming enterprises*. Business, Management And Accounting, DOI: 10.21303/2613-5647.2021.001746.

- [8] I V Volkov (2020). New approaches in assessment of competitiveness of products. *International AgroScience Conference (AgroScience-2019), IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science* 433, 012034, doi:10.1088/1755-1315/433/1/012034.
- [9] Md. Salamun Rashidin, Sara Javed, Lingming Chen and Wang Jian (2020). Assessing the Competitiveness of Chinese Multinational Enterprises Development: Evidence From Electronics Sector. This research was funded by the youth Project of Philosophy and Social Science Foundation in Hunan Province (No.20YBQ048); *Science and Technology Project of Jiangxi Provincial Department of Education* (No.GJJ209923, GJJ171069).
- [10] Michael E. Porter (1998). *The Competitive Advantage of Nation*. Publisher: Free Press.
- [11] Nguyễn Minh Tuấn (2010). *Kinh tế vĩ mô*. NXB Đại học Quốc gia TP. HCM.
- [12] OECD. *Competitive Policy: A New Agenda*.
- [13] Prem Bahadur Budhathoki, Chandra Kumar Rai, Arjun Rai (2020). Assessing Bank Competition in Nepal Using Panzar- Rosse Model. *Journal of Asian Finance Economics and Business*, 7(11), 759-768, DOI: 10.13106/jafeb.2020.vol7.no11.759.
- [14] Riva'atul Adaniah Wahab (2019). Comparative Analysis of Broadband Internet Development for Digital Economy in China and Indonesia. *Journal Penelitian Pos dan Informatika*, JPPI 9(1), 63-80, e-ISSN 2476-9266, p-ISSN: 2088-9402.
- [15] Robert S. Pindyck và Daniel L. Rubinfeld (2015). *Kinh tế học vi mô*, 8th Edition, NXB Tổng hợp.
- [16] SC. Vetrivel, J. Rajini, V. Krishnamoorthy (2020). Influence of internet banking service quality on customer satisfaction-an indian experience. *Journal of Critical Reviews*, 7(2), ISSN 2394-5125.
- [17] Thi Kim Oanh Thai, Manh Dung Tran, Thi Hong Viet Bui, Thi Thu Ha Doan and Quang Thang Dao (2020). A study on competitiveness of sea and island tourism in Vietnam. *Management Science Letters*, 10, 823-830.
- [18] Tôn Thất Nguyễn Khiêm (2006). *Thị trường, Chiến lược, Cơ cấu*. NXB Trẻ.
- [19] Vijayakumar Kandaswamy, Nelson Ndahangwapo, Rodrigue Gnitchogna (2018). Assessment of Competition in Banking Sector of Namibia. *IJRDO - Journal of Business Management*, 4(5), ISSN: 2455-6661.
- [20] WEF (2002). *The Global Competitiveness Report*. Geneva: World Economic Forum.
- [21] Wenfu Zhao (2020). Methods of assessing the competitiveness of machine - building enterprises. *The European Proceedings of Social and Behavioural Sciences EpSBS*, e-ISSN: 2357-1330, DOI: 10.15405 / epsbs.2020.12.97.
- [22] Xiaoling Zhang, Liyin Shen, Yuzhe Wu & Linda CN Fan (2009). Competitiveness assessment for real estate enterprises in china: A model-procedure. *International Journal of Strategic Property Management* 13, 229-245.