

Các yếu tố tác động đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp - Trường hợp các doanh nghiệp ngành du lịch tại tỉnh Bình Dương

Factors Affecting the Competitiveness of Enterprises: A Case Study of Tourism Businesses in Binh Duong Province

Ngô Thị Kim Mai¹, Ngô Thị Phương Dung², Phạm Trần Quang Hưng², Nguyễn Thị Yến Liễu²

¹ Công ty thiết kế xây dựng Shun Deng Technology, Bình Dương, Việt Nam

² Trường Đại học Bình Dương, Bình Dương, Việt Nam

Tác giả liên hệ: Nguyễn Thị Yến Liễu. E-mail: ntylieu@bdu.edu.vn

Tóm tắt: Nghiên cứu này tập trung vào việc xác định và phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp trong ngành du lịch tại tỉnh Bình Dương. Bằng cách sử dụng mô hình hồi quy tuyến tính và phần mềm SPSS, nghiên cứu đã tiến hành khảo sát trên 216 doanh nghiệp du lịch trong tỉnh. Kết quả cho thấy các yếu tố chính ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh bao gồm: chất lượng dịch vụ, chiến lược đổi mới, công nghệ thông tin, năng lực nhân sự và môi trường kinh doanh, trong đó chất lượng dịch vụ là yếu tố có tác động lớn nhất. Những phát hiện này cung cấp cơ sở để đề xuất các hàm ý cải thiện năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp du lịch tại Bình Dương, góp phần vào sự phát triển bền vững của ngành tại địa phương.

Từ khóa: *Chất lượng dịch vụ; Chiến lược đổi mới; Công nghệ thông tin; Môi trường kinh doanh; Năng lực cạnh tranh; Năng lực nhân sự*

Abstract: This study focuses on identifying and analyzing the factors that influence the competitiveness of businesses in the tourism sector in Binh Duong province. By using a linear regression model and SPSS software, the research conducted a survey of 216 tourism businesses in the province. The results show that the key factors affecting competitiveness include: service quality, innovation strategy, information technology, human resources capacity, and business environment, with service quality being the most significant factor. These findings provide a basis for proposing implications to improve the competitiveness of tourism businesses in Binh Duong, contributing to the sustainable development of the industry in the region.

Keywords: *Business environment; Competitiveness; Innovation strategy; Information Technology; Human resource capacity; Service quality*

1. Giới thiệu

1.1. Bối cảnh lý thuyết

Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là yếu tố cốt lõi quyết định sự thành công và phát triển bền vững, đặc biệt trong ngành du lịch – một lĩnh vực nhạy cảm với tiến bộ công nghệ, xu hướng thị trường và nhu cầu khách hàng. Theo Porter, năng lực cạnh tranh bao gồm việc duy trì lợi thế thông qua chất lượng dịch vụ và chiến lược đổi mới. Tại Việt Nam, ứng dụng công nghệ và chuyển đổi số trong du lịch thông minh đã trở thành động lực quan trọng giúp doanh nghiệp tăng cường hiệu quả và mở rộng

thị trường. Tuy nhiên, nghiên cứu hiện nay chủ yếu tập trung vào các địa phương lớn như Đà Nẵng, Nha Trang và TP. Hồ Chí Minh, trong khi các khu vực mới nổi như Bình Dương vẫn cần được chú trọng hơn.

1.2. Bối cảnh thực tiễn

Bình Dương, một tỉnh nằm gần TP. Hồ Chí Minh, sở hữu nhiều tiềm năng phát triển du lịch như hệ thống hạ tầng hiện đại, khu du lịch sinh thái, và vị trí chiến lược trong vùng kinh tế trọng điểm phía Nam. Tuy nhiên, địa phương này phải cạnh tranh mạnh mẽ với các trung tâm du lịch lớn lân cận như TP. Hồ Chí

Mình, Đồng Nai, và Bình Phước, vốn đã có nền tảng dịch vụ và thương hiệu du lịch vững chắc. Trong khi TP. Hồ Chí Minh dẫn đầu về quy mô thị trường và lượng khách quốc tế, Đồng Nai lại nổi bật với du lịch sinh thái được đầu tư bài bản. So với các địa phương này, du lịch Bình Dương còn thiếu sự đa dạng trong sản phẩm và năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp. Những thách thức này đặt ra yêu cầu cấp thiết trong việc nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp du lịch, qua đó cung cấp cơ sở cho việc hoạch định các chính sách và chiến lược phát triển bền vững phù hợp với điều kiện thực tiễn của địa phương.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Khái niệm năng lực cạnh tranh

Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp được định nghĩa là khả năng duy trì và phát triển vị thế trên thị trường bằng cách tận dụng tối đa các nguồn lực và tạo ra giá trị vượt trội so với đối thủ cạnh tranh [1]. Theo Porter, năng lực cạnh tranh không chỉ dựa trên giá cả, mà còn bao gồm chất lượng sản phẩm, dịch vụ, công nghệ, và khả năng đổi mới. Barney bổ sung rằng năng lực cạnh tranh bền vững là khả năng doanh nghiệp duy trì các lợi thế cạnh tranh lâu dài thông qua việc sở hữu các nguồn lực có giá trị, hiếm, khó thay thế và khó sao chép [2]. Trong ngành du lịch, năng lực cạnh tranh có thể được đánh giá thông qua chất lượng dịch vụ, khả năng đổi mới và áp dụng công nghệ, khả năng thích ứng với thay đổi thị trường, và năng lực quản trị nguồn nhân lực. Những yếu tố này cùng với môi trường kinh doanh xung quanh là nền tảng để doanh nghiệp tồn tại và phát triển.

2.2. Yếu tố chất lượng dịch vụ

Chất lượng dịch vụ đóng vai trò rất quan trọng trong việc xây dựng và duy trì lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp, đặc biệt trong ngành du lịch, nơi sự hài lòng

của khách hàng là yếu tố then chốt. Parasuraman và cộng sự đề xuất mô hình SERVQUAL, cho rằng chất lượng dịch vụ được đánh giá qua các khía cạnh như sự tin cậy, tính đáp ứng, sự đảm bảo và sự thấu hiểu khách hàng [3]. Trong ngành du lịch, doanh nghiệp cần đảm bảo dịch vụ không chỉ đáp ứng kỳ vọng khách hàng mà còn vượt xa để tạo dựng lòng trung thành. Zeithaml và cộng sự cũng nhấn mạnh rằng chất lượng dịch vụ có ảnh hưởng lớn đến sự quay lại và ý định giới thiệu của khách hàng, một yếu tố quan trọng giúp duy trì và gia tăng thị phần [4].

2.3. Chiến lược đổi mới

Schumpeter trong lý thuyết "sáng tạo hủy diệt" đã nhấn mạnh vai trò của đổi mới trong việc tạo ra các cơ hội kinh doanh mới và xây dựng lợi thế cạnh tranh. Đổi mới không chỉ là việc tạo ra sản phẩm hay dịch vụ mới mà còn liên quan đến việc thay đổi quy trình, mô hình kinh doanh hoặc cách thức phục vụ khách hàng [5]. Tidd và cộng sự cho rằng sự đổi mới thành công phụ thuộc vào việc quản lý hiệu quả các nguồn lực, phát triển công nghệ và thúc đẩy sự sáng tạo trong tổ chức [6]. Trong bối cảnh ngành du lịch, sự đổi mới có thể bao gồm việc cải tiến các dịch vụ chăm sóc khách hàng, tạo ra các trải nghiệm du lịch độc đáo, hay ứng dụng công nghệ để cải thiện quá trình quản lý và dịch vụ. Đối với Bình Dương, việc áp dụng các chiến lược đổi mới sẽ giúp các doanh nghiệp du lịch bắt kịp xu hướng thị trường, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của du khách, và gia tăng sự cạnh tranh với các tỉnh lân cận.

2.4. Công nghệ thông tin

Davis trong mô hình chấp nhận công nghệ (TAM) đã chỉ ra rằng công nghệ thông tin là một yếu tố then chốt trong việc cải thiện hiệu suất và nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp [7]. Trong ngành du lịch, việc áp dụng công

nghe thông tin giúp tối ưu hóa quy trình đặt phòng, thanh toán, quảng cáo và quản lý dịch vụ. Buhalis nhấn mạnh rằng công nghệ thông tin không chỉ giúp doanh nghiệp tăng cường khả năng cạnh tranh mà còn tạo điều kiện cho việc tiếp cận thị trường toàn cầu, cải thiện tương tác với khách hàng và tối ưu hóa hiệu suất hoạt động [8].

Công nghệ thông tin trong ngành du lịch còn giúp tăng cường khả năng cá nhân hóa dịch vụ, quản lý dữ liệu khách hàng và tạo ra các dịch vụ du lịch dựa trên nhu cầu và sở thích cá nhân, từ đó nâng cao sự hài lòng và trung thành của khách hàng.

2.5. Năng lực nhân sự

Năng lực nhân sự là một yếu tố không thể thiếu trong việc tạo ra lợi thế cạnh tranh bền vững. Barney đã nhấn mạnh vai trò của nguồn nhân lực như một tài sản quan trọng, khó thay thế và sao chép, giúp doanh nghiệp xây dựng năng lực cạnh tranh dài hạn [2]. Wright và cộng sự cũng khẳng định rằng doanh nghiệp cần phải đầu tư vào phát triển kỹ năng, kiến thức và khả năng sáng tạo của nhân viên để tận dụng tối đa nguồn lực này [9]. Trong ngành du lịch, nhân viên không chỉ cần có kiến thức chuyên môn mà còn phải có khả năng giao tiếp, phục vụ khách hàng, và thích ứng nhanh với các thay đổi trong ngành. Do đó, việc đào tạo và phát triển nguồn nhân lực là yếu tố thiết yếu giúp các doanh nghiệp duy trì và cải thiện chất lượng dịch vụ, từ đó nâng cao năng lực cạnh tranh.

2.6. Môi trường kinh doanh

Theo Porter, môi trường kinh doanh xung quanh doanh nghiệp, bao gồm các yếu tố về hạ tầng, chính sách, luật pháp và sự cạnh tranh trên thị trường, cũng đóng vai trò quan trọng trong việc ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh [1]. Barney cũng nhấn mạnh rằng các yếu tố bên ngoài như chính sách của chính phủ,

hạ tầng kỹ thuật, và các mối quan hệ xã hội đều tác động đến khả năng của doanh nghiệp trong việc duy trì lợi thế cạnh tranh [2]. Đối với các doanh nghiệp du lịch tại Bình Dương, các yếu tố về hạ tầng giao thông, sự hỗ trợ của chính quyền địa phương, và các chính sách thu hút du lịch đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển bền vững và tạo điều kiện cho doanh nghiệp phát triển.

2.7. Mối quan hệ giữa các yếu tố và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp

Các yếu tố chất lượng dịch vụ, chiến lược đổi mới, công nghệ thông tin, năng lực nhân sự và môi trường kinh doanh đều có mối quan hệ chặt chẽ và tác động đồng thời đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, đặc biệt trong ngành du lịch.

Chất lượng dịch vụ đóng vai trò trung tâm, là yếu tố trực tiếp tạo ra giá trị cảm nhận của khách hàng. Một dịch vụ chất lượng cao không chỉ giúp doanh nghiệp gia tăng sự hài lòng mà còn thúc đẩy lòng trung thành và mở rộng thị phần. Tuy nhiên, để đảm bảo và cải thiện chất lượng dịch vụ, doanh nghiệp cần đến các chiến lược đổi mới – yếu tố giúp doanh nghiệp đáp ứng nhanh chóng các thay đổi trong nhu cầu khách hàng và thị trường. Đổi mới không chỉ bao gồm cải tiến sản phẩm mà còn là việc ứng dụng các quy trình, mô hình kinh doanh mới, với sự hỗ trợ đắc lực từ công nghệ thông tin.

Công nghệ thông tin tạo điều kiện tối ưu hóa các hoạt động quản lý và vận hành, từ đặt phòng, quảng cáo, đến cá nhân hóa trải nghiệm du lịch. Việc ứng dụng công nghệ giúp doanh nghiệp tăng cường hiệu quả hoạt động, giảm chi phí và gia tăng khả năng cạnh tranh toàn cầu. Tuy nhiên, để khai thác tối đa tiềm năng của công nghệ, năng lực nhân sự là yếu tố không thể thiếu. Đội ngũ nhân sự

được đào tạo bài bản, có kỹ năng chuyên môn và thái độ phục vụ tốt sẽ là cầu nối để triển khai công nghệ và thực hiện các chiến lược đổi mới.

Bên cạnh đó, môi trường kinh doanh đóng vai trò nền tảng hỗ trợ các yếu tố trên phát huy hiệu quả. Một môi trường kinh doanh thuận lợi với cơ sở hạ tầng hiện đại, chính sách hỗ trợ rõ ràng và mức độ cạnh tranh lành mạnh sẽ tạo điều kiện để doanh nghiệp thực hiện các chiến lược phát triển. Ngược lại, môi trường kinh doanh bất lợi có thể trở thành rào cản lớn, hạn chế tiềm năng cạnh tranh của doanh nghiệp.

Tóm lại, các yếu tố này không tồn tại độc lập mà có mối quan hệ hỗ trợ lẫn nhau, cùng hướng đến mục tiêu nâng cao năng lực cạnh tranh. Doanh nghiệp trong ngành du lịch cần đồng thời chú trọng phát triển từng yếu tố và xây dựng sự kết nối hài hòa giữa chúng để đạt được sự phát triển bền vững và duy trì lợi thế cạnh tranh dài hạn.

3. Mô hình nghiên cứu

Nghiên cứu của Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang khảo sát các nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) tại Việt Nam. Kết quả cho thấy các nhân tố chính ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh bao gồm: chất lượng sản phẩm, chiến lược marketing, khả năng quản lý, công nghệ, và nguồn nhân lực. Ngoài ra, nghiên cứu cũng chỉ ra rằng sự hỗ trợ từ chính phủ và các tổ chức liên quan đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh của DNNVV [10].

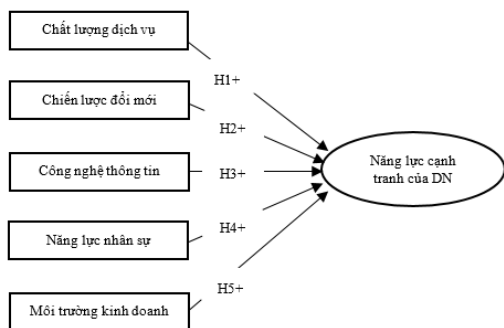
Nghiên cứu của Nguyễn Văn Phúc tập trung vào việc phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp lữ hành tại Việt Nam. Kết quả cho thấy một số yếu tố chính ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp lữ hành, bao gồm chất lượng dịch vụ, Chiến lược đổi mới,

Công nghệ thông tin trong quản lý dịch vụ và Môi trường kinh doanh. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng chất lượng dịch vụ du lịch và việc ứng dụng công nghệ thông tin trong quá trình quản lý khách hàng và dịch vụ đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp lữ hành [11].

Nghiên cứu của Lê Thị Hồng Minh tập trung vào việc phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp du lịch tại TP. Hồ Chí Minh. Kết quả nghiên cứu xác định các yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh, bao gồm Năng lực đổi mới sáng tạo, Năng lực nhân sự, Chất lượng dịch vụ và Môi trường kinh doanh. Nghiên cứu cũng chỉ ra rằng sự hài lòng của khách hàng và thương hiệu mạnh có vai trò quyết định trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp du lịch. Từ những phát hiện này, tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm cải thiện năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp du lịch tại TP. Hồ Chí Minh [12].

Nghiên cứu Nguyễn Thị Thanh Hằng (2020) xác định những yếu tố chủ yếu ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh, bao gồm chất lượng dịch vụ, Ứng dụng công nghệ thông tin và năng lực nhân sự. Nghiên cứu tại Bình Dương cho thấy chất lượng dịch vụ và ứng dụng công nghệ thông tin là những yếu tố chính ảnh hưởng trực tiếp đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp du lịch địa phương. Năng lực nhân sự cũng được đánh giá cao trong việc cung cấp dịch vụ chất lượng và gia tăng sự hài lòng của khách hàng [13].

Dựa trên các nghiên cứu đã nêu trên, các tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu về năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp ngành du lịch tại tỉnh Bình Dương, gồm các yếu tố như Hình 1.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

4. Phương pháp nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu là các doanh nghiệp ngành du lịch tại tỉnh Bình Dương. Nhằm kiểm định độ tin cậy và hợp lệ của phiếu khảo sát, nhóm tác giả đã thực hiện phỏng vấn sâu 5 chuyên gia và tiến hành khảo sát sơ bộ 30 lãnh đạo doanh nghiệp du lịch tại Bình Dương. Dữ liệu nghiên cứu chính thức được thu thập theo mẫu thuận tiện trong khoảng thời gian từ ngày 15/8 – 30/9/2024. Tác giả đã khảo sát 250 doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Bình Dương. Số phiếu phát ra là 250, thu về 234 và số phiếu hợp lệ là 216.

Trong nghiên cứu này tác giả sử dụng thang đo Likert cho điểm từ: 1- Rất không đồng ý, đến 5-Rất đồng ý (Bài viết sử dụng cách viết số thập phân theo chuẩn quốc tế)

5. Kết quả nghiên cứu

5.1. Kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo

Nghiên cứu sử dụng phần mềm SPSS 20.0 để xử lý và phân tích số liệu, với kết quả kiểm định cronbach's alpha ở Bảng 1.

Kết quả đánh giá độ tin cậy của thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha cho thấy, các biến quan sát đều có hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0.3 và Hệ số Cronbach's Alpha lớn hơn 0.6

5.2. Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Kết quả phân tích EFA như Bảng 2 và 3. Sau khi phân tích nhân tố EFA, có thể thấy các biến trong mô hình đều lớn hơn 0.5, chứng tỏ các biến quan sát đều có thể dùng được và có ý nghĩa vì đảm bảo tính hội tụ của từng thang đo trong mô hình.

Phân tích EFA với 05 nhân tố được trích tải Eigenvalue có giá trị là 1.390; với phương sai trích là 59.961%; Hệ số KMO = 0.793 đạt yêu cầu ≥ 0.5 ; mức ý nghĩa của Kiểm định Bartlett (Sig.) = 0.000 đạt yêu cầu ≤ 0.05 ; tổng phương sai $\geq 50\%$ thảo mãn điều kiện. Như vậy, có thể kết luận việc phân tích EFA là hoàn toàn phù hợp.

5.3. Phân tích mô hình hồi quy

Nhóm nghiên cứu cũng đã tiến hành phân tích tương quan và phân tích hồi quy để thấy được mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Kết quả phân tích hồi quy bội như Bảng 3.

Bảng 4 cho thấy, hệ số xác định R^2 bằng 72.2% chứng tỏ các biến độc lập giải thích được 72.2% sự thay đổi của năng lực cạnh tranh. Với mức thống kê $F=109.233$, Sig. = 0.000 chứng tỏ mô hình hồi quy là phù hợp. Các hệ số hồi quy tương ứng với các biến độc lập đều có dấu dương và có Sig. đều < 0.05 chứng tỏ các biến Chất lượng dịch vụ, Chiến lược đổi mới, Công nghệ thông tin, Năng lực nhân sự, Môi trường kinh doanh.

Phương trình hồi quy đã chuẩn hóa:

$$NLCT = 0.313 * CLDV + 0.277 * CLDM + 0.136 * CNTT + 0.171 * NLNS + 0.145 * MTKD$$

Bảng 1. Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha của biến độc lập

Nhân tố	Hệ số Cronbach's Alpha	Chỉ tiêu	Số biến quan sát của từng nhân tố				
			1	2	3	4	5
Chất lượng dịch vụ (CLDV)	0.885	Cronbach's Alpha loại biến đang xem xét	0.838	0.856	0.857	0.875	0.874
		Hệ số tương quan biến tổng	0.815	0.742	0.737	0.658	0.664
Chiến lược đổi mới (CLDM)	0.711	Cronbach's Alpha loại biến đang xem xét	0.641	0.594	0.649	0.703	
		Hệ số tương quan biến tổng	0.51	0.584	0.496	0.405	
Công nghệ thông tin (CNTT)	0.697	Cronbach's Alpha loại biến đang xem xét	0.618	0.612	0.663	0.639	
		Hệ số tương quan biến tổng	0.506	0.515	0.433	0.473	
Năng lực nhân sự (NLNS)	0.712	Cronbach's Alpha loại biến đang xem xét	0.691	0.618	0.63	0.653	0.691
		Hệ số tương quan biến tổng	0.427	0.547	0.529	0.491	0.427
Môi trường kinh doanh (MTKD)	0.810	Cronbach's Alpha loại biến đang xem xét	0.78	0.777	0.729	0.759	0.78
		Hệ số tương quan biến tổng	0.589	0.594	0.693	0.634	0.589
Năng lực cạnh tranh (NLCT)	0.722	Cronbach's Alpha loại biến đang xem xét	0.596	0.695	0.642	0.700	0.596
		Hệ số tương quan biến tổng	0.613	0.45	0.542	0.443	0.613

Bảng 2. Kết quả phân tích EFA của biến độc lập

	Nhân tố				
	1	2	3	4	5
CLDV1	.881				
CLDV3	.825				
CLDV2	.823				
CLDV5	.774				
CLDV4	.731				
MTKD3		.823			
MTKD2		.752			
MTKD4		.748			
MTKD1		.703			
NLNS3			.763		
NLNS2			.762		
NLNS4			.723		
NLNS1			.637		
CLDM2				.803	
CLDM1				.740	
CLDM3				.730	
CLDM4				.644	
CNTT2					.724
CNTT4					.724
CNTT1					.720
CNTT3					.700

Phương sai trích %	59.961
Hệ số KMO	.793
Kiểm định Bartlett	.000

Bảng 3. Kết quả phân tích EFA của biến phụ thuộc

Biến	Nhân tố
	1
NLCT1	.920
NLCT2	.919
NLCT3	.901
NLCT4	.883
NLCT5	.874
Phương sai trích %	83.425
Hệ số KMO	.750
Kiểm định Bartlett	.000

Bảng 4. Kết quả phân tích hồi quy bội

Mô hình		Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	t	Sig.	Đo lường đa cộng tuyến	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.044	.172		-.258	.796		
	CLDV	.318	.055	.313	5.764	.000	.449	2.227
	CLDM	.265	.049	.277	5.452	.000	.513	1.948
	CNTT	.138	.049	.136	2.797	.000	.563	1.775
	NLNS	.169	.048	.171	3.522	.001	.564	1.772
	MTKD	.148	.055	.145	2.694	.002	.454	2.201
R ² hiệu chỉnh 72.2%								
Durbin Watson: 1.719								
Sig.: 0.000								
F=109.233								
a. Dependent Variable: NLCT								

6. Kết luận và thảo luận kết quả nghiên cứu

6.1. Kết luận

Nghiên cứu này đã sử dụng mô hình hồi quy để phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp trong ngành du lịch tại tỉnh Bình Dương. Kết quả cho thấy năm yếu tố chính có ảnh hưởng đáng kể đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp, bao gồm chất lượng dịch vụ, chiến lược đổi mới, công nghệ thông tin, năng lực nhân sự, và môi trường kinh doanh. Cụ thể, chất lượng dịch vụ có trọng số cao nhất (0.313), cho thấy rằng việc cung cấp dịch vụ chất lượng cao là yếu tố then chốt trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh. Tiếp theo, chiến lược đổi mới (0.277) và công nghệ thông tin (0.136) cũng đóng vai trò quan trọng trong việc

tạo ra giá trị và sự khác biệt cho doanh nghiệp. Năng lực nhân sự (0.171) và môi trường kinh doanh (0.145) cũng góp phần quan trọng vào sự phát triển và bền vững của doanh nghiệp.

6.2. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Chất lượng dịch vụ có hệ số hồi quy 0.313, được xác định là yếu tố quan trọng nhất ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp du lịch tại Bình Dương. Điều này cho thấy việc cung cấp dịch vụ đáp ứng tốt nhu cầu khách hàng không chỉ nâng cao sự hài lòng mà còn tạo ra lợi thế cạnh tranh bền vững. Kết quả phù hợp với các nghiên cứu trước như Nguyễn Văn Phúc và Lê Thị Hồng Minh, đều khẳng định rằng chất lượng dịch vụ là nền tảng quyết định sự khác biệt trong ngành du lịch. Tại Bình Dương, các doanh nghiệp đã chú trọng

cải tiến chất lượng phục vụ, nhất là trong việc cá nhân hóa trải nghiệm và phát triển các dịch vụ du lịch sinh thái, nhằm thu hút khách hàng từ các khu vực lân cận như TP. Hồ Chí Minh [11, 12].

Chiến lược đổi mới với hệ số hồi quy 0.277 là yếu tố quan trọng thứ hai trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh. Chiến lược đổi mới phản ánh khả năng của doanh nghiệp trong việc sáng tạo các sản phẩm và dịch vụ mới, đáp ứng kịp thời xu hướng thị trường. Mặc dù không được nhấn mạnh nhiều trong các nghiên cứu trước như Nguyễn Văn Phúc hoặc Nguyễn Thị Thanh Hằng, nhưng kết quả này phù hợp với phát hiện của Lê Thị Hồng Minh cho rằng đổi mới sáng tạo là yếu tố cốt lõi giúp doanh nghiệp du lịch tạo ra sự khác biệt. Tại Bình Dương, doanh nghiệp đã tập trung phát triển các sản phẩm đặc trưng như du lịch sinh thái kết hợp với trải nghiệm văn hóa địa phương, tạo nên điểm nhấn riêng trong vùng Đông Nam Bộ [11, 12, 13].

Ứng dụng công nghệ thông tin với hệ số hồi quy 0.136 là yếu tố quan trọng trong việc hiện đại hóa quy trình quản lý và nâng cao trải nghiệm khách hàng. Kết quả này khẳng định vai trò không thể thiếu của công nghệ thông tin trong ngành du lịch, như đã được Nguyễn Văn Phúc và Nguyễn Thị Thanh Hằng nhấn mạnh. Công nghệ thông tin hỗ trợ doanh nghiệp từ việc quản lý dữ liệu khách hàng, đặt chỗ trực tuyến, đến thanh toán điện tử, tạo nên tính minh bạch và thuận tiện trong dịch vụ. Thực tế tại Bình Dương cho thấy các doanh nghiệp đang từng bước ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý và marketing, nhưng mức độ đầu tư và triển khai vẫn còn hạn chế so với các trung tâm du lịch lớn [11, 13]. Năng lực nhân sự với hệ số hồi quy 0.171 cũng là một yếu tố then chốt góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh. Kết quả này phù hợp với các nghiên cứu

trước như Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang hay Lê Thị Hồng Minh, đều khẳng định rằng nguồn nhân lực chất lượng cao là nền tảng xây dựng lợi thế cạnh tranh bền vững. Tại Bình Dương, mặc dù doanh nghiệp đã chú trọng đào tạo đội ngũ nhân sự, việc giữ chân nhân viên giỏi vẫn là thách thức lớn. Cạnh tranh lao động với các khu vực lân cận như TP. Hồ Chí Minh khiến nhiều doanh nghiệp phải cải thiện chính sách đãi ngộ và môi trường làm việc để thu hút và duy trì nhân sự [10, 12].

Môi trường kinh doanh với hệ số hồi quy 0.145 là yếu tố hỗ trợ quan trọng, phản ánh vai trò của các điều kiện bên ngoài như chính sách địa phương, cơ sở hạ tầng và môi trường pháp lý. Kết quả này phù hợp với các nghiên cứu của Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang và Nguyễn Văn Phúc đều cho rằng môi trường kinh doanh thuận lợi sẽ tạo điều kiện để doanh nghiệp phát triển bền vững. Tại Bình Dương, chính quyền địa phương đã tích cực hỗ trợ doanh nghiệp qua các chính sách khuyến khích phát triển du lịch, nhưng cần cải thiện hơn nữa cơ sở hạ tầng và tăng cường xúc tiến thương mại để phát huy tối đa tiềm năng du lịch địa phương [10, 11].

7. Hàm ý quản trị

Dựa trên những phát hiện từ mô hình hồi quy, một số hàm ý quản trị có thể đưa ra như sau:

7.1. Cải thiện chất lượng dịch vụ

Với hệ số hồi quy cao nhất (0.313), chất lượng dịch vụ được xác định là yếu tố có tác động mạnh nhất đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Do đó, doanh nghiệp du lịch cần:

Cải tiến quy trình cung cấp dịch vụ: Đảm bảo tính nhất quán trong việc cung cấp dịch vụ, từ khâu tiếp nhận khách hàng, cung cấp thông tin, đến việc xử lý các phản hồi.

Tạo trải nghiệm khách hàng độc đáo: Doanh nghiệp cần tập trung vào việc tạo

ra các sản phẩm và dịch vụ du lịch mang tính cá nhân hóa và trải nghiệm độc đáo, giúp khách hàng có ấn tượng tốt và tăng cường khả năng quay lại hoặc giới thiệu với người khác.

7.2. Xây dựng và triển khai chiến lược đổi mới

Với hệ số hồi quy là 0.277, chiến lược đổi mới có vai trò quan trọng trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp du lịch. Các giải pháp cụ thể bao gồm:

Đổi mới sản phẩm và dịch vụ du lịch: Đầu tư nghiên cứu và phát triển các sản phẩm du lịch mới lạ, đặc biệt là các tour du lịch theo chủ đề, kết hợp các hoạt động văn hóa, giải trí, hoặc du lịch sinh thái. Doanh nghiệp cần theo dõi xu hướng du lịch và thay đổi sản phẩm một cách linh hoạt để đáp ứng nhu cầu thị trường.

Áp dụng các mô hình kinh doanh mới: áp dụng dịch vụ du lịch trực tuyến, tối ưu hóa hệ thống thanh toán, và tích hợp công nghệ hiện đại vào quy trình quản lý sẽ giúp nâng cao khả năng cạnh tranh.

Thúc đẩy văn hóa đổi mới trong doanh nghiệp: Tạo ra môi trường khuyến khích sự sáng tạo và đổi mới trong nội bộ doanh nghiệp bằng cách thúc đẩy các hoạt động nghiên cứu và phát triển, đồng thời khen thưởng cho những sáng kiến mới có giá trị.

7.3. Tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin

Công nghệ thông tin với hệ số hồi quy là 0.136 cho thấy vai trò quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả hoạt động và khả năng cạnh tranh. Doanh nghiệp cần:

Số hóa quy trình quản lý: Áp dụng hệ thống quản lý khách hàng (CRM), hệ thống quản lý đặt chỗ và thanh toán trực tuyến, tối ưu hóa quản lý vận hành để tiết kiệm chi phí và nâng cao hiệu quả hoạt động.

Tăng cường hiện diện trực tuyến: Đẩy mạnh các hoạt động quảng bá trực tuyến thông qua website, mạng xã hội, và các ứng dụng du lịch.

Cải tiến công nghệ dịch vụ khách hàng: Ứng dụng các giải pháp công nghệ như chatbot, trợ lý ảo, hoặc hệ thống đánh giá tự động để cải thiện trải nghiệm khách hàng và tạo điều kiện cho sự hỗ trợ 24/7.

7.4. Nâng cao năng lực nhân sự

Với hệ số hồi quy là 0.171, năng lực nhân sự là yếu tố quan trọng trong việc đảm bảo chất lượng dịch vụ và khả năng cạnh tranh. Doanh nghiệp cần:

Đào tạo và phát triển nhân viên: tổ chức các chương trình đào tạo thường xuyên về kỹ năng mềm, chuyên môn nghiệp vụ, và kỹ năng quản lý để nâng cao năng lực của đội ngũ nhân viên. Đồng thời, cần tạo điều kiện cho nhân viên tham gia các khóa học và hội thảo quốc tế để nâng cao trình độ chuyên môn.

Xây dựng cơ chế đánh giá và khuyến khích nhân viên: Xây dựng hệ thống đánh giá nhân viên rõ ràng, minh bạch, đồng thời có cơ chế khen thưởng và động viên nhằm khuyến khích sự cống hiến và nâng cao hiệu suất làm việc.

Phát triển kỹ năng công nghệ cho nhân viên: đầu tư vào việc đào tạo nhân viên về các kỹ năng công nghệ và ứng dụng công nghệ trong công việc hàng ngày, đảm bảo sự thành thạo và hiệu quả trong việc sử dụng các công cụ hỗ trợ dịch vụ và quản lý.

7.5. Cải thiện môi trường kinh doanh

Môi trường kinh doanh với hệ số hồi quy là 0.145 cho thấy tầm quan trọng của yếu tố này đối với sự phát triển bền vững của doanh nghiệp du lịch. Các giải pháp bao gồm:

Xây dựng quan hệ đối tác với cơ quan quản lý và địa phương: chủ động hợp tác với các cơ quan chức năng và chính quyền địa phương để nhận được sự hỗ

trợ về chính sách và hạ tầng. Các chương trình hợp tác công – tư (PPP) trong lĩnh vực du lịch có thể tạo ra điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp phát triển. Tối ưu hóa hạ tầng du lịch: Đảm bảo doanh nghiệp có khả năng tiếp cận các cơ sở hạ tầng hỗ trợ như giao thông, nhà hàng, khách sạn và các tiện ích phục vụ du lịch. Đầu tư vào phát triển các khu nghỉ dưỡng hoặc khu vực du lịch sinh thái có thể là một chiến lược dài hạn.

Thích ứng với sự thay đổi về luật pháp và quy định: theo dõi chặt chẽ các thay đổi về chính sách và quy định liên quan đến du lịch, đảm bảo sự tuân thủ và tối ưu hóa quy trình hoạt động dựa trên các quy định mới nhất. Điều này giúp doanh nghiệp tránh các rủi ro pháp lý và tận dụng được các ưu đãi về chính sách.

Tài liệu tham khảo

- [1] Porter, M. E.; “The Competitive Advantage of Nations”. *New York: Free Press*. 1990.
- [2] Barney, J. B.; “Firm Resources and Sustained Competitive Advantage”. *Journal of Management*. 1991; 17(1): 99-120. DOI: 10.1177/014920639101700108.
- [3] Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., Berry, L. L.; “SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”. *Journal of Retailing*. 1988; 64(1): 12-40. DOI: 10.1016/S0022-4359(05)91003-0.
- [4] Zeithaml, V. A., Berry, L. L., Parasuraman, A.; “The Behavioral Consequences of Service Quality”. *Journal of Service Research*. 2000; 3(1): 60-68. DOI: 10.1177/1094670500031005.
- [5] Schumpeter, J. A.; “The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle”. *Cambridge, MA: Harvard University Press*. 1934. DOI: N/A.
- [6] Tidd, J., Bessant, J., Pavitt, K.; “Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change”. *Chichester: Wiley*. 2005. DOI: N/A.
- [7] Davis, F. D.; “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology”. *MIS Quarterly*. 1989; 13(3): 319-340. DOI: 10.2307/249008.
- [8] Buhalis, D.; “Strategic Use of Information Technologies in the Tourism Industry”. *Tourism Management*. 1998; 19(5): 409-421. DOI: 10.1016/S0261-5177(98)00032-7.
- [9] Wright, P. M., Dunford, B. B., Snape, E.; “Human Resource Management and the Resource-Based View of the Firm”. *Journal of Management*. 2001; 27(6): 701-721. DOI: 10.1177/014920630102700607.
- [10] Nguyễn Đình Thọ, Nguyễn Thị Mai Trang; “Các nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Việt Nam”. *Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế*. 2009; 5(2): 45-58.
- [11] Nguyễn Văn Phúc; “Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp lữ hành Việt Nam”. *Tạp chí Du lịch*. 2017; 10(1): 12-20.
- [12] Lê Thị Hồng Minh; “Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp du lịch tại TP. Hồ Chí Minh”. *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*. 2018; 4(3): 34-45.
- [13] Nguyễn Thị Thanh Hằng; “Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp du lịch: Nghiên cứu thực nghiệm tại Bình Dương”. *Tạp chí Nghiên cứu Du lịch*. 2020; 11(4): 55-67.

Ngày nhận bài: 25/10/2024

Ngày hoàn thành sửa bài: 11/12/2024

Ngày chấp nhận đăng: 11/12/2024