

ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH TRÀ VINH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC TRÀ VINH



ISO 9001:2015

NGUYỄN KY

**TÁC ĐỘNG CỦA NĂNG LỰC QUẢN TRỊ
TRI THỨC VÀ VỐN XÃ HỘI ĐẾN KẾT QUẢ KINH
DOANH THÔNG QUA VAI TRÒ TRUNG GIAN
CỦA NĂNG LỰC ĐỔI MỚI: TRƯỜNG HỢP CÁC
DOANH NGHIỆP TRONG NGÀNH SẢN XUẤT CỦA
TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**

LUẬN ÁN TIẾN SĨ NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH

TRÀ VINH, NĂM 2023

ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH TRÀ VINH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC TRÀ VINH

NGUYỄN KỶ

TÁC ĐỘNG CỦA NĂNG LỰC QUẢN TRỊ
TRI THỨC VÀ VỐN XÃ HỘI ĐẾN KẾT QUẢ KINH
DOANH THÔNG QUA VAI TRÒ TRUNG GIAN
CỦA NĂNG LỰC ĐỔI MỚI: TRƯỜNG HỢP CÁC
DOANH NGHIỆP TRONG NGÀNH SẢN XUẤT CỦA
TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Ngành: Quản trị kinh doanh

Mã ngành: 9340101

LUẬN ÁN TIẾN SĨ

Người hướng dẫn khoa học:

1. PGS.TS. NGUYỄN HỒNG HÀ

2. PGS.TS. TRẦN ĐĂNG KHOA

TRÀ VINH, NĂM 2023

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan luận án này là công trình nghiên cứu do chính Tôi thực hiện, hiện chưa có công trình nào tương tự cho đến thời điểm hiện nay. Mọi tham khảo và trích dẫn nguồn tài liệu đều làm theo chuẩn mực quy định. Các thông tin cá nhân liên quan đến đáp viên, người tham gia trong khảo sát của luận án đều được giữ kín thông tin theo chuẩn mực hành vi đạo đức nghiên cứu.

Tp. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 2023

Nghiên cứu sinh

Nguyễn Ky

LỜI CẢM ƠN

Lời đầu tiên, tôi xin gửi lời biết ơn sâu sắc đến thầy PGS.TS Nguyễn Hồng Hà và PGS.TS Trần Đăng Khoa đã tận tình hướng dẫn tôi trong quá trình nghiên cứu luận án này.

Tôi xin chân thành cảm ơn Ban lãnh đạo trường đại học Trà Vinh, các thầy cô và anh chị cán bộ công nhân viên Khoa Kinh Tế - Luật và phòng Đào tạo sau đại học trường đại học Trà Vinh đã tạo điều kiện để cho tôi hoàn thành nghiên cứu của mình.

Cuối cùng, tôi cũng gửi lời cảm ơn đến quý Thầy/Cô Trường Đại học Trà Vinh, Trường Đại học Nguyễn Tất Thành, đồng nghiệp đã nhiệt tình, khích lệ và chia sẻ với tôi những khó khăn trong suốt thời gian thực hiện luận án.

Xin chân thành cảm ơn!

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN	i
LỜI CẢM ƠN	ii
DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT	vi
DANH MỤC BẢNG.....	viii
DANH MỤC HÌNH	x
CHƯƠNG 1 - TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU	1
1.1. TÍNH CẤP THIẾT CỦA ĐỀ TÀI.....	1
1.2. MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU	6
1.3. ĐỐI TƯỢNG NGHIÊN CỨU, ĐƠN VỊ VÀ ĐỐI TƯỢNG KHẢO SÁT	6
1.4. PHẠM VI NGHIÊN CỨU	7
1.5. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	7
1.5.1. Lựa chọn phương pháp nghiên cứu.....	7
1.5.2. Nghiên cứu định tính.....	8
1.5.3. Nghiên cứu định lượng	9
1.6. TÍNH MỚI VÀ NHỮNG ĐÓNG GÓP CỦA LUẬN ÁN.....	9
1.7. KẾT CẤU CỦA LUẬN ÁN	10
CHƯƠNG 2 - CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU.....	12
2.1. CƠ SỞ LÝ THUYẾT.....	12
2.1.1. Các lý thuyết nền.....	12
2.1.2. Lược khảo các nghiên cứu liên quan	30
2.2. CÁC KHÁI NIỆM NGHIÊN CỨU	72
2.2.1. Khái niệm năng lực quản trị tri thức	72
2.2.2. Khái niệm năng lực đổi mới.....	75
2.2.3. Khái niệm vốn xã hội	76
2.2.4. Khái niệm kết quả kinh doanh	78
2.3. GIẢ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU.....	80
2.3.1. Giả thuyết nghiên cứu	80
2.3.2. Mô hình nghiên cứu đề xuất.....	88
CHƯƠNG 3 - PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	90
3.1. QUI TRÌNH NGHIÊN CỨU	91
3.2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	92

3.2.1. Nghiên cứu định tính.....	93
3.2.2. Nghiên cứu định lượng sơ bộ.....	94
3.2.3. Kết quả xây dựng thang đo	96
3.2.4. Kết quả phân tích và xử lý số liệu định lượng sơ bộ	108
3.2.5. Phân tích nhân tố khám phá EFA.....	112
3.2.6. Kết luận về kết quả nghiên cứu sơ bộ.....	115
3.3. PHÂN TÍCH MẪU NGHIÊN CỨU CHÍNH THỨC.....	117
3.4. PHÂN TÍCH VAI TRÒ TRUNG GIAN.....	119
3.5. ĐÁNH GIÁ ĐỘ TIN CẬY TỔNG HỢP	120
CHƯƠNG 4 - KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN.....	123
4.1. PHÂN TÍCH THỐNG KÊ MÔ TẢ MẪU	123
4.1.1. Đánh giá độ tin cậy của thang đo.....	125
4.1.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA.....	127
4.2. PHÂN TÍCH NHÂN TỐ KHÁNG ĐỊNH CFA.....	130
4.2.1. Phân tích CFA cho thang đo đa hướng	130
4.2.2. Phân tích CFA cho thang đo đơn hướng.....	135
4.2.3. Phân tích CFA mô hình tới hạn.....	137
4.3. ĐÁNH GIÁ CR, AVE, MSV	139
4.4. PHÂN TÍCH BOOSTRAP	139
4.5. KIỂM ĐỊNH MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU LÝ THUYẾT ĐỀ XUẤT VỚI CÁC GIẢ THUYẾT CỤ THỂ ĐÃ NÊU TRÊN	141
4.5.1 Phân tích mô hình lý thuyết (trực tiếp và trung gian)	141
4.5.2. Phân tích cấu trúc đa nhóm	147
4.5.3. Thảo luận kết quả nghiên cứu	152
CHƯƠNG 5 - KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ.....	159
5.1. KẾT LUẬN	159
5.2. HÀM Ý QUẢN TRỊ	160
5.3. CÁC ĐÓNG GÓP CỦA LUẬN ÁN.....	163
5.3.1. Đóng góp của nghiên cứu về mặt lý thuyết.....	163
5.3.2. Đóng góp của nghiên cứu về mặt thực tiễn.....	164
5.4. HẠN CHẾ VÀ HƯỚNG NGHIÊN CỨU TIẾP THEO	165
5.4.1. Hạn chế của nghiên cứu	165

5.4.2. Hướng nghiên cứu tiếp theo.....	166
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	167
DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU CÓ LIÊN QUAN ĐÃ ĐƯỢC CÔNG BỐ CỦA TÁC GIẢ	187
PHỤ LỤC 1	1
PHỤ LỤC 2.....	7
PHỤ LỤC 3.....	13
PHỤ LỤC 4.....	16
PHỤ LỤC 5.....	19
PHỤ LỤC 6.....	26
PHỤ LỤC 7.....	30
PHỤ LỤC 8.....	34
PHỤ LỤC 9.....	35
PHỤ LỤC 10.....	37
PHỤ LỤC 11	43
PHỤ LỤC 12.....	47
PHỤ LỤC 13.....	49
PHỤ LỤC 14.....	52
PHỤ LỤC 15	56
PHỤ LỤC 16.....	70
PHỤ LỤC 17.....	74

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

	Seiri (organization)	Seiri (tổ chức)
	Seiton (neatness)	Seiton (gọn gàng)
5S:	Seiso (cleaning)	Seiso (dọn dẹp)
	Seiketsu (standardization)	Seiketsu (tiêu chuẩn hóa)
	Shitsuke (discipline)	Shitsuke (kỷ luật)
AEC:	ASEAN Economic Community	Cộng đồng kinh tế ASEAN
AMOS:	Analysis of Moment Structures	Phân tích cấu trúc mô mạng
BR:	Business results	Kết quả kinh doanh
CC:	Cognitive capital	Vốn nhận thức
CEO:	Chief Executive Officer	Giám đốc điều hành
CFA:	Confirmatory Factor Analysis	Phân tích nhân tố khẳng định
CR:	Relationship capital	Vốn quan hệ
CS:	Structural capital	Vốn cấu trúc
CSP:	Corporate social performance	Hiệu suất hoạt động xã hội
CSR:		Trách nhiệm xã hội
DN:		Doanh nghiệp
DNSX:		Doanh nghiệp sản xuất
DNVVN:		Doanh nghiệp vừa và nhỏ
EFA:	Exploratory factor analysis	Phân tích nhân tố khám phá
EVFTA:	European Union–Vietnam	Hiệp định Thương mại Tự do giữa Việt Nam và Euro
FTA:	Free Trade Agreement	Hiệp định thương mại tự do
HNKTQT:		Hội nhập kinh tế Quốc tế
IG:	Innovation of Governance	Đổi mới quản trị
IM:	Marketing innovation	Đổi mới Marketing
IP:	Product innovation	Đổi mới sản phẩm
IPR:	Process innovation	Đổi mới quy trình
ISM:	Integrated supplier	Quản lý nhà cung cấp tích hợp
KA:	knowledge acquisition	Tiếp thu tri thức
KP:	knowledge protection	Bảo hộ tri thức
KS:	knowledge storage	Lưu trữ tri thức

KSH:	Sharing knowledge	Chia sẻ tri thức
NPD:	New product development	Phát triển sản phẩm mới
NQ:		Nghị quyết
PLS:	Partial least squares	Bình phương bé nhất một phần
PPNC:		Phương pháp nghiên cứu
RBV:	Resources Based View	Quan điểm dựa trên nguồn
RDT:	Resource Dependency Theory	Lý thuyết phụ thuộc nguồn lực
ROA:	Return on assets	Lợi nhuận trên tài sản
ROE:	Return on equity	Lợi nhuận trên vốn chủ sở
SEM:	Structural equation modeling	Mô hình cấu trúc tuyến tính
SHT:	Stakeholders Theory	Lý thuyết các bên liên quan
SME:	Small and Medium Enterprise	Doanh nghiệp vừa và nhỏ
SPSS:	Statistical Package for the Social Sciences	Phần mềm thống kê
SX:		Sản xuất
SX-KD:		Sản xuất – Kinh doanh
TBR:	Reputation of the business	Danh tiếng công ty
TP:		Thành phố
TPP:	Trans-Pacific Partnership	Hiệp định đối tác xuyên thái Bình Dương
TPHCM:		Thành Phố Hồ Chí Minh
TQM:		Quản trị chất lượng toàn diện
TW:		Trung ương
WTO:	World Trade Organization	Tổ chức Thương mại

DANH MỤC BẢNG

Số hiệu bảng	Tên bảng	Trang
Bảng 3.1:	Các thang đo sử dụng cho nghiên cứu sơ bộ	95
Bảng 3.2:	Thang đo lường năng lực quản trị tri thức.....	97
Bảng 3.3:	Tổng hợp thang đo đơn hướng và đa hướng	98
Bảng 3.4:	So sánh sự tương đồng nội dung của các biến quan sát giữa hai thang đo	102
Bảng 3.5:	Thang đo năng lực đổi mới điều chỉnh.....	104
Bảng 3.6:	Thang đo vốn xã hội	106
Bảng 3.7:	Thang đo kết quả kinh doanh	107
Bảng 3.8:	Kết quả Cronbach's alpha thang đo năng lực quản trị tri thức.....	108
Bảng 3.9:	Kết quả Cronbach's alpha thang đo năng lực đổi mới	109
Bảng 3.10:	Kết quả Cronbach's alpha thang đo vốn xã hội.....	110
Bảng 3.11:	Kết quả Cronbach's alpha thang đo kết quả kinh doanh.....	111
Bảng 3.12:	Kết quả phân tích EFA thành phần năng lực quản trị tri thức.....	112
Bảng 3.13:	Kết quả phân tích EFA thành phần vốn xã hội.....	113
Bảng 3.14:	Kết quả phân tích EFA thành phần năng lực đổi mới	114
Bảng 3.15:	Thang đo hiệu chỉnh	115
Bảng 4.1:	Cơ cấu mẫu trong nghiên cứu chính thức.....	123
Bảng 4.2:	Hệ số kurtosis và skewness của các biến.....	124
Bảng 4.3:	Kết quả đánh giá độ tin cậy Cronbach's alpha của thang đo	125
Bảng 4.4:	Kết quả phân tích EFA thành phần năng lực quản trị tri thức.....	127
Bảng 4.5:	Kết quả phân tích EFA thành phần vốn xã hội.....	128
Bảng 4.6:	Kết quả phân tích EFA thành phần năng lực đổi mới và	129
Bảng 4.7:	Hệ số hồi quy	131
Bảng 4.8:	Hệ số hồi quy	132
Bảng 4.9:	Kết quả hai thang đo đa hướng	134
Bảng 4.10:	Kết quả phân tích CFA	136
Bảng 4.11:	Kết quả phân tích CFA tới hạn	138
Bảng 4.12:	Bảng giá trị các tham số CR, AVE, MSV	139
Bảng 4.13:	Kết quả ước lượng bằng bootstrap.....	140
Bảng 4.14:	Tổng hợp kết quả kiểm định các giả thuyết nghiên cứu.....	140
Bảng 4.15:	Kết quả phân tích SEM mô hình nghiên cứu	142

Bảng 4.16: Phân tích tác động trực tiếp	143
Bảng 4.17: Bảng số liệu phân tích tác động trực tiếp	145
Bảng 4.18: Phân tích tác động gián tiếp.....	145
Bảng 4.19: Bảng số liệu phân tích tác động gián tiếp.....	146
Bảng 4.20: Tổng hợp tác động trực tiếp và gián tiếp.....	146
Bảng 4.21: Bảng tổng hợp giả thuyết kết quả nghiên cứu	147
Bảng 4.22: Phân tích cấu trúc đa nhóm theo loại hình DN.....	148
Bảng 4.23: Kết quả hồi qui chuẩn hóa loại hình DN	148
Bảng 4.24: Phân tích cấu trúc đa nhóm theo quy mô DN.....	149
Bảng 4.25: Kết quả hồi qui chuẩn hóa quy mô DN	150
Bảng 4.26: Phân tích cấu trúc đa nhóm theo thời gian thành lập	151
Bảng 4.27: Kết quả hồi qui chuẩn hóa thời gian thành lập	151

DANH MỤC HÌNH

Số hiệu hình	Tên bảng	Trang
Hình 2.1:	Mô hình 05 áp lực cạnh tranh	18
Hình 2.2:	Khung phân tích	30
Hình 2.3:	Mô hình nghiên cứu của Ullah và cộng sự (2019).....	68
Hình 2.4:	Mô hình nghiên cứu của Manson và O’Sullivan (2016).....	69
Hình 2.5:	Mô hình nghiên cứu của Muhammad Saqib và cộng sự (2014).....	70
Hình 2.6:	Mô hình nghiên cứu của Ferrer và cộng sự, (2012).....	71
Hình 2.7:	Mô hình nghiên cứu đề xuất	88
Hình 3.1:	Quy trình nghiên cứu	91
Hình 4.1:	CFA của năng lực quản trị tri thức	130
Hình 4.2:	CFA cho thang đo đa hướng vốn xã hội	131
Hình 4.3:	CFA của hai thang đo đa hướng	133
Hình 4.4:	CFA của thang đo đơn hướng	135
Hình 4.5:	CFA tới hạn.....	137
Hình 4.6:	kết quả SEM mô hình nghiên cứu.....	141

CHƯƠNG 1

TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU

1.1. TÍNH CẤP THIẾT CỦA ĐỀ TÀI

Hiện nay một trong những thách thức mà nền kinh tế thế giới đang phải đối diện là sự suy giảm về tăng trưởng năng suất lao động và chính điều này đã dẫn đến sự sụt giảm về tăng trưởng kinh tế. Sự suy giảm về năng suất lao động đã tác động đến sự phát triển kinh tế giai đoạn trước cuộc khủng hoảng toàn cầu năm 2008.

Mặc dù Việt Nam (VN) là nước đã và đang thực hiện công nghiệp hoá và tốc độ tăng trưởng kinh tế trong các năm gần đây nhưng sự phát triển còn chậm cũng là do suy giảm về tăng trưởng năng suất lao động. Song song đó, việc tái cấu trúc cơ cấu kinh tế xem như là giải pháp thiết thực cho sự phát triển. Tuy nhiên về mặt này thì đó chỉ là giải pháp tình thế trước mắt. Tuy nhiên về lâu dài VN cần phải tạo những nguồn lực mới, thì mới đảm bảo cho sự phát triển tăng trưởng bền vững. Hơn nữa VN còn phải gánh chịu thiên tai, biến đổi khí hậu, bảo vệ môi trường, bảo tồn nguồn tài nguyên và quan trọng bối cảnh hội nhập toàn cầu và công nghệ 4.0 cũng là những thách thức lớn đối với nền kinh tế của VN nói chung và tất cả những ngành nghề khác nói riêng và trong đó ắt hẳn nhiều doanh nghiệp sẽ chịu nhiều tác động của những thách thức này. Trong tình hình chung đó thì doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNVVN) sẽ chịu nhiều tác động nhất.

DNVVN đóng một vai trò “then chốt” trong phát triển kinh tế vì đây là một trong những lực lượng đóng góp chính vào sự tăng trưởng kinh tế (Saad và cộng sự, 2017). Trong môi trường kinh doanh cạnh tranh khốc liệt, đổi mới là rất quan trọng không chỉ để tồn tại mà còn để nắm bắt cơ hội mới, tìm cách bảo vệ tài sản tri thức và cố gắng đạt được lợi thế cạnh tranh trên thị trường (Hurmelinna- Laukkanen và cộng sự, 2008; Teece, 2000; Samson và Gloet, 2014). Khả năng phát triển cũng như tung ra các sản phẩm mới sáng tạo sử dụng công nghệ tiên tiến trước hoặc sau các đối thủ cạnh tranh là rất quan trọng để đạt được lợi thế đi đầu, đạt được thành công về sản phẩm, giành được thị phần, lợi nhuận tăng đều và phát triển bền vững (Allocca và Kessler, 2006; Cakar và Ertürk, 2010). Một tổ chức phải phát triển năng lực đổi mới để trở nên sáng tạo (Saunila và Ukko, 2012). Đổi mới là một quá trình phát triển trong một tổ chức liên quan đến việc áp dụng bất kỳ sản phẩm, cơ chế, luật pháp hoặc dịch vụ mới nào (Calantone và cộng sự, 2002; Saunila và Ukko, 2013). Nó là một quá trình

tận dụng các nguồn lực của doanh nghiệp (DN) với một năng lực mới để tạo ra các giá trị nhất định (Yang và cộng sự, 2006; Saunila và Ukko, 2013).

Hơn nữa, qua tổng quan tình hình nghiên cứu trên thế giới, có rất nhiều nghiên cứu sâu về đổi mới sáng tạo, có thể phân làm 2 nhóm: một là nghiên cứu tác động của quản trị tri thức tới kết quả đổi mới sáng tạo và tới kết quả kinh doanh của DN; hai là nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến quản trị tri thức (cụ thể là chia sẻ tri thức cá nhân). Tuy nhiên, những nghiên cứu hiện nay cho thấy rằng phần lớn là đều là những chuyên sâu, đơn lẻ về một nhân tố, một loại tác động. Còn rất thiếu những nghiên cứu mang tính toàn diện và tích hợp trong một quá trình, thể hiện cơ chế chia sẻ tri thức cá nhân trong tổ chức tạo ra đổi mới sáng tạo và kết quả kinh doanh cấp công ty. Trong những năm gần đây, tại Việt Nam hiện nay chủ yếu là những báo cáo chung mà có rất ít đề tài nghiên cứu sâu mang nhiều tính học thuật vào đổi mới sáng tạo của DN, đặc biệt là nghiên cứu theo một mô hình tích hợp và toàn diện về chia sẻ tri thức cá nhân, kết quả đổi mới sáng tạo, và hoạt động kinh doanh của DN. Bên cạnh đó, cũng có đề tài của Nhâm Phong Tuấn tập trung nghiên cứu về một quá trình từ những nhân tố quyết định đến sự chia sẻ tri thức cá nhân đến sự đổi mới sáng tạo và kết quả kinh doanh của DN tại Việt Nam.

Vì sự quan trọng của năng lực đổi mới các nhà nghiên cứu đã tìm cách xác định các động lực khác nhau của đổi mới (Becheikh & cộng sự, 2006; Kim & cộng sự, 2012). Quản lý chất lượng và đổi mới là những hoạt động gia tăng nhanh chóng cho tất cả các loại hình DN và chúng thường gắn liền với việc đạt được lợi thế cạnh tranh (López-Mielgo & cộng sự, 2009; Kumar & Sharma, 2017; Psomas & cộng sự, 2018). Cả hai đều có thể được xem là năng lực tổ chức năng động dựa trên sự học hỏi, thăng tiến và luôn thay đổi (López-Mielgo và cộng sự, 2009). Không kém phần quan trọng, tính đổi mới thật sự quan trọng đối với chất lượng vượt trội và đặc điểm xác định khả năng nghiên cứu và phát triển thị trường này giúp các công ty đạt được lợi thế cạnh tranh do bản chất của nó là kích thích sự thành công của cải tiến mới (Zehir và cộng sự, 2015). Do đó, không có gì ngạc nhiên khi nhiều công ty sản xuất và dịch vụ có tư duy tiến bộ trên thế giới tập trung vào năng lực đổi mới sáng tạo như Vinfast và Viettel của Việt Nam.

Cùng với đó thì quản trị tri thức cũng giúp tạo ra tri thức; chúng có thể kích thích việc tiếp thu tri thức, lưu trữ tri thức, bảo vệ tri thức và chia sẻ tri thức trong một

tổ chức (Gold và cộng sự, 2001). quản trị tri thức nhấn mạnh nhu cầu thiết lập kho lưu trữ kiến thức và tạo ra môi trường chia sẻ kiến thức để cải tiến nhiều hơn cho tổ chức. Các công ty sản xuất muốn thành công cần phải hiểu rõ cách hình thành, quản lý và kiểm soát sự hợp tác, phối hợp giữa các tổ chức và mối quan hệ hợp tác với các đối tác thông qua quản trị tri thức (Lee & cộng sự, 2005; Pisano & Verganti, 2008). Qua phân tích cho thấy chưa có nghiên cứu nào là toàn diện về quản trị tri thức; cụ thể là làm sao quản trị tri thức hiệu quả và đổi mới việc quản trị tri thức để tạo ra kết quả kinh doanh thì thật sự hạn chế trong tất cả các DN nói chung và rất hạn chế cho các DN trong ngành Cửa tại TPHCM nói riêng, do đó nghiên cứu tiếp theo là cần thiết để làm tăng khả năng khái quát hoá tác động trực tiếp và gián tiếp của năng lực quản trị tri thức đến kết quả kinh doanh trong các DN trong ngành cửa trong địa bàn TPHCM.

Bên cạnh đó vốn xã hội đã được công nhận là một thành phần then chốt trong việc giải thích hiệu suất trong một loạt các lĩnh vực mà các học giả tổ chức quan tâm. Cụ thể, vốn xã hội được quan niệm là một loại vốn, song song đó các loại vốn (capiatal) khác điển hình là vốn kinh tế, vốn con người và vốn văn hoá (Nguyễn Tuấn Anh, 2011). Nhà nghiên cứu Lyda Judson Hanifan được coi là người “tiên phong” đưa ra khái niệm vốn xã hội vào năm 1916 (Nguyễn Tuấn Anh, 2011 trích theo Hanifan, 1916). Từ đó, Hanifan sử dụng khái niệm vốn xã hội để nêu rõ sự thân hữu, sự đồng cảm lẫn nhau và cũng như tương tác giữa các thành viên hay gia đình. Đến những năm 1980, vốn xã hội đã được lưu vào từ điển khoa học xã hội (Nguyễn Tuấn Anh, 2011 dẫn theo Fukuyama, 2002). Từ đầu những năm 1970, Bourdieu đã dùng khái niệm này trong các nghiên cứu của chính ông. Đến nay vốn xã hội được phần lớn các tác giả sử dụng và diễn giải theo nhiều cách khác nhau (Nguyễn Tuấn Anh, 2011 căn cứ theo Bourdieu, 1986; Coleman, 1988; Fukuyama, 2001). Phân tích các khái niệm cho thấy trong đó vừa có cả sự thống nhất và có cả cách hiểu khác nhau về vốn xã hội (Nguyễn Tuấn Anh, 2011). Về phần thống nhất, trước hết các tác giả cho rằng vốn xã hội gắn liền với mạng lưới xã hội, quan hệ xã hội, vốn xã hội kết nối mạng lưới xã hội tương đối bền vững; vốn xã hội nằm trong quan hệ xã hội (Nguyễn Tuấn Anh, 2011). Điểm chung thứ hai là vốn xã hội dùng khái niệm nguồn lực để giải thích. Điểm chung thứ ba là vốn xã hội được tạo ra thông qua việc đầu tư vào các mối quan hệ xã hội, và các cá nhân có thể sử dụng vốn xã hội để tìm kiếm lợi ích. Tuy nhiên vốn xã hội khác nhau giữa các nhà nghiên cứu là vốn xã hội là nguồn lực liên kết với các mạng lưới xã hội

(Nguyễn Tuấn Anh, 2011 dẫn theo khi Bourdieu, 1986); còn theo Coleman (1988) cho rằng vốn xã hội là khía cạnh của cấu trúc xã hội mà những khía cạnh này tạo thuận lợi cho hành động của các cá nhân (Nguyễn Tuấn Anh, 2011 lập luận theo Coleman, 1988). Hiện tại, khái niệm vốn xã hội vẫn đang được tiếp tục thảo luận, phát triển với nhiều định nghĩa, cách giải thích khác nhau, và cả những phê phán đi kèm. Đánh giá một cách tổng thể thì sự khác nhau đó tạo ra cả khó khăn lẫn thuận lợi cho việc áp dụng khái niệm này vào các nghiên cứu cụ thể (Nguyễn Tuấn Anh, 2011). Về mặt thuận lợi, sự đa dạng và phong phú về định nghĩa và cách giải thích cho thấy vốn xã hội có thể được áp dụng vào nhiều lĩnh vực nghiên cứu khác nhau (Nguyễn Tuấn Anh, 2011). Qua đó cho thấy tầm quan trọng của vốn xã hội trong nền kinh tế hiện nay và hơn nữa, Vốn xã hội được thừa nhận có tác động lên kết quả kinh doanh trong một loạt nhiều lĩnh vực mà các học giả tổ chức quan tâm. Các tổ chức chỉ có thể có được kiến thức chuyên môn mới và nâng cao hiệu quả hoạt động của mình bằng cách thiết lập các mối quan hệ kinh doanh với một số đơn vị khác (Maurer và cộng sự, 2011). Hơn nữa, hệ thống mạng lưới của một công ty, bao gồm sự gắn bó, gắn kết và tin tưởng cao (Adler và Kwon, 2002), và một tầm nhìn chung, có thể hỗ trợ các công ty phát hiện các cơ hội đổi mới và cố gắng thích ứng với những thay đổi của môi trường (Adler và Kwon, Năm 2002). Tuy nhiên, mối quan hệ giữa chúng và sự đóng góp riêng biệt của ba khía cạnh đó vào hoạt động chuỗi cung ứng của SX-KD Cửa vẫn chưa được khai thác.

Tuy vốn xã hội được quan tâm và được nghiên cứu nhiều nhưng tác động trực tiếp và gián tiếp đến kết quả kinh doanh của vốn xã hội trong ngành Cửa tại TPHCM thì quá hạn chế vì vậy nên cần tiếp tục nghiên cứu để làm rõ hơn ảnh hưởng của vốn xã hội đến kết quả kinh doanh của các DN ngành Cửa ở TPHCM.

Dù là vậy nhưng với hơn 30 nghìn cơ sở SX-KD lớn nhỏ trong cả nước ít ai trong số các nhà quản trị biết rõ và toàn diện làm sao để sử dụng vốn xã hội để tạo kết quả kinh doanh và như vậy các hoạt động SX- KD không theo bất kỳ một tiêu chuẩn kỹ thuật hay quản lý chất lượng nào? Cùng với tốc độ phát triển nhanh chóng của ngành Xây dựng, lĩnh vực SX -KD Cửa cũng có những bước phát triển mạnh mẽ. Không còn giới hạn ở những cơ sở SX-KD nhỏ lẻ với những bác thợ mộc, thợ nề, với gỗ xoan, căm xe, gỗ gụ... chất liệu SX Cửa ngày càng phong phú hơn, đáp ứng nhu cầu thị trường, từ nhôm đến nhựa PVC, cửa sắt, kính các loại, composit, HDF,... và

với nhiều chủng loại cửa khác nhau như cửa cuốn, cửa kéo, Cửa mở quay, Cửa xếp trượt, Cửa lùa, Cửa tự động, Cửa chống cháy với quy mô của các cơ sở SX-KD Cửa cũng ngày càng lớn. Các công trình cao tầng càng ngày được xây dựng càng nhiều và đòi hỏi đặc tính kỹ thuật, chất lượng và tính thẩm mỹ cao. Điều này cũng đòi hỏi các DN SX-KD Cửa phải có quy mô, công nghệ và tay nghề của đội ngũ cán bộ kỹ thuật ngày càng cao, ngày càng lớn hơn, thiết bị chuyên nghiệp để đảm bảo chất lượng và tiến độ thi công.

Theo thống kê sơ bộ thì các DN Cửa và vật tư ngành Cửa (ngành Cửa), ở mỗi tỉnh, thành có ít nhất khoảng 500 cơ sở SX-KD Cửa. Ước tính cả nước hiện nay đã có hơn 30 nghìn cơ sở SX-KD lớn nhỏ trong lĩnh vực này, với hàng trăm nghìn nhân công. Thế nhưng các DN ngành Cửa lại chưa chịu bất kỳ một sự quản lý chất lượng hay tiêu chuẩn kỹ thuật nào. Tất cả vẫn là mạnh ai nấy làm, tình trạng đầu tư SX-KD manh mún, tự phát, cạnh tranh không lành mạnh theo kiểu mạnh ai người nấy làm, hàng thật, hàng giả lẫn lộn vừa làm vừa tự mày mò, nghiên cứu.

Đặc biệt hơn, trong hệ thống các văn bản quy phạm pháp luật hiện nay, chưa có hoặc có nhưng rất hiếm văn bản quy định về tiêu chuẩn kỹ thuật chất lượng đối với lĩnh vực Cửa. Điều đó có nghĩa, sản phẩm làm ra chưa được quản lý bởi cơ quan chức năng nào? Sản phẩm tung ra thị trường của nhà SX nào thì theo tiêu chuẩn của nhà SX đó.

Hạn chế của các DN SX-KD Cửa tại Việt Nam là không có hệ thống tiêu chuẩn chất lượng, trong khi đó, các DN nước ngoài khi dự thầu thường đưa ra các văn bản, quy chuẩn tiêu chuẩn kỹ thuật chất lượng khẳng định chất lượng sản phẩm rất bài bản của nước họ, trong khi DN trong nước thì rất lúng túng trong vấn đề này.

Theo kinh nghiệm của tác giả: “Cửa và kính chiếm tỷ lệ tới 1/4 diện tích tường trong một ngôi nhà. Trước thực trạng hàng tốt, hàng nhái, hàng xấu lẫn lộn, chúng tôi mong muốn Nhà nước xây dựng bộ tiêu chuẩn, quy chuẩn về ngành Cửa, làm tiêu chí để DN dựa vào thực hiện. Hiện nay, nhà SX-KD nào cũng nói sản phẩm của mình tốt mà không có ai đánh giá sản phẩm đó đang ở cấp độ nào”. Chất lượng sản phẩm là yếu tố rất quan trọng nhưng không được quan tâm nhiều, cơ quan kiểm soát thì quá hạn chế. Ngay như với thanh nhôm, thanh nhựa cũng đã có rất nhiều chủng loại khác nhau, nên phải có những quy chuẩn, tiêu chuẩn tối thiểu quy định để mọi người thực hiện.

Chính vì lẽ đó, các DN SX-KD Cửa muốn tạo nên lợi thế cạnh tranh cho mình để cạnh tranh trong thị trường ngày càng khốc liệt này, thì các nhân tố nguồn lực, NLD (năng lực động) thuộc sở hữu của DN là một phần tất yếu cho DN mình. Từ thực tiễn cấp thiết đó, tác giả chọn nghiên cứu chủ đề ***“Tác động của năng lực quản trị tri thức và vốn xã hội đến kết quả kinh doanh thông qua vai trò trung gian của năng lực đổi mới: trường hợp các doanh nghiệp trong ngành sản xuất - kinh doanh Cửa tại thành phố Hồ Chí Minh”***. Qua đó làm sáng tỏ hơn vai trò trung gian của năng lực đổi mới đến tác động của năng lực quản trị tri thức và vốn xã hội vào kết quả kinh doanh trong luận án này.

1.2. MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU

Mục tiêu chung, nghiên cứu này là khám phá bản chất của các năng lực quản trị tri thức và vốn xã hội tác động vào kết quả kinh doanh bị chi phối bởi trung gian của năng lực đổi mới; song song đó nêu đề xuất mô hình nghiên cứu và kiểm định các nhân tố tác động vào kết quả kinh doanh. Đề tài luận án này được thực hiện nhằm đáp ứng các mục tiêu điển hình cụ thể:

Một là, khám phá tác động của năng lực quản trị tri thức đến kết quả kinh doanh trong ngành SX-KD Cửa tại TPHCM.

Hai là, khám phá ảnh hưởng của vốn xã hội vào kết quả kinh doanh tại các DN ngành SX-KD Cửa ở TPHCM.

Ba là, khám phá ảnh hưởng vốn xã hội và năng lực quản trị tri thức đến kết quả kinh doanh có bị tác động chi phối bởi biến trung gian năng lực đổi mới trong ngành SX-KD Cửa tại TPHCM.

Bốn là, điều chỉnh và bổ sung thang đo các nhân tố trong mô hình nghiên cứu

Năm là, đề xuất các hàm ý quản trị, nêu gợi ý đề xuất cho các DN thuộc ngành SX-KD Cửa tại Việt Nam, những định hướng đầu tư phát triển các yếu tố năng lực quản trị tri thức, vốn xã hội, năng lực đổi mới nhằm đạt kết quả kinh doanh cao.

1.3. ĐỐI TƯỢNG NGHIÊN CỨU, ĐƠN VỊ VÀ ĐỐI TƯỢNG KHẢO SÁT

Đối tượng nghiên cứu: tác động của năng lực quản trị tri thức và vốn xã hội vào kết quả kinh doanh thông qua trung gian năng lực đổi mới tại những DN trong ngành SX-KD Cửa tại TPHCM.

Đơn vị khảo sát: những DN trong ngành SX-KD Cửa khu vực TPHCM.

Đối tượng khảo sát: các nhà quản trị/CEO là thành viên trong ban Giám đốc trực tiếp điều hành những DN SX- KD Cửa khu vực TPHCM.

1.4. PHẠM VI NGHIÊN CỨU

Phạm vi về nội dung: nghiên cứu các mối quan hệ giữa năng lực quản trị tri thức và vốn xã hội tác động đến kết quả kinh doanh bị chi phối bởi trung gian của năng lực đổi mới và những tài liệu, lý thuyết nghiên cứu khác có liên quan đến nội dung đề tài của luận án.

Phạm vi về không gian: Tác giả tập trung nghiên cứu những DN trong ngành SX-KD Cửa tại TPHCM. Vì Thành phố là trung tâm kinh tế đầu tàu của cả nước cụ thể khi TPHCM chỉ chiếm 0,6% (2.095m²) diện tích cả nước và dân số 9,2 triệu người; tuy nhiên đóng góp chính cho sự phát triển kinh tế cả nước. TPHCM tăng trưởng ổn định qua các năm, GRDP tăng bình quân là 8,3%/năm, qui mô GRDP năm 2020 ước chiếm 22,8% GDP cả nước và khoảng 48,4% GRDP của Vùng. GRDP bình quân đầu người đến năm 2020 đạt 6.799 USD. Cơ cấu kinh tế duy trì tỷ trọng hợp lý, khu vực dịch vụ giữ tỷ trọng lớn nhất trong GRDP, năm 2020 đạt 62,13%, vượt chỉ tiêu đề ra là 56% - 58%, khu vực công nghiệp - xây dựng ước đạt 24,61%. Tốc độ tăng thu ngân sách nhà nước từ khu vực kinh tế giai đoạn 2016 - 2020 là 12,17%, cao hơn so với tốc độ tăng trưởng GRDP. Ước thực hiện tổng thu ngân sách nhà nước trên địa bàn từ năm 2016 - 2020 là 1.857.204 tỷ đồng¹. Hiện có trên 700 doanh nghiệp trong ngành cửa hoạt động trong phạm vi này, điều đó tác giả cho rằng với số lượng doanh nghiệp trên đủ để đại diện cho ngành Cửa tại Việt Nam nói chung.

Phạm vi về thời gian: luận án này do có một số giới hạn nhất định về khung thời gian, cho nên các thông tin sẽ được thực hiện thu thập từ tháng 03/2021 tới 10/2021 và thời gian thực hiện đề tài từ tháng 11.2021 đến 11/2022

1.5. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

1.5.1. Lựa chọn phương pháp nghiên cứu

Dựa theo mục tiêu nghiên cứu của đề tài và phương pháp nghiên cứu của nhiều nghiên cứu trước có liên quan đến luận án; trong đó phần lớn các nghiên cứu trước vận dụng kết hợp cả phương pháp nghiên cứu định tính và phương pháp nghiên cứu định

¹ Bảo, P. N. (2020). Thành phố Hồ Chí Minh giữ vững vai trò đầu tàu phát triển của vùng kinh tế trọng điểm phía Nam, [<https://www.tapchiconsan.org.vn/web/guest/thuc-tien-kinh-nghiem1/-/2018/820620/thanh-pho-ho-chi-minh-giu-vung-vai-tro-dau-tau-phat-trien-cua-vung-kinh-te-trong-diem-phia-nam.aspx>] (Ngày truy cập: 22/10/2022).

lượng. Chính vì điều đó tác giả cũng đề xuất phương pháp nghiên cứu cho đề tài của luận án này cũng kết hợp cả hai vừa phương pháp nghiên cứu định tính vừa phương pháp nghiên cứu định lượng. Cụ thể bối cảnh nghiên cứu này nghiên cứu sinh vận dụng cả hai vừa phương pháp nghiên cứu định tính và phương pháp nghiên cứu định lượng để đảm bảo sự logic và chặt chẽ từ lý thuyết đến thực tiễn nghiên cứu.

1.5.2. Nghiên cứu định tính

Nghiên cứu định tính được tiến hành qua phỏng vấn trực tiếp chuyên gia và sau đó thảo luận nhóm tập trung. Lý thuyết về phương pháp nghiên cứu cho thấy rằng thảo luận nhóm tập trung là một công cụ phù hợp.

Mẫu khảo sát: nghiên cứu định tính được thực hiện qua trao đổi ý kiến chuyên gia; sau đó thực hiện thảo luận với một nhóm nhỏ, vì vậy mẫu không chọn theo phương pháp xác suất mà chọn mẫu theo mục đích xây dựng lý thuyết, thường được gọi là chọn mẫu lý thuyết (Coyne 1997; Strauss & Corbin, 1998). Đầu tiên tác giả gợi ý và nêu câu hỏi và thu thập nội dung trả lời của hai chuyên gia, kết quả thảo luận hình thành nên bảng câu hỏi nháp. Tiếp theo đó tác giả chọn một nhóm 8 nhà quản trị (CEO) tại DN kinh doanh Cửa tại TPHCM tập trung tại cùng một vị trí tại TPHCM và sau đó giới thiệu mục tiêu của nghiên cứu, sau khi từng CEO hiểu rõ mục tiêu của nghiên cứu, tác giả gửi bảng câu hỏi nháp cho họ xem qua và trao đổi trực tiếp với họ để thu thập, xác định thêm những thành phần tác động đến kết quả kinh doanh cũng như các mối quan hệ trung gian giữa các yếu tố và có ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh; Sau khi trao đổi với nhóm gồm 8 CEO (lần 1) kết thúc xong, tác giả lại chọn tiếp một nhóm CEO khác cũng gồm 8 thành viên vào thời điểm khác để trao đổi và thảo luận trao đổi cũng tương tự bằng cách giới thiệu mục tiêu nghiên cứu và sau khi họ hiểu rõ mục tiêu nghiên cứu, tác giả thực hiện thảo luận gửi trực tiếp cho họ xem bảng câu hỏi nháp; Sau đó trao đổi trực tiếp với họ và thảo luận lặp đi lặp lại cho đến khi đến người cuối cùng trong nhóm thứ hai trả lời kết thúc thì kết quả nội dung thảo luận nhóm bão hòa và không khám phá thêm được những thành phần khác tác động đến kết quả kinh doanh cũng như những mối quan hệ khác trong mô hình nghiên cứu và cũng như từng nội dung phát biểu (biến quan sát) thuộc thang đo các nhân tố trong bảng câu hỏi.

1.5.3. Nghiên cứu định lượng

Trước khi tiến hành nghiên cứu định lượng chính thức tác giả tiến hành nghiên cứu định lượng sơ bộ bằng bảng câu hỏi và trao đổi trực tiếp với các CEO đang điều hành những DN SX-KD Cửa ở TPHCM với 70 nhà quản trị/CEO để đánh giá và điều chỉnh thang đo trước khi nghiên cứu định lượng chính thức.

Nghiên cứu chính thức (định lượng) được tiến hành ngay khi bảng câu hỏi được chỉnh sửa từ kết quả nghiên cứu định lượng sơ bộ. Nghiên cứu này được thực hiện bằng phương pháp phân tầng; cụ thể phỏng vấn trực tiếp 400/700 các CEO đang điều hành DN kinh doanh cửa tại TPHCM. Trong nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích khám phá (EFA). Phân tích nhân tố cần kích thước mẫu ít nhất là 200 quan sát (Gorsuch, 1983); còn Hatcher (1994) và Hair & cộng sự (1998) cho rằng kích cỡ mẫu bằng ít nhất 5 lần số biến quan sát. Dựa vào số biến quan sát trong nghiên cứu này thì số lượng cần thiết là từ 400 quan sát trở lên.

Để đạt được kích thước mẫu nêu trên, 400 bảng câu hỏi được gửi trực tiếp cho các CEO đang điều hành tại các DN kinh doanh Cửa tại TPHCM. Mỗi câu hỏi được đo lường dựa trên thang đo Likert gồm 5 điểm và sử dụng SPSS cho phân tích số liệu.

Phương pháp phân tích số liệu:

Nghiên cứu sử dụng các công cụ phân tích dữ liệu: kiểm định thang đo bằng hệ số tin cậy Cronbach's Alpha và loại bỏ các biến có hệ số tương quan giữa biến - tổng nhỏ. Sử dụng phân tích nhân tố khám phá (EFA) loại bỏ các biến có thông số nhỏ bằng cách kiểm tra các hệ số tải nhân tố (factor loading) và các phương sai trích. Sau đó, tiến hành phân tích nhân tố khẳng định CFA để xác định những biến quan sát chung nhất của từng yếu tố. Sau cùng tiến hành phân tích kiểm định mô hình bằng mô hình cấu trúc tuyến tính SEM.

1.6. TÍNH MỚI VÀ NHỮNG ĐÓNG GÓP CỦA LUẬN ÁN

Bổ sung và điều chỉnh thang đo lường năng lực đổi mới trong ngành SX-KD Cửa tại TPHCM.

Kiểm định ảnh hưởng của năng lực quản trị tri thức và vốn xã hội vào kết quả kinh doanh bị chi phối bởi trung gian của năng lực đổi mới ở các DN trong ngành SX-KD Cửa ở TPHCM.

Nghiên cứu góp phần nâng cao kết quả kinh doanh thông qua đầu tư và cải thiện năng lực quản trị tri thức, vốn xã hội và năng lực đổi mới cho các công ty trong ngành SX-KD Cửa ở TPHCM.

1.7. KẾT CẤU CỦA LUẬN ÁN

Bộ cục của luận án bao gồm 5 chương. Chương 1 giới thiệu tổng quan các nghiên cứu, lựa chọn phương pháp nghiên cứu cho luận án. Chương 2 trình bày quá trình hình thành các định nghĩa liên quan đến khái niệm năng lực quản trị tri thức, vốn xã hội, năng lực đổi mới và kết quả kinh doanh. Tổng hợp các nghiên cứu trước, các giả thuyết nghiên cứu và đề xuất mô hình nghiên cứu của luận án. Trong chương 3 bắt đầu từ phần trình bày qui trình nghiên cứu, tiếp theo là trình bày phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng của nghiên cứu sơ bộ và đồng thời phân tích nghiên cứu định lượng chính thức. Nội dung chính của chương 4 trình bày nội dung kết quả của nghiên cứu định lượng chính thức, thảo luận nội dung, nghiên cứu kết quả so với các giả thuyết đã nêu ban đầu của luận án. Và nội dung chính của chương 5 kết luận đóng góp của luận án về mặt lý thuyết và thực tiễn, đồng thời đề xuất các hàm ý quản trị cho các nhà lãnh đạo điều hành các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh Cửa tại TPHCM. Bên cạnh đó, cũng đưa ra những mặt hạn chế của luận án, điều này sẽ làm cơ sở cho các nghiên cứu tiếp theo nghiên cứu sẽ tốt hơn.

TÓM TẮT CHƯƠNG 1

Trong chương một trình bày bối cảnh và thực trạng của ngành dự định nghiên cứu qua đó làm cơ sở đề xuất nghiên cứu. Các khoảng trống nghiên cứu sẽ được mô tả sau khi phân tích ở mục tính cấp thiết của đề tài. Đây cũng là cơ sở để xác định các mục tiêu nghiên cứu, câu hỏi nghiên cứu. Các chương tiếp theo sẽ được trình bày chi tiết nội dung ở từng chương tiếp theo.

CHƯƠNG 2

CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

Giới thiệu chương

Chương hai tác giả tìm hiểu, thảo luận những lý thuyết quan trọng trong lĩnh vực nghiên cứu. Sau đó phân tích các mối quan hệ, phát triển các giả thuyết nghiên cứu. Sau cùng, từ các lập luận trên đề xuất mô hình nghiên cứu.

2.1. CƠ SỞ LÝ THUYẾT

2.1.1. Các lý thuyết nền

2.1.1.1. Lý thuyết doanh nghiệp

Nhiệm vụ chính của lý thuyết doanh nghiệp là xác định tại sao doanh nghiệp tồn tại, doanh nghiệp được thành lập như thế nào và doanh nghiệp thực hiện những chức năng gì (Spulber, 2009). Doanh nghiệp là các tổ chức kinh tế có mục tiêu, quyết định và hoạt động là kết quả của các lực lượng kinh tế cơ bản (Spulber, 2009). Lý thuyết về doanh nghiệp nhất thiết bắt nguồn từ sự tồn tại của các công ty và từ những giả định cơ bản về đặc điểm của người tiêu dùng, những người có sở thích và năng lực tài chính. Vì vậy, người tiêu dùng là cơ sở để xây dựng lý thuyết doanh nghiệp (Spulber, 2009).

Người tiêu dùng phải chịu chi phí mặc cả trong trao đổi trực tiếp và trong việc thành lập các tổ chức tiêu dùng (Spulber, 2009) chỉ ra rằng “chi phí đàm phán và ký kết một hợp đồng riêng biệt cho mỗi giao dịch trao đổi diễn ra trên thị trường cũng phải được tính đến.” Các quan sát thấy rằng ở một số thị trường nhất định, các kỹ thuật được đưa ra để giảm thiểu nhưng không loại bỏ những chi phí này, chẳng hạn như trao đổi sản phẩm tươi sống (Spulber, 2009). Các công ty có cơ chế cải thiện hiệu quả của các giao dịch liên quan đến thương lượng giữa người tiêu dùng. Các cơ chế giao dịch này có thể không khả thi đối với người tiêu dùng (Spulber, 2009). Các công ty cung cấp các hợp đồng được tiêu chuẩn hóa và các quy trình kinh doanh thông thường khác giúp giảm chi phí thương lượng. Các công ty chuẩn hóa các quy trình kinh doanh và đạt được hiệu quả kinh tế theo quy mô trong các giao dịch (Spulber, 2009). Bằng cách tập trung trao đổi, các công ty có thể niêm yết giá, vận hành đấu giá và tiêu chuẩn hóa trao đổi (Spulber, 2009).

Giá niêm yết của công ty hoặc cơ chế đấu giá tạo ra sự khác biệt quan trọng giữa nhu cầu của người mua và nguồn cung của người bán (Spulber, 2009). Với giá niêm yết, công ty giao dịch với những người mua sẵn sàng trả cao hơn giá chào bán của công ty và công ty giao dịch với những người bán có chi phí thấp hơn giá dự thầu của công ty (Spulber, 2009). Với đấu giá kép, công ty xác định người mua sẵn sàng trả cao và người bán có lợi vì chi phí thấp; song song đó phân tách nhu cầu và nguồn cung cấp thông qua giá cân bằng được lựa chọn bởi cuộc đấu giá (Spulber, 2009). Các công ty hợp nhất nhu cầu của nhiều khách hàng hoặc nguồn cung cấp của nhiều người bán. Sau đó, công ty có thể đăng bảng giá trên cơ sở thông tin tổng hợp về nhu cầu của khách hàng hoặc nguồn cung do người bán cung cấp (Spulber, 2009). Ngoài ra, công ty có thể thu thập thông tin chi tiết hơn về cung và cầu thông qua cơ chế đấu giá hoặc thông qua quan sát lặp đi lặp lại các giao dịch mua và bán (Spulber, 2009).

Các công ty là trung gian điều phối người mua và người bán. Người mua và người bán giao dịch với một công ty thay vì tham gia trao đổi trực tiếp nếu công ty tăng lợi ích trừ đi chi phí giao dịch (Spulber, 2009). Trong thực tế, các công ty phải chịu nhiều chi phí mua và bán, bao gồm tìm kiếm đối tác thương mại, thiết lập giá cả, trao đổi thông tin về giá cả và sản phẩm, đàm phán và soạn hợp đồng, thu xếp thanh toán, ghi lại dữ liệu trao đổi và giám sát việc thực hiện hợp đồng (Spulber, 2009). Các công ty có thể giảm chi phí giao dịch bằng cách nội bộ hóa một số phần của trao đổi (Spulber, 2009). Các nhà bán buôn và bán lẻ là các công ty chuyên biệt tập trung vào phân phối và bán hàng (Spulber, 2009).

Các công ty tổng hợp các giao dịch để tạo ra lợi nhuận từ sự phối hợp và quy mô, do đó đóng vai trò là nhà tạo lập thị trường (Spulber, 2009). Trong các trường hợp khác, các công ty phân tách các giao dịch để tạo ra lợi nhuận; cụ thể qua việc kết nối người mua và người bán một cách chính xác hơn (Spulber, 2009). Trong những trường hợp khác, các công ty tạo ra các loại giao dịch mới giúp người mua và người bán tiếp cận nhau theo những cách sáng tạo (Spulber, 2009). Spulber (2009) xác định các tập đoàn lớn và các nhà quản lý của họ là “bàn tay hữu hình” chịu trách nhiệm cho phần lớn việc ra quyết định kinh tế (Spulber, 2009)

Công ty giải quyết các vấn đề rủi ro thông qua các hợp đồng thị trường và trong tổ chức của mình thông qua các biện pháp khuyến khích cho các nhà quản lý, nhân viên và các đơn vị kinh doanh (Spulber, 2009). Công ty có thể thưởng cho các đại lý

dựa trên hiệu quả của họ và thước đo hiệu quả tổng hợp. Spulber (2009) chỉ ra rằng với sự không chắc chắn và theo lý thuyết thống kê đầy đủ, chương trình khuyến khích tối ưu chỉ cần sử dụng thông tin tổng hợp về hiệu suất. Spulber (2009) chỉ ra rằng khi tất cả các đầu ra là độc lập, mức bù tối ưu thì chương trình có thể dựa trên sản lượng riêng lẻ của từng người bán, vì vậy không có lợi thế gì cho các chương trình trả thưởng chung (Spulber, 2009).

Một công ty có thể ký hợp đồng đồng thời với nhiều người ủy thác và nhiều đại lý (Spulber, 2009). Công ty có thể tổ chức thị trường khác với trao đổi song phương. Công ty có thể hoạt động như một trung gian giữa nhóm điều hành và nhóm đại lý (Spulber, 2009). Điều này mang lại hai lợi thế tiềm năng cho công ty. Điều này cho phép công ty kết nối các hợp đồng và cải thiện hiệu suất hoạt động của mình (Spulber, 2009). Công ty có thể thưởng cho đại lý dựa trên hiệu suất làm việc của họ. Điều này có thể khiến các đại lý cạnh tranh với nhau (Spulber, 2009).

Các công ty là trung gian điều phối người mua và người bán. Người mua và người bán giao dịch với một công ty thay vì tham gia trao đổi trực tiếp nếu công ty tăng lợi ích trừ đi chi phí giao dịch (Spulber, 2009). Trong thực tế, các công ty phải chịu nhiều chi phí mua và bán, bao gồm tìm kiếm đối tác thương mại, thiết lập giá cả, trao đổi thông tin về giá cả và sản phẩm, đàm phán và soạn hợp đồng, thu xếp thanh toán, ghi lại dữ liệu trao đổi và giám sát việc thực hiện hợp đồng (Spulber, 2009). Các công ty có thể giảm chi phí giao dịch bằng cách nội bộ hóa một số phần của trao đổi (Spulber, 2009). Các nhà bán buôn và bán lẻ là các công ty chuyên biệt tập trung vào phân phối và bán hàng (Spulber, 2009).

Các công ty tổng hợp các giao dịch để tạo ra lợi nhuận từ sự phối hợp và quy mô, do đó đóng vai trò là nhà tạo lập thị trường (Spulber, 2009). Trong các trường hợp khác, các công ty phân tách các giao dịch để tạo ra lợi nhuận; cụ thể qua việc kết nối người mua và người bán một cách chính xác hơn (Spulber, 2009). Trong những trường hợp khác, các công ty tạo ra các loại giao dịch mới giúp người mua và người bán tiếp cận nhau theo những cách sáng tạo. Spulber (2009) xác định các tập đoàn lớn và các nhà quản lý của họ là “bàn tay hữu hình” chịu trách nhiệm cho phần lớn việc ra quyết định kinh tế.

2.1.1.2. Lý thuyết sự tăng trưởng của doanh nghiệp

Hoàn toàn trái ngược với kinh tế học tân cổ điển, khoảng 25 năm qua đã chứng kiến sự hồi sinh lớn của tác phẩm Penrose trong các lĩnh vực khác, đáng chú ý là kinh tế học tổ chức, quản lý chiến lược, kinh doanh quốc tế, khởi nghiệp và thậm chí quản lý nguồn nhân lực (Penrose, 2009). Trong những lĩnh vực này, lý thuyết dựa trên nguồn lực, dựa trên năng lực hoặc dựa trên tri thức của công ty, có hoặc không có sự thừa nhận rõ ràng về tác phẩm của Penrose, đã xem xét lại tất cả các điểm chính của Penrose (Penrose, 2009).

Penrose ở đây không chỉ đề cập đến 'sự hấp dẫn của ngành' và 'định vị', cách tiếp cận chiến lược kiểu Porter (Penrose, 2009 trích theo Porter, 1985), mà còn đề cập đến cách tiếp cận dựa trên nguồn lực, dựa trên năng lực động đang nổi lên lúc bấy giờ, và/hoặc cách tiếp cận dựa trên tri thức đối với chiến lược. Tất cả những điều này được xây dựng một cách có ý thức hoặc vô thức trong tác phẩm của Penrose, cũng như của Chandler (1962), Demsetz (1973) và những người khác, bao gồm cả những nhân vật sáng lập của kinh tế học, chẳng hạn như Adam Smith và Alfred Marshall (Penrose, 2009). Khi đang theo học tại một trường kinh doanh, Penrose đã bắt gặp một số tài liệu ban đầu, đáng chú ý là bài báo kinh điển hiện nay của Teece (1982) kết hợp các ý tưởng dựa trên tài nguyên và chi phí giao dịch lấy cảm hứng từ Penrose để giải thích về công ty đa sản phẩm (Penrose, 2009).

Kể từ đó, lý thuyết đã mở rộng bởi những bước nhảy vọt. Nguồn lực, tri thức và quan điểm dựa trên nguồn lực, năng lực động gần đây hiện được cho là quan điểm thống trị trong khoa học tổ chức và quản lý chiến lược (Penrose, 2009)

Gần đây, các tài liệu mới nổi về quản lý nguồn nhân lực và tinh thần kinh doanh (chiến lược) sử dụng lý thuyết tăng trưởng doanh nghiệp và quan điểm dựa trên nguồn lực (RBV) như một trong những trụ cột chính của họ (Penrose, 2009). Quan điểm về năng lực động (DC) hiện đang rất phổ biến trong tư duy chiến lược; và Foss và cộng sự (2008) cho tinh thần kinh doanh, Georgiadis và Pitelis (2008) và Teece (2008) cho quản trị nguồn nhân lực, và Teece và Pisano (1994), Teece và cộng sự (1997), Teece (2007), Helfat và cộng sự (2007), và Augier và Teece (2008) về quan điểm năng lực động (Penrose, 2009). Thậm chí gần đây hơn, Pitelis và Teece (2009) xây dựng dựa trên các ý tưởng của Penrosean và xem xét lại bản chất và bản chất của công ty (Penrose, 2009). Các tài liệu tiếp thị (chiến lược) cũng dựa trên các ý tưởng của quan

điểm dựa trên nguồn lực (RBV) (Penrose, 2009). Các lập luận dựa trên nguồn lực và năng lực hiện là trọng tâm trong việc giải thích về lợi thế bền vững ở cấp độ công ty (Penrose, 2009 dẫn theo Teece 2007). Ở cấp độ vĩ mô hơn, tăng trưởng nội sinh và các ý tưởng liên quan đến khả năng chiếm ưu thế trong các lý thuyết kinh tế vĩ mô về tăng trưởng nội sinh (Penrose, 2009), trong phát triển kinh tế (Sen 1999), và lợi thế bền vững của doanh nghiệp và quốc gia (Penrose, 2009)

2.1.1.3. Lý thuyết vốn xã hội

Bourdieu và Coleman là những nhà lý thuyết sáng lập ra vốn xã hội bởi vì họ lần đầu tiên đưa ra thuật ngữ vốn xã hội một cách có hệ thống (Häuberer, 1959). Mặc dù họ là người sáng lập, nhưng họ đã giới thiệu thuật ngữ này một cách độc lập với nhau (Häuberer, 1959).

Cụ thể, Bourdieu đã phát triển khái niệm về vốn xã hội. Loại vốn này được kết nối chặt chẽ với các lĩnh vực xã hội khác nhau, những lĩnh vực này lại là nơi dành cho hoạt động xã hội của các chủ thể (Häuberer, 1959 trích theo Schwingel 1995). Theo đó, vốn xã hội không thể được coi là độc lập. Đây là lý do tại sao khái niệm hoàn chỉnh về vốn của Bourdieu được trình bày trong phần sau (Häuberer, 1959). Khi định nghĩa vốn, Bourdieu (1983) đề cập đến thuật ngữ kinh tế về vốn (Häuberer, 1959 căn cứ theo Bourdieu, 1983). Vốn là sự lao động tích lũy tồn tại dưới dạng vật chất hoặc hình thức kết hợp (Häuberer, 1959).

Ba loại vốn cơ bản xuất hiện trong một xã hội là kinh tế, văn hóa và xã hội. Những vốn này có thể được chuyển đổi thành vốn khác bằng cách sử dụng lao động chuyển đổi (ví dụ: tiền/vốn kinh tế được đổi lấy hình ảnh/vốn văn hóa khách quan) (Häuberer, 1959). Những hàng hóa và dịch vụ cụ thể có thể thu được trực tiếp bằng vốn kinh tế, những hàng hóa và dịch vụ khác chỉ bằng vốn quan hệ xã hội hoặc cam kết xã hội (vốn xã hội). Những loại vốn này rất quan trọng bởi vì các xã hội bao gồm các nhóm khác nhau có lượng vốn kinh tế, văn hóa và xã hội khác nhau tùy ý sử dụng (ví dụ, trong các học giả thuộc tầng lớp thượng lưu có nhiều vốn văn hóa và một lượng nhỏ vốn kinh tế tùy ý sử dụng của họ, trong khi các doanh nhân sử dụng nhiều vốn kinh tế và ít vốn văn hóa) (Häuberer, 1959). Cơ cấu phân phối của các loại vốn khác nhau tương ứng với cơ cấu vốn có của thế giới xã hội hay các lĩnh vực xã hội (Häuberer, 1959). Trong các lĩnh vực xã hội, các loại vốn khác nhau xuất hiện với số lượng khác nhau và có giá trị khác nhau. Vốn nào phát huy hiệu quả cao nhất trong

một lĩnh vực cụ thể phụ thuộc vào lĩnh vực ứng dụng tương ứng và vào chi phí chuyển đổi phát sinh trong quá trình chuyển đổi vốn này thành vốn khác (Häuberer, 1959 dựa theo Bourdieu 1983).

2.1.1.4 Lý thuyết lợi thế cạnh tranh

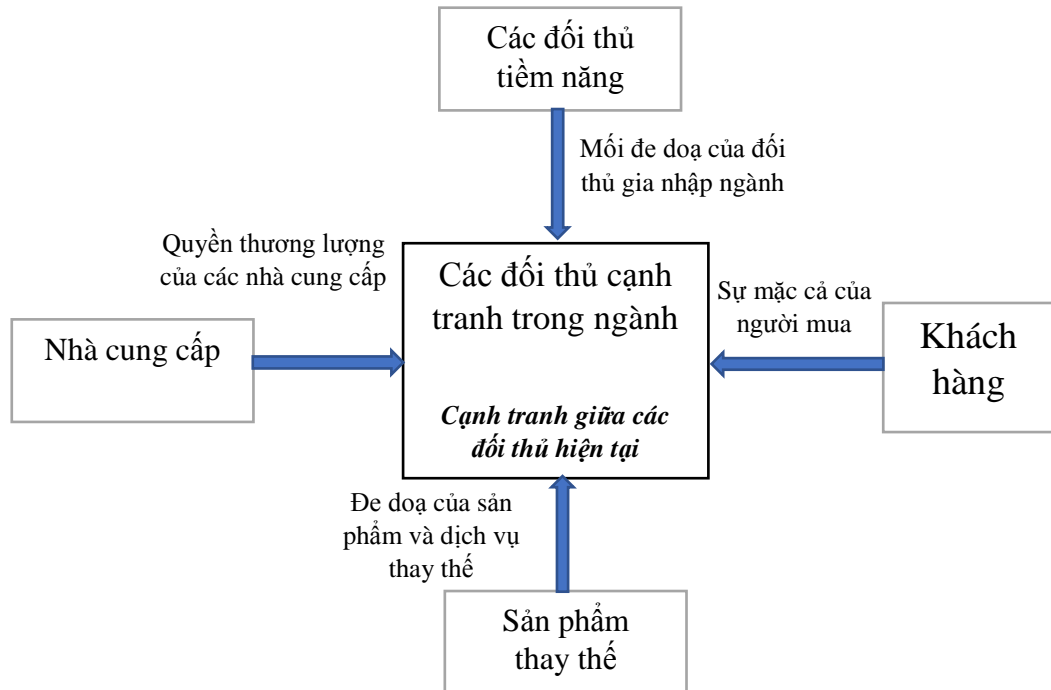
* **Lợi thế cạnh tranh**

Khái niệm về lợi thế cạnh tranh đã xuất hiện cùng với sự phát triển của mô hình quản trị chiến lược (Yolles, 2009). Khi một tổ chức duy trì lợi nhuận trên mức trung bình cho ngành của mình, tổ chức đó được cho là sở hữu lợi thế cạnh tranh so với các đối thủ của mình trên thị trường nhất định (Yolles, 2009). Thật vậy, mục tiêu chiến lược KD là đạt được lợi thế cạnh tranh bền vững. cụ thể hơn, yolles (2009) đã định nghĩa hai loại lợi thế cạnh tranh: lợi thế chi phí và lợi thế khác biệt (Yolles, 2009 trích theo Porter, 1985). Lợi thế về chi phí xảy ra khi một tổ chức có thể mang lại lợi ích tương tự như đối thủ cạnh tranh nhưng với chi phí thấp hơn, trong khi lợi thế khác biệt xảy ra khi lợi ích mang lại cho khách hàng vượt quá lợi ích sản phẩm của đối thủ cạnh tranh (Yolles, 2009). Những kiểu lợi thế này được gọi là "lợi thế vị trí", bởi vì mô tả vị trí công nghiệp của một tổ chức với tư cách là người đứng đầu về chi phí hoặc sự khác biệt (Yolles, 2009).

Theo lý thuyết quản trị chiến lược thì phân tích ngành thường bắt đầu bằng việc kiểm tra tổng quát của các áp lực (forces) tác động lên tổ chức (Lynch, 2015). Phần lớn phân tích này được xây dựng và trình bày bởi Giáo sư Michael Porter của Trường Kinh doanh Đại học Harvard (Lynch, 2015). Sự đóng góp của Michael Porter nhằm làm rõ hơn về môi trường cạnh tranh của công ty và có ý nghĩa rộng rãi đối với nhiều tổ chức trong cả khu vực tư nhân và khu vực Công (Lynch, 2015). Loại phân tích này được trình bày cụ thể qua mô hình năm áp lực cạnh tranh của Michael Porter, các áp lực có thể tác động lên tổ chức:

1. Sức mạnh thương lượng của các nhà cung cấp;
2. Sức mạnh thương lượng của người mua;
3. Mối đe dọa của những người mới gia nhập tiềm năng;
4. Mối đe dọa của các sản phẩm thay thế;
5. Mức độ cạnh tranh của đối thủ.

Mục tiêu của phân tích như vậy là để điều tra xem tổ chức cần hình thành chiến lược của mình như thế nào để phát triển các cơ hội trong môi trường của nó và tự bảo vệ mình trước sự cạnh tranh và các mối đe dọa (Lynch, 2015).



Hình 2.1: mô hình 05 áp lực cạnh tranh

Nguồn: Lynch, R. (2015). Strategic management: Seventh edition. Pearson.

Toàn cầu hóa các ngành công nghiệp và quốc tế hóa các công ty để lại một nghịch lý. Tuy nhiên, các nhà lãnh đạo trong các ngành và phân khúc ngành cụ thể có xu hướng tập trung ở một số quốc gia và duy trì lợi thế cạnh tranh trong nhiều thập kỷ (Porter, 1990). Khi các công ty từ các quốc gia khác nhau hình thành liên minh, những công ty có trụ sở tại các nước hỗ trợ lợi thế cạnh tranh thực sự cuối cùng trở thành những nhà lãnh đạo rõ ràng (porter, 1990). Lợi thế cạnh tranh được tạo ra và duy trì thông qua một quá trình nội địa hóa cao (Porter, 1990). Sự khác biệt về cấu trúc kinh tế quốc gia, giá trị, văn hóa, thể chế và lịch sử đóng góp sâu sắc vào thành công trong cạnh tranh. Vai trò của các quốc gia dường như trở nên mạnh mẽ hoặc mạnh mẽ hơn bao giờ hết (Porter, 1990).

Bất kỳ lý thuyết mới nào về lợi thế trong các ngành công nghiệp đều phải bắt đầu từ những cơ sở xuất phát từ nhiều công việc trước đó (Porter, 1990). Đầu tiên, các công ty có thể và thực sự chọn các chiến lược khác nhau. Một lý thuyết mới phải giải thích lý do tại sao các công ty từ các quốc gia cụ thể chọn các chiến lược tốt hơn các

chiến lược của các quốc gia khác để cạnh tranh trong các ngành cụ thể (Porter, 1990). Thứ hai, các đối thủ quốc tế thành công thường cạnh tranh với các chiến lược toàn cầu, trong đó thương mại và đầu tư nước ngoài được tích hợp (Porter, 1990). Hầu hết các lý thuyết trước đây đã được đặt ra để giải thích thương mại hoặc đầu tư nước ngoài (Porter, 1990). Thay vào đó, một lý thuyết mới phải giải thích lý do tại sao một quốc gia là trụ sở cho các đối thủ cạnh tranh toàn cầu thành công trong một ngành cụ thể tham gia vào cả hai lĩnh vực này (Porter, 1990). Nhiều nguyên nhân cơ bản của xuất khẩu và đầu tư nước ngoài được chứng minh là giống nhau (Porter, 1990). Cơ sở chính là các nước mà các DN có lợi thế cạnh tranh thiết yếu của được tạo ra và duy trì. mặc dù không phải lúc nào cũng có nhiều quá trình sản xuất phức tạp diễn ra ở đó (Porter, 1990). Các công ty thường thực hiện các hoạt động khác nhau ở nhiều nước khác nhau (Porter, 1990).

Một lý thuyết mới là phải vượt ra khỏi lợi thế so sánh sang lợi thế cạnh tranh của một quốc gia (porter, 1990). Nó phải giải thích lý do tại sao các công ty của một nước có được lợi thế cạnh tranh dưới mọi hình thức của nó, không chỉ các loại lợi thế hạn chế dựa trên yếu tố được đề cập trong lý thuyết về lợi thế so sánh. Hầu hết các lý thuyết thương mại chỉ dựa vào chi phí, xem xét chất lượng và các sản phẩm khác biệt (Porter, 1990).

Một lý thuyết mới phải phản ánh một quan niệm phong phú về cạnh tranh bao gồm thị trường được phân khúc, sản phẩm khác biệt, sự khác biệt về công nghệ và lợi thế theo quy mô (Porter, 1990). Chất lượng, tính năng và cải tiến sản phẩm mới là trọng tâm trong các ngành và phân khúc tiên tiến. Hơn nữa, lợi thế về chi phí tăng lên nhờ các thiết kế sản phẩm hiệu quả để sản xuất và công nghệ quy trình hàng đầu cũng như nhờ các yếu tố chi phí hoặc thậm chí tính kinh tế theo quy mô (Porter, 1990). Chúng ta phải hiểu tại sao các công ty từ một số nước lại giỏi hơn những nước khác trong việc tạo ra những lợi thế này (Porter, 1990).

Một lý thuyết mới phải bắt đầu từ tiền đề rằng cạnh tranh là sự năng động và phát triển. Phần lớn tư duy truyền thống đều thể hiện một quan điểm tĩnh (static view) về cơ bản tập trung vào hiệu quả chi phí do các yếu tố hoặc lợi thế về quy mô (Porter, 1990). Thay đổi công nghệ được coi như là ngoại sinh, hoặc nằm ngoài tầm nhìn của lý thuyết. do đó lợi thế về chi phí hoặc khác biệt không còn phù hợp trong bối cảnh cạnh tranh mới (Porter, 1990).

Tuy nhiên, Porter (1990) đã nhận ra không có “trạng thái cân bằng” trong cạnh tranh. Cạnh tranh là một bối cảnh liên tục thay đổi trong đó sản phẩm mới, cách tiếp thị mới, quy trình sản xuất mới và các phân khúc thị trường hoàn toàn mới xuất hiện. Quan điểm tĩnh tại một thời điểm nhanh chóng được thay thế bằng tốc độ tiến triển nhanh hơn (Porter, 1990). Nhưng (Porter, 1990) giống như những nhà nghiên cứu khác; đã dừng lại ở việc trả lời câu hỏi trọng tâm mà chúng ta quan tâm ở đây. Tại sao một số công ty, có trụ sở tại một số nước, đổi mới nhiều hơn những công ty khác? (Porter, 1990).

Một lý thuyết mới cho rằng phải làm cho việc đổi cải tiến và đổi mới phương pháp và làm cho công nghệ trở thành yếu tố trung tâm (Porter, 1990). Chúng ta phải lý giải vai trò của quốc gia trong quá trình đổi mới (Porter, 1990). Vì đổi mới đòi hỏi đầu tư bền vững vào nghiên cứu, vốn vật chất và nguồn nhân lực, chúng ta cũng phải giải thích tại sao tỷ lệ đầu tư như vậy lại mạnh mẽ hơn ở một số nước chứ không phải các quốc gia khác (Porter, 1990). Câu hỏi đặt ra là làm thế nào một nước cung cấp một môi trường mà các công ty của họ có thể cải thiện và đổi mới nhanh hơn các đối thủ nước ngoài trong một ngành cụ thể (Porter, 1990). Điều này cũng sẽ là cơ bản trong việc giải thích toàn bộ nền kinh tế quốc gia tiến bộ như thế nào, bởi vì thay đổi công nghệ, theo nghĩa rộng của thuật ngữ, chiếm phần lớn tăng trưởng kinh tế (Porter, 1990).

Theo quan điểm tĩnh về cạnh tranh, các yếu tố sản xuất của một quốc gia là cố định. Các công ty triển khai chúng trong những ngành mà họ sẽ tạo ra lợi nhuận lớn nhất. Trong thực tế cạnh tranh, tính cách cần thiết là sự đổi mới và thay đổi (Porter, 1990). Thay vì bị giới hạn trong việc chuyển nguồn lực một cách thụ động đến nơi thu được lợi nhuận lớn nhất, vấn đề thực sự là làm thế nào các công ty tăng lợi nhuận có được thông qua các sản phẩm mới và các quy trình (Porter, 1990). Thay vì chỉ tối đa hóa trong các ràng buộc cố định, câu hỏi đặt ra là làm thế nào các công ty có thể đạt được lợi thế cạnh tranh từ việc thay đổi các ràng buộc. Thay vì chỉ triển khai một nhóm các yếu tố sản xuất cố định, một vấn đề quan trọng hơn là làm thế nào các doanh nghiệp và quốc gia cải thiện chất lượng của các yếu tố, nâng cao năng suất mà chúng được sử dụng và tạo ra những yếu tố mới (Porter, 1990). Hơn nữa, khi các yếu tố dịch chuyển và có thể được khai thác thông qua các chiến lược toàn cầu, hiệu suất và hiệu quả mà các yếu tố có thể được sử dụng càng trở nên trọng tâm hơn Porter (1990). Câu

trả lời cho những câu hỏi này sẽ trở nên quyết định trong việc hiểu lý do tại sao các quốc gia thành công trong các ngành cụ thể (Porter, 1990). Cuối cùng, vì các công ty đóng vai trò trung tâm trong quá trình hình thành lợi thế cạnh tranh, nên hành vi của những công ty phải trở thành một phần không thể thiếu trong lý thuyết về lợi thế quốc gia (Porter, 1990). Một thử nghiệm tốt đối với một lý thuyết mới là nó có ý nghĩa đối với các nhà quản lý cũng như các nhà hoạch định chính sách và các nhà kinh tế (Porter, 1990). Từ góc độ của nhà quản lý, phần lớn lý thuyết thương mại quá chung chung nên không có nhiều liên quan (Porter, 1990). Một lý thuyết mới phải cung cấp cho các công ty cái nhìn sâu sắc về cách thiết lập chiến lược để trở thành đối thủ cạnh tranh quốc tế hiệu quả hơn. Đó là những thách thức đã đặt ra để đáp ứng (Porter, 1990).

Các công ty tạo ra lợi thế cạnh tranh bằng cách nhận thức hoặc khám phá ra những cách thức mới và tốt hơn để cạnh tranh trong một ngành và đưa chúng ra thị trường, cuối cùng là hành động đổi mới (Porter, 1990). Đổi mới ở đây được định nghĩa một cách rộng rãi, bao gồm cả những cải tiến về công nghệ và các phương pháp hoặc cách làm tốt hơn (Porter, 1990). Nó có thể được thể hiện trong việc thay đổi sản phẩm, thay đổi quy trình, cách tiếp cận mới đối với tiếp thị, hình thức phân phối mới và quan niệm mới về phạm vi kinh doanh (Porter, 1990). Các nhà đổi mới không chỉ phản ứng với các khả năng thay đổi mà còn buộc nó phải tiến hành nhanh hơn. Trên thực tế, nhiều đổi mới khá đơn giản và mang tính gia tăng (Porter, 1990). Đổi mới thường liên quan đến những ý tưởng không phải là “mới” nhưng chưa bao giờ được theo đuổi mạnh mẽ. Nó là kết quả của việc học hỏi của tổ chức cũng như từ “nghiên cứu và phát triển” chính thức (Porter, 1990). Nó luôn liên quan đến việc đầu tư vào phát triển kỹ năng và kiến thức, và thường là tài sản vật chất và nỗ lực tiếp thị (Porter, 1990)

Những đổi mới làm thay đổi lợi thế cạnh tranh khi những đối thủ không nhận thức được cách thức cạnh tranh mới hoặc không sẵn sàng hoặc không thể đáp ứng (Porter, 1990). Điều này có thể là kết quả của nhiều nguyên nhân, trong số đó có sự tự mãn, sức ỳ, tài sản không linh hoạt hoặc chuyên biệt, hoặc động cơ hỗn hợp (Porter, 1990). Trên thị trường quốc tế, những đổi mới mang lại lợi thế cạnh tranh đáp ứng nhu cầu cả trong và ngoài nước. Đôi khi, những thay đổi như vậy từ lâu đã tạo ra một cơ hội nhưng không được chú ý (Porter, 1990). Những nguyên nhân điển hình nhất của những đổi mới làm thay đổi lợi thế cạnh tranh là:

1. Các công nghệ mới. Thay đổi công nghệ có thể tạo ra những khả năng mới cho việc thiết kế một sản phẩm, cách nó được tiếp thị, sản xuất hoặc phân phối và các dịch vụ phụ trợ được cung cấp (Porter, 1990). Nó là tiền thân chung nhất của đổi mới chiến lược (Porter, 1990).

2. Nhu cầu của người mua mới hoặc đang chuyển dịch. Lợi thế cạnh tranh thường được tạo ra hoặc thay đổi khi người mua phát triển các nhu cầu mới hoặc các ưu tiên của họ thay đổi đáng kể. Các đối thủ cạnh tranh đã thành lập có thể không nhận thức được nhu cầu mới hoặc không thể đáp ứng bởi vì việc đáp ứng họ đòi hỏi một chuỗi giá trị mới (Porter, 1990)

3. Sự xuất hiện của một phân khúc ngành mới. Cơ hội để tạo ra lợi thế xuất hiện khi một phân khúc khác biệt mới của một ngành xuất hiện hoặc một cách mới được hình thành để tập hợp lại các phân khúc hiện có (Porter, 1990). Các khả năng không chỉ bao gồm các phân khúc khách hàng mới mà còn bao gồm các cách mới để sản xuất các mặt hàng cụ thể trong dòng sản phẩm hoặc những cách mới để tiếp cận một nhóm khách hàng cụ thể (Porter, 1990)

4. Thay đổi chi phí đầu vào, lợi thế cạnh tranh thường xuyên thay đổi khi có sự thay đổi đáng kể về chi phí tuyệt đối hoặc tương đối của các yếu tố đầu vào như lao động, nguyên liệu, năng lượng, vận tải, thông tin liên lạc, phương tiện truyền thông, hoặc thông tin, truyền thông hoặc máy móc (Porter, 1990)

5. Những thay đổi trong quy định của chính phủ. Những điều chỉnh về bản chất của quy định của chính phủ, trong các lĩnh vực như tiêu chuẩn sản phẩm, kiểm soát môi trường, hạn chế nhập cảnh và các rào cản thương mại, là một động thái phổ biến khác đối với những đổi mới mang lại lợi thế cạnh tranh (Porter, 1990). Các nhà lãnh đạo hiện tại trong ngành đã điều chỉnh các hoạt động của họ theo một chế độ quản lý và sự thay đổi trong chế độ đó có thể khiến họ không thể đáp ứng được những thay đổi đó (Porter, 1990)

Do đó theo quan điểm của lợi thế cạnh tranh được trình bày và phân tích ở trên cho thấy đổi mới hay năng lực đổi mới (Porter, 1990 trang 745) là điều quan trọng trong bối cảnh hội nhập toàn cầu và là sự bức thiết trong giai đoạn mới thời kỳ mới hiện nay và nếu muốn tạo lợi thế cạnh tranh nhanh hơn và tốt hơn đối thủ thì phải đổi mới hay tạo năng lực đổi mới càng sớm càng có lợi thế cạnh tranh.

*** Quan điểm dựa vào nguồn lực và lợi thế cạnh tranh**

Trong lý thuyết của Porter (1990) cũng có đề cập đến nguồn lực như nguồn lực tri thức, nguồn lực vốn, nguồn lực hữu hình, nguồn lực con người, cơ sở hạ tầng tham gia vào quá trình và có liên đến việc tạo lợi thế cạnh tranh (Porter, 1990 trang 114 và 115). Đồng quan điểm của Porter (1990) và mở rộng về sự quan trọng của nguồn lực trong việc tạo lợi thế cạnh tranh tác giả Yolles (2009) xây dựng lý thuyết quan điểm dựa trên nguồn lực (resource base view) (Yolles, 2009 trích dẫn theo Barney, 1991; Priem and Butler, 2001).

Cụ thể hơn, Yolles (2009) lập luận rằng các tổ chức sở hữu các nguồn lực là đầu vào cho quá trình sản xuất (Yolles, 2009). Có ba yếu tố đầu vào đó là vốn (capital) cụ thể là: vật chất, con người và tổ chức. Việc sử dụng các nguồn lực này được xác định theo các đặc điểm bên trong tổ chức (Yolles, 2009). Khi những đặc điểm này phù hợp, một tổ chức có thể đạt được cả về lợi thế cạnh tranh và hiệu quả hoạt động (hiệu quả hoạt động vượt trội bền vững - thường được thể hiện qua mức lợi tức đầu tư cao) (Yolles, 2009).

Theo Barney & Clark (2007) nguồn lực gồm nguồn lực vô hình và hữu hình (nguồn lực hữu hình gồm nguồn vốn vật chất, nguồn vốn tài chính, nguồn vốn nhân lực và tổ chức và quan trọng trong đó nguồn lực là hiếm, có giá trị, và không thể được sao chép bởi các đối thủ. Quan trọng nhất là nguồn lực (vô hình và hữu hình) có tác động đến lợi thế cạnh tranh (Barney & Clark, 2007).

Bổ sung thêm trong đó tác giả Chisholm & Nielsen (2015) xác nhận rằng vốn xã hội thuộc lý thuyết quan điểm dựa trên nguồn lực và vốn xã hội cũng là nguồn lực vô hình; quan trọng hơn Chisholm & Nielsen (2015) lập luận qua kết quả nghiên cứu là vốn xã hội tạo ra lợi thế cạnh tranh (cụ thể là năng lực đổi mới).

*** Năng lực động và lợi thế cạnh tranh**

Các công ty phải đối mặt với nhiều mối đe dọa mới xuất hiện từ một môi trường năng động, môi trường năng động cũng mang lại cơ hội cho cả tăng trưởng và lợi nhuận (Correia & cộng sự, 2021 trích theo Utterback, 1994). Trong môi trường năng động hiện nay và bối cảnh thay đổi liên tục, khái niệm năng lực tổ chức đã gây chú ý cho các nhà quản trị chiến lược trong phạm vi chiến lược (Correia & cộng sự, 2021 dẫn nguồn theo Ouakouak và cộng sự, 2014). Song song đó, Theo Correia & cộng sự (2021) năng lực cạnh tranh của một công ty là kết quả của việc áp dụng các nguồn lực

được phát triển trong một khoảng thời gian và có liên quan đến năng lực của công ty trong việc phản ứng sáng tạo, đổi mới trước những thay đổi của thị trường. Để phân tích các năng lực này, các công ty cố gắng xác định và hiểu rõ các nguồn lực tạo lợi thế cạnh tranh của mình (Correia & cộng sự, 2021). Hơn nữa, Correia & cộng sự (2021) cho rằng năng lực động nổi lên như một phần bổ sung cho lý thuyết quan điểm dựa trên nguồn lực (RBV) để giải thích lợi thế cạnh tranh trong môi trường thay đổi nhanh chóng. Correia & cộng sự (2021) nhấn mạnh rằng các năng lực động bắt nguồn từ tiềm tàng của chúng đối với lợi thế cạnh tranh. correia & cộng sự (2021) đã xác định vai trò quan trọng của các năng lực động trong việc duy trì lợi thế cạnh tranh (Correia & cộng sự, 2021 căn cứ theo Zahra và George, 2002; Li và Liu, 2014).

Trong nhiều thập kỷ, sự phát triển của công nghệ thông tin và năng lực quản trị tri thức trong việc tạo ra lợi thế cạnh tranh đã là một trong những mối quan tâm hàng đầu của các nhà quản lý và học giả (Correia & cộng sự., 2021). Ngày nay, môi trường ngày càng thay đổi làm xuất hiện năng lực quản trị tri thức hỗ trợ công nghệ thông tin như một năng lực cốt lõi cho các tổ chức để nâng cao hiệu suất cá nhân, đổi mới, năng lực tổ chức và lợi thế cạnh tranh (Correia & cộng sự., 2021 trích dẫn theo Gold, Malhotra, & Segars, 2001; Joshi, Chi, Datta, & Han, Năm 2010; Ko & Dennis, 2011; Tseng, 2014). Năng lực quản trị tri thức có thể được hiểu là “khả năng huy động dựa trên quá trình của tổ chức và triển khai các nguồn lực dựa trên tri thức để đạt được lợi thế cạnh tranh” (Correia & cộng sự., 2021). Qua đó cho thấy năng lực quản trị tri thức là thành phần của năng lực động và có tác động đến lợi thế cạnh tranh.

*** Lợi thế cạnh tranh tác động đến kết quả kinh doanh**

Với thời đại công nghệ 4.0 hiện nay, kết quả kinh doanh bền vững là yếu tố sống còn để thành công trong môi trường cạnh tranh (Haseeb & cộng sự, 2019). Để đạt được kết quả kinh doanh bền vững, các DNVTN của Malaysia đang “đổi đầu trực diện” với những thách thức xã hội và công nghệ. Mục tiêu của nghiên cứu này là tìm hiểu vai trò của những thách thức xã hội và công nghệ trong việc tạo lợi thế cạnh tranh bền vững và kết quả kinh doanh bền vững (Haseeb & cộng sự, 2019). Để thực hiện mục tiêu này, dữ liệu đầu tay đã được thu thập từ các DNVTN của Malaysia. Các ý kiến của cán bộ quản lý của các DNVTN này được ưu tiên hơn về vai trò của các thách thức xã hội và công nghệ trong việc tạo lợi thế cạnh tranh bền vững và kết quả kinh doanh bền vững (Haseeb & cộng sự, 2019). Kết quả nghiên cứu cho thấy những

thách thức xã hội và công nghệ đóng vai trò then chốt trong việc thúc đẩy tạo lợi thế cạnh tranh bền vững và kết quả kinh doanh bền vững (Haseeb & cộng sự, 2019).

Nghiên cứu của tác giả Khan & cộng sự (2019) điều tra ảnh hưởng của việc đầu tư vào các nguồn lực và năng lực vô hình chính của các DN, bao gồm vốn tri thức, năng lực tài chính và CSR của doanh nghiệp đối với lợi thế cạnh tranh bền vững và kết quả kinh doanh trong một quốc gia mới nổi, Pakistan. Mô hình nghiên cứu và các giả thuyết thích hợp của nó được thử nghiệm trên 329 DNVVN của Pakistan bằng mô hình phương trình cấu trúc (SEM). Kết quả cho thấy ảnh hưởng đáng kể của các yếu tố nói trên đến kết quả kinh doanh. Tuy nhiên, lợi thế cạnh tranh bền vững làm trung gian hoàn toàn mối quan hệ giữa năng lực tài chính và kết quả kinh doanh và giữa CSR và kết quả kinh doanh, trong khi lợi thế cạnh tranh bền vững làm trung gian một phần mối quan hệ giữa vốn tri thức và kết quả kinh doanh. Tổng hợp lại, các phát hiện cho thấy vai trò của csr và năng lực tài chính trong việc gián tiếp thúc đẩy kết quả kinh doanh thông qua lợi thế cạnh tranh bền vững. Bất chấp những hạn chế của nghiên cứu này, hệ quả đưa ra ý nghĩa thực tế và lý thuyết đối với các chủ sở hữu, nhà quản lý và các nhà hoạch định chính sách.

Qua tổng hợp cho thấy lợi thế cạnh tranh có tác động đến kết quả kinh doanh và theo Porter (1990) lợi thế cạnh tranh bị chi phối bởi năng lực đổi mới tạo ra kết quả kinh doanh, vì vậy tác giả tiếp cận theo hướng này và đề xuất nghiên cứu trong các DN ngành Cửa tại TPHCM vốn dĩ trước đây không có nhiều nghiên cứu đến tác động của lợi thế cạnh tranh (cụ thể năng lực đổi mới) đến kết quả kinh doanh

2.1.1.5. Lý thuyết về nguồn lực của doanh nghiệp

Quan điểm về nguồn lực (RBV) do Wernerfelt (1984) đưa ra và lập luận rằng cạnh tranh được căn cứ theo các nguồn lực bên trong chứ không phải là phân tích sản phẩm. Tiếp đến Wernerfelt (1984) còn cho rằng nguồn lực là bất cứ thứ gì được DN vận dụng thành một sức mạnh của mình. Nguồn lực của DN ở một thời điểm nhất định có thể là những tài sản hữu hình và vô hình (Caves, 1980). Nguồn lực DN cụ thể như brand (thương hiệu), kiến trúc công nghệ, kỹ năng thành thạo nghề của nhân viên, danh bạ thương mại, máy móc và thiết bị, quy trình hiệu quả, capital (vốn)...

Barney (1990) giải thích thêm rằng nguồn lực DN bao gồm các loại tài sản, năng lực nhân viên, đặc tính DN, quy trình tổ chức, thông tin, kiến trúc... được kiểm soát bởi DN và tạo điều kiện cho DN thực thi các chiến lược nhằm nâng cao Kết quả.

Trong phân tích chiến lược truyền thống, nguồn lực DN được sử dụng để tiến hành thực thi các chiến lược (Learned, Christensen, Andrews, & Guth, 1969; Portei; 1981). Barney (1991) phân chia nguồn lực thành 03 loại sau: (1) Nguồn lực vật chất, (2) Nguồn vốn con người và (3) Nguồn vốn tổ chức. Trong đó, nguồn vốn vật chất gồm các công nghệ được sử dụng, nhà máy, thiết bị, vị trí địa lý; Còn nguồn vốn con người gồm đào tạo, kinh nghiệm, kỹ năng phán đoán, trí thông minh, mối quan hệ và hiểu biết của các Nhà quản trị và nhân viên tại DN. Còn đối với nguồn vốn tổ chức gồm có cơ cấu báo cáo chính thức bên trong DN và giữa các DN.

Barney (1997) lý luận thêm rằng một DN có lợi thế cạnh tranh khi DN tiến hành thực thi chiến lược tạo ra giá trị mà lúc đó không có đối thủ cạnh tranh hay đối thủ tiềm ẩn nào thực hiện chiến lược tạo ra giá trị tương tự. Một DN được cho là có lợi thế cạnh tranh bền vững khi thực thi một chiến lược giá trị mà ngay thời điểm đó không có bất kỳ đối thủ cạnh tranh nào hay đối thủ tiềm ẩn nào thực hiện được việc đó và không có DN nào có khả năng lặp lại hoặc sao chép các chiến lược giá trị đó.

Barney (1991) đã tiến hành điều tra mối quan hệ giữa nguồn lực DN và lợi thế cạnh tranh bền vững. tuy nhiên, lý thuyết quan điểm dựa trên nguồn lực đã không lý giải toàn diện làm thế nào (how) và tại sao (why) các DN tạo được lợi thế cạnh tranh trong môi trường kinh doanh thay đổi quá nhanh và khó đoán trước được. Vì vậy, lý thuyết nguồn lực DN đã được làm sáng tỏ hơn sang thị trường có môi trường hoạt động thay đổi nhanh và đặt nền tảng xây dựng nên lý thuyết năng lực động (Teece & cộng sự, 1997).

2.1.1.6. Lý thuyết năng lực động của doanh nghiệp

Lý thuyết nguồn lực (RBV) chú trọng năng lực ưu việt của DN và xem năng lực là một nguồn lực cốt lõi của hiệu quả hoạt động (Penrose 1959; Teece, 1984). Teece và ctg (1997) cho rằng năng lực cốt lõi của DN là một nguồn lực chính liên kết nguồn lực và năng lực giúp DN tăng trưởng. Tiếp đến, Schumpeter (1943) lập luận thêm rằng lý thuyết cạnh tranh động có nhiều dao động và để đạt được lợi thế cạnh tranh của DN phải dựa theo sự sáng tạo và năng lực khám phá (Grimm & ctg, 2006; Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang, 2008). Hơn nữa Wernerfelt (1984) bổ sung thêm rằng lý thuyết nguồn lực cần được áp dụng trong phân tích cạnh tranh của DN.

Lý thuyết NLĐ của Teece & ctg (1997) được hình thành trên nền tảng lý thuyết RBV (quan điểm dựa theo nguồn lực) và được áp dụng khi thị trường có nhiều thay

đổi (thị trường biến đổi). Lý thuyết năng lực động được vận dụng vào nhiều nghiên cứu ở những ngành, lĩnh vực và cụ thể là lĩnh vực, ngành thuộc công nghệ cao. Tuy nhiên, các DN theo đuổi chiến lược RBV sẽ không đạt được lợi thế cạnh tranh đáng kể.

Teece & cộng sự (1997) chú trọng quan tâm hai phạm vi quan trọng thuộc năng lực động nhưng chưa quan tâm đến hai phạm vi đó trong quản trị chiến lược. Từ khoá “Năng động” tập trung vào sự đổi mới năng lực và đáp ứng được yêu cầu thay đổi trong môi trường kinh doanh. Từ khoá “khả năng/năng lực (capabilities)” nhấn mạnh đến vai trò quan trọng của quản trị chiến lược trong việc định dạng, thích ứng, tích hợp lại năng lực tổ chức bên ngoài và bên trong DN. Năng lực động được hiểu là cách tiếp cận mới và là khả năng tích hợp để dò tìm các nguồn lực khác trong lợi thế cạnh tranh. Năng lực động là một khái niệm đầy triển vọng vừa cả về tiềm năng vừa cả về việc hỗ trợ và áp dụng giúp những nhà quản trị giành được lợi thế cạnh tranh trong bối cảnh thị trường biến động nhiều. Nhiều ý kiến cho rằng, lợi thế cạnh tranh cần phải khai thác năng lực bên trong và bên ngoài của DN (Teece, 1982; Wernerfelt, 1984).

Theo Heiner (1988) cho rằng “các thói quen tổ chức thực hiện trong quá trình giải quyết vấn đề là năng lực động”. Các nhà nghiên cứu Doz và Shuen (1990) đã lập luận rằng “sự hợp tác và quan hệ đối tác có thể là một phương tiện để tổ chức học tập kiến thức mới, giúp DN nhận ra thói quen khác thường và ngăn ngừa những điểm sai sót trong chiến lược”. Tiếp theo Iansiti & Clark, 1994 cho rằng “khả năng của DN cũng là năng lực động vì đó là bản chất của các mối liên kết giữa thị trường, môi trường công nghệ và năng lực cơ bản của DN”. Quan trọng, năng lực động khó thay thế và rất khó sao chép. Do đó, năng lực động là tiền đề hình thành nên lợi thế cạnh tranh và làm tăng hiệu quả hoạt động cho DN (Barney, 1986).

Song song đó, Wrigh & cộng sự (1993) nhận định rằng “nguồn nhân lực là nguồn vốn con người dưới sự giám sát của DN trong một mối quan hệ trực tiếp với việc làm và thực tiễn quản trị nguồn nhân lực”. Hơn nữa, những hoạt động trong tổ chức liên quan đến vốn con người và đảm bảo rằng nguồn vốn con người luôn hoàn thành mục tiêu của DN được xem là thực tiễn quản trị nguồn nhân lực. Ngược lại với nguồn lực khác, vốn nhân lực được xem cho là khó bắt chước, hiếm, có giá trị và rất khó thay thế (VRIN) toàn diện.

Một là, theo Steffe và Maurer(1998) vốn nhận thức có giá trị trong thực tế về lao động là “không đồng nhất, chẳng hạn như các DN có công việc khác nhau đòi hỏi các kỹ năng của người lao động cũng khác nhau”. Điều này khẳng định rằng đóng góp của các cá nhân vào DN sẽ có sự khác nhau và do đó vốn nhân lực góp phần tạo nên giá trị cho DN. Các nghiên cứu của Boudreau(1983), Cascio & Ramos(1986) trong lĩnh vực IT đã phân tích ứng dụng của chương trình về nguồn nhân lực cho rằng “Lý thuyết về vốn nhân lực làm gia tăng giá trị cho DN nhưng quan trọng hơn là các nghiên cứu này đều cho rằng các nguồn lực chất lượng cao hơn sẽ mang lại giá trị tài chính, kết quả kinh doanh cao hơn cho các DN”.

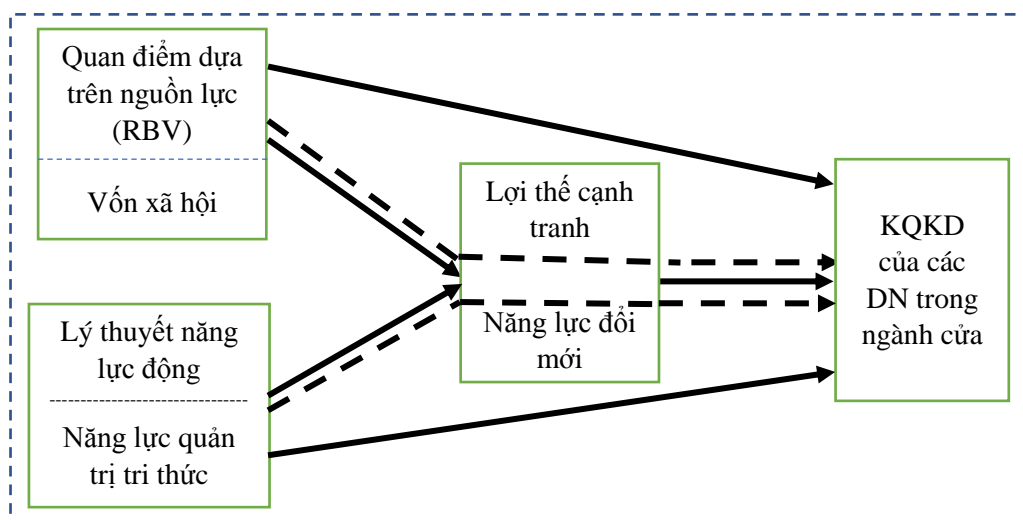
Hai là, nguồn vốn nhân lực gọi là hiếm, đối với các lĩnh vực mà công việc cần các kỹ năng thì theo Wrigh & cộng sự (1993) thì khái niệm này tạo ra sự khác nhau về tỷ lệ đóng góp của các cá nhân, chẳng hạn như khi công việc liên quan đến kỹ năng thì không còn là một hàng hóa. Ngoài ra, theo Snow & Snell (1992) thì cho rằng : khả năng nhận thức có thể là thuộc tính của cá nhân quan trọng nhất trong nhân viên để đáp ứng thực tế của những thách thức trong công việc trong tương lai của tổ chức, đó là các kỹ năng và thái độ linh hoạt từ lực lượng lao động. Tuy nhiên, theo Jenson(1980) thì cho rằng những kỹ năng và khả năng nhận thức là một thuộc tính tương đối kiên định cần được phân bố rộng rãi trong cộng đồng. Vì vậy, các DN sở hữu nguồn nhân lực chất lượng cao thì sẽ có nguồn vốn nhận thức có giá trị cao hơn và từ đó có khả năng nhận thức cao hơn so với đối thủ cạnh tranh. Mặt khác, vì không có giới hạn về tổng số vốn tài năng nên các DN đang thu lợi từ nguồn vốn tài năng vì DN sở hữu nguồn vốn nhân lực có trình độ cao.

Ba là, không có cách nào để sao chép nguồn vốn nhân lực, cụ thể Barney (1991); Dierickx & Cool (1989) cho rằng “Nguồn lực đóng vai trò như là một lợi thế cạnh tranh được xác định chỉ trong các điều kiện lịch sử độc đáo, nguyên nhân thiếu rõ ràng, hoặc một hệ thống quan hệ XH phức tạp. Song nguồn nhân lực có lẽ là duy nhất trong các khả năng của chúng làm phát sinh và bị ảnh hưởng bởi điều kiện lịch sử độc đáo, nguyên nhân không rõ ràng và tính phức tạp của XH”. Hơn nữa Sathe, (1985) mô tả thêm rằng “các DN có lịch sử phát triển riêng và chính điều này đã tạo ra văn hoá và các chuẩn mực duy nhất”. Tiếp theo là tổng các kết quả đầu ra của các cá nhân không phải xuất phát từ nguồn nhân lực và cũng khó xác định được nguồn gốc từ đâu. Vấn đề cụ thể là không rõ ràng trong mối quan hệ nhân quả giữa đầu vào và đầu ra. Hơn nữa,

nguồn nhân lực có tính hiếm, do đó DN khác khó có thể tạo dựng được đội ngũ tương tự về thuộc tính như các DN đứng đầu và khó sao chép được lợi thế cạnh tranh. Cụ thể hơn, nguồn nhân lực là sự kết nối, sự liên kết giữa con người với nhau và từ tính chất này mà các nhà quản trị không có cách nào quản lý một cách có hệ thống hay có thể tác động đến chúng

Bốn là, với tính không thể thay thế của nguồn lực, theo Wright & cộng sự (1993) thì nguồn lực là một trong số các nguồn lực DN có tiềm năng như : không trở nên lỗi thời, có thể chuyển giao thông qua nhiều hình thức khác nhau thông qua công nghệ, sản phẩm và thị trường. Mặc dù tốc độ thay đổi nhanh chóng của khoa học công nghệ đã dẫn đến các công nghệ mới làm cho các kỹ năng, kỹ thuật bị lỗi thời, nhiều nguồn vốn nhận thức chỉ còn khái quát nhưng nguồn lực sẽ không trở nên lỗi thời và lạc hậu nếu DN sở hữu cá nhân có trình độ cao về khả năng nhận thức và luôn được đào tạo kiến thức về công nghệ. Ngoài ra, thông qua công nghệ, sản phẩm và thị trường khác nhau nguồn vốn nhân lực có thể được chuyển giao dễ dàng. Trong thực tế, Schmidt, Hunter & Pearlman (1991) tìm thấy giá trị của khả năng nhận thức là “kiên định ngay cả trên những công việc cực kỳ không giống nhau. Hơn nữa, các nguồn lực bù đắp cho những lợi thế nguồn nhân lực, tự bản thân nó không phải là hiếm, không thể bắt chước, hoặc không thể thay thế, vì thế sau đó nó sẽ bị sao chép và do đó nguồn nhân lực một lần nữa sẽ được cho là một lợi thế cạnh tranh”. bởi vậy, Wright & cộng sự (1993) cho rằng “Nguồn nhân lực có thể được thay thế bởi các nguồn lực khác trong ngắn hạn, nhưng sự thay thế như vậy rất khó xảy ra và có thể dẫn đến lợi thế cạnh tranh bền vững”.

Qua tổng hợp lý thuyết nền có quan hệ đến kết quả kinh doanh cụ thể từ lý thuyết DN, lý thuyết sự tăng trưởng của DN, lý thuyết vốn xã hội, lợi thế cạnh tranh, quan điểm dựa trên nguồn lực, năng lực động và từ đó tác giả đề xuất khung phân tích cụ thể như sau:



Hình 2.2: khung phân tích

(Nguồn: Tác giả tổng hợp)

2.1.2. Lược khảo các nghiên cứu liên quan

* *Tiếp cận theo nguồn lực*

Kết quả (performance) theo nghĩa hẹp cho phép chúng ta xem xét theo các nghĩa khác nhau của thuật ngữ (Boucher & Pesqueux, 2005). Kết quả thể hiện sự tiến hành đối với một mục tiêu (Boucher & Pesqueux, 2005 trích theo Capron và Quairel, 1998) hoặc mức độ đạt được của một kế hoạch hành động (Boucher & Pesqueux, 2005 dẫn theo Mascré, 1994). Tuy nhiên theo kết quả (performance) được hiểu theo nhiều hướng khác nhau ví dụ: kết quả của tổ chức (organizational performance) hoặc kết quả kinh doanh (business performance).

Các nghiên cứu học thuật về kết quả kinh doanh tập trung vào các hướng chính (1) Sử dụng các yếu tố thuộc nguồn lực vô hình, (2) Sử dụng năng lực động.

Tiếp cận theo hướng sử dụng nguồn lực vô hình cho thấy rằng các nguồn lực có giá trị, quý hiếm và khó sao chép có thể là nguồn lợi thế cạnh tranh. Theo tác giả Barney & Clark (2007) cho rằng nhiều loại nguồn lực khác nhau có các thuộc tính như quý hiếm, có giá trị và khó sao chép có ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của DN. Tiếp đến Barney & Clark (2007) lập luận theo phần lớn các công việc dựa trên nguồn lực trong quản trị chiến lược tập trung vào việc xác định các nguồn lực có các thuộc tính như có giá trị, quý hiếm và khó sao chép sẽ quan trọng kết quả kinh doanh (business performance) của DN. Quan trọng hơn Barney & Clark (2007) cho rằng các nguồn lực vô hình có giá trị, quý hiếm và khó sao chép như văn hóa tổ chức (organizational culture), niềm tin (trust) của khách hàng và của nhà quản trị, nguồn

nhân lực (human resource), công nghệ thông tin (information technology) và theo Olavarrieta & Friedmann (1999) các nguồn lực khó sao chép, quý hiếm và có giá trị ngoài những nguồn lực trên còn có: năng lực tìm hiểu thị trường (market sensing capability), đổi mới tổ chức (Organizational innovativeness), năng lực sao chép (Imitation Capability), tài sản danh tiếng (Reputational Assets), sức mạnh thương hiệu (Brand Strength), hình ảnh công ty (Firm Image), Danh tiếng công ty (Firm Reputation), những năng lực khác (Other Capabilities), năng lực logistic (Logistic Capabilities), dịch vụ khách hàng (Customer service), năng lực sản xuất (Manufacturing Capabilities). Cụ thể:

Theo kết quả nghiên cứu của Luo, Griffith, Liu & Shi (2004) trong ngành Xây dựng, Quảng cáo Vận tải và Công nghệ cao tại Trung Quốc cho thấy nguồn lực của mối quan hệ khách hàng có liên quan thuận chiều đến kết quả chiến lược và kết quả tài chính của công ty và nguồn lực vốn xã hội với đối tác kinh doanh có liên quan thuận chiều đến kết quả chiến lược và kết quả tài chính của công ty. Song song đó, kết quả cũng cho thấy nguồn lực vốn xã hội với cơ quan quản lý có liên quan tích cực đến kết quả chiến lược.

Đồng quan điểm trên Pratono, Saputra, & Pudjibudojo (2016) nghiên cứu tại Malaysia cho thấy (1) vốn xã hội có ảnh hưởng trực tiếp đến kết quả kinh doanh của công ty.

Theo Dar & Mishra (2020) nghiên cứu tại các ngân hàng ở Mỹ và sau cùng cho thấy (1) Vốn xã hội tác động tích cực đến kết quả tài chính của các DNVVN cụ thể hơn là địa vị tác động tích cực đến kết quả tài chính của các DNVVN; Sự liên quan tác động tích cực đến hiệu quả tài chính của các DNVVN; Quan hệ cá nhân vốn xã hội tác động tích cực đến hoạt động tài chính của các DNVVN; Các mối quan hệ xã hội ảnh hưởng thuận chiều đến hoạt động tài chính của những DNVVN.

Đôi lập với quan điểm trên, các tác giả Carmeli & Tishler (2004) tiến hành nghiên cứu tại các DN thuộc chính quyền nhà nước của Israel và sau cùng cũng cho kết quả là các yếu tố vô hình của DN (năng lực quản trị, vốn con người, danh tiếng tổ chức cảm nhận, kiểm toán nội bộ, quan hệ lao động và văn hóa tổ chức) có ảnh hưởng tích cực, đáng kể đến kết quả của tổ chức. Song song đó, sự tương tác giữa các yếu tố vô hình của tổ chức nâng cao kết quả của tổ chức; nghĩa là, tác dụng của yếu tố vô hình của tổ chức càng cao thì giá trị của các yếu tố tổ chức vô hình khác càng cao.

Tuy nhiên trong ngành ngân hàng tại Úc nghiên cứu của Inglis, Morley & Sammut (2006) cho thấy danh tiếng không ảnh hưởng đến kết quả tài chính cũng như kết quả tài chính không ảnh hưởng đến danh tiếng. Mặt khác, Snoj, Milfelner, & Gabrijan (2007) nghiên cứu trong các công ty sản xuất, bán lẻ, bán sỉ, xây dựng, vận tải tại Slovenia cho thấy mức độ định hướng thị trường của một công ty có liên quan tích cực đến mức độ cạnh tranh của công ty, năng lực đổi mới và nguồn lực danh tiếng, bên cạnh đó năng lực đổi mới và nguồn lực danh tiếng có liên quan tích cực đến lòng trung thành của khách hàng. Ngoài ra, năng lực đổi mới và nguồn lực danh tiếng có liên quan tích cực đến thị phần và sản lượng tiêu thụ và lòng trung thành của khách hàng có quan hệ tỷ lệ thuận với thị phần và sản lượng bán hàng. Bên cạnh đó, lòng trung thành của khách hàng, thị phần và khối lượng tiêu thụ có liên quan tích cực đến kết quả tài chính.

Theo Lu, Lin & Tu (2009) nghiên cứu trong lĩnh vực vận chuyển container tại Trung Quốc cho thấy rằng mối quan hệ giữa CSR (trách nhiệm xã hội) và kết quả của tổ chức tại đơn vị vận chuyển container ngành công nghiệp với kết quả cụ thể là (1) Trách nhiệm tham gia cộng đồng và môi trường có ảnh hưởng vào kết quả tài chính; (2) CSR với hoạt động công khai có tác động vào kết quả tài chính; (3) Trách nhiệm tham gia cộng đồng và môi trường có tác động đến phi tài chính; (4) CSR đối với lợi ích của nhân viên và người tiêu dùng có tác động đến phi tài chính.

Theo Saleh, Zulkifli & Muhamad (2011) nghiên cứu tại thị trường vốn của Malaysia kết quả cũng cho thấy CSR có tác động thuận chiều đáng kể đến kết quả của công ty nhưng kết quả lại khác so với nghiên cứu của Lu, Lin & Tu (2009) với kết quả cụ thể (1) Có một mối quan hệ cùng chiều giữa khía cạnh quan hệ nhân viên và kết quả của DN; (2) Có một mối quan hệ tích cực giữa khía cạnh tham gia của cộng đồng và kết quả của công ty; (3) Có một mối quan hệ thuận chiều giữa khía cạnh sản phẩm và kết quả của công ty.

Theo Huang & Lien (2012) nghiên cứu trong lĩnh vực xây dựng ở Đài Loan kết quả cho thấy (1) CSR của DN có ảnh hưởng tích cực và trực tiếp đến hình ảnh công ty; (2) CSR có tác động thuận chiều trực tiếp đến kết quả của tổ chức; (3) Hình ảnh của Công ty có ảnh hưởng tích cực và trực tiếp đến kết quả tổ chức; (4) Hình ảnh của công ty AEC có tác động trung gian giữa CSR của công ty và kết quả của tổ chức.

Theo Sledge (2015) nghiên cứu tại các công ty kinh doanh ở Tây Ban Nha và sau cùng cho thấy (1) CSR dựa vào chiến lược càng cao sẽ ảnh hưởng tích cực vào hiệu quả tài chính của DN; (2) CSR dựa vào nguồn nhân lực càng cao sẽ tác động tích cực đến hiệu quả tài chính của công ty; (3) CSR dựa vào việc duy trì và bảo vệ môi trường càng cao sẽ ảnh hưởng thuận chiều đến hiệu quả tài chính của DN; (4) CSR dựa vào việc điều hành càng cao sẽ ảnh hưởng thuận chiều đến hiệu quả tài chính của DN; (5) CSR dựa vào cộng đồng xã hội càng cao sẽ ảnh hưởng thuận chiều đến hiệu quả tài chính của DN; (6) Mức độ kinh doanh nước ngoài càng cao sẽ ảnh hưởng thuận chiều vào hiệu quả tài chính của DN; (7) Mức độ năng suất càng cao sẽ ảnh hưởng thuận chiều đến hiệu quả tài chính của DN.

Theo Guzman, Castro & Torres (2016) nghiên cứu tại các DN VVN Mexico cho thấy rằng CSR càng cao thì kết quả kinh doanh càng hiệu quả.

Theo Sindhu & Arif (2017) nghiên cứu trong lĩnh vực Ngân hàng ở Pakistan kết quả cho thấy (1) Có tác động đáng kể của CSR vào kết quả tài chính (2) sự hài lòng của khách hàng tác động trung gian giữa mối quan hệ về CSR của doanh nghiệp và kết quả tài chính; (3) Danh tiếng của công ty tác động trung gian giữa mối quan hệ về CSR của DN và kết quả tài chính; (4) lợi thế cạnh tranh tác động trung gian giữa mối quan hệ về CSR của DN và kết quả tài chính.

Theo Khan, Ali, Olya, Zulqarnain & Khan (2018) nghiên cứu được thực hiện trong phạm vi SX “Sản xuất”, tư vấn, tài chính, ngân hàng và bảo hiểm tại Pháp sau cùng là: (1) lãnh đạo chuyển đổi có ảnh hưởng thuận chiều đến kết quả của tổ chức; (2) lãnh đạo chuyển đổi có ảnh hưởng thuận chiều vào CSR; (3) lãnh đạo chuyển đổi có ảnh hưởng thuận chiều đến đổi mới tổ chức; (4) CSR có ảnh hưởng trung gian đến mối quan hệ giữa lãnh đạo và KQ (kết quả) của tổ chức; (5) CSR có tác động trung gian đến mối quan hệ giữa lãnh đạo chuyển đổi và đổi mới tổ chức; (6) Đổi mới tổ chức có tác động trung gian đến mối quan hệ giữa lãnh đạo chuyển đổi và kết quả của tổ chức; (7) Đổi mới tổ chức có tác động trung gian đến mối quan hệ giữa CSR và kết quả của tổ chức.

Theo Habaragoda (2018) nghiên cứu trong lĩnh vực chứng khoán tại Sri Lanka sau cùng cho thấy CSR nội bộ ảnh hưởng thuận chiều vào kết quả tài chính hơn CSR (trách nhiệm xã hội) bên ngoài.

Theo Sharabati (2018) nghiên cứu trong lĩnh vực dược phẩm ở Jordan kết quả cho thấy (1) CSR có ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của ngành sản xuất dược phẩm Jordan, ở mức 0,05; (2) trách nhiệm kinh tế có ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của ngành Sản xuất dược phẩm Jordan, ở mức 0,05; (3) Trách nhiệm môi trường có ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của ngành sản xuất dược phẩm Jordan, ở mức 0,05.

Theo Lee, Lee & Wu (2010) nghiên cứu trong lĩnh vực Thép tại Đài Loan cho thấy rằng (1) Thực tiễn quản trị nguồn nhân lực có liên quan tích cực đến kết quả hoạt động của DN, (2) Có một mối liên hệ chặt chẽ giữa chiến lược kinh doanh và thực tiễn quản trị nguồn nhân lực; (3) Các chiến lược kinh doanh có liên quan tích cực đến kết quả công ty cảm nhận; (4) Sự tích hợp thực tiễn quản trị nguồn nhân lực với các chiến lược kinh doanh ảnh hưởng thuận chiều đến kết quả doanh nghiệp cảm nhận.

Theo Mehra, Joyal, & Rhee (2011) nghiên cứu trong lĩnh vực ngân hàng ở Mỹ kết quả cho thấy (1) Việc áp dụng nâng cao đào tạo sẽ tác động đáng kể đến kết quả kinh doanh của các ngân hàng bán lẻ; (2) việc áp dụng giáo dục và đào tạo lại nhân viên sẽ tác động đáng kể đến kết quả kinh doanh của các ngân hàng bán lẻ ;(3) việc áp dụng các thủ tục kiểm soát chất lượng sẽ tác động đáng kể đến kết quả kinh doanh của các ngân hàng bán lẻ ;(4) việc thiết lập cơ cấu làm việc nhóm giữa các nhân viên sẽ tác động đáng kể đến kết quả kinh doanh của các ngân hàng bán lẻ; (5) Việc thiết lập các chính sách đãi ngộ bằng tài chính cho nhân viên sẽ tác động đáng kể đến hiệu quả kinh doanh của các ngân hàng bán lẻ.

Theo Imran, Bashir, Shah, Wasai & Umairsami (2012) nghiên cứu trong lĩnh vực Ngân hàng ở Pakistan kết quả cho thấy rằng (1) Tuyển dụng và quản trị nguồn nhân lực có quan hệ đáng kể với kết quả của tổ chức; (2) Đào tạo và phát triển, thuộc thực tiễn quản trị nguồn nhân lực chiến lược có mối quan hệ đáng kể với kết quả của tổ chức; (3) Đánh giá thành tích thuộc thực tiễn quản trị nguồn nhân lực có mối quan hệ đáng kể với kết quả của tổ chức; (4) thực tiễn quản trị nguồn nhân lực chiến lược, trên cơ sở những cấu trúc của nó có tác động đáng kể đến hoạt động của tổ chức.

Theo Ping & Kassim (2019) nghiên cứu khám phá các lý thuyết hiện tại về thực tiễn quản trị nguồn nhân lực và ảnh hưởng kết quả của tổ chức. Khái niệm về quản trị nguồn nhân lực thực tiễn gắn liền với kết quả của tổ chức. Các bài phê bình tài liệu cho thấy rằng có bằng chứng hợp lý mạnh mẽ cho thấy việc truyền tải thực tiễn quản trị nguồn nhân lực trong các DN thúc đẩy kết quả của tổ chức tốt hơn. Các nghiên cứu

cũng chứng minh rõ ràng thực tế rằng nhân viên sẽ có động lực để thử những ý tưởng mới, phát triển sự hiểu biết được chia sẻ với nhau, và thực hiện các thay đổi trong các hoạt động của tổ chức thông qua việc triển khai hiệu quả quản trị nguồn nhân lực. Tóm lại, thực tiễn quản trị nguồn nhân lực tốt nhất ảnh hưởng đến kết quả của tổ chức.

Theo Pattnaik & Sahoo (2020) nghiên cứu trong lĩnh vực khai thác kim loại và mỏ tại Ấn Độ cho thấy rằng cả ba thành phần thực tiễn nguồn nhân sự đều có ảnh hưởng thuận chiều đáng kể đến kết quả của tổ chức. Điều đó có nghĩa là thực tiễn nguồn nhân lực là những yếu tố dự báo kết quả của tổ chức. Kết quả phù hợp với những phát hiện của các nghiên cứu trước đó được thực hiện ở những nơi khác. Phúc lợi, đào tạo và thực tiễn đánh giá thành tích có tác động tích cực đến kết quả của tổ chức.

Theo Liang, You & Liu (2010) nghiên cứu trong lĩnh vực công nghệ thông tin tại Mỹ cho thấy (1) Nguồn lực công nghệ có liên quan tích cực với năng lực bên trong của công ty; (2) Nguồn lực công nghệ có liên quan tích cực với năng lực bên ngoài của công ty; (3) Các nguồn lực của tổ chức có liên quan tích cực với năng lực bên trong của công ty; (4) Nguồn lực bên trong của một công ty có liên quan tích cực đến kết quả tài chính của công ty; (5) Nguồn lực bên trong của một DN có tác động thuận chiều đến kết quả hiệu suất của công ty; (6) Năng lực bên ngoài của một DN có tác động thuận chiều đến kết quả của tổ chức .

Theo Şahin & Topal (2018) nghiên cứu trong lĩnh vực gỗ, đóng gói, nội thất, hóa chất, mỏ, dệt may, năng lượng, thực phẩm, xây dựng, tự động hóa, kim loại và phi kim loại ở Thổ Nhĩ Kỳ sau cùng là (1) Có mối quan hệ tích cực giữa công nghệ thông tin và kết quả kinh doanh; (2) Có mối quan hệ thuận chiều giữa công nghệ thông tin và chất lượng thông tin.

Theo Qu (2014) nghiên cứu trong lĩnh vực khách sạn ở Trung Quốc cho thấy (1) định hướng thị trường có ảnh hưởng tích cực đến CSR; (2) CSR của doanh nghiệp có tác động tích cực đến kết quả của tổ chức; (3) CSR có ảnh hưởng thuận chiều đến sự hài lòng của khách hàng; (4) sự hài lòng của khách hàng có tác động thuận chiều vào kết quả của tổ chức .

Theo Snoj, Milfelner, & Gabrijan (2007) nghiên cứu trong lĩnh vực sản xuất, bán lẻ, bán sỉ, xây dựng, vận tải tại Slovenia kết quả cho thấy (1) Mức độ định hướng thị trường của một công ty có liên quan tích cực đến mức độ cạnh tranh của công ty,

năng lực đổi mới và nguồn lực danh tiếng; (2) năng lực đổi mới và có tác động thuận chiều đến lòng trung thành của khách hàng; (3) năng lực đổi mới và nguồn lực danh tiếng có liên quan tích cực đến thị phần và sản lượng tiêu thụ; (4) Lòng trung thành của khách hàng có quan hệ tỷ lệ thuận với thị phần và sản lượng bán hàng; (5) Lòng trung thành của khách hàng, thị phần và khối lượng tiêu thụ có liên quan tích cực đến kết quả tài chính.

Theo Jyoti & Sharma (2012) nghiên cứu trong lĩnh vực ô tô ở Ấn Độ, kết quả sau cùng là (1) có một mối quan hệ tích cực và có ý nghĩa giữa định hướng thị trường và kết quả kinh doanh; (2) định hướng thị trường càng cao thì sự hài lòng của khách hàng càng nhiều; (3) sự định hướng thị trường càng cao thì sự hài lòng của nhân viên càng nhiều; (4) định hướng thị trường ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng thông qua sự hài lòng của nhân viên; (5) định hướng thị trường ảnh hưởng trực tiếp cũng như gián tiếp đến kết quả kinh doanh thông qua sự hài lòng của khách hàng và sự hài lòng của nhân viên.

Nghiên cứu của Hongyun & cộng sự (2019) xác định tác động của vốn xã hội đến kết quả hoạt động của doanh nghiệp. Nghiên cứu tiếp tục xem xét vai trò điều tiết của định hướng kinh doanh vào mối quan hệ giữa vốn xã hội và kết quả hoạt động của doanh nghiệp; và vai trò trung gian của năng lực động trong mối quan hệ giữa vốn xã hội và kết quả hoạt động của doanh nghiệp. nghiên cứu Sử dụng phần mềm SmartPLS 3.2.8 để phân tích dữ liệu sơ cấp được thu thập từ 787 doanh nghiệp vừa và nhỏ (SME) đang hoạt động tại Ghana, kết quả cho thấy vốn xã hội có mối quan hệ tích cực và trực tiếp với kết quả hoạt động của doanh nghiệp tại Ghana. Các phát hiện cho thấy rằng định hướng kinh doanh có tác động vào mối quan hệ giữa vốn xã hội và kết quả hoạt động của công ty. Một lần nữa, năng lực động làm trung gian cho mối quan hệ giữa vốn xã hội và kết quả hoạt động của doanh nghiệp. Nghiên cứu cũng cung cấp cho các nhà quản lý những cách thiết thực để xây dựng mối quan hệ trong hệ thống và mạng lưới kinh doanh nhằm đạt được lợi thế cạnh tranh trong môi trường kinh doanh.

Nghiên cứu của Lyu & Ji (2020) nhằm xác định tác động của các yếu tố điều tiết theo ngữ cảnh và phương pháp đối với mối quan hệ giữa vốn xã hội và kết quả hoạt động của doanh nghiệp trong nền kinh tế chuyển đổi của Trung Quốc. Phân tích tổng hợp được sử dụng để khám phá tác động của vốn xã hội đối với hiệu quả hoạt động của công ty và xác định những yếu tố điều tiết ảnh hưởng đến mối quan hệ dựa

trên 106 nghiên cứu độc lập từ năm 2008 đến 2018 (Lyu & Ji, 2020). Kết quả chứng minh rằng mối liên hệ giữa vốn xã hội và kết quả hoạt động là tích cực và có ý nghĩa ở Trung Quốc. Đặc biệt, vốn xã hội có mối quan hệ tích cực hơn với kết quả trong các ngành công nghệ cao (Lyu & Ji, 2020)

Theo Sampaio, Mogollon & Rodrigues (2019) nghiên cứu trong lĩnh vực khách sạn ở Pháp, Ireland, Ý, Bồ Đào Nha, Tây Ban Nha và Vương quốc Anh sau cùng kết quả là: (1) định hướng thị trường có ảnh hưởng thuận chiều và trực tiếp đáng kể vào kết quả kinh doanh; (2) định hướng thị trường có tác động tích cực và đáng kể đến lòng trung thành của khách hàng; (3) lòng trung thành của khách hàng có tác động tích cực và đáng kể đến kết quả kinh doanh; (4) mối quan hệ giữa định hướng thị trường và kết quả kinh doanh thông qua tác động trung gian của lòng trung thành khách hàng. kết quả cho thấy định hướng thị trường có ảnh hưởng thuận chiều đến lòng trung thành của khách hàng và lòng trung thành của khách hàng có tác động thuận chiều vào kết quả kinh doanh.

Theo Liu, Ke, Wei, & Hua (2013) nghiên cứu trong lĩnh vực dịch vụ và sản xuất tại Trung Quốc kết quả cho thấy (1) nghiên cứu tích hợp chuỗi cung ứng được làm phong phú bằng cách phân biệt hai khía cạnh của tích hợp chuỗi cung ứng, chia sẻ thông tin và điều phối hoạt động; (2) nghiên cứu hiện tại đóng góp vào lý thuyết hiện có bằng cách khám phá tác động điều tiết của yếu tố ngữ cảnh (tức là định hướng thị trường), (3) nghiên cứu hiện tại điều tra tác động của tích hợp chuỗi cung ứng ở Trung Quốc, một quốc gia đang phát triển nhanh và nền kinh tế mới nổi. Tuy nhiên, Lee, Kim, & Choi (2012) nghiên cứu trong lĩnh vực điện tử tại Hàn Quốc cho thấy (1) Việc thực hiện quản trị chuỗi cung ứng xanh có liên quan tích cực đến sự hài lòng trong công việc của nhân viên; (2) Việc thực hiện quản trị chuỗi cung ứng xanh có liên quan tích cực đến kết quả hoạt động của công ty; (3) Kết quả hoạt động có quan hệ thuận chiều với kết quả kinh doanh; (4) hiệu quả hoạt động của nhà cung cấp được nâng cấp có ảnh hưởng thuận chiều đến hiệu quả quan hệ giữa nhà cung cấp và khách hàng; (5) việc thực hiện quản trị chuỗi cung ứng xanh có ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả quan hệ giữa nhà cung cấp và khách hàng; (6) hiệu quả quan hệ giữa nhà cung cấp và khách hàng có liên quan tích cực đến kết quả kinh doanh của nhà cung cấp; (7) sự hài lòng trong công việc của nhân viên và hiệu quả hoạt động nhà cung cấp, hiệu quả quan hệ

giữa nhà cung cấp và khách hàng lớn làm trung gian cho mối quan hệ giữa việc triển khai thực hành quản trị chuỗi cung ứng xanh và kết quả kinh doanh của nhà cung cấp.

Theo Tit (2017) nghiên cứu trong lĩnh vực SX ở Jordan kết quả cho thấy rằng (1) Văn hóa tổ chức (khả năng thích ứng văn hóa và định hướng thành tích) dự đoán kết quả của tổ chức; (2) Quản trị chuỗi cung ứng (hợp tác với nhà cung cấp và quan hệ khách hàng) dự đoán kết quả của tổ chức.

Theo Huang, Stewart & Chen (2010) nghiên cứu trong lĩnh vực SX cho rằng quản lý nhà cung cấp tích hợp (ISM), phát triển sản phẩm mới (NPD) và chia sẻ kiến thức (KS) là ba hoạt động KD chính được sử dụng để nâng cao kết quả kinh doanh của nhà SX. Nghiên cứu của Huang, Stewart & Chen (2010) nhằm điều tra thực nghiệm các Mối quan hệ giữa ba hoạt động KD này (tức là ISM, NPD, KS) và BP trong bối cảnh SX điện tử ở Đài Loan. Trước tiên, một cuộc khảo sát bằng bảng câu hỏi được thực hiện đối với một mẫu các công ty SX điện tử đang hoạt động tại Đài Loan để lấy ý kiến của các chuyên gia kỹ thuật và quản lý về các hoạt động KD và kết quả kinh doanh trong công ty của họ. Tổng số 170 người trả lời từ 83 công ty trả lời cuộc khảo sát. Phân tích nhân tố, tương quan và đường dẫn được tiến hành trên tập dữ liệu định lượng để tìm ra các yếu tố chính tạo đòn bẩy cho kết quả kinh doanh ở các công ty này. Sau khi phân tích thực nghiệm, sáu cuộc phỏng vấn bán cấu trúc được thực hiện với các Giám đốc điều hành SX để cung cấp những hiểu biết định tính về lý do cơ bản tại sao các yếu tố hoạt động KD nhất định là nhân tố dự báo nhiều nhất về kết quả kinh doanh. kết quả cho thấy rằng các cấu trúc Quản lý nhà cung cấp tích hợp (ISM), phát triển sản phẩm mới (NPD) và chia sẻ kiến thức (KS) đều đóng một vai trò quan trọng và có tác động trực tiếp có ý nghĩa đến sự thành công của hoạt động công ty và tạo kết quả kinh doanh. Cụ thể, các yếu tố chính trong các cấu trúc này ảnh hưởng đến BP là: đánh giá và lựa chọn nhà cung cấp; đơn giản hóa thiết kế; hạ tầng và hệ thống công nghệ thông tin và truyền thông mở.

Nghiên cứu của Valmohammadi (2011) nhằm cung cấp các khái niệm đáng tin cậy và hợp lệ về quản trị chất lượng toàn diện và một công cụ đo lường trong bối cảnh các DNSX VVN (Doanh nghiệp sản xuất vừa và nhỏ - SMEs) của Iran và để xem xét tác động của bảy tiêu chí của quản trị chất lượng toàn diện, cụ thể là: sự lãnh đạo, quản lý quy trình, nhà cung cấp, tập trung vào khách hàng, quản lý nhân viên, hệ thống thông tin chất lượng và sự liên lạc và các công cụ, kỹ thuật về hoạt động tổ chức của

các DNVVN của Iran. Để tìm kiếm tác động của thực tiễn quản trị quản trị chất lượng toàn diện đối với các DNVVN sản xuất của Iran, một bảng câu hỏi đã được phát triển và phân phối cho các nhà quản lý chất lượng của 65 DNVVN lĩnh vực SX của Iran, kết quả là tỷ lệ trả lời là 81,5%. Đặc biệt, các giả thuyết đã được phát triển để đánh giá tác động của việc thực hiện quản trị chất lượng toàn diện đối với kết quả của tổ chức tại các DNVVN. Phân tích thống kê cho thấy một số mối quan hệ đáng kể trực tiếp giữa thực hành quản trị chất lượng toàn diện và kết quả của tổ chức tại các DNVVN. Kết quả cho thấy rằng lãnh đạo đóng một vai trò quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả hoạt động tổ chức của các DNVVN ở Iran. Cụ thể các thành phần thuộc quản trị chất lượng toàn diện sự lãnh đạo, quản lý quy trình, nhà cung cấp, tập trung vào khách hàng, quản lý nhân viên, hệ thống thông tin chất lượng và sự liên lạc và các công cụ, kỹ thuật đều có tác động trực tiếp có ý nghĩa đến kết quả của tổ chức.

Nghiên cứu của Lado, Paulraj & Chen (2011) được thực hiện tại các công ty SX ở Mỹ nhằm mục đích điều tra mức độ mà trọng tâm là tập trung vào khách hàng của một công ty nhằm thúc đẩy một số khía cạnh liên kết với nhau trong quản lý chuỗi cung ứng và mối quan hệ của chúng với dịch vụ khách hàng và kết quả tài chính. Căn cứ theo những nguồn nghiên cứu đa dạng, các nghiên cứu phát triển và thử nghiệm một mô hình tích hợp, trong đó tập trung vào khách hàng được đề xuất để thúc đẩy các khả năng quan hệ chuỗi cung ứng, dẫn đến các kết quả hoạt động có lợi. Hiệu lực thực nghiệm của nghiên cứu này được nâng cao bằng cách thu thập dữ liệu từ hơn 200 công ty SX của Hoa Kỳ và thử nghiệm mô hình bằng cách sử dụng SEM. Cuộc điều tra thực nghiệm này ghi lại các mối quan hệ tích cực đáng kể giữa (a) Tập trung vào khách hàng và khả năng quan hệ chuỗi cung ứng, (b) Tập trung vào khách hàng và dịch vụ khách hàng, (c) Khả năng quan hệ chuỗi cung ứng và dịch vụ khách hàng, và (d) Dịch vụ khách hàng và kết quả tài chính. Nghiên cứu này có vai trò chính đối với các nhà quản trị rằng, để có hiệu quả, các đối tác trong chuỗi cung ứng phải tái lập lại chuỗi cung ứng của họ để hướng tới khách hàng hơn và liên tục phát triển và tận dụng các năng lực quan hệ để gia tăng khả năng cạnh tranh của DN.

Sự thành công trong kinh doanh của các DNVVN phụ thuộc vào một số yếu tố như kinh doanh thành công đóng một vai trò quan trọng trong sự tăng trưởng và phát triển của một đất nước. Nhiều nghiên cứu đã được thực hiện để điều tra các yếu tố thành công, theo kinh nghiệm hoặc lý thuyết. Trong nhiều trường hợp, chỉ một lý

thuyết được sử dụng tại một thời điểm để giải thích các yếu tố thành công, điều này để lại một số khoảng trống. Tuy nhiên, trong nghiên cứu của Hadi, Abdullah & Sajilan (2015) cho rằng sự kết hợp của ba lý thuyết sẽ được sử dụng để phân tích các nhân tố thành công của một đơn vị sản xuất; quan điểm dựa trên nguồn lực (RBV), lý thuyết phụ thuộc vào nguồn lực (RDT) và lý thuyết các bên liên quan (SHT). Điểm độc đáo của bài báo này là cố gắng giới thiệu hai yếu tố quan trọng khác mà các nghiên cứu trước chưa đề cập đến. Hơn nữa, nghiên cứu liên kết các yếu tố bên trong và bên ngoài với sự thành công của DN và kết luận rằng tính độc đáo trong các nguồn lực và năng lực của tổ chức, quản lý và phát triển quan hệ với các bên liên quan chính (tạo ra giá trị) và kiểm soát các nguồn lực bên ngoài quan trọng là đối với sự thành công của DN SX. Nghiên cứu đã khái quát mô hình các yếu tố tác động kết quả kinh doanh của DN SX gồm các yếu tố: quan hệ phụ thuộc, nguồn lực tổ chức, quan hệ cổ đông.

Nghiên cứu của Hidayat, Akhmad & Mualim (2015) nhằm kiểm tra và thu thập bằng chứng thực nghiệm về tác động của các yếu tố môi trường (bên ngoài và bên trong đối với chiến lược và kết quả kinh doanh của các công ty SX. Nghiên cứu này sử dụng dữ liệu sơ cấp thu được bằng cách phân phát questionnaires (bảng câu hỏi) cho 150 người trả lời của các công ty SX ở Indonesia trải rộng trên sáu thành phố lớn ở Java như Jakarta, Banten, Bandung, Yogyakarta, Semarang và Surabaya. Các mẫu được lấy bằng cách sử dụng kỹ thuật lấy mẫu ngẫu nhiên có hệ thống. Kỹ thuật này được sử dụng vì những thành phố lớn đó có nhiều công ty SX khác nhau. Sau đó, tính khả thi của mô hình đã được thử nghiệm. Một số chỉ số về tính khả thi của mô hình sẽ được sử dụng để kiểm tra mô hình được phát triển trong mô hình phương trình cấu trúc. Kết quả cho thấy rằng các yếu tố môi trường bên trong và bên ngoài, thông qua môi trường hoạt động và môi trường từ xa của các ngành SX, cùng ảnh hưởng đến sự hiểu biết của các công ty về điều kiện của môi trường công nghiệp để thiết lập các mục tiêu chiến lược nhằm đạt được hiệu suất tối ưu của ngành SX.

Nghiên cứu của Sadeghi, Arabsalehi & Hamavandi (2016) nhằm điều tra hiệu suất hoạt động xã hội của doanh nghiệp (CSP) đối với hoạt động tài chính của các công ty SX được niêm yết trên Sàn giao dịch chứng khoán ở Tehran, vì vậy góp phần hiểu được tầm quan trọng của các khoản đầu tư có CSR đối với các công ty. Hoạt động xã hội của DN được đo lường bằng một bảng câu hỏi bao gồm 53 mục liên quan đến hoạt động xã hội của khách hàng của công ty, người lao động và các khía cạnh môi

trường và cộng đồng. Bên cạnh đó, Kết quả hoạt động tài chính của DN được đo lường bằng hai thước đo là lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE) và lợi nhuận trên tài sản (ROA). Trong nghiên cứu này, 74 quan sát được điều tra từ năm 2006 đến năm 2012. Dữ liệu được phân tích bằng phương pháp hồi quy bội. Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng hoạt động xã hội của khách hàng của công ty có tác động tiêu cực trực tiếp đến ROA của công ty. Bên cạnh đó, kết quả hoạt động xã hội của khía cạnh người lao động của DN có tác động tích cực trực tiếp đến ROA. Kết quả cũng cho thấy rằng không có thành phần nào của hoạt động xã hội của DN tác động đến ROE của các DN.

Nghiên cứu của Randhawa & Ahuja (2017) nhằm đánh giá những đóng góp của việc thực hiện 5S trong các ngành SX của Ấn Độ và tác động của nó đối với việc nâng cao kết quả kinh doanh của họ. Nghiên cứu đã được thực hiện trên một số lượng lớn các tổ chức SX đã áp dụng thành công kỹ thuật 5S hoặc đang trong quá trình thực hiện các sáng kiến 5S một mình hoặc cùng với các thực hành SX tinh gọn khác. Một “Bảng câu hỏi 5S” chi tiết đã được thiết kế để xác định các yếu tố bối cảnh và tác động của chúng đối với việc nâng cao kết quả kinh doanh. Kết quả cho thấy rằng phần lớn các tổ chức đã thể hiện cam kết hoàn toàn đối với việc thực hiện và hiện thực hóa mục tiêu của chính sách chất lượng 5S ở tất cả các cấp trong tổ chức. Việc thực hiện 5S đã tạo điều kiện cho các tổ chức SX tích lũy được những lợi ích đáng kể như cải thiện tổng thể về tổ chức, năng suất, chất lượng, an toàn, giá trị tinh thần của nhân viên, hiệu quả, sử dụng không gian làm việc và tối ưu hóa chi phí. Kết quả cũng cho thấy việc loại bỏ các vấn đề hệ thống SX nghiêm trọng như chậm trễ, hỏng hóc, nhân viên mất tinh thần, lợi nhuận giảm và khách hàng hài lòng thông qua việc thực hiện 5S toàn diện.

Theo lập luận của Sahoo (2019) cho rằng nhiều tổ chức đang phải đối mặt với những thách thức cạnh tranh do tốc độ thay đổi nhanh chóng của công nghệ. Cả quản trị chất lượng và đổi mới đều là những yếu tố cạnh tranh gay gắt liên quan đến các sản phẩm, dịch vụ và quy trình của tổ chức. Để đạt được kết quả kinh doanh cao hơn của DN, các DN sản xuất cần phải áp dụng các thực hành quản trị chất lượng cũng như phát triển năng lực đổi mới. do đó, mục đích của bài báo này là kiểm tra mối quan hệ giữa quản trị chất lượng, năng lực đổi mới và kết quả kinh doanh của DN dưới cả hai mô hình trung gian và điều tiết bằng cách sử dụng mô hình phương trình SEM. Cách tiếp cận của nghiên cứu này là định lượng, dữ liệu được sử dụng để kiểm tra các giả thuyết được thu thập từ các DNVVN của Ấn Độ, phỏng vấn cấp cao các nhà quản lý

với một bảng câu hỏi có cấu trúc. Các mối quan hệ giả định này được kiểm tra với dữ liệu thu thập được từ 134 DN SX của Ấn Độ bằng cách sử dụng bằng SPSS và AMOS. Sau cùng phát hiện rõ ràng rằng quản trị chất lượng thông qua năng lực đổi mới của công ty có liên quan gián tiếp với hiệu quả kinh doanh của công ty. Kết quả ủng hộ quan điểm rằng thực tiễn quản trị chất lượng khuyến khích việc xác định các chiến lược đổi mới sản phẩm và quy trình trong một cơ sở SX, điều này ảnh hưởng tích cực đến các khía cạnh khác nhau của hoạt động công ty. Quan trọng hơn, nghiên cứu này hỗ trợ các phát hiện của các nghiên cứu trước đây đã đặt câu hỏi về vai trò của các thực hành quản trị chất lượng trong việc cải thiện năng lực đổi mới của DN.

Theo Oh & Kuchinke (2017) nghiên cứu trong lĩnh vực SX tại Hàn Quốc cho thấy rằng hoạt động học tập tổ chức có liên quan tích cực đến kết quả kinh doanh.

Theo Migdadi, Zaid, Hujran & Aloudat (2016) nghiên cứu tại Ả Rập trong lĩnh vực điện tử cho thấy rằng (1) Năng lực học tập có ảnh hưởng tích cực đến việc thực hiện kinh doanh điện tử; (2) Sự sẵn sàng đào tạo có tác động tích cực đến năng lực học tập; (3) Chuyên môn kỹ thuật có tác động tích cực đến năng lực học tập; (4) Trình độ kiến thức có tác động tích cực đến năng lực học tập; (5) Năng lực quản lý kiến thức có ảnh hưởng tích cực đến việc thực hiện kinh doanh điện tử; (6) Sự sẵn sàng đào tạo có tác động tích cực đến năng lực quản lý kiến thức; (7) Chuyên môn kỹ thuật có tác động tích cực và năng lực quản lý kiến thức; (8) Trình độ kiến thức có tác động tích cực đến năng lực quản lý kiến thức; (9) Nền văn hóa tổ chức mở tác động tích cực đến thực hiện kinh doanh điện tử; (10) Sự hỗ trợ quản trị cấp cao có liên quan tích cực đến thực hiện kinh doanh điện tử; (11) Thực hiện kinh doanh điện tử có ảnh hưởng thuận chiều đến kết quả tổ chức.

Mặt khác, Ahmed Khalid, Ahmed & Shah (2017) nghiên cứu trong lĩnh vực ngân hàng ở Pakistan cho thấy rằng (1) Quyền quyết định trong công việc liên quan tích cực đến kết quả kinh doanh; (2) Sự rõ ràng trong công việc liên quan tích cực đến kết quả kinh doanh; (3) sự gắn bó của nhân viên sẽ điều tiết mối quan hệ giữa sự rõ ràng của công việc và kết quả kinh doanh.

Theo Son, Phong & Loan (2020) nghiên cứu trong lĩnh vực SX & DV (sản xuất và dịch vụ) tại Trung Quốc kết quả là: (1) lãnh đạo chuyên đổi liên quan đáng kể đến việc thu thập kiến thức và đóng góp kiến thức; (2) lãnh đạo chuyên đổi có ảnh hưởng thuận chiều đến kết quả vận hành và kết quả tài chính; (3) Thu thập kiến thức và đóng

góp kiến thức có ảnh hưởng tích cực vào kết quả vận hành và kết quả tài chính và tương ứng.

Theo Yoo, Choo & Lee (2018) nghiên cứu tại các DN VVN ở Hàn Quốc cho thấy (1) năng lực đổi mới công nghệ có tác động tích cực đến kết quả kinh doanh; (2) năng lực đổi mới công nghệ có ảnh hưởng thuận chiều đến hiệu quả tổ chức; (3) năng lực đổi mới công nghệ có tác động tích cực đến kết quả tài chính; (4) năng lực đổi mới công nghệ có tác động tích cực đến kết quả kinh doanh phi tài chính; (5) năng lực đổi mới công nghệ có tác động tích cực đến sự sáng tạo; (6) năng lực đổi mới công nghệ có ảnh hưởng thuận chiều vào hiệu quả công việc; (7) Thay đổi nhận thức tổ chức có ảnh hưởng trung gian đến mối quan hệ giữa năng lực đổi mới công nghệ và kết quả kinh doanh.

Theo Andjarwati (2020) nghiên cứu trong lĩnh vực Dược ở Indonexia cho thấy rằng (1) Sự lãnh đạo có vai trò tích cực đáng kể đối với kết quả của DN dược phẩm ở Indonesia; (2) Đòn bẩy quản trị có vai trò tích cực đáng kể vào kết quả của DN dược phẩm ở Indonesia; (3) Quá trình kinh doanh có vai trò tích cực đáng kể đối với kết quả của DN dược phẩm ở Indonesia.

Theo Dzenopoljac, Alasadi, Zaim & Bontis (2018) nghiên cứu trong dịch vụ chăm sóc sức khỏe và an toàn nghề nghiệp tại Kuwait cho thấy rằng (1) Quá trình năng lực quản trị tri thức ảnh hưởng trực tiếp và tích cực đến doanh số bán hàng; (2) Quá trình năng lực quản trị tri thức ảnh hưởng trực tiếp và tích cực đến lợi nhuận ròng; (3) Quá trình năng lực quản trị tri thức ảnh hưởng trực tiếp và tích cực đến thị phần; (4) Quá trình năng lực quản trị tri thức ảnh hưởng trực tiếp và tích cực đến kết quả đổi mới.

Mặt khác, ở VN các nghiên cứu về kết quả kinh doanh và các liên kết xung quanh kết quả kinh doanh ở VN có nhiều nghiên cứu nhưng tiếp cận theo hai xu hướng nguồn lực vô hình và năng lực động còn nhiều hạn chế và vẫn còn mâu thuẫn, tranh cãi nhau về các thành phần nguồn lực vô hình và năng lực động tác động đến kết quả kinh doanh. cụ thể:

Nghiên cứu của Nghi & Nam (2011) nhằm xác định các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động SX kinh doanh của DNNVV ở Tp.Cần Thơ. Cỡ mẫu được chọn là 389 DNNVV trong lĩnh vực SX- KD. Phương pháp thống kê mô tả và phân tích hồi qui tuyến tính đa biến được sử dụng trong nghiên cứu. Kết quả nghiên cứu cho thấy,

các nhân tố mức độ tiếp cận chính sách hỗ trợ của Chính Phủ, trình độ học vấn của chủ DN, quy mô DN, các mối quan hệ xã hội của DN và tốc độ tăng doanh thu ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của DNNVV ở Thành phố Cần Thơ.

Nghiên cứu của Đức (2020) nhằm kiểm định mối quan hệ giữa thực tiễn quản trị nguồn nhân lực, lợi thế cạnh tranh về nguồn nhân lực và kết quả kinh doanh của các DN (Vietnam Posts and Telecommunications Group – VNPT) trên địa bàn Tỉnh, Thành phố tại Việt Nam. Nghiên cứu đã đạt được một số kết quả sau: Thực tiễn quản trị nguồn nhân lực có tác động tích cực đến lợi thế cạnh tranh ; thực tiễn quản trị nguồn nhân lực có tác động tích cực đến kết quả kinh doanh của các VNP và lợi thế cạnh tranh có tác động tích cực đến kết quả kinh doanh của của VNPT ($\beta = 0,468$). kết quả kinh doanh của các VNPT không có sự khác biệt qua đặc điểm nhân khẩu học.

Nghiên cứu của Hùng (2017) nhằm xác định mối quan hệ giữa mức độ thực hiện CSR, cam kết tổ chức và kết quả hoạt động kinh doanh của các DN chế biến thực phẩm. Mẫu nghiên cứu được khảo sát từ 422 nhân viên và quản lý. Nghiên cứu dựa trên phương pháp phân tích cân bằng cấu trúc tuyến tính để phân tích mối quan hệ giữa các nhân tố tác động. Kết quả nghiên cứu cho thấy: bốn khía cạnh của CSR hướng đến nhân viên, khách hàng, môi trường tự nhiên và pháp lý có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng công việc và cam kết tổ chức, trách nhiệm xã hội ảnh hưởng đến kết quả hoạt động kinh doanh thông qua nhân tố trung gian là cam kết tổ chức; tuy nhiên hài lòng công việc có mối quan hệ tỷ lệ nghịch đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp

Nghiên cứu của Nương (2020) nhằm khám phá các nhân tố ảnh hưởng đến thực hiện kế toán quản trị chiến lược, tác động của thực hiện kế toán quản trị chiến lược đến thành quả trong DN SX Việt Nam. Với mẫu được khảo sát 301 DN SX tại Việt Nam để phục vụ quá trình phương pháp nghiên cứu định lượng chính thức. Kết quả cung cấp bằng chứng mối quan hệ cho thấy sáu nhân tố bao gồm: Văn hóa công ty, chiến lược kinh doanh, cơ cấu tổ chức phân cấp quản lý, trình độ nhân viên, công nghệ, nhận thức về thị trường kinh doanh tác động trực tiếp đến thực hiện kế toán quản trị chiến lược trong đó văn hóa tổ chức tác động mạnh nhất. Kết quả cũng thể hiện rằng tác động của kế toán quản trị chiến lược đến thành quả hoạt động tại DN SX ở Việt Nam.

Nghiên cứu của Oanh (2020) nhằm khám phá liệu chiến lược kinh doanh và định hướng khách hàng có phải là động cơ khiến DN vận dụng nhiều/ít thước đo phi

tài chính hay không. Bằng việc khảo sát 100 DN SX vừa và lớn tại TP.HCM và một số tỉnh lân cận trong năm 2019, kết quả nghiên cứu cho thấy DN sẽ đạt hiệu quả hoạt động kinh doanh cao hơn khi chiến lược kinh doanh phù hợp với mức độ vận dụng thước đo phi tài chính. Ngoài ra, nghiên cứu cũng đi đến nhận định rằng, định hướng khách hàng không đóng vai trò điều tiết mối quan hệ giữa chiến lược kinh doanh và việc vận dụng thước đo phi tài chính.

Long (2014) nghiên cứu tại các công ty địa phương kết quả cho thấy rằng (1) Định hướng thị trường tác động tích cực đến kết quả của DN; (2) CSR tác động tích cực đến kết quả của DN; (3) định hướng thị trường tác động tích cực đến kết quả kinh doanh thông qua trung gian CSR.

Nguyen & Aoyama (2014) nghiên cứu tại các công ty SX kết quả cho thấy rằng (1) chuyển giao công nghệ hiệu quả có tác động tích cực đến kết quả kinh doanh (năng suất của công ty), (2) chuyển giao công nghệ hiệu quả có tác động tích cực đến kết quả kinh doanh, (3) Văn hóa doanh nghiệp có tác động điều tiết vào mối quan hệ giữa chuyển giao công nghệ đến kết quả kinh doanh (năng suất của công ty), (4) Văn hóa doanh nghiệp có tác động điều tiết vào mối quan hệ giữa chuyển giao công nghệ đến kết quả kinh doanh .

Theo Thọ (2018) nghiên cứu tại các công ty dịch vụ và sản xuất kết quả cho thấy rằng (1) Khả năng đáp ứng khách hàng, (2) Khả năng đáp ứng với các đối thủ cạnh tranh, (3) Chất lượng mối quan hệ kinh doanh và năng lực đổi mới có tác động đến kết quả kinh doanh của công ty.

Theo Thọ & Trang (2011) nghiên cứu tại 323 công ty kết quả cho thấy (1) Có một mối quan hệ tích cực giữa cơ hội kỳ vọng từ WTO vào kết quả kinh doanh qua trung gian năng lực tiếp thị và (2) Có mối quan hệ tích cực giữa cơ hội kỳ vọng từ WTO vào kết quả kinh doanh qua trung gian năng lực đổi mới.

Theo Hải (2018) nghiên cứu tại các DN tư nhân tại Đồng Nai cho thấy rằng có 7 nhân tố tác động đến kết quả kinh doanh (1) Khả năng thanh toán, (2) Quy mô doanh nghiệp, (3) Tốc độ tăng trưởng, (4) Thủ tục hành chính, (5) Tiếp cận các tổ chức tín dụng, (6) Trình độ lao động và (7) Thời gian hoạt động.

Theo Duy & Hùng (2017) nghiên cứu tại 103 DN VVN tỉnh Hải Dương kết quả cho thấy rằng (1) Nhóm nhân tố nội lực (đổi mới sản phẩm, tiếp thị, chất lượng lao động, trang thiết bị), (2) Vốn (thủ tục vay vốn, tiếp cận thị trường vốn, khả năng tài

chính nội bộ) và (3) Nhóm nhân tố chính sách (chính sách thuế, chính sách đất đai, hội DN, chính sách ưu đãi).

Theo Tùng (2016) nghiên cứu trong lĩnh vực dầu khí kết quả cho thấy cấu trúc vốn và quản trị nợ phải thu cả hai có tác động nghịch chiều với kết quả kinh doanh, tốc độ tăng trưởng tác động cùng chiều vào kết quả kinh doanh.

Theo Thành (2011) nghiên cứu tại 312 DN sản xuất chế tạo và dịch vụ tại 22 tỉnh/thành phố của Việt Nam kết quả cho thấy (1) Hệ thống quản trị nguồn nhân lực kết quả cao tác động tích cực tới kết quả hoạt động, (2) Kết quả ước lượng cho thấy hệ thống quản trị nguồn nhân lực kết quả cao tác động tích cực tới đổi mới, (3) Đổi mới tác động tích cực tới kết quả hoạt động, (4) Đổi mới đóng vai trò trung gian một phần trong mối quan hệ giữa hệ thống quản trị nguồn nhân lực và kết quả hoạt động của các DN SX chế tạo và dịch vụ tại Việt Nam.

Qua tổng hợp các nghiên cứu tại Việt Nam cho thấy các nghiên cứu tiếp cận theo hướng khác không tiếp cận theo xu hướng nguồn lực vô hình và năng lực động, cụ thể đó là nghiên cứu của Hải (2018); Duy & Hùng (2017); Tùng (2016); Nghi & Nam (2011) và các nghiên cứu vẫn còn nhiều tranh cãi, tranh luận và chưa có sự thống nhất chung về các yếu tố tác động đến kết quả kinh doanh nên hạn chế những kết luận khái quát hóa về các yếu tố tác động đến kết quả kinh doanh. Trái ngược lại, nghiên cứu của các tác giả Long (2014); Nguyen & Aoyama (2014); Thọ (2018); Thọ & Trang (2011); Đức (2020); Hùng (2017); Nương (2020); Oanh (2020) và Thành (2011) lại có cách tiếp cận như các nghiên cứu của nước ngoài vì các nghiên cứu của Long (2014); Nguyen & Aoyama (2014); Thọ (2018); Thọ & Trang (2011); Đức (2020); Hùng (2017); Nương (2020); Oanh (2020) và Thành (2011) đã đề cập và nghiên cứu sự tác động của các yếu tố thuộc nguồn lực vô hình và năng lực động đến kết quả kinh doanh. Tuy nhiên những nghiên cứu này vẫn còn nhiều tranh cãi và mâu thuẫn về các thành phần thuộc nguồn lực vô hình và năng lực động giữa các nghiên cứu nên hạn chế kết quả khái quát hóa các thành phần tác động đến kết quả kinh doanh. Đặc biệt trong đó các nghiên cứu tại Việt Nam chỉ mới chú trọng tác động trực tiếp của yếu tố thuộc nguồn lực vô hình như: định hướng thị trường và CSR; chuyên giao công nghệ hiệu quả; hệ thống quản trị nguồn nhân lực; khả năng đáp ứng khách hàng, khả năng đáp ứng với các đối thủ cạnh tranh, chất lượng mối quan hệ kinh doanh và năng lực đổi mới; quản trị nguồn nhân lực và lợi thế cạnh tranh; CSR và cam kết tổ chức; kế

toán quản trị và chiến lược; chiến lược tạo sự khác biệt và chiến lược dẫn đầu chi phí đến kết quả kinh doanh, cụ thể các nghiên cứu điển hình lần lượt theo thứ tự là Long (2014); Nguyen & Aoyama (2014); Thành (2011); Thọ (2018); Đức (2020); Hùng (2017); Nương (2020); Oanh (2020). Song song đó tác động của yếu tố nguồn lực vô hình và năng lực động thông qua biến trung gian: CSR; năng lực đổi mới và năng lực tiếp thị; đổi mới; cam kết tổ chức đến kết quả kinh doanh cụ thể các nghiên cứu điển hình theo thứ tự lần lượt là Long (2014); Thọ & Trang (2011); Thành (2011); Hùng (2017).

Các nghiên cứu của tác giả Hải (2018); Duy & Hùng (2017); Tùng (2016); Nghi & Nam (2011); Đức (2020); Nương (2020); Oanh (2020) chỉ chú trọng tập trung nghiên cứu tác động trực tiếp của các yếu tố cụ thể sắp xếp theo thứ tự như sau: khả năng thanh toán, quy mô doanh nghiệp, tốc độ tăng trưởng, thủ tục hành chính, tiếp cận các tổ chức tín dụng, trình độ lao động, thời gian hoạt động; nhóm nhân tố nội lực (đổi mới sản phẩm, tiếp thị, chất lượng lao động, trang thiết bị), vốn (thủ tục vay vốn, tiếp cận thị trường vốn, khả năng tài chính nội bộ) và nhóm nhân tố chính sách (chính sách thuế, chính sách đất đai, hội doanh nghiệp, chính sách ưu đãi); cấu trúc vốn và quản trị nợ phải thu tốc độ tăng trưởng; tiếp cận chính sách hỗ trợ của Chính Phủ, trình độ học vấn của chủ DN, quy mô DN, các mối quan hệ xã hội của DN, tốc độ tăng doanh thu; quản trị nguồn nhân lực và lợi thế cạnh tranh; kế toán quản trị và chiến lược; chiến lược tạo sự khác biệt và chiến lược dẫn đầu chi phí đến kết quả kinh doanh. Còn về tác động trung gian và tác động điều tiết của các nghiên cứu tại Việt Nam điển hình như Hải (2018); Duy & Hùng (2017); Tùng (2016); Nghi & Nam (2011); Đức (2020); Nương (2020); Oanh (2020) chưa đề cập và không có nghiên cứu nào thực hiện.

Tóm lại, qua tổng hợp và phân tích cho thấy các yếu tố thuộc nguồn lực đa dạng và phức tạp và tại các nền kinh tế khác nhau, trong nhiều lĩnh vực ngành nghề khác nhau và các nước khác nhau thì các nguồn lực vô hình được sử dụng trong các nghiên cứu cũng khác nhau và hình thành những nhóm khác nhau và trong mỗi nhóm yếu tố còn nhiều tranh cãi, tranh luận và chưa có sự thống nhất chung về các nhân tố thuộc nguồn lực ảnh hưởng vào kết quả kinh doanh nên hạn chế những kết luận khái quát hóa về các thành phần thuộc nguồn lực. Qua tổng hợp nghiên cứu có tất cả là 14 nhóm yếu tố thuộc nguồn lực tác động đến kết quả kinh doanh cụ thể (1) Vốn xã hội, (2)

CSR , (3) quản trị nguồn nhân lực, (4) Công nghệ thông tin (5) Văn hóa doanh nghiệp, (6) Chuỗi cung ứng, (7) Định hướng thị trường, (8) Năng lực đổi mới, (9) Danh tiếng công ty, (10) Yếu tố lãnh đạo, (11) Quản trị tri thức, (12) Yếu tố con người, (13) Yếu tố môi trường, (14) Nguồn lực khác. Trong đó nhóm yếu tố CSR được nghiên cứu nhiều nhất tác động đến kết quả kinh doanh với 11 nghiên cứu, nhóm yếu tố xếp thứ hai ảnh hưởng vào kết quả kinh doanh là danh tiếng tổ chức và yếu tố con người với 6 nghiên cứu đã được tiến hành, nhóm yếu tố xếp thứ ba tác động đến kết quả kinh doanh đó là quản trị nguồn nhân lực với 5 nghiên cứu đã được tiến hành, nhóm yếu tố xếp thứ tư tác động đến kết quả kinh doanh là định hướng thị trường, năng lực đổi mới và yếu tố lãnh đạo và ứng với mỗi nhóm có 4 nghiên cứu đã được tiến hành thực hiện, nhóm yếu tố xếp thứ năm tác động đến kết quả kinh doanh là nhóm yếu tố chuỗi cung ứng và văn hóa DN và ứng với mỗi nhóm là có 3 nghiên cứu đã được tiến hành thực hiện và sau cùng nhóm yếu tố ít được quan tâm đề cập có tác động đến kết quả kinh doanh là nhóm yếu tố công nghệ thông tin và năng lực quản trị tri thức chỉ mới có 2 nghiên cứu ứng với từng nhóm, sau cùng nhóm yếu tố môi trường và nguồn lực khác (ví dụ: quan hệ với cơ quan hữu quan, cơ quan quản lý của nhà nước) còn quá giới hạn chỉ có 1 nghiên cứu đối với yếu tố môi trường và nguồn lực khác của DN chỉ có 1 nghiên cứu. Tuy nhiên, theo đề xuất và yêu cầu của nhiều tác giả như Qu (2014); Huang & Lien (2012); Zulkifli & Muhamad (2011); Luo, Griffith, Liu & Shi (2004); Carmeli & Tishler (2004); Inglis, Morley & Sammut (2006); Snoj, Milfelner, & Gabrijan (2007); Lu, Lin & Tu (2009); Lee, Lee & Wu (2010), Mogollon & Rodrigues (2019); Ping & Kassim (2019); Dar & Mishra (2020) nên tiếp tục nghiên cứu để tổng quát hóa các yếu tố thuộc nguồn lực tác động đến kết quả kinh doanh tại nhiều nền văn hóa khác nhau và trong các lĩnh vực ngành nghề khác nhau để từ đó sẽ có những kết luận khái quát hóa chung nhất về các thành phần thuộc nguồn lực và đặc biệt là tại Châu Á. Những đề xuất của các nhóm tác giả nêu trên làm tiền đề cơ sở cho tác giả nghiên cứu tiếp theo tại thị trường Việt Nam và qua tổng quan cho thấy công nghệ thông tin và quản trị tri thức còn ít được quan tâm đầu tư nghiên cứu tác động đến kết quả kinh doanh khi VN dần đổi mới và trong bối cảnh công nghệ 4.0 và nền kinh tế tri thức hiện nay thì công nghệ thông tin và năng lực quản trị tri thức nên được quan tâm ngày càng nhiều. Thêm vào đó vốn xã hội cũng chưa được chú trọng đầu tư nghiên cứu nhiều đến sự tác động của nó vào kết quả kinh doanh và trong

bối cảnh kinh tế Việt Nam nếu không đầu tư vốn quan hệ thì khó có thể mở rộng thị phần và phát triển bền vững trong thị trường và vốn xã hội là một nhu cầu bức thiết trong bối cảnh nền kinh tế thị trường hiện nay, đặc biệt trong ngành SX-KD Cửa tại Việt Nam và điển hình khu vực TPHCM cần phải được quan tâm đầu tư nhiều hơn về vốn xã hội và quan trọng là tác động của quản trị tri thức đến vốn xã hội như thế nào thì hầu như quá hạn chế về số lượng nghiên cứu.

Qua tổng hợp trên cho thấy các yếu tố thuộc nguồn lực tác động trực tiếp đến kết quả kinh doanh cụ thể là nghiên cứu của Carmeli & Tishler (2004); Lu, Lin & Tu (2009); Lee, Lee & Wu (2010); Huang, Stewart & Chen (2010); Liang, You & Liu (2010); Saleh, Zulkifli & Muhamad (2011); Valmohammadi (2011); Mehra, Joyal, & Rhee (2011); Lado, Paulraj & Chen (2011); Jyoti & Sharma (2012); Imran, Bashir, Shah, Wasai & Umairsami (2012); Huang & Lien (2012); qu (2014); Sledge (2015); Hidayat, Akhmad & Mualim (2015); Guzman, Castro & Torres (2016); Sadeghi, Arabsalehi & Hamavandi (2016); Sindhu & Arif (2017); Randhawa & Ahuja (2017); Sahoo (2019).

Bên cạnh đó sự tác động của yếu tố thuộc các nhóm nguồn lực đến kết quả kinh doanh thông qua biến trung gian (lòng trung thành của khách hàng, thị phần và sản lượng tiêu thụ; chiến lược kinh doanh; năng lực bên trong và năng lực bên ngoài; sự hài lòng của nhân viên và sự hài lòng của khách hàng; sự hài lòng trong công việc của nhân viên, hiệu quả vận hành “Operational effectiveness”, hiệu ứng quan hệ; danh tiếng công ty; thực hiện kinh doanh điện tử; sự hài lòng của khách hàng, danh tiếng công ty và lợi thế cạnh tranh; học tập tổ chức; CSR; chất lượng thông tin; lòng trung thành; đóng góp tri thức & thu thập tri thức; năng lực đổi mới) điển hình lần lượt theo thứ tự cụ thể là nghiên cứu của Snoj, Milfelner, & Gabrijan (2007); Lee, Lee & Wu (2010); Liang, You & Liu (2010); Jyoti & Sharma (2012); Lee, Kim, & Choi (2012); Taghian, D’Souza & Polonsky (2015); Migdadi, Zaid, Hujran & Aloudat (2016); Sindhu & Arif (2017); Oh & Kuchinke (2017); Khan, Ali, Olya, Zulqarnain & Khan (2018); Şahin & Topal (2018); Sampaio, Mogollon & Rodrigues (2019); Son, Phong & Loan (2020); Sahoo (2019). Trong đó có khi chính các nhóm yếu tố nguồn lực cũng đóng vai trò trung gian trong quan hệ giữa các nhóm yếu tố nguồn lực còn lại đến kết quả kinh doanh.

Mặt khác sự tác động của các yếu tố thuộc các nhóm nguồn lực đến kết quả kinh doanh thông qua biến điều tiết (cấu trúc sở hữu; văn hóa doanh nghiệp) điển hình lần lượt theo thứ tự cụ thể là nghiên cứu của Luo, Griffith, Liu & Shi (2004); Nguyen & Aoyama (2014).

Tổng quan chung ở những lĩnh vực ngành nghề khác nhau tại nhiều quốc gia cho thấy hầu hết phần lớn các nghiên cứu khám phá hoặc test “kiểm định” tác động của các thành phần thuộc nguồn lực và đặc biệt là nguồn lực vô hình đến kết quả kinh doanh đều còn nhiều mâu thuẫn nhau, còn nhiều tranh cãi và chưa có sự thống nhất chung về các thành phần tác động đến kết quả kinh doanh, do đó hạn chế mô hình khái quát các thành phần tác động đến kết quả kinh doanh (thể hiện cụ thể qua bảng tổng hợp các yếu tố nguồn lực vô hình ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh theo năm, quốc gia và ngành nghề), vì vậy trong những nghiên cứu về tác động của các thành phần của nguồn lực tác động đến kết quả kinh doanh còn nhiều điều cần bàn luận và còn khoảng trống về việc khái quát hóa mô hình các thành phần của nguồn lực tác động đến kết quả kinh doanh.

Trước tình hình đó cho thấy các yếu tố thuộc nguồn lực đặc biệt là nguồn lực vô hình có tác động kết quả kinh doanh trong ngành SX. Cụ thể trong các nghiên cứu thuộc lĩnh vực SX cho thấy các nghiên cứu cũng còn nhiều tranh luận về tác động của các thành phần của nguồn lực đặc biệt là nguồn lực vô hình đến kết quả kinh doanh và vì vậy cũng hạn chế kết luận mô hình khái quát hóa các yếu tố nguồn lực vô hình tác động đến kết quả kinh doanh của các DN SX. Điển hình, mô hình nghiên cứu khái quát của tác giả Hadi, Abdullah, & Sajilan (2015) cho thấy có ba thành phần tác động kết quả kinh doanh, đó là quan hệ phụ thuộc, nguồn lực tổ chức, quan hệ cổ đông; nghiên cứu của Lado, Paulraj & Chen (2011) cho thấy dịch vụ khách hàng có tác động trực tiếp đến đáng kể đến kết quả tài chính; nghiên cứu của Hidayat, Akhmad & Mualim (2015) kết quả là chiến lược DN có tác động trực tiếp đáng kể đến kết quả kinh doanh; nghiên cứu của Randhawa, & Ahuja (2017) cho thấy rằng thực hiện 5S có tác động đến kết quả kinh doanh của DN SX tại Ấn Độ; nghiên cứu của Huang, Stewart & Chen (2010) cho kết quả là quản lý nhà cung cấp tích hợp (ISM), phát triển sản phẩm mới (NPD) và chia sẻ kiến thức (KS) đều đóng một vai trò quan trọng và có tác động trực tiếp có ý nghĩa đến sự thành công của hoạt động công ty và tạo ra kết quả kinh doanh trong bối cảnh SX của Đài Loan; nghiên cứu của Sadeghi, Arabsalehi

& Hamavandi (2016) kết quả cho thấy rằng hoạt động xã hội khía cạnh khách hàng của công ty có tác động tiêu cực trực tiếp đến ROA của công ty. Bên cạnh đó, kết quả hoạt động xã hội của khía cạnh người lao động của DN có tác động tích cực trực tiếp đến ROA; nghiên cứu của Sahoo (2019) cho thấy quản trị chất lượng thông qua năng lực đổi mới của công ty có liên quan gián tiếp với hiệu quả kinh doanh của công ty và kết quả ủng hộ quan điểm rằng thực tiễn quản trị chất lượng khuyến khích việc xác định các chiến lược đổi mới sản phẩm và quy trình trong một cơ sở SX, điều này ảnh hưởng tích cực đến các khía cạnh khác nhau của hoạt động công ty; nghiên cứu của Valmohammadi (2011) cho thấy rằng có mối quan hệ đáng kể trực tiếp giữa thực hành quản trị TQM và kết quả của tổ chức tại các DNVVN trong lĩnh vực sản xuất.

Qua tổng quan nghiên cứu của tất cả các ngành và tổng quan nghiên cứu riêng của SX cụ thể là các công ty sản xuất cho thấy điểm chung là việc nghiên cứu tác động của thành phần thuộc nguồn lực vô hình đến kết quả kinh doanh hầu hết đều còn nhiều mâu thuẫn về mô hình khái quát hóa các yếu tố thuộc nguồn lực vô hình tác động đến kết quả kinh doanh. Trong nghiên cứu chung về tất cả các ngành hầu hết đều tập trung nghiên cứu thành phần CSR; quản trị nguồn nhân lực còn nghiên cứu tập trung khai thác vốn xã hội, sự đổi mới và quản trị tri thức còn nhiều hạn chế chỉ dừng lại vài nghiên cứu điển hình. Điều này càng cực kì hiếm trong ngành SX và cụ thể là các công ty SX chưa quan tâm chú trọng đến việc đầu tư khai thác thế mạnh của vốn xã hội, năng lực đổi mới và quản trị tri thức và mối quan hệ giữa vốn xã hội, năng lực đổi mới và năng lực quản trị tri thức đến kết quả nghiên cứu càng ít được quan tâm và do đó việc nghiên cứu quá giới hạn. Điều này chính là cơ sở đề xuất mô hình nghiên cứu của tác giả.

Xa hơn nữa, qua tổng hợp cho thấy các nhóm yếu tố thuộc nguồn lực vô hình tác động đến kết quả kinh doanh qua ba dòng tác động chính đó là (1) tác động trực tiếp đến kết quả kinh doanh; (2) tác động đến kết quả kinh doanh thông qua biến trung gian và (3) Tác động đến kết quả kinh doanh thông qua biến điều tiết. đặc biệt trong đó tác động của nhóm yếu tố thuộc nguồn lực vô hình thông qua biến trung gian đến kết quả kinh doanh và tác động của các nhóm yếu tố thuộc nguồn lực vô hình trực tiếp tác động đến kết quả kinh doanh ngày càng được quan tâm và đầu tư nghiên cứu của nhiều tác giả. Ngược lại, tác động của nhóm yếu tố nguồn lực vô hình tác động đến kết quả kinh doanh thông qua biến điều tiết còn ít được quan tâm và những nghiên cứu về

điều này còn nhiều hạn chế chỉ mới đề cập đến cấu trúc sở hữu điển hình là Luo, Griffith, Liu & Shi (2004). Do đó khái quát hóa mô hình tác động của các yếu tố thuộc nguồn lực vô hình đến kết quả kinh doanh còn nhiều hạn chế và cần tiếp tục nghiên cứu thêm đặc biệt thị trường châu Á và quan trọng là tại Việt Nam.

Bảng tổng hợp 14 nhóm yếu tố nguồn lực ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh tại các quốc gia khác nhau (xem phụ lục 1) và bảng tổng hợp các nghiên cứu mối quan hệ giữa các yếu tố nguồn lực và kết quả kinh doanh theo lĩnh vực, quốc gia, năm (xem phụ lục 2).

*** Tiếp cận theo năng lực động**

Ngoài tác động của các thành phần thuộc lý thuyết dựa vào nguồn lực đặc biệt là nguồn lực vô hình thì các thành phần thuộc năng lực động cũng có tác động đến kết quả kinh doanh. Kể từ công trình nổi tiếng của Teece, Pisano và Shuen (1997), khái niệm năng lực động như là phần mở rộng của quan điểm dựa trên nguồn lực (RBV) đã xuất hiện trong lý thuyết quản trị chiến lược (Bykova & Jardon, 2018). Một quan điểm của năng lực động cho rằng trong một môi trường thay đổi, tích lũy chỉ là điều kiện bậc nhất; một công ty cần phải cấu trúc lại các nguồn lực hiện có của mình và trên cơ sở những nguồn lực mới để tăng kết quả và tạo ra giá trị (Schilke, 2014 dẫn theo Bykova & Jardon, 2018). Bằng cách này, các năng lực động trở nên quan trọng khi đó năng lực động thúc đẩy sự thay đổi các nguồn lực hiện tại của công ty và dẫn đến lợi thế cạnh tranh cho công ty. Bên cạnh đó, Helfat và cộng sự. (2007) định nghĩa năng lực động là “năng lực của công ty mục đích tạo, mở rộng và sửa đổi những nguồn lực của công ty”(Helfat và cộng sự, 2007 trích theo Bykova & Jardon, 2018) gợi ý rằng các năng lực động cho phép các công ty tham gia vào các lĩnh vực KD mới và mở rộng các lĩnh vực cũ thông qua tăng trưởng nội bộ, mua lại và đầu tư trực tiếp nước ngoài (Bykova & Jardon, 2018).

Theo Demirbag, Koh, Tatoglu & Zaim (2006) nghiên cứu trong lĩnh vực Dệt ở Thổ Nhĩ Kỳ kết quả cho thấy (1) Có một mối quan hệ tích cực và chặt chẽ giữa định hướng thị trường và việc thực hiện TQM trong các DNVVN; (2) Có một mối quan hệ chặt chẽ tích cực và trực tiếp giữa việc thực hiện TQM và kết quả của DNVVN; (3) Tác động của định hướng thị trường đến kết quả của tổ chức tăng lên khi bị tác động trung gian của việc thực hiện TQM trong các DNVVN.

Theo Ar & Baki (2011) nghiên cứu tại các DNVVN ở Thổ Nhĩ Kỳ kết quả cho thấy (1) Mức độ tập trung vào nghiên cứu và phát triển có ảnh hưởng tích cực trực tiếp đến đổi mới sản phẩm; (2) Mức độ hỗ trợ quản trị cấp cao có ảnh hưởng tích cực trực tiếp đến đổi mới sản phẩm; (3) Mức độ tập trung vào khách hàng có ảnh hưởng tích cực trực tiếp đến đổi mới sản phẩm; (4) Năng lực học tập của tổ chức có ảnh hưởng tích cực trực tiếp đến đổi mới quy trình; (5) Năng lực sáng tạo có ảnh hưởng tích cực trực tiếp đến đổi mới sản phẩm (6) Mức độ cộng tác của tổ chức có ảnh hưởng tích cực trực tiếp đến đổi mới quy trình; (7) Quan hệ nhà cung cấp có ảnh hưởng tích cực trực tiếp đến đổi mới sản phẩm; (8) Đổi mới sản phẩm và đổi mới quy trình ảnh hưởng trực tiếp tích cực liên kết với kết quả của công ty.

Theo Bañales & Andrade (2011) nghiên cứu trong lĩnh vực phần mềm Mehico cho thấy (1) Có mối quan hệ tích cực đáng kể giữa đổi mới công nghệ và kết quả kinh doanh; (2) định hướng thị trường chỉ có mối quan hệ gián tiếp với kết quả kinh doanh thông qua đổi mới công nghệ; (3) vốn quan hệ liên quan một phần đến kết quả kinh doanh; (4) định hướng thị trường có liên quan tích cực đến đổi mới công nghệ; (5) định hướng thị trường có liên quan tích cực đến vốn quan hệ ; (6) Đổi mới công nghệ có liên quan tích cực đến vốn quan hệ.

Theo Mahmood, Qadeer & Ahmad (2015) nghiên cứu trong lĩnh vực dệt ở Pakistan cho thấy rằng (1) Thực tiễn TQM ảnh hưởng có tích cực đến năng lực học tập của tổ chức ; (2) Thực tiễn TQM có ảnh hưởng tích cực đến kết quả của tổ chức; (3) Năng lực học tập của tổ chức có ảnh hưởng tích cực đến kết quả của tổ chức; (4) Năng lực học tập của tổ chức có tác động trung gian vào mối quan hệ giữa thực tiễn TQM và kết quả của tổ chức. Tất cả các nghiên cứu này đều thấy rằng TQM có quan hệ tích cực với học tập của tổ chức. Phát hiện thứ hai cho thấy có một mối quan hệ tích cực và đáng kể giữa thực tiễn TQM và kết quả của tổ chức. Kết quả chỉ ra rằng năng lực học tập của tổ chức có ảnh hưởng tích cực và đáng kể đến kết quả của tổ chức, năng lực học tập của tổ chức có tác động trung gian vào mối quan hệ giữa thực tiễn TQM và kết quả của tổ chức.

Theo Migdadi, Zaid, Hujran & Aloudat (2016) nghiên cứu trong lĩnh vực dịch vụ ở Ả Rập cho thấy (1) Năng lực học tập có ảnh hưởng tích cực đến việc thực hiện kinh doanh điện tử và cụ thể là sự sẵn sàng đào tạo có tác động tích cực đến năng lực học tập, chuyên môn kỹ thuật có tác động tích cực đến năng lực học tập và trình độ

kiến thức có tác động tích cực đến năng lực học tập; (2) năng lực quản trị tri thức có ảnh hưởng tích cực đến việc thực hiện kinh doanh điện tử; cụ thể, sự sẵn sàng đào tạo có tác động tích cực đến năng lực quản trị tri thức, chuyên môn kỹ thuật có tác động tích cực đến năng lực quản trị tri thức, trình độ kiến thức có tác động tích cực đến năng lực quản trị tri thức; (3) Nền văn hóa tổ chức mở tác động tích cực đến thực hiện kinh doanh điện tử; (4) Sự hỗ trợ quản trị cấp cao có liên quan tích cực đến thực hiện kinh doanh điện tử; (5) Thực hiện kinh doanh điện tử có tác động tích cực đến kết quả của tổ chức.

Theo Ho, Ahmad & Ramayah (2016) nghiên cứu tại các DNVVN ở Malaysia cho thấy (1) Năng lực tin cậy phân phối có tác động tích cực đến kết quả phi tài chính; (2) Chất lượng có tác động tích cực đến kết quả phi tài chính.

Theo Turulja & Bajgorić (2016) nghiên cứu tại nền kinh tế chuyển đổi cho thấy rằng (1) Năng lực quản trị tri thức có tác động tích cực đến kết quả kinh doanh của công ty; (2) năng lực công nghệ thông tin có tác động tích cực đến kết quả kinh doanh của công ty; (3) Năng lực công nghệ thông tin có tác động tích cực đến năng lực quản trị nguồn nhân lực.

Theo Kashif Corresponding, & Ilyas (2017) nghiên cứu trong lĩnh vực ngân hàng ở Pakistan cho thấy (1) Kết quả của tổ chức có thể được nâng cao bằng cách sử dụng năng lực quản trị cơ sở hạ tầng kiến thức; (2) Kết quả của tổ chức có thể được nâng cao bằng cách sử dụng năng lực quá trình năng lực quản trị tri thức; (3) học tập của tổ chức tác động trung gian vào mối quan hệ giữa năng lực quản trị tri thức và kết quả tổ chức.

Theo Zhang, Kara, Spillan & Wimsatt (2017) nghiên cứu tại các DNVVN ở Trung Quốc cho thấy (1) Tạo trí thông minh là một chỉ số tích cực của định hướng thị trường; (2) Phổ biến thông tin là một chỉ số tích cực của định hướng thị trường; (3) Sự phản hồi là một chỉ số tích cực của định hướng thị trường; (4) Định hướng thị trường ảnh hưởng tích cực đến kết quả kinh doanh.

Nghiên cứu của Habib & Bao (2019) nhằm xác định ảnh hưởng của năng lực quản lý tri thức đối với việc áp dụng quản lý thực tiễn chuỗi cung ứng xanh của công ty sản xuất và sau đó là tác động đến kết quả hoạt động của công ty. Dữ liệu được thu thập từ 262 công ty sản xuất dệt may của Bangladesh và được phân tích bằng cách sử dụng mô hình SEM. Nghiên cứu cho thấy rằng năng lực quản trị tri thức có tác động

tích cực đáng kể đến việc áp dụng thực hành quản trị chuỗi cung ứng xanh cả bên trong và bên ngoài. Hơn nữa, nghiên cứu cho thấy rằng các hoạt động quản lý chuỗi cung ứng xanh ở bên trong có tác động tích cực đáng kể đến cả kết quả kinh doanh và môi trường trong hoạt động quản lý chuỗi cung ứng xanh bên ngoài. Cuối cùng, nghiên cứu này chỉ ra rằng năng lực quản trị tri thức là nhân tố quan trọng của một công ty có thể mang lại kết quả bền vững thông qua các hoạt động quản trị chuỗi cung ứng xanh.

Trong nghiên cứu của Kavalić & cộng sự (2021) nhằm tìm hiểu tác động của quản lý tri thức đối với kết quả tài chính được phân tích. Nghiên cứu cũng bao gồm phân tích về tác động điều tiết của hai yếu tố điều tiết (Nguồn gốc quốc gia và Quy mô doanh nghiệp) và mối quan hệ của chúng. Dữ liệu được thu thập bằng cách phỏng vấn 520 nhà quản lý từ các công ty sản xuất đang hoạt động ở Serbia. Các kết luận quan trọng nhất của nghiên cứu là: 1) quản trị tri thức cao ảnh hưởng tích cực đến kết quả kinh doanh, chất lượng và khả năng cạnh tranh. 2) Quản lý tri thức ảnh hưởng mạnh mẽ đến các khía cạnh thị trường của doanh nghiệp, cũng như sự gia tăng tài sản cố định. 3) Quản lý tri thức có tác động mạnh đến kết quả tài chính ở các doanh nghiệp nước ngoài (hoạt động ở Serbia) so với các doanh nghiệp trong nước (Serbia).

Nghiên cứu của Rezaei & cộng sự (2021) nhằm mục đích điều tra và xác định các yếu tố ảnh hưởng đến việc trao quyền và thực hiện quản trị tri thức trong tổ chức cũng như tác động của quản trị tri thức đến kết quả của tổ chức. Nghiên cứu cũng xem xét vai trò trung gian của vốn nhân lực trong mối quan hệ giữa quản lý tri thức và kết quả kinh doanh của Nhà máy thép Kabul, là nhà máy thép lớn nhất ở Afghanistan. mô hình nghiên cứu đã được phát triển thông qua tổng quan tài liệu, dữ liệu ban đầu được thu thập thông qua bảng câu hỏi gồm 48 câu hỏi. Tham dự có 108 cán bộ quản lý và nhân viên hành chính của công ty, dữ liệu thu thập được phân tích bằng phần mềm SPSS và SmartPLS. Cuối cùng, những phát hiện cho thấy tác động tích cực của các biến cấu trúc, văn hóa, lãnh đạo và niềm tin đối với quản lý tri thức trong một tổ chức. Ngoài ra, quản lý tri thức ảnh hưởng đến kết quả của tổ chức, cả trực tiếp và thông qua biến trung gian của vốn nhân lực.

Hai trăm nhân viên của Công ty Phân phối Điện Lagos, Nigeria (công ty phân phối Eko và Ikeja) đã được chọn để kiểm định ảnh hưởng của quản lý tri thức đối với kết quả của tổ chức (Aarinola, 2021). nghiên cứu sử dụng bảng câu hỏi có cấu trúc để

thu thập dữ liệu; kiểm tra tính hợp lệ và độ tin cậy được thực hiện với hệ số Cronbach Alpha (Aarinola, 2021). Mô hình hồi quy tuyến tính và hệ số tương quan Pearson cũng được sử dụng cho việc phân tích dữ liệu (Aarinola, 2021). Kết quả nghiên cứu kết luận rằng các khía cạnh của quản lý tri thức là nền tảng hiệu suất của các công ty phân phối điện (Aarinola, 2021)

Để đạt lợi thế cạnh tranh, doanh nghiệp tổ chức phải tìm ra các loại khác nhau của tài nguyên/tài sản, hữu hình và vô hình (Chib & Sehgal, 2019). Các tổ chức cũng phải quản lý các tài sản một cách hiệu quả để đạt ưu việt trong thị trường. Hiện tại, nhiều công ty đã xem tài sản vô hình của họ như “kiến thức” (Chib & Sehgal, 2019). Do đó, tổ chức phải công nhận sự đổi mới và quản trị tri thức đó trong có hệ thống theo cách (Chib & Sehgal, 2019). Mục đích của nghiên cứu này là để kiểm tra mối quan hệ giữa quản trị tri thức và đổi mới (Đổi mới Sản phẩm và Quy trình) và tác động của đổi mới vào kết quả của tổ chức, đồng thời cung cấp một mô hình tích hợp về quản trị tri thức - Đổi mới - kết quả của tổ chức (Chib & Sehgal, 2019). Nghiên cứu được thực hiện trong ngành ngân hàng Ấn Độ và tác động của nó đối với hiệu quả hoạt động của tổ chức (Chib & Sehgal, 2019). Theo nghiên cứu này, một cuộc khảo sát mới đã được thực hiện với 292 nhân viên thử việc làm việc tại 90 chi nhánh của ngân hàng ở Ấn Độ (nghiên cứu sử dụng phân tích nhân tố và mô hình phương trình cấu trúc SEM) và chứng minh thành công mối liên hệ giữa việc quản trị tri thức và kết quả của ngân hàng (Chib & Sehgal, 2019). Nghiên cứu đã tìm ra rằng sự đổi mới đóng vai trò trung gian một phần chi phối vào quan hệ giữa quản trị tri thức và kết quả của tổ chức (Chib & Sehgal, 2019)

Theo Liu, Zhao & Zhao (2018) nghiên cứu tại các công ty SX ở Trung Quốc cho thấy (1) Khi khả năng hấp thu tăng thì kết quả kinh doanh tăng tương ứng, (2) Khi khả năng hấp thu của một công ty tăng lên, năng lực đổi mới của nó trở nên mạnh mẽ hơn (3) Khi khả năng đổi mới của một công ty trở nên mạnh mẽ hơn, thì kết quả kinh doanh sẽ cải thiện, (4) Khi khả năng hấp thu của một công ty tăng lên, năng lực SX hàng loạt theo yêu cầu của khách trở nên mạnh mẽ hơn, (5) Khi năng lực SX hàng loạt theo yêu cầu của khách hàng của một công ty trở nên mạnh mẽ hơn, thì kết quả kinh doanh của công ty sẽ cải thiện, (6) Tác động của khả năng hấp thu đến kết quả kinh doanh bị ảnh hưởng trung gian của năng lực đổi mới và (7) Tác động của khả năng hấp

thu vào kết quả kinh doanh bị ảnh hưởng trung gian của năng lực sản xuất hàng loạt theo yêu cầu của khách hàng.

Theo Ros, Sánchez & Romero (2018) nghiên cứu trong lĩnh vực du lịch ở Colombia cho thấy rằng (1) Năng lực chuyển đổi kiến thức bên ngoài ảnh hưởng tích cực đến sự đổi mới trong quy trình cung cấp dịch vụ, (2) Khả năng khai thác kiến thức bên ngoài ảnh hưởng tích cực đến sự đổi mới trong quy trình cung cấp dịch vụ, (3) Sự đổi mới trong quá trình cung cấp dịch vụ ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh.

Theo Bykova & Jardon (2018) nghiên cứu tại các DN VVN ở Nga cho thấy (1) Ảnh hưởng của sở hữu nước ngoài đến kết quả kinh doanh bị tác động trung gian bởi năng lực hấp thu, (2) Ảnh hưởng của sở hữu nước ngoài đến kết quả kinh doanh bị tác động trung gian bởi năng lực thích ứng, (3) ảnh hưởng của sở hữu nước ngoài đến kết quả kinh doanh bị tác động trung gian bởi năng lực giao tiếp.

Theo Hsu (2019) nghiên cứu trong lĩnh vực khách sạn ở Đài Loan cho thấy (1) Định hướng thị trường có ảnh hưởng tích cực đến học tập của tổ chức, (2) Học tập của tổ chức có tác động tích cực đến kết quả kinh doanh, (3) học tập của tổ chức có tác động trung gian đến mối quan hệ định hướng thị trường và kết quả kinh doanh, (4) Định hướng thị trường có tác dụng tích cực đối với TQM (quản trị chất lượng toàn diện), (5) TQM có tác động tích cực đến học tập của tổ chức, (6) TQM có tác động trung gian đến mối quan hệ định hướng thị trường và học tập tổ chức và (7) Học tập của tổ chức có tác động trung gian đến mối quan hệ quản trị chất lượng toàn diện và kết quả kinh doanh.

Mặt khác, ở VN đặc biệt trong các DN SX tại Việt Nam việc kiểm định tác động của các thành phần thuộc nguồn lực vô hình và năng lực động đến kết quả kinh doanh vẫn còn nhiều hạn chế chỉ dừng lại tại các thành phần như: quản trị nguồn nhân lực và lợi thế cạnh tranh của tác giả Đức (2020); CSR và cam kết tổ chức của Hùng (2017); kế toán quản trị chiến lược của tác giả Nương (2020); chiến lược tạo sự khác biệt và chiến lược dẫn đầu chi phí Oanh (2020); định hướng thị trường, CSR tác động Của tác giả Long (2014); chuyển giao công nghệ hiệu quả; văn hóa doanh nghiệp Nguyen & Aoyama (2014). Bên cạnh đó, các thành phần nguồn lực vô hình và năng lực động tác động đến kết quả kinh doanh tại các công ty SX đa phần là tác động trực tiếp, cụ thể là Đức (2020); Nương (2020); Oanh (2020); tác động gián tiếp của nguồn

lực vô hình và năng lực động đến kết quả kinh doanh, cụ thể là Hùng (2017); Long (2014).

Qua tổng quan trên cho thấy nguồn lực và năng lực động có một số nghiên cứu tiếp cận và nghiên cứu tại Việt Nam cụ thể là năng lực đổi mới cũng được đề cập nghiên cứu. Tuy nhiên trong đó năng lực Quản trị tri thức động đến kết quả kinh doanh thông qua trung gian vốn xã hội, tác động của năng lực quản trị đến kết quả kinh doanh thông qua năng lực đổi mới, năng lực quản trị tri thức tác động đến năng lực đổi mới thông qua trung gian vốn xã hội, tác động của vốn xã hội đến kết quả kinh doanh thông qua trung gian năng lực đổi mới chưa có nghiên cứu nào đề cập và vẫn chưa có nghiên cứu nào tập trung đầu tư nghiên cứu làm rõ những mối quan hệ này. Chính những điều này làm cơ sở tác giả đề xuất những mối quan hệ này vào mô hình nghiên cứu trong luận án này.

Thang đo lường kết quả kinh doanh của các nghiên cứu tại VN cũng còn nhiều tranh cãi và chưa thể khái quát hóa mô hình thang đo kết quả kinh doanh một cách toàn diện cụ thể Long (2014) gồm các biến 5 quan sát (1. Đạt được tỷ suất lợi nhuận mong muốn; 2. Đạt được mức tăng trưởng doanh thu mong muốn; 3. Đạt được thị phần mong muốn; 4. Tăng thêm thị trường mong muốn; 5. Gia tăng các sản phẩm / dịch vụ mong muốn mới); thang đo của Nguyen & Aoyama (2014) gồm 8 biến quan sát (1. Công ty chúng tôi cung cấp các sản phẩm chất lượng đáp ứng yêu cầu của khách hàng, 2. Khách hàng của chúng tôi chấp nhận giá sản phẩm của chúng tôi, 3. Công ty chúng tôi đảm bảo giao hàng kịp thời, 4. Công ty chúng tôi nhanh chóng phản hồi các khiếu nại của khách, 5. So với tình hình chung của ngành, tăng trưởng doanh thu của công ty chúng tôi trong ba năm qua là tốt, 6. So với tình hình chung của ngành, tăng trưởng lợi nhuận ròng của chúng tôi trong ba năm qua là tốt, 7. So với tình hình chung của ngành, tăng trưởng thị phần của chúng tôi trong ba năm qua là tốt, 8. Công ty chúng tôi đã liên tục đổi mới sản phẩm trong ba năm qua); Thang đo của Thọ (2018) và Thọ & Trang (2011) gồm 5 biến quan sát (1. Trong ba năm qua, chúng tôi đã đạt được lợi nhuận mong muốn, 2. Trong ba năm qua, chúng tôi đã đạt được tốc độ tăng trưởng mong muốn, 3. Trong ba năm qua, chúng tôi đã đạt được thị phần mong muốn, 4. Trong ba năm qua, chúng tôi đã phát triển các thị trường mong muốn, 5. Trong ba năm qua, chúng tôi đã phát triển các sản phẩm / dịch vụ mới mong muốn); thang đo của Hải (2018) gồm 4 biến quan sát gồm 4 biến quan sát (hieucua1,

hieiqua2, hieiqua3, hieiqua4), thang đo này không rõ ràng; thang đo của Duy & Hùng (2017) mơ hồ chưa rõ ràng và mang tính tự phát không đáng tin cậy; thang đo của Tùng (2016) gồm 3 biến (1. Tỷ lệ nợ trên tổng tài sản, 2. Tốc độ tăng trưởng doanh thu, 3. Kỳ thu tiền bình quân); thang đo của Thành (2011) gồm 5 biến quan sát (1. Trong ba năm qua, lợi tức tài sản của công ty cao hơn, 2. Tỷ lệ lợi nhuận bán hàng của công ty cao hơn, 3. Lợi nhuận của công ty cao hơn, 4. Tinh thần nhân viên của công ty tốt, 5. Sự tăng trưởng tài sản của công ty trong ngành có một lợi thế).

Vì vậy, việc nghiên cứu khái niệm và đo lường kết quả kinh doanh và các xu hướng tạo ra kết quả kinh doanh tại Việt Nam có ý nghĩa lý thuyết và thực tiễn. Đây là lý do chính đáng để thực hiện nghiên cứu trong luận án này.

Qua tổng quan nghiên cứu trong nước và nước ngoài vẫn còn nhiều tranh luận và chưa có mô hình hóa các yếu tố tác động đến kết quả kinh doanh một cách toàn diện, vì vậy cần có những nghiên cứu tiếp theo để có thể khái quát hóa mô hình các yếu tố tác động đến kết quả kinh doanh. Trong nghiên cứu này tác giả tiếp cận và sử dụng kết hợp cả hai xu hướng đó là nguồn lực và năng lực động cùng tác động đến kết quả kinh doanh và như biện luận ở phần trên tác giả chọn hướng nghiên cứu cho luận án này.

Sau cùng qua tổng quan nghiên cứu có liên quan đến luận án, cho thấy các nghiên cứu về tác động của các thành phần nguồn lực vô hình và năng lực động đến kết quả kinh doanh tại nhiều quốc gia, lĩnh vực nghiên cứu và nền văn hóa khác nhau vẫn còn nhiều tranh luận, mâu thuẫn với nhau và chưa có kết luận khái quát hóa các thành phần tác động đến kết quả kinh doanh, và đặc biệt trong ngành SX và cụ thể là tại các DN SX ở nước ngoài và Việt Nam vẫn còn nhiều tranh luận và mâu thuẫn và cần có những nghiên cứu tiếp theo để khái quát hóa hay tổng quát các thành phần tác động đến kết quả kinh doanh. Theo đề xuất của nhiều tác giả trong và ngoài nước cần tiếp tục nghiên cứu sự tác động của các thành phần nguồn lực và năng lực động tại các quốc gia, lĩnh vực ngành nghề và tại các nền kinh tế văn hóa khác nhau để xây dựng mô hình khái quát hóa các thành phần nguồn lực và năng lực động đến kết quả kinh doanh. Xuất phát từ đề xuất của nhiều tác giả và nội dung tổng quan nêu trên tác giả đề xuất các hướng nghiên cứu mới cụ thể như sau: Năng lực quản trị tri thức tác động đến kết quả kinh doanh thông qua trung gian vốn xã hội; tác động của năng lực quản trị tri

thức đến kết quả kinh doanh thông qua năng lực đổi mới; tác động của vốn xã hội đến kết quả kinh doanh thông qua trung gian năng lực đổi mới

Qua các thông tin trình bày nêu trên đã nêu ra được các quan về kết quả kinh doanh và các xu hướng tác động đến kết quả kinh doanh còn một số vấn đề cần làm rõ: Năng lực quản trị tri thức ảnh hưởng như thế nào đến kết quả kinh doanh? Năng lực quản trị tri thức tác động đến kết quả kinh doanh có bị chi phối trung gian của năng lực đổi mới không? vốn xã hội tác động đến kết quả kinh doanh có bị chi phối trung gian của năng lực đổi mới không?

Tóm lại qua tổng hợp và phân tích cho thấy các yếu tố thuộc năng lực động đa dạng và phức tạp và tại các nền văn hóa khác nhau, các nước khác nhau thì các thành phần thuộc năng lực động cũng khác nhau, thành phần thuộc năng lực động được sử dụng trong các nghiên cứu cũng khác nhau và vẫn còn nhiều tranh cãi, tranh luận và chưa có sự thống nhất chung về các yếu tố thuộc năng lực động tác động đến kết quả kinh doanh nên hạn chế những kết luận khái quát hóa về các thành phần thuộc năng lực động tác động đến kết quả kinh doanh. Qua tổng hợp ý kiến của các tác giả cụ thể như Demirbag, Koh, Tatoglu & Zaim (2006); Ar & Baki (2011); Bañales & Andrade (2011); Mahmood, Qadeer & Ahmad (2015); Migdadi, Zaid, Hujran & Aloudat (2016); Ho, Ahmad & Ramayah (2016); Turulja & Bajgorić (2016); Kashif Corresponding, & Ilyas (2017); Zhang, Kara, Spillan & Wimsatt (2017); Liu, Zhao & Zhao (2018); Ros, Sánchez & Romero (2018); Bykova & Jardon (2018); Hsu (2019) nên tiếp tục nghiên cứu để tổng quát hóa các yếu tố thuộc năng lực động tác động đến kết quả kinh doanh tại nhiều nền văn hóa khác nhau và trong các lĩnh vực ngành nghề khác nhau để từ đó sẽ có những kết luận khái quát hóa chung nhất về các thành phần thuộc năng lực động và đặc biệt tại Châu Á.

Qua tổng hợp trên cho thấy các yếu tố thuộc năng lực động tác động trực tiếp đến kết quả kinh doanh điển hình là nghiên cứu của Demirbag, Koh, Tatoglu & Zaim (2006); Bañales & Andrade (2011); Mahmood, Qadeer & Ahmad (2015); Ho, Ahmad & Ramayah (2016); Kashif Corresponding, & Ilyas (2017); Zhang, Kara, Spillan & Wimsatt (2017); Liu, Zhao & Zhao (2018); Hsu (2019).

Ngoài tác động trực tiếp của các yếu tố thuộc năng lực động đến kết quả kinh doanh thì các yếu tố thuộc năng lực động tác động đến kết quả kinh doanh thông qua biến trung gian năng lực đổi mới (đổi mới sản phẩm và đổi mới quy trình, năng lực

học tập của tổ chức; sự đổi mới và năng lực SX hàng loạt theo yêu cầu của khách hàng; sự đổi mới; năng lực hấp thu, năng lực thích ứng và năng lực giao tiếp) điển hình cụ thể các nghiên cứu lần lượt là của Demirbag, Koh, Tatoglu & Zaim (2006); Ar & Baki (2011); Mahmood, Qadeer & Ahmad (2015); Kashif Corresponding, & Ilyas (2017); Liu, Zhao & Zhao (2018); Ros, Sánchez & Romero (2018); Bykova & Jardon (2018). Trong đó có khi chính các yếu tố thuộc NLD đóng vai trò trung gian giữa các thành phần năng lực động khác đến kết quả kinh doanh.

Sau cùng qua tổng hợp cho thấy các yếu tố thuộc năng lực động tác động đến kết quả kinh doanh qua ba dòng tác động chính đó là (1) Tác động trực tiếp đến kết quả kinh doanh, (2) tác động đến kết quả kinh doanh thông qua biến trung gian. đặc biệt trong đó tác động trực tiếp của các yếu tố thuộc năng lực động đến kết quả kinh doanh là dòng nghiên cứu được tập trung nghiên cứu nhiều nhất tuy nhiên vẫn còn nhiều tranh cãi cần phải nghiên cứu thêm tại các nền văn hóa khác nhau và trong các lĩnh vực khác nhau theo đề xuất Demirbag, Koh, Tatoglu & Zaim (2006); Ar & Baki (2011); Bañales & Andrade (2011); Mahmood, Qadeer & Ahmad (2015); Migdadi, Zaid, Hujran & Aloudat (2016); Ho, Ahmad & Ramayah (2016); Turulja & Bajgorić (2016); Kashif Corresponding, & Ilyas (2017); Zhang, Kara, Spillan & Wimsatt (2017); Liu, Zhao & Zhao (2018); Ros, Sánchez & Romero (2018); Bykova & Jardon (2018); Hsu (2019). Song song đó tác động của các yếu tố thuộc năng lực động đến kết quả kinh doanh thông qua trung gian cũng được quan tâm nghiên cứu nhưng cũng còn nhiều tranh cãi và vẫn còn chưa được đầu tư nghiên cứu nhiều và theo đề xuất Demirbag, Koh, Tatoglu & Zaim (2006); Ar & Baki (2011); Bañales & Andrade (2011); Mahmood, Qadeer & Ahmad (2015); Migdadi, Zaid, Hujran & Aloudat (2016); Ho, Ahmad & Ramayah (2016); Turulja & Bajgorić (2016); Kashif Corresponding, & Ilyas (2017); Zhang, Kara, Spillan & Wimsatt (2017); Liu, Zhao & Zhao (2018); Ros, Sánchez & Romero (2018); Bykova & Jardon (2018); Hsu (2019) nên tiếp tục nghiên cứu thêm tại nhiều nền văn hóa khác nhau và trong nhiều lĩnh vực khác nhau để tăng khả năng khái quát hóa về mô hình tác động của các yếu tố thuộc năng lực động đến kết quả kinh doanh tại thị trường Châu Á và cụ thể trong nền kinh tế thị trường như ở Việt Nam.

Tổng quan chung trong tất cả các lĩnh vực ngành nghề khác nhau tại nhiều quốc gia cho thấy hầu hết phần lớn các nghiên cứu nhằm kiểm định tác động của các thành

phần thuộc năng lực động đến kết quả kinh doanh đều còn nhiều mâu thuẫn, còn nhiều tranh cãi và chưa có sự thống nhất chung về các thành phần tác động đến kết quả kinh doanh, do đó hạn chế mô hình khái quát tác động đến kết quả kinh doanh (thể hiện cụ thể qua bảng tổng hợp các yếu tố năng lực động ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh theo năm, quốc gia và ngành nghề), vì vậy trong những nghiên cứu về sự tác động của các thành phần của năng lực động đến kết quả kinh doanh còn nhiều điều cần bàn luận và việc khái quát hóa mô hình các thành phần của năng lực động tác động đến kết quả kinh doanh còn hạn chế.

Trước tình trạng chung đó thì việc nghiên cứu tác động của năng lực động đến kết quả kinh doanh trong ngành SX cụ thể là các công ty SX cũng tương tự không có gì khác và vẫn còn nhiều tranh luận giữa các nghiên cứu và kết luận khái quát hóa mô hình các thành phần năng lực động tác động đến kết quả kinh doanh vẫn còn hạn chế. Điển hình, nghiên cứu của Mahmood, Qadeer & Ahmad (2015) kết quả thực hành TQM ảnh hưởng tích cực đến kết quả kinh doanh; năng lực học tập của tổ chức ảnh hưởng tích cực kết quả tổ chức; năng lực học tập của tổ chức làm trung gian mối quan hệ giữa thực hành quản trị chất lượng toàn diện và kết quả của tổ chức; nghiên cứu của Ho, Ahmad & Ramayah cho thấy khả năng tin cậy của nhà phân phối có tác động tích cực đến kết quả hoạt động phi tài chính và chất lượng có tác động tích cực đến kết quả hoạt động phi tài chính; nghiên cứu của Liu, Zhao & Zhao (2018) cho kết quả là khi năng lực hấp thụ của một công ty tăng lên, thì cải thiện kết quả kinh doanh; khi khả năng đổi mới của một công ty trở nên mạnh mẽ hơn, thì kết quả kinh doanh cũng được cải thiện; khi năng lực SX hàng loạt theo yêu cầu của khách hàng trở nên mạnh hơn, thì kết quả kinh doanh cũng sẽ được cải thiện; tác động của năng lực hấp thụ vào kết quả kinh doanh bị chi phối trung gian bởi sự đổi mới; tác động của năng lực hấp thụ vào kết quả kinh doanh bị chi phối trung gian bởi năng lực SX hàng loạt theo yêu cầu của khách hàng

Qua tổng quan nghiên cứu của tất cả các ngành và tổng quan nghiên cứu riêng của ngành SX cụ thể là các công ty SX cho thấy điểm chung là việc nghiên cứu tác động của thành phần thuộc năng lực động đến kết quả kinh doanh hầu hết đều còn nhiều mâu thuẫn về mô hình khái quát hóa các yếu tố thuộc năng lực động tác động đến kết quả kinh doanh. Trong nghiên cứu chung về tất cả các ngành hầu hết đều tập trung nghiên cứu thành phần sự đổi mới hoặc năng lực đổi mới, học tập hoặc năng lực

học tập và năng lực hấp thu. Còn nghiên cứu về năng lực quản trị tri thức và mối quan hệ giữa năng lực quản trị tri thức chưa được quan tâm và hầu như rất hạn chế về mặt nghiên cứu này. Còn trong lĩnh vực nghiên cứu của ngành SX cụ thể các công ty SX cho thấy có được sự quan tâm nghiên cứu nhưng rất hạn chế chỉ có nghiên cứu của Liu, Zhao & Zhao (2018) là điển hình, còn nghiên cứu về năng lực quản trị tri thức hay mối quan hệ giữa năng lực quản trị tri thức đến năng lực đổi mới mới còn quá hạn chế chưa được nghiên cứu chi tiết. Đây là những cơ sở để đề xuất mô hình nghiên cứu.

Xa hơn nữa, qua tổng hợp cho thấy các nhóm yếu tố thuộc năng lực động tác động đến kết quả kinh doanh qua ba dòng tác động chính đó là (1) Tác động trực tiếp đến kết quả kinh doanh, (2) tác động đến kết quả kinh doanh thông qua biến trung gian. Đặc biệt trong đó tác động của năng lực quản trị tri thức đến kết quả kinh doanh thông qua trung gian năng lực đổi mới còn là hướng mới chưa được khám phá. Do đó khái quát hóa mô hình tác động của các yếu tố thuộc nguồn lực vô hình đến kết quả kinh doanh còn nhiều hạn chế và cần tiếp tục nghiên cứu thêm đặc biệt thị trường Châu Á và quan trọng là tại VN.

Qua tổng hợp các thành phần thuộc năng lực động có 8 nhóm thành phần cụ thể như sau: (1) Năng lực đổi mới; (2) Năng lực hấp thu/hấp thụ; (3) Năng lực quản trị chất lượng/quản trị chất lượng toàn diện; (4) Năng lực quản trị tri thức/liên quan đến tri thức; (5) Năng lực quản trị nguồn nhân lực; (6) Năng lực công nghệ thông tin; (7) Năng lực học tập và (8) Năng lực học tập, cụ thể như sau:

Bảng tổng hợp 8 nhóm yếu tố năng lực động tác động đến kết quả kinh doanh (xem phụ lục 3 và Bảng tổng hợp các nghiên cứu mối quan hệ giữa các yếu tố năng lực động đến I theo lĩnh vực, quốc gia, năm (xem phụ lục 4)

Tổng kết lại cho thấy hai xu hướng nghiên cứu tác động chính đến kết quả kinh doanh đó là các yếu tố thuộc nguồn lực đặc biệt là nguồn lực vô hình và năng lực động. Hai xu hướng này chỉ mới chú trọng tập trung nghiên cứu tác động trực tiếp và gián tiếp thông qua biến trung gian đến kết quả kinh doanh nhưng vẫn còn nhiều tranh cãi chưa thống nhất giữa các nghiên cứu nên khả năng khái quát hóa mô hình các yếu tố tác động đến kết quả kinh doanh còn hạn chế và cần nhiều nghiên cứu tiếp theo tại các nền văn hóa khác nhau và trong nhiều lĩnh vực khác nhau.

Tiếp theo đó, kết quả của tổ chức – organizational performance” đã được định nghĩa từ nhiều quan điểm; một số học giả phân biệt nó là khái niệm đa chiều, đề xuất

rằng mỗi tổ chức có các tiêu chí cụ thể để đánh giá kết quả của tổ chức và các tiêu chí áp dụng trong một tổ chức có thể không phù hợp ở những tổ chức khác (Zumitzavan & Michie, 2015 dẫn nguồn theo Grünberg Năm 2004; Lumpkin và Dess 2001). Các yếu tố kết quả của tổ chức được xác định trong các trường hợp cụ thể có liên quan đến các trường hợp do mục đích cá nhân theo từng địa phương. Do đó, điều cần thiết là các thành phần cơ bản của kết quả của tổ chức phải được mô tả một cách thích hợp (Zumitzavan & Michie, 2015 dựa theo Grünberg 2004).

Các nhà nghiên cứu học thuật đã mô tả kết quả của tổ chức như một thuật ngữ chung cho tất cả các khái niệm xem xét sự thành công của một công ty và các hoạt động của nó (Zumitzavan & Michie, 2015). Các tổ chức khác nhau có những mục đích khác nhau trong việc điều hành hoạt động kinh doanh của họ. Do đó, các mục tiêu được xác định của mỗi tổ chức có thể khác nhau và các mức độ thực hiện của tổ chức có thể khác nhau (Zumitzavan & Michie, 2015 trích dẫn theo Fan và cộng sự, 2014). Kết quả của tổ chức có thể được định nghĩa là khả năng đạt được mục tiêu mong muốn hoặc mức độ đạt được kết quả dự kiến (Zumitzavan & Michie, 2015 dựa theo Stefan 2005). Nó cũng có thể được xác định rõ ràng theo nhiều chiều bằng cách xem xét bốn hạng mục khác nhau: đạt được các mục tiêu của tổ chức, tăng khả năng xoay xở, đáp ứng nhu cầu khách hàng và cải thiện các quy trình nội bộ (Zumitzavan & Michie, 2015 dẫn theo Cameron 1986; Redshaw 2001). Ở khía cạnh khác kết quả (performance) được hiểu theo nghĩa là kết quả kinh doanh (business performance); cụ thể theo Kumar, Singh & Jain (2020) tuyên bố rằng kết quả kinh doanh đề cập đến khả năng xử lý một số yếu tố bên ngoài của tổ chức, chẳng hạn như đặc điểm thị trường, lập trường của tổ chức và khả năng xử lý sự hỗn loạn của thị trường để làm tăng sự hài lòng của khách hàng, tăng trưởng thị phần và lợi nhuận. Song song đó, Ledon, Garcia, Vega, & Perez (2018) lập luận rằng kết quả kinh doanh là tổng của hiệu quả tài chính và hiệu quả thị trường.

Bổ sung thêm, Taghian, Souza, & Polonsky (2015) xác nhận rằng kết quả có thể được coi là kết quả công ty đạt được, hoặc sự thay đổi kết quả thông qua việc thực hiện các chiến lược mục tiêu kết quả kinh doanh cũng có thể được xem là mức độ mà một tổ chức đã đạt được các mục tiêu xác định của riêng mình (Taghian, Souza, & Polonsky (2015). kết quả kinh doanh cũng có thể được đánh giá liên quan đến các tiêu

chuẩn ngành, kết quả của công ty trước đây hoặc các mục tiêu và kỳ vọng đã thiết lập của tổ chức (Taghian, Souza, & Polonsky (2015).

Trong nhiều năm, các nhà nghiên cứu về kết quả kinh doanh đã bận tâm đến các cuộc thảo luận và tranh luận về thuật ngữ, mức độ phân tích và cơ sở khái niệm để đánh giá kết quả (performance) (Mgeni & Nayak, 2015 dẫn theo Ford và Schellenberg, 1982). Các nghiên cứu trước đây cho thấy rằng hoạt động của một công ty bị ảnh hưởng bởi hai vấn đề chính được xác định là tiến thoái lưỡng nan đó là kết quả (performance) của tổ chức và cách thức đo lường kết quả (performance) (Mgeni & Nayak, 2015 trích nguồn theo Abu-Jarad, Yusof & Nikbin, 2010). Hầu hết các nghiên cứu hiện tại đã sử dụng rộng rãi các khái niệm kết quả kinh doanh (business performance) và kết quả của tổ chức (organizational performance) có thể thay thế cho nhau và cho thấy rằng không có sự khác biệt giữa hai khái niệm (Mgeni & Nayak, 2015 dẫn nguồn theo Yang, 2008; Aziz, Mahmood & Abdullah, 2013; Arshad, & Rasli, 2013 và Arief, Thoyb & Sudiro, 2013). Qua đó cho thấy kết quả kinh doanh được hiểu theo nhiều cách khác nhau và nó là một khái niệm đa chiều. Bên cạnh đó để đo lường kết quả kinh doanh cũng có nhiều cách đo khác nhau và cũng còn nhiều tranh luận vì ở mỗi nền văn hóa khác nhau và mỗi quốc gia khác nhau thang đo lường kết quả kinh doanh cũng khác nhau; cụ thể theo Luo, Griffith, Liu, & Shi (2004) nghiên cứu trong lĩnh vực SX, bán sỉ và bán lẻ tại Trung Quốc cho thấy rằng để đo lường kết quả kinh doanh cần dựa vào (1) Tăng trưởng bán hàng, (2) Kết quả tài chính (ROI); Theo Demirbag, Koh, Tatoglu & Zaim (2006) nghiên cứu tại các DNVTN ở Thổ Nhĩ Kỳ cho thấy để đánh giá kết quả kinh doanh phải dựa vào (1) Kết quả tài chính, (2) Kết quả phi tài chính, (3) Sản lượng; theo Valmohammadi (2011) nghiên cứu tại các DNVTN Iran cho thấy kết quả kinh doanh dựa vào (1) Sự hài lòng của khách hàng, (2) Tinh thần của nhân viên, (3) thị phần, (4) Tăng trưởng bán hàng, (5) Lợi nhuận; theo Taghian, Souza, Polonsky (2015) nghiên cứu trong tại Úc cho thấy kết quả kinh doanh dựa vào (1) Thay đổi thị phần, (2) Thay đổi lợi nhuận; theo Migdadi, Zaid, Hujran & Aloudat (2016) nghiên cứu tại Ả rập cho thấy để đánh giá kết quả kinh doanh phải dựa vào (1) Sự hiệu quả, (2) Kết quả bán hàng, (3) Sự hài lòng của khách hàng và (4) Phát triển quan hệ; theo Liu, Zhao, Zhao (2018) nghiên cứu trong lĩnh vực SX tại Trung Quốc cho thấy để đo lường kết quả kinh doanh phải dựa vào (1) ROI, (2) ROS, (3) Thị phần, (4) Sự hài lòng của khách hàng và (5) Kết quả vận hành tiềm năng.

Như vậy, mặc dù có nhiều nghiên cứu về xây dựng thang đo lường kết quả kinh doanh, tuy nhiên khái niệm kết quả kinh doanh là một khái niệm khó đo lường, đo lường kết quả kinh doanh không tương đồng với nhau giữa các quốc gia, vùng lãnh thổ có nền văn hoá khác biệt nhau, cũng như từng ngành có đặc điểm khác nhau và hiện tại cũng còn tranh luận về cách thức đo lường cũng như thang đo của kết quả kinh doanh vẫn còn chưa thống nhất và chưa mang tính bao quát và việc khái quát hóa thang đo lường kết quả kinh doanh vẫn còn bất cập và hạn chế, do vẫn còn nhiều quan điểm trái chiều và còn nhiều tranh luận về việc làm sao thống nhất thang đo đo lường kết quả kinh doanh. Vì vậy, cần kiểm định lại thang đo ở những thị trường có nền văn hóa khác nhau đặc biệt là các quốc gia Châu Á.

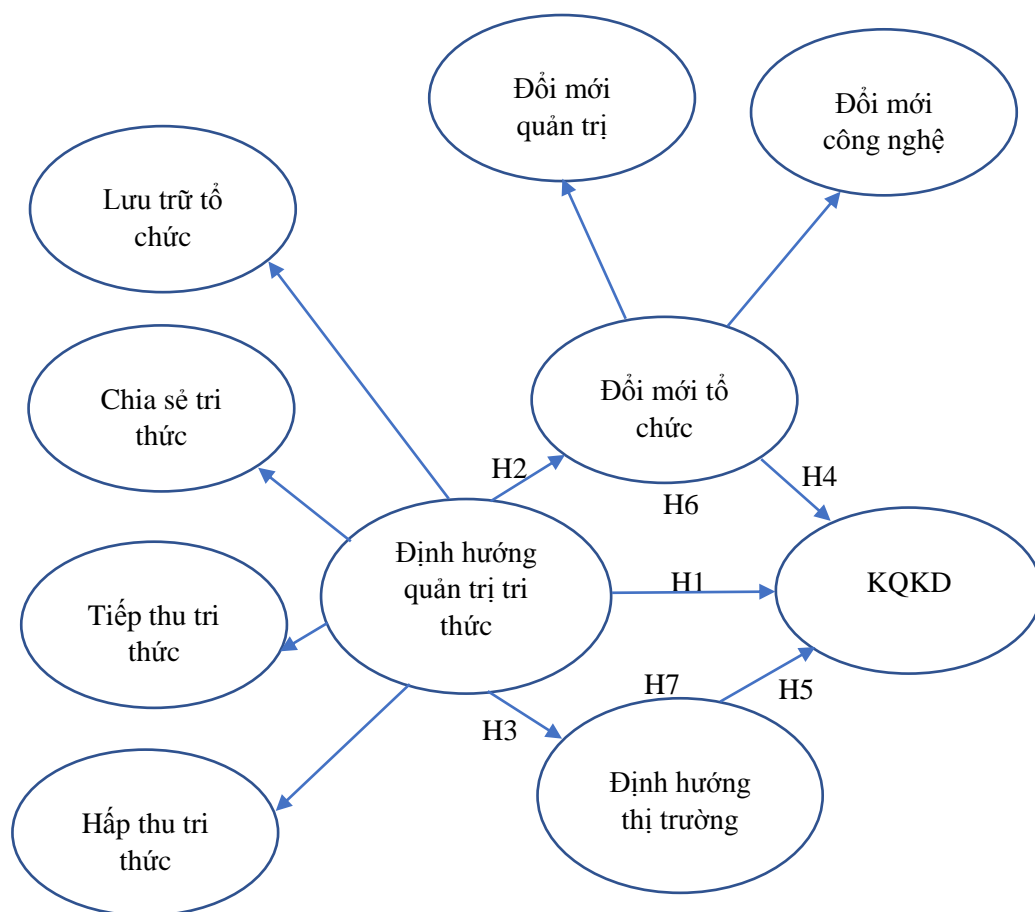
Qua tổng hợp cho thấy rằng các xu hướng nghiên cứu tác động đến kết quả kinh doanh chủ yếu tập trung vào hai hướng cụ thể đó là quan điểm dựa trên nguồn lực và NLD. Đặc biệt trong đó có hướng tác động đến kết quả kinh doanh nhưng kết hợp cả hai lý thuyết quan điểm dựa trên nguồn lực và NLD được thể hiện cụ thể qua các hướng nghiên cứu của các tác giả sau đây:

Một là, công trình nghiên cứu của Ullah và cộng sự (2019), kết quả chứng minh rằng mối liên hệ giữa định hướng quản trị tri thức và đổi mới tổ chức là đáng kể và tích cực. Những kết quả này nhấn mạnh vai trò quan trọng của định hướng quản trị tri thức đến việc đổi mới môi trường kinh doanh (Chen & Huang, 2009). Thứ hai, kết quả cho thấy định hướng quản trị tri thức sẽ ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động của DN một cách lạc quan. Nó chứng tỏ rằng với định hướng quản trị tri thức nhiều hơn trong các công ty có nhiều khả năng hoạt động của tổ chức hơn. Thứ ba, kết quả chỉ ra rằng có đủ bằng chứng để duy trì mối liên hệ giữa đổi mới tổ chức và hiệu quả hoạt động của tổ chức. Thứ tư, đóng góp giả định chính của nghiên cứu đương đại là định hướng thị trường và đổi mới tổ chức như là tác động trung gian giữa định hướng quản trị tri thức và kết quả kinh doanh. Kết quả quan sát đã chứng minh rằng mối liên hệ giữa định hướng quản trị tri thức và sự đổi mới là tích cực và có ý nghĩa. Theo đó, nghiên cứu hiện tại đóng góp vào việc định hướng thị trường tạo ra mối liên hệ giữa hiệu quả hoạt động của tổ chức và định hướng quản trị tri thức. Có thể kể lại rằng kiến thức phải thực thi thông qua định hướng thị trường và đổi mới để làm tăng hiệu quả hoạt động của tổ chức. Hiệu quả hoạt động của tổ chức sẽ tăng lên nếu một tổ chức có thể sử dụng định hướng thị trường trong lĩnh vực kinh doanh (Wang & cộng sự, 2009).

Tốc độ đổi mới tổ chức ngày càng nhanh giúp cải thiện sự phát triển về chất lượng sản phẩm, thị phần cũng như hiệu quả hoạt động của tổ chức (Ballot và cộng sự, 2015). Nhìn chung, dựa trên các kết quả nghiên cứu đương thời, chúng ta có thể nói rằng việc nâng cao kiến thức có thể đóng một vai trò quan trọng trong việc trau dồi đổi mới, định hướng thị trường và cải tiến kết quả kinh doanh của tổ chức.

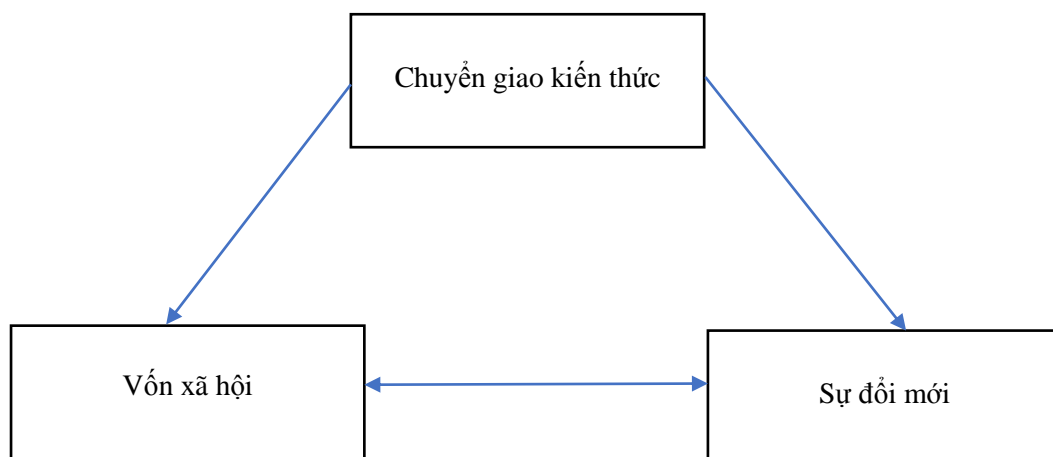
Nghiên cứu này cho thấy mối quan hệ tích cực giữa định hướng thị trường, định hướng quản trị tri thức, hiệu quả hoạt động và đổi mới tổ chức của Khu vực Viễn thông ở Pakistan. nghiên cứu cũng chỉ ra rằng đổi mới tổ chức và định hướng thị trường có vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa kết quả hoạt động của tổ chức và định hướng quản trị tri thức. Tóm lại, việc sử dụng đầy đủ tài năng của mỗi người chắc chắn sẽ cung cấp câu trả lời cho những thách thức lớn, ví dụ như thiếu hụt tài chính trong tổ chức.

Kết luận chung, kiến thức là một tài sản quý giá cho các tổ chức và hy vọng nó sẽ giúp đạt được sự đổi mới vượt trội và lợi thế cạnh tranh bền vững. Triển vọng của nghiên cứu này nhấn mạnh tầm quan trọng của vai trò định hướng thị trường trong mối liên hệ giữa kết quả kinh doanh và định hướng quản trị tri thức.



Hình 2.3: mô hình nghiên cứu của ullah và cộng sự (2019)

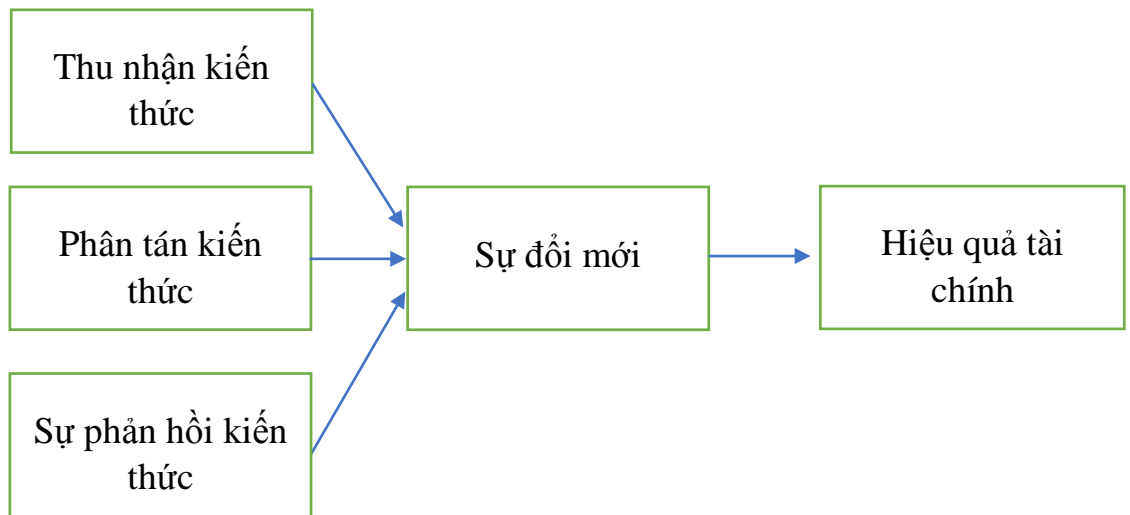
Hai là, công trình nghiên cứu của Manson và O'Sullivan (2016), theo kết quả của nghiên cứu thấy rằng vốn xã hội ảnh hưởng đến đổi mới thông qua ảnh hưởng chuyển giao kiến thức. Số liệu thống kê thu được lớn hơn giá trị tới hạn là 1,96. Vì vậy, chúng ta có thể kết luận rằng các mối quan hệ là đáng kể có ý nghĩa. Nói cách khác, việc chuyển giao tri thức trong mối quan hệ giữa vốn xã hội và sự đổi mới đó là vai trò trung gian. Vì vậy, chúng ta có thể nói rằng giả thuyết “Việc chuyển giao tri thức về mối quan hệ giữa vốn xã hội và vai trò trung gian đổi mới” được chấp nhận. Chuyển giao tri thức và đổi mới tri thức xã hội là một tác động tích cực đáng kể, cũng như với nghiên cứu Nvmyar (2011), khám phá mối quan hệ giữa quản lý tri thức và đổi mới tại các trường đại học ở Cairo và đã đạt được mối quan hệ tích cực giữa tri thức và đổi mới.



Hình 2.4: Mô hình nghiên cứu của manson và o'sullivan (2016)

Ba là, công trình nghiên cứu của Muhammad Saqib và cộng sự (2014), nghiên cứu này đã xem xét các mối quan hệ giữa các khía cạnh quản trị tri thức (thu nhận kiến thức, phổ biến kiến thức, khả năng đáp ứng với kiến thức), đổi mới và hiệu quả tài chính. Kết quả cho thấy rằng cả ba khía cạnh của quản trị tri thức (thu nhận kiến thức, phổ biến kiến thức, đáp ứng kiến thức) đều dẫn đến sự đổi mới và hiệu quả tài chính một cách đáng kể có ý nghĩa. Hơn nữa, các phát hiện cho thấy mối quan hệ tích cực và có ý nghĩa giữa đổi mới và hiệu quả tài chính trong lĩnh vực SX của Pakistan.

Nghiên cứu cho thấy rằng kiến thức là then chốt cho sự đổi mới, từ đó nâng cao hiệu quả hoạt động của tổ chức. Các tổ chức quản trị tri thức hiệu quả hơn giành được vị thế cạnh tranh trong môi trường đầy biến động. quản trị tri thức hiệu quả giúp tổ chức trở thành tổ chức đổi mới. Các doanh nghiệp đạt được lợi thế cạnh tranh thông qua đổi mới, do đó cải thiện Hiệu quả hoạt động tổ chức. Quá trình đổi mới phụ thuộc rất nhiều vào kiến thức, và quản trị tri thức phải là một yếu tố cần thiết để điều hành bất kỳ loại hình tổ chức nào. quản trị tri thức là điều cần thiết để tồn tại trong môi trường cạnh tranh, vì các tổ chức buộc phải đổi mới để cạnh tranh. Nghiên cứu này gợi ý rằng các tổ chức nên tập trung vào các khía cạnh quản trị tri thức như thu nhận kiến thức, phổ biến kiến thức và đáp ứng với kiến thức để cải thiện hiệu suất.

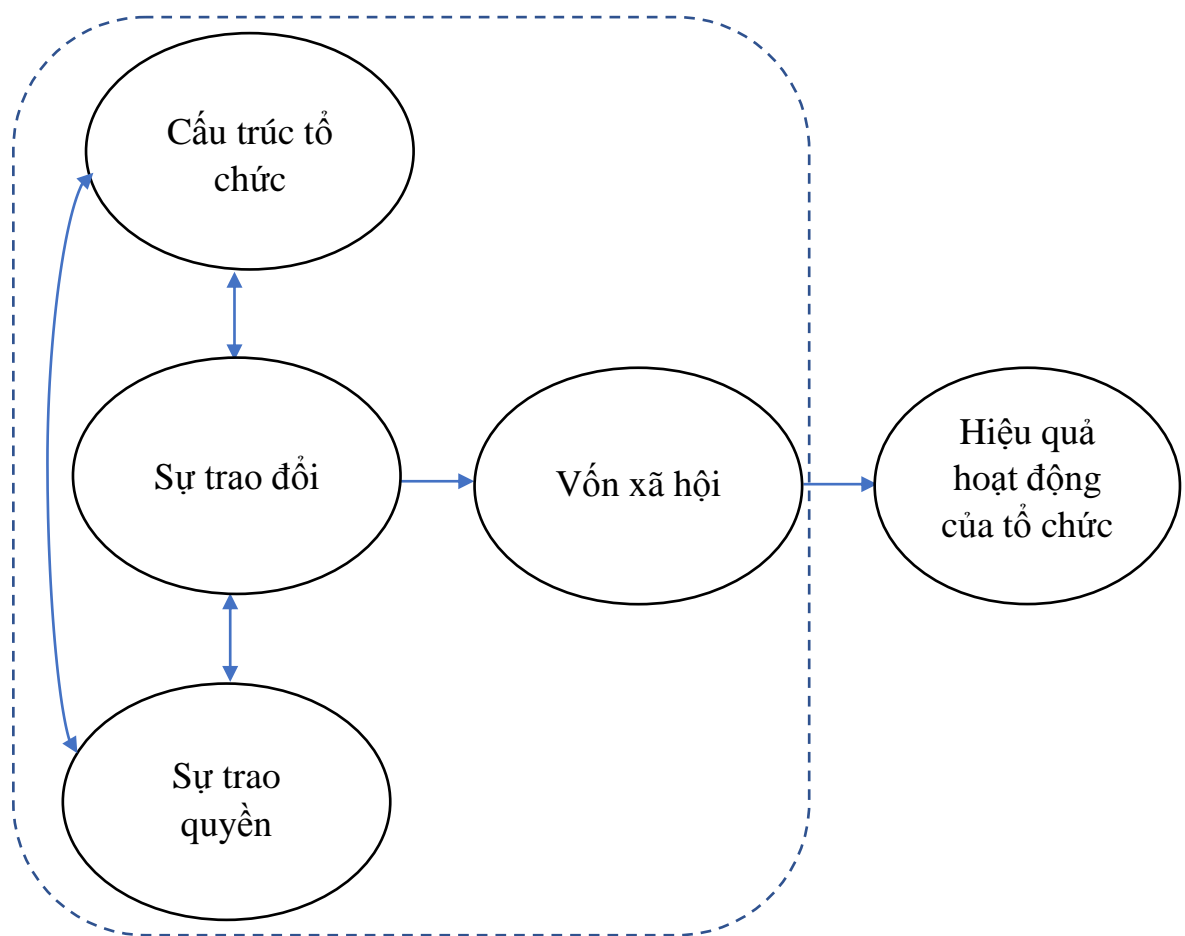


Hình 2.5: Mô hình nghiên cứu của muhammad saqib và cộng sự (2014)

Bốn là, công trình nghiên cứu của Ferrer và cộng sự, (2012), nghiên cứu này đã trình bày một mô hình nghiên cứu về các mối quan hệ giữa mạng lưới xã hội, vốn nhân lực và hiệu quả hoạt động của công ty. Nghiên cứu được thực hiện thông qua tổng quan tài liệu với một cuộc thảo luận có hệ thống về các lập luận và đề xuất. Thông qua nghiên cứu này, chúng tôi đã xác định được ba cấu trúc chính (truyền thông, trao quyền và cơ cấu tổ chức), có mối quan hệ chặt chẽ với mạng lưới xã hội và ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả hoạt động của tổ chức. Các nghiên cứu trong tương lai nên phân tích xem có tồn tại những tác động tiêu cực của mạng lưới xã hội đối với hoạt động của công ty và vốn xã hội hay không. Nghiên cứu này tập trung vào các yếu tố bên trong về vốn nhân lực và hiệu quả hoạt động của tổ chức.

Nghiên cứu đã chứng minh rằng mạng xã hội cùng với những lợi ích mà nó mang lại về giao tiếp, trao quyền và cơ cấu tổ chức có tác động tích cực đến vốn xã hội của một tổ chức và đó chính là kết quả hoạt động của tổ chức. Điều quan trọng cần ghi nhớ là tất cả các tổ chức đều khác nhau, ngay cả khi cấu trúc phân cấp của chúng giống nhau. Vì lý do này, mức độ tích hợp của các công nghệ mạng xã hội trong môi trường làm việc phụ thuộc vào tính linh hoạt của ngành, cũng như sự bố trí và quan tâm của Ban lãnh đạo nhằm tạo ra một môi trường làm việc nhanh nhẹn. Việc tích hợp thành công ba cấu trúc với sự trợ giúp của các nguồn lực công nghệ sẽ mang lại sự trao quyền, các kênh giao tiếp tốt hơn và lợi thế cạnh tranh cho tổ chức. Điều này sẽ ảnh hưởng tích cực đến vốn xã hội của công ty và nâng cao hiệu quả tổng thể một cách tích cực.

Một tổ chức thành công phải đổi mới và chấp nhận những thay đổi nếu họ muốn tồn tại và duy trì tính cạnh tranh. Mạng lưới xã hội cung cấp một khuôn khổ giúp các công ty mở rộng các nguồn lực cộng tác. Sự phát triển của Trang web Mạng xã hội (SNS), cùng với Công nghệ Thông tin và Truyền thông (ICT) đã mở ra một thế giới rộng lớn các lựa chọn thay thế cho các doanh nghiệp đang tìm kiếm những cách thức sáng tạo trong giao tiếp nội bộ tổ chức, và theo cách này nhân viên cảm thấy tương tác dễ dàng hơn. Do tính dễ sử dụng và tốc độ phản hồi nhanh, mạng lưới xã hội hoàn toàn phù hợp trong các môi trường tổ chức thúc đẩy sự cộng tác và giao tiếp trên tất cả các cấp, phân cấp. Việc trao quyền và động viên cho nhân viên với thông tin phù hợp là cực kỳ quan trọng đối với các công ty theo đuổi lợi thế cạnh tranh.



Hình 2.6: Mô hình nghiên cứu của Ferrer và cộng sự, (2012)

Nghiên cứu kết hợp cả hai xu hướng này hiện nay có không nhiều nghiên cứu do đó nghiên cứu của tác giả sẽ kết hợp cả hai xu hướng này nhằm làm tăng khả năng tổng quát hoá về sự kết hợp cả hai lý thuyết để lấp đi khe hở nghiên cứu trước đây.

Tóm lại, kết quả kinh doanh đã thu hút sự chú ý nhiều của các nhà nghiên cứu trên thế giới, số lượng nghiên cứu ngày càng tăng lên. Nhưng vẫn còn nhiều tranh luận, mâu thuẫn và chưa hồi kết thúc liên quan đến những gì tạo ra kết quả kinh doanh. Mặc dù các yếu tố dựa vào nguồn lực và yếu tố thuộc năng lực động được nghiên cứu là hai xu hướng chính ảnh hưởng đến đánh giá kết quả kinh doanh nhưng vẫn còn mới khi vẫn chưa có mô hình khái quát hóa giữa hai xu hướng này đến kết quả kinh doanh nhiều. Cụ thể trong đó năng lực quản trị tri thức tác động đến kết quả kinh doanh thông qua trung gian vốn xã hội, tác động của năng lực quản trị tri thức đến kết quả kinh doanh thông qua năng lực đổi mới, ảnh hưởng của vốn xã hội vào kết quả kinh doanh bị chi phối bởi trung gian năng lực đổi mới. Chưa có nghiên cứu nào đề cập và vẫn chưa có nghiên cứu nào tập trung đầu tư nghiên cứu làm rõ những mối quan hệ này. Chính những điều này, tác giả đề xuất những mối quan hệ trên vào mô hình nghiên cứu trong luận án này.

2.2. CÁC KHÁI NIỆM NGHIÊN CỨU

2.2.1. Khái niệm năng lực quản trị tri thức

Các học giả khác nhau đã đưa ra các định nghĩa khác nhau về năng lực quản trị tri thức. Ví dụ, Lin và Lee (2005) đã định nghĩa năng lực quản trị tri thức là một quá trình dự định để kiểm soát việc tiếp thu, chia sẻ và áp dụng kiến thức như một tài sản vững chắc để thúc đẩy ban hành phát minh. Wang và cộng sự. (2009) thành lập năng lực quản trị tri thức giống như một công ty so sánh xu hướng xây dựng dựa trên trí thông minh đã đạt được (bộ nhớ thông tin tổ chức), xu hướng phân bổ thông tin (chia sẻ tri thức), kết hợp (tri thức hấp thụ) và mở ra cho cái nhìn sâu sắc mới (khả năng tiếp thu tri thức). Trong nghiên cứu đương đại, bốn cấu trúc của năng lực quản trị tri thức đã được thông qua, được giải thích bên dưới:

Một là, lưu trữ tri thức: Các học giả khác nhau đã định nghĩa bộ nhớ tổ chức bằng những từ khác nhau. Moorman và Miner (1997) trong nghiên cứu của họ đã định nghĩa trí nhớ tổ chức là kiến thức đạt được được phát hiện từ kiến thức trước đó, có thể được thực hiện để dung nạp vào quyết định kinh doanh. Biểu thị cơ bản nhất của trí nhớ của một công ty là thông tin, xuất hiện hình thành lịch sử của một DN và được sử dụng để ra quyết định (Brewer & Brewer, 2010).

Hai là, chia sẻ tri thức: Thuật ngữ chia sẻ tri thức có thể được định nghĩa là quá trình phân bổ kiến thức giữa tất cả những người tham gia vào các chủ trương phát triển

(Lin & Lee, 2005). Theo Tsai (2002), chia sẻ tri thức được coi là sự truyền tải kiến thức, công nghệ và kỹ năng giữa các phòng ban, bộ phận của tổ chức.

Ba là, Khả năng hấp thụ tri thức: Hấp thụ tri thức là khả năng của một DN để xác định giá trị của cái nhìn sâu sắc, sự kết hợp và ứng dụng của nó. Nó bao gồm hai phần thực hành quan trọng: khám phá và sử dụng kiến thức (Van Den Bosch, Volberda, & de Boer, 1999).

Bốn là, khả năng tiếp thu tri thức: Popper và Lipshitz (1998) thuật lại rằng khả năng tiếp thu tri thức cho thấy một sự dễ dàng thông qua đó những suy nghĩ mới nhất được đưa ra trong tổ chức. Ý niệm này phục tùng lượng suy nghĩ mới được đánh giá phù hợp với giá trị của chúng và bị loại bỏ từ tính cách và tình trạng của nhà cung cấp.

Theo Gloet và Terziovski (2004), không thiếu định nghĩa về năng lực quản trị tri thức. Tùy thuộc vào cách tiếp cận và quan điểm của tác giả, định nghĩa về năng lực quản trị tri thức được đưa ra cho phù hợp.

Có rất nhiều nghiên cứu đề cập đến năng lực quản trị tri thức như một quá trình chung giống như kiến thức mua lại, chia sẻ và sáng tạo (ví dụ: Chen và cộng sự, 2010; Lee và cộng sự, 2013). Alrawi (2008) tin rằng năng lực quản trị tri thức liên quan đến ba quan điểm đã xuất hiện, một dựa trên thông tin, một dựa trên công nghệ một và một dựa trên văn hóa. Do đó, Ho (2009) ủng hộ quan điểm khi cho rằng năng lực quản trị tri thức là định hướng kết quả, định hướng quá trình, định hướng công nghệ, định hướng văn hóa và định hướng nhân sự và được hỗ trợ bởi bốn yếu tố hỗ trợ chính là con, lãnh đạo, văn hóa, công nghệ và đo lường. Plessis (2007) và Gloet và Terziovski (2004) đưa ra những cái toàn diện hơn. Plessis (2007) xác định năng lực quản trị tri thức là một cách tiếp cận cấu trúc có kế hoạch để quản lý việc tạo ra, chia sẻ, thu hoạch và tận dụng kiến thức như một tài sản tổ chức để nâng cao khả năng, tốc độ và hiệu quả trong việc cung cấp các sản phẩm hoặc dịch vụ vì lợi ích của khách hàng phù hợp với hoạt động kinh doanh của công ty.

Theo Gloet và Terziovski (2004), không thiếu định nghĩa về năng lực quản trị tri thức. Tùy thuộc vào cách tiếp cận và quan điểm của tác giả, định nghĩa về năng lực quản trị tri thức được đưa ra cho phù hợp.

Nhìn vào năng lực quản trị tri thức từ góc độ quy trình, Nonaka và Takeuchi (1995) đã nghiên cứu cách kiến thức được tạo ra, sử dụng và truyền bá trong các tổ chức và cách thức những kiến thức đó góp phần vào sự khuếch tán của năng lực quản

trị tri thức. Năng lực quản trị tri thức được chia thành bốn phần: Sáng tạo tri thức, truy xuất tri thức, chia sẻ tri thức và ứng dụng tri thức. Quá trình này đã được xác nhận lại bởi Wilson và Cattell (2005). Có rất nhiều nghiên cứu đề cập đến quản trị tri thức như một quá trình chung giống như kiến thức mua lại, chia sẻ và sáng tạo (ví dụ: Chen và cộng sự, 2010; Lee và cộng sự, 2013). Alrawi (2008) tin rằng quản trị tri thức liên quan đến ba quan điểm đã xuất hiện, một dựa trên thông tin, một dựa trên công nghệ một và một dựa trên văn hóa. Do đó, Ho (2009) ủng hộ quan điểm khi cho rằng quản trị tri thức là định hướng kết quả, định hướng quá trình, định hướng công nghệ, định hướng văn hóa và định hướng nhân sự và được hỗ trợ bởi bốn yếu tố hỗ trợ chính là bốn, lãnh đạo, văn hóa, công nghệ và đo lường. Plessis (2007) và Gloet và Terziovski (2004) đưa ra những cái toàn diện hơn. Plessis (2007) xác định năng lực quản trị tri thức là một cách tiếp cận cấu trúc có kế hoạch để quản lý việc tạo ra, chia sẻ, thu hoạch và tận dụng kiến thức như một tài sản tổ chức để nâng cao khả năng, tốc độ và hiệu quả trong việc cung cấp các sản phẩm hoặc dịch vụ vì lợi ích của khách hàng phù hợp với hoạt động kinh doanh của công ty.

Tri thức đã được công nhận là một công cụ bắt buộc để bất kỳ công ty nào đạt được lợi thế cạnh tranh bền vững (Drucker, 1993; Wiig, 1997; Valmohammadi & Ahmadi, Năm 2015; Obeidat và cộng sự, 2016; Santoro và cộng sự, 2017; Hislop & cộng sự, 2018). Kiến thức có thể được định nghĩa là sự kiện, kỹ năng và hiểu rằng một cá nhân có thể đạt được bằng cách học hỏi và kinh nghiệm. Nó cải thiện khả năng của một cá nhân để đánh giá bối cảnh, đưa ra quyết định và thực hiện hành động (Awad & Ghaziri, 2004; Tserng & Lin, 2004; Meihami & Meihami, 2014). Nonaka và Takeuchi (1995) xác định kiến thức là "Thông tin được neo vào niềm tin và sự cam kết của người nắm giữ nó". Theo Newell (2015), tri thức quản lý có liên quan rộng rãi với quá trình kiến thức và công việc kiến thức mặc dù chỉ quản lý kiến thức có liên quan đến sự phát triển và tiến bộ của kiến thức nguồn lực / tài sản trí tuệ trong tổ chức để đạt được mục tiêu của tổ chức (Hislop và cộng sự, 2018). Trí thức nội dung bao gồm cả kiến thức ngầm và kiến thức rõ ràng. Kiến thức ẩn được xác định là các cá nhân bên trong hoặc kiến thức cốt lõi nằm trong tâm trí họ, có thể là đạt được bằng các cuộc họp trực tiếp, hội nghị từ xa và thảo luận điện tử (Duffy 2000; Rowley, 2003; Holste & Lĩnh vực, 2010; Chuang và cộng sự, 2016; Moreno và cộng sự, 2018).

Nonaka và Takeuchi (1995) khuyến nghị rằng tri thức có thể được truyền với sự trợ giúp của xã hội hóa tiến trình. Mặt khác, tri thức rõ ràng là tri thức có thể dễ dàng diễn đạt bằng lời nói, sự kiện, số liệu, ký hiệu và mã. Những tri thức như vậy thường được ghi lại trong cơ sở dữ liệu và trang web của tổ chức (Tiwana, 2002; Park & cộng sự, 2015; Moreno và cộng sự, 2018). Nonaka và Takeuchi (1995) khuyến nghị rằng tri thức rõ ràng có thể được quản lý bằng quá trình kết hợp trợ giúp.

Qua đó cho thấy năng lực quản trị tri thức là một khái niệm được hiểu theo nhiều cách khác nhau cho thấy năng lực quản trị tri thức là một khái niệm đa chiều và qua tổng hợp thang đo lường của năng lực quản trị tri thức vừa có thang đo đơn biến và đa biến và trong luận án này tác giả tiếp cận thang đo đa hướng để kiểm định trong nghiên cứu nhằm làm rõ hơn về nội dung cũng như các thành phần đo lường năng lực quản trị tri thức.

2.2.2. Khái niệm năng lực đổi mới

Hiện nay, các DN đang nỗ lực hết mình để tìm những cách khác nhau để đạt được sự bền vững lợi thế cạnh tranh trên thị trường. Theo đó, “Đổi mới” được coi như một điều kiện tiên quyết cần thiết để tận dụng hơn các đối thủ cạnh tranh (Drucker, 1985; Kafetzopoulos và cộng sự, 2015). Các nhà nghiên cứu đã định nghĩa “Đổi mới” là “một ý tưởng, thực hành, hoặc đối tượng được một cá nhân hoặc đơn vị khác coi là mới nhận con nuôi” (Rogers, 2003; Grawe, 2009; Daugherty và cộng sự, 2011; Zawawi và cộng sự, 2016). Theo Tidd & cộng sự. (2005), “Đổi mới” là một quá trình chuyển đổi cơ hội thành ý tưởng sáng tạo và tạo điều kiện cải tiến trong tổ chức quy trình, sản phẩm và dịch vụ. Trên thực tế, các nhà nghiên cứu rộng rãi đã đồng ý rằng “Đổi mới” có thể được phân loại thành nhiều các hình thức tương phản như kỹ thuật-hành chính; gia tăng triệt để và đổi mới quy trình sản phẩm (Utterback, 1994; Gopalakrishnan & Damanpour, 1997; Cooper, 1998; Eris & Saatcioglu, 2006). “Đổi mới công nghệ” liên quan đến áp dụng công nghệ tiên tiến trong một tổ chức ảnh hưởng đến các quá trình đầu ra của tổ chức. Mặt khác “Đổi mới hành chính” cần thay đổi chính sách, phân bổ nguồn lực và các yếu tố khác liên quan đến cấu trúc xã hội của tổ chức (Betz, 1993; Gopalakrishnan & Damanpour, 1997; Cooper, 1998). Những đổi mới gia tăng và cấp tiến có liên quan đến “Mức độ thay đổi liên quan đến nó”. Nhu cầu “Đổi mới gia tăng” để cải tiến và mở rộng công nghệ cơ bản trên danh nghĩa tổ chức củng cố cơ bản hiện tại năng lực của một tổ chức. Mặt khác, cấp tiến đổi mới tạo

ra những thay đổi không thể thiếu trong tổ chức, các hoạt động và biểu thị sự thổi bay rõ ràng của một mô hình kinh doanh (Darroch, 2005; Hall & Andriani, 2002; Gopalakrishnan & Damanpour, 1997). “Đổi mới sản phẩm” có thể được định nghĩa là sự biến đổi trong sản phẩm cuối cùng hoặc dịch vụ do một tổ chức cung cấp. Sự đổi mới như vậy sẽ giúp để xây dựng thị trường bên ngoài và cũng đáp ứng nhu cầu của khách hàng (Utterback & Abernathy, 1975; Ettlie & Reza, Năm 1992; Utterback, 1994; Cooper, 1998; Gunday và cộng sự. 2011; De Vries và cộng sự, 2016). Ngược lại, “Đổi mới quy trình” đại diện cho những thay đổi về kỹ thuật, phương pháp, thiết bị và /hoặc phần mềm trong quá trình sản xuất hoặc phân phối của một tổ chức (Utterback, 1996; Cooper, 1998; Tidd và cộng sự, Năm 2005; Ke-xin và cộng sự, 2006; Tan & Nasurdin, 2010; Gunday & cộng sự. 2011; De Vries và cộng sự, 2016). Theo Walker (2014), Đổi mới Quy trình liên quan đến Cải thiện chất lượng và hiệu quả của các quy trình bên trong và bên ngoài của tổ chức. Theo Damanpour và Gopalakrishnan (2001), các loại đổi mới khác nhau (cấp tiến, gia tăng, đổi mới công nghệ và hành chính) được coi là được liên kết với một sản phẩm hoặc quy trình. Hiện tại chỉ tập trung vào các danh mục sản phẩm và quy trình của sự đổi mới được kết hợp cao và hầu hết được tìm thấy trong các ngành SX và dịch vụ.

Qua đó cho thấy năng lực đổi mới là một khái niệm được hiểu theo nhiều cách khác nhau cho thấy năng lực đổi mới là một khái niệm đa chiều và qua tổng hợp thang đo lường của năng lực đổi mới vừa có thang đo đơn biến và đa biến và sau khi so sánh phân tích thang đo đơn biến và đa biến cho thấy các biến quan sát trong thang đo đơn biến và đa biến cũng không có nhiều khác biệt và kết thúc so sánh chọn lọc tác giả đã đề xuất thang đo đơn biến để kiểm định trong trong luận án này.

2.2.3. Khái niệm vốn xã hội

Nahapiet và Ghoshal (1998) đề xuất rằng vốn xã hội có ba khía cạnh: Vốn cấu trúc, vốn nhận thức và vốn quan hệ. Nghiên cứu này tập trung vào vốn nhận thức và quan hệ vì có bằng chứng thực nghiệm rằng vốn cấu trúc không ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu suất hoạt động (Villena, Revilla và Choi 2011) và nó cải thiện kết quả hoạt động trực tiếp thông qua vốn quan hệ và nhận thức (ví dụ: Tsai và Ghoshal 1998; Cousins và cộng sự 2006; Carey, Lawson, và Krause năm 2011; Li, Ye và Sheu 2014; Zhang và cộng sự. 2015).

Vốn xã hội đã tạo ra sự quan tâm cao trong giới học thuật và các học viên trong hai thập kỷ qua. Trong toàn cầu mới kinh tế, vốn xã hội đã trở thành một vấn đề trung tâm và là một lĩnh vực ngày càng quan trọng trong việc xây dựng các chiến lược trong cài đặt kinh doanh. vốn xã hội được cho là đã tạo ra từ xã hội học (Salehuddin, 2009). Chủ đề trung tâm của xã hội, cá nhân có thể tiếp cận với của cải/tài nguyên bị chiếm hữu bởi những người khác thông qua các mối quan hệ/quan hệ xã hội với chủ sở hữu (Burt, 2009; Lin, 1999). Các nghiên cứu trước đây đã báo cáo vốn xã hội phát triển mạnh trên các cấu trúc xã hội và các mối quan hệ tạo điều kiện cho các cá nhân truy cập vào các tài nguyên nhất định thuộc sở hữu của người khác con người (Salehuddin, 2009) chẳng hạn như thông tin, kiểm soát xã hội, và hỗ trợ xã hội và đoàn kết (Coleman, 1988). Gần đây nghiên cứu của (Rodrigo-Alarcón và cộng sự, 2018) vốn xã hội được coi là “Tổng các tài nguyên thực tế và tiềm năng được nhúng bên trong, có sẵn thông tin và bắt nguồn từ mạng lưới các mối quan hệ được sở hữu bởi một cá nhân hoặc đơn vị xã hội”. Về phần mình, Nahapiet và Ghoshal (1998) đã định nghĩa vốn xã hội là “Tổng các tài nguyên thực tế và tiềm năng được nhúng bên trong, có sẵn thông qua và bắt nguồn từ mạng lưới các mối quan hệ được sở hữu bởi một cá nhân hoặc đơn vị xã hội”. Theo truyền thống, nó đã được lập luận bởi Bourdieu (1986); và Burt (2009) rằng vốn xã hội bao gồm mạng và các tài nguyên có thể được thu thập thông qua quan hệ mạng. Theo Nahapiet và Ghoshal (1998), vốn xã hội bao gồm ba cụm: Cấu trúc, quan hệ, và vốn xã hội nhận thức.

Theo Lin (1999) thì vốn xã hội là một nguồn lực liên quan đến cấu trúc xã hội, nó được xem là một hoạt động có sự tính toán từ trước và thúc đẩy các hoạt động. dựa theo căn cứ này, vốn xã hội là một thành phần thuộc nguồn lực kết nối cấu trúc xã hội, khả năng tiếp cận với các nguồn lực xã hội do các cá nhân thể hiện qua các hoạt động có chủ đích. vốn xã hội là nguồn lực cụ thể là thông qua các hoạt động kết nối xã hội và quan hệ xã hội để nhằm đạt được các mục tiêu. vốn xã hội hoặc các nguồn lực là rất quan trọng trong mối liên kết này sẽ tạo điều kiện cho các cá nhân, các nhóm xã hội, các tổ chức và cộng đồng dễ dàng đạt được thành tựu trong công việc. Mặt khác, Adler & Kwon (2002) thì nghĩ rằng vốn xã hội là các năng lực hiện hữu trong mỗi tác nhân căn cứ theo chức năng và vị trí của họ trong mối quan hệ thuộc mạng lưới. Quan trọng hơn, các nhà nghiên cứu còn phân loại thành 3 quan hệ cụ thể: (1) quan hệ thị trường cụ thể thông qua việc sử dụng tiền để mua sản phẩm và dịch vụ; (2) Quan hệ thứ bậc

diễn hình là việc tuân theo quyền lực, đảng phái để được bảo đảm về đời sống tinh thần, vật chất và sự an toàn; (3) quan hệ xã hội đó là sự hỗ trợ, giúp đỡ tương tác qua lại với nhau.

Vốn quan hệ đề cập đến "những tài sản được tạo ra và sử dụng thông qua các mối quan hệ" (Nahapiet và Ghoshal 1998, 244). Nó có thể được khái niệm hóa là sự tin tưởng và cam kết giữa một công ty và các nhà cung cấp (Carey, Lawson và Krause 2011).

Vốn nhận thức đề cập đến những tài nguyên đó cung cấp đại diện, diễn giải và hệ thống ý nghĩa giữa các bên (Nahapiet và Ghoshal 1998, 244). Nó có thể được khái niệm hóa như các mục tiêu và giá trị chung, ngôn ngữ và quy tắc dùng chung giữa công ty và nhà cung cấp (Villena, Revilla và Choi 2011). Vốn quan hệ và nhận thức có mối quan hệ với nhau và chúng cùng tạo ra một mức độ cao đoàn kết, duy trì các mối quan hệ và tạo điều kiện trao đổi và kết hợp kiến thức (Tsai và Ghoshal, 1998; Edelman & cộng sự, 2004; Matthews và Marzec 2012).

Qua đó cho thấy vốn xã hội là một khái niệm được hiểu theo nhiều cách khác nhau và điều này cho thấy vốn xã hội là một khái niệm đa chiều và qua tổng hợp thang đo lường của vốn xã hội vừa có thang đo đơn biến và đa biến. Sau khi so sánh tác giả chọn lọc thang đo đa biến về các thành phần nội dung thuộc vốn xã hội để kiểm định nhằm làm giải thích chi tiết hơn về các nội dung thuộc vốn xã hội.

2.2.4. Khái niệm kết quả kinh doanh

Đo lường hiệu quả kinh doanh là một phần không thể tách rời của hệ thống quản lý kể từ khi công việc quản lý được thực hiện. Tuy nhiên, lý thuyết kinh doanh hiện đại thì đo lường hiệu quả được bắt nguồn từ việc quy hoạch và kiểm soát các phương pháp của ngành đường sắt Hoa Kỳ và những năm 1860-1870 (Chenhall, 1997; Kaplan, 1984). Công ty Dupont giới thiệu phương pháp đo lường kết quả kinh doanh vào đầu thế kỷ 20 là dựa vào lợi tức đầu tư và Kim tự tháp của các tỷ số tài chính. Đến năm 1925 nhiều phương pháp và kỹ thuật đo lường về khía cạnh tài chính được tiếp tục được sử dụng và phát triển như phương pháp dòng tiền chiết khấu, phương pháp xác định mức thu nhập còn lại... hay dòng luân chuyển tiền mặt theo vốn đầu tư (Chenhall, 1997; Kaplan, 1984).

Buzzeell & Gale (1987) lại cho rằng kết quả hoạt động kinh doanh là kết quả đạt được mục tiêu kinh doanh của DN liên quan đến tăng trưởng doanh thu, doanh số bán

hàng, lợi nhuận, tăng trưởng, thị phần, cũng như mức độ hoàn thành mục tiêu chiến lược. Đồng quan điểm của Buzzeell & Gale (1987), Keegan và cộng sự (1989) đưa ra ma trận đo lường kết quả kinh doanh bằng cách phân loại kết quả đo lường dựa và chi phí và phi chi phí, tương tự Dixon và cộng sự. (1990) cho rằng cần thiết phải có hệ thống các tiêu chí hiệu suất để xác định các lĩnh vực cần cải tiến và phát triển.

Delaney & Huselid (1996) để đo lường kết quả kinh doanh của DN là không dựa vào các kết quả tài chính mà dựa vào sự nhận thức của nhân viên về hiệu suất của tổ chức, căn cứ vào các tiêu chí như chất lượng sản phẩm, phát triển sản phẩm mới, khả năng thu hút lao động, sự hài lòng của khách hàng và mối quan hệ giữa người quản lý và người lao động như là các chỉ tiêu về hiệu quả của việc quản lý tại DN.

Theo Richard và cộng sự (2009), để đo lường kết quả kinh doanh đạt hiệu quả thì cần có ba cách tiếp cận như sau: (1) Đo lường dựa vào niềm tin và các mối quan hệ khách hàng; (2) Có thể dùng nhiều phương pháp đo lường cho nhiều biến độc lập như nhau để phân tích, so sánh với các biến phụ thuộc khác nhau; (3) Nghiên cứu có thể góp nhiều biến phụ thuộc dựa trên mối quan hệ tương quan và tính hội tụ của nhóm biến.

Dollinger & Golden (1992) cho rằng việc đo lường nhận thức kết quả kinh doanh có tương quan tích cực đến mục tiêu đo lường hiệu quả hoạt động của tổ chức.

Theo quan điểm của tác giả Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang (2011) kết quả kinh doanh được định nghĩa là việc đạt được các mục tiêu của tổ chức, bao gồm lợi nhuận, tăng trưởng, thị phần, doanh số và các mục tiêu chiến lược khác (Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang, 2011 dẫn nguồn theo Homburg và cộng sự, 2007; Hult và cộng sự, 2004).

Qua tất cả các quan điểm cho thấy khái niệm kết quả kinh doanh là một khái niệm đa chiều và được hiểu theo nhiều cách khác nhau. Trong luận án này tác giả tiếp cận theo quan điểm của Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang (2011) và thang đo được trích theo quan điểm của Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang (2011). Cụ thể thang đo kết quả kinh doanh như sau: 1/ Trong ba năm qua, chúng tôi đã đạt được lợi nhuận mong muốn; 2/ Trong ba năm qua, chúng tôi đã đạt được tốc độ tăng trưởng mong muốn; 3/ Trong ba năm qua, chúng tôi đã đạt được thị phần mong muốn; 4/ Trong ba năm qua, chúng tôi đã phát triển các thị trường mong muốn; 5/ Trong ba năm qua, chúng tôi đã phát triển các sản phẩm/dịch vụ mới mong muốn.

2.3. GIẢ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

2.3.1. Giả thuyết nghiên cứu

2.3.1.1. *Mối quan hệ giữa vốn xã hội và kết quả kinh doanh của doanh nghiệp*

Trong một phân tích về vốn xã hội, sự tin tưởng và hiệu quả hoạt động kinh doanh của DN trong cuộc khủng hoảng tài chính 2008-2009, Lins & cộng sự. (2017) nhận thấy rằng tạo ra một nguồn vốn xã hội cụ thể cho từng công ty có thể được coi là một bảo hiểm chính sách mang lại hiệu quả khi các nhà đầu tư và nền kinh tế nói chung phải đối mặt với khủng hoảng niềm tin trầm trọng. Quan trọng nhất về mặt lâm sàng có liên quan phát hiện được tìm thấy bởi Lins & cộng sự (2017) bằng cách phân tích giá trị của CSR của DN trong cuộc khủng hoảng tài chính cho thấy vốn xã hội và vốn tài chính là rất quan trọng đối với kết quả hoạt kinh doanh và xác định các trường hợp mà CSR có thể có lợi cho giá trị DN. Tương tự, Rass & cộng sự (2013) tìm thấy vốn xã hội có liên quan tích cực đến hiệu quả hoạt động của DN dựa trên cộng sự. (2018), trong nghiên cứu của họ, đã tìm thấy nguồn vốn xã hội để cung cấp hỗ trợ đổi mới cho các DN nhỏ, do đó chuyển cải thiện hiệu quả hoạt động của công ty. Lê Vân và cộng sự (2018), sử dụng phương pháp chức năng điều khiển trong khung hồi quy lượng tử, thiết lập tác động nhân quả của vốn xã hội đối với hoạt động của DN. Clopton (2011) phân tích giá trị của mạng xã hội, hay mạng xã hội vốn, trong quá trình nhóm hướng tới hoạt động của nhóm và nhóm bằng cách khám phá sự đóng góp rõ ràng của vốn xã hội hướng tới hiệu suất của một nhóm hoặc đội. Kết quả tiết lộ rằng có một mối liên hệ đáng kể giữa vốn xã hội và đội ngũ hiệu suất (Clopton, 2011).

H1: Vốn xã hội có tác động cùng chiều đến kết quả kinh doanh

2.3.1.2. *Vốn xã hội đến năng lực đổi mới*

Vốn xã hội xem xét các tác nhân được hưởng lợi như thế nào qua các mối quan hệ xã hội (Burt, 2009; Coleman, 1988). Portes (1998) giữ quan điểm rằng vốn xã hội là các tác nhân sở trường phải được hưởng lợi ích vì của hiệp hội của họ trên mạng xã hội. Mặt khác, năng lực động đề cập đến các quy trình của công ty để kết hợp, cấu hình lại, giải phóng và tăng tài nguyên theo thị trường thay đổi (Eisenhardt và Martin, 2000). Điều này cho phép công ty tạo tiền đề như một năng lực cốt lõi để có lợi thế cạnh tranh (Teece và cộng sự, 1997). Blyler và Coff (2003) đã nghiên cứu và tổng hợp các tài liệu có liên quan về vốn xã hội cũng như năng lực động, một khái niệm mô hình cung cấp một cách hiểu mới và sâu sắc hơn về kết quả kinh doanh bằng cách kết

hợp quan điểm về quan hệ. Họ kết luận rằng tồn tại một mối liên hệ rõ ràng giữa vốn xã hội và năng lực động (Blyler và Coff, 2003). Họ cũng đề xuất rằng vốn xã hội là rất quan trọng đối với các năng lực động khi nói đến việc tích hợp, tiếp thu, tạo điều kiện và phát hành tài nguyên. Họ tin vốn xã hội là một yếu tố quan trọng của năng lực động vì nó giúp quản lý tài nguyên là một phần xác định của khả năng. Eisenhardt và Martin (2000) xác định các nhiệm vụ chính của tích hợp, tái tổ hợp và giải phóng nguồn lực như một số nhiệm vụ vốn xã hội cho phép cá nhân công ty phải làm. Họ cũng kết luận về nghiên cứu hiện có rằng vốn xã hội được kết nối với các thành phần của quản lý tài nguyên. Ví dụ, Grant (2007) công nhận rằng vốn xã hội là nền tảng tích hợp kiến thức. Nahapiet và Ghoshal (1998) cũng đồng ý vốn xã hội giúp tăng trưởng vốn tri thức thông qua việc tạo ra các điều kiện cần thiết để trao đổi và nhất quán trong luồng thông tin từ nhiều nguồn khác nhau. Các nghiên cứu hiện tại coi là xã hội mạng và các năng lực động rất cần thiết trong phần giải thích về các yếu tố trong quy trình thành công của một công ty (Monteiro và cộng sự, 2010; Prange và Verdier, 2011). Một lần nữa, vốn xã hội đóng vai trò như một “chất xúc tác” để có được tài nguyên bằng cách cung cấp quyền truy cập vào nguồn thông tin (Blyler và Coff, 2003; Shane và Cable, Năm 2002; Shane và Stuart, 2002). Năng lực động cho phép các công ty tiêu hóa và tổng hợp thông tin để hiểu rõ về tầm quan trọng của nó (Atuahene-Gima và Murray, 2007). Hầu hết các nhóm quản lý DN VVN những người thường thể hiện khả năng cảm nhận có khả năng tận dụng vốn xã hội để nhận ra thị trường có giá trị, gần đây và chính xác thông tin để đối phó với những khó khăn của một môi trường năng động (Blyler và Coff, 2003; Zhang và Wu, 2013). Điều này cho phép các công ty duy trì lợi thế cạnh tranh của họ vì chúng thậm chí còn thích ứng với các bối cảnh mới nhất (Coleman, 1988).

Song song đó, nghiên cứu của Agyapong & cộng sự (2017) lập luận rằng có mối quan hệ giữa vốn xã hội, sự đổi mới và kết quả hoạt động của các DN siêu nhỏ và nhỏ (MSB) ở các nền kinh tế mới nổi bằng cách sử dụng dữ liệu từ một quốc gia Châu Phi cận Sahara - Ghana. Cụ thể, nghiên cứu đã tìm cách xem xét vai trò trung gian của đổi mới trong mối quan hệ giữa vốn xã hội và kết quả kinh doanh. Nghiên cứu dựa trên thiết kế khảo sát và dữ liệu được thu thập với sự hỗ trợ của bảng câu hỏi. Các quy mô và thước đo của nghiên cứu đã được xác nhận bằng cách sử dụng phân tích xác nhận tại nhà máy qua phần mềm LISREL 8.50. Các kết quả sau thu được: (1) vốn xã hội

ảnh hưởng tích cực đến kết quả kinh doanh, (2) có mối quan hệ tích cực giữa đổi mới và kết quả kinh doanh hiệu suất, (3) vốn xã hội có ảnh hưởng tích cực đến đổi mới, và (4) quan sát thấy đổi mới làm trung gian một phần trong mối quan hệ giữa vốn xã hội và kết quả kinh doanh. Kết quả hiển thị rõ vai trò quan trọng của vốn xã hội và sự đổi mới trong sự thành công của các DN VVN ở các nền kinh tế mới nổi và thực tế là các nhà quản lý và chủ sở hữu của các doanh nghiệp đó cần phải chú ý đến những khái niệm này và sử dụng chúng cho lợi ích của họ.

Bên cạnh đó, nghiên cứu của Yeşil & Doğan (2019) được thực hiện để xem xét mối quan hệ giữa vốn xã hội, năng lực đổi mới và sự đổi mới. Vốn xã hội và mối liên hệ của nó với năng lực đổi mới và sáng tạo vẫn còn tương đối ít được khám phá trong tài liệu vì vậy nghiên cứu này nhằm mục đích lấp đầy khoảng trống này thông qua việc phát triển và thử nghiệm một mô hình nghiên cứu tích hợp. Mô hình nghiên cứu và các giả thuyết được lấy từ các tài liệu liên quan hiện có. Các nhà quản trị tham gia từ các công ty dệt may ở một nước đang phát triển đã hoàn thành một cuộc khảo sát bao gồm thước đo về vốn xã hội, khả năng đổi mới và sáng tạo. Các phân tích trong chương trình Smart PLS rõ ràng cho thấy rằng vốn xã hội tác động tích cực đến khả năng đổi mới và có ảnh hưởng trực tiếp đến đổi mới.

H2: Vốn xã hội có tác động cùng chiều đến năng lực đổi mới

2.3.1.3 Năng lực quản trị tri thức đến năng lực đổi mới

Mô hình quản lý chiến lược thông thường không có khả năng giải quyết các câu hỏi khác nhau về quản trị tổ chức trong một môi trường năng động (Tseng & Lee, 2014). Do đó, làm thế nào để DN có thể áp dụng hiệu quả năng lực quản trị tri thức của mình và phát triển một năng lực động độc đáo nhằm phản ứng nhanh chóng trong một môi trường năng động và điều này đã trở thành một nhu cầu cấp thiết (Tseng & Lee, 2014). Do đó nghiên cứu nhằm thảo luận về các vấn đề nêu trên ((Tseng & Lee, 2014). Để có được sự thăm dò tốt nhất về năng lực quản trị tri thức, năng lực động và kết quả của tổ chức, bảng câu hỏi và kỹ thuật phân tích thống kê đã được sử dụng (Tseng & Lee, 2014). Kết quả chỉ ra rằng năng lực động có vai trò trung gian quan trọng mà qua đó lợi ích của năng lực quản trị tri thức được chuyển thành hiệu quả kinh doanh của tổ chức (Tseng & Lee, 2014). Cụ thể là năng lực quản trị tri thức có tác động trực tiếp tích cực đến kết quả kinh doanh của tổ chức và quan trọng hơn là năng

lực quản trị tri thức nâng cao năng lực động của các tổ chức (Tseng & Lee, 2014); Cụ thể hơn:

Nghiên cứu của Migdadi (2022) nhằm giới thiệu một khuôn khổ thống nhất tích hợp các quy trình quản trị kiến thức (tạo, chia sẻ, lưu trữ và tài liệu hóa và thu nhận kiến thức), năng lực đổi mới (sản phẩm, quy trình, tiếp thị và hiệu suất của tổ chức và tổ chức (hoạt động, tài chính và chất lượng sản phẩm). Sau đó, kiểm tra thực nghiệm tác động của các quy trình quản trị tri thức (knowledge management process) đến năng lực đổi mới (innovation capital - ic), ảnh hưởng của năng lực đổi mới đối với kết quả kinh doanh của tổ chức và tác động của quy trình năng lực quản trị tri thức đối với kết quả kinh doanh thông qua trung gian năng lực đổi mới. Một bảng câu hỏi đã được thiết kế và gửi tới các giám đốc điều hành của các công ty Jordan tạo nên dân số mục tiêu. Các kỹ thuật thống kê được sử dụng bao gồm phân tích nhân tố khẳng định và lập mô hình SEM bằng cách dùng AMOS 24 để kiểm định các giả thuyết. Kết quả cho thấy quy trình năng lực quản trị tri thức ảnh hưởng đến năng lực đổi mới, năng lực đổi mới ảnh hưởng đến kết quả hoạt động của tổ chức và quy trình năng lực quản trị tri thức ảnh hưởng đến kết quả hoạt động của tổ chức qua vai trò trung gian của năng lực đổi mới .

H3: Năng lực quản trị tri thức tác động cùng chiều đến năng lực đổi mới.

2.3.1.4 Mối quan hệ của năng lực quản trị tri thức và kết quả kinh doanh

Ngày nay, tri thức, lợi thế cạnh tranh được xem là quan trọng nhất trên nền kinh tế quốc tế. Sáng tạo và áp dụng kiến thức cần thiết cho sự cạnh tranh và tồn tại của các tổ chức được biết đến. Một số nghiên cứu trong lĩnh vực chuyển giao kiến thức và sử dụng những đổi mới được thực hiện, cho thấy rằng việc sản xuất tri thức và ứng dụng nó vào thực tế rất nhiều (Giải cứu và Cộng sự, 2008). Hiện nay liên quan đến toàn cầu tầm quan trọng của việc chuyển giao kiến thức từ nghiên cứu để giúp các nhà nghiên cứu mô hình thực hành tốt để chuyển giao nghiên cứu (Lavvyz và cộng sự, 2003). North (1991), sự khác biệt giữa thành công và không thành công do sự khác biệt giữa kiến thức rõ ràng và ngầm hiểu chuyên hoặc biết. Các hoạt động chuyển giao kiến thức liên quan đến luồng kiến thức từ một lĩnh vực hoặc một hoặc những người khác có liên quan và bao gồm thông tin liên lạc, dịch, chuyển đổi, giải thích và điều trị là kiến thức. Sự chuyển giao của hai quy trình thứ cấp: (a) công bố (xuất bản), ở giai đoạn này, kiến thức ngầm của nhân viên dưới hình thức rõ ràng và rõ ràng và được phổ biến trong tổ

chức. Sự hợp nhất, tích hợp kiến thức trong toàn tổ chức (Fraya, 2003; trích dẫn Ghorbanzadeh và Khaleghinia, 2009). Theo Regvth và Ingram (2000), quá trình chuyển giao kiến thức là một quá trình mà các cá nhân, nhóm hoặc tổ chức hoặc các tổ chức khác bị ảnh hưởng (Anh & cộng sự, 2014).

Một lượng đáng kể tài liệu đã được xuất bản dựa trên năng lực quản trị tri thức (Easterby-Smith và cộng sự, 2009; Prange và Verdier, 2011; Teece và cộng sự, 1997). Theo truyền thống, người ta đã lập luận rằng năng lực là viết tắt của các năng lực giúp thích ứng, tích hợp và cấu trúc lại các nguồn lực bên trong và bên ngoài như cũng như các kỹ năng đối với sự thay đổi của môi trường (Teece & cộng sự, 1997).

Theo Baker và Chasalow (2015) năng lực quản trị dần dần được đánh dấu và đánh giá cao bởi hầu hết các DN VVN bởi vì năng lực của nó trong việc thực hiện CSR của DN thực hiện dưới tác động của áp lực bên ngoài. Trong một nghiên cứu nhằm xác định năng lực, Eisenhardt và Martin (2000) gọi năng lực quản trị của công ty là “các quy trình để tích hợp, cấu trúc lại, đạt được và phát triển nguồn lực-để phù hợp và thậm chí tạo ra sự thay đổi của thị trường.” Trong cùng một lĩnh vực, Eisenhardt và Martin (2000) lưu ý rằng năng lực động đòi hỏi mức năng lực của công ty để nhanh chóng tích hợp và cấu trúc lại nguồn lực để phù hợp với lĩnh vực kinh doanh năng động và đầy biến động. Helfat (2007) chỉ ra rằng các công ty cố tình tận dụng khả năng tạo, mở rộng và sửa đổi tài nguyên của họ cơ sở, bao gồm các nguồn lực bên ngoài có sẵn trong quan hệ đối tác, để đối phó hiệu quả và nhanh chóng với những thay đổi của thị trường. Theo ghi nhận của (Katkalo và cộng sự, 2010) năng lực động phải đa dạng hóa/ phát triển cơ sở nguồn lực của công ty. Sự đa dạng hóa có thể khác nhau về hình thức, chẳng hạn như có được các nguồn lực mới thông qua việc mua lại và quan hệ đối tác, đổi mới và hoạt động kinh doanh, tăng trưởng trong một công việc kinh doanh đang diễn ra hoặc một sự thay đổi của một công việc kinh doanh mới.

Như Teece & cộng sự (1997) lập luận: “Năng động động là trung tâm của sự thành công/hoặc thất bại của công ty” Wang và Ahmed (2007) các năng lực động được xác định như một định hướng hành vi của công ty liên tục tích hợp, cấu trúc lại, đổi mới và tái tạo các tài nguyên của nó và các khả năng và quan trọng nhất là nâng cấp và xây dựng lại khả năng cốt lõi của nó để đáp ứng với sự thay đổi của môi trường để đạt được và duy trì lợi thế cạnh tranh. Pitelis và Teece (2009) khẳng định rằng, năng lực động thúc đẩy các DN liên tục duy trì lợi thế cạnh tranh bằng cách hài hòa và làm mới

cơ sở nguồn lực, do đó giúp các công ty tránh phát triển cứng nhắc, kìm hãm sự phát triển và dẫn đến sự đổi mới quán tính. Khả năng động bao gồm 3 chiều: Cảm biến, nắm bắt và cấu trúc lại. Cảm nhận: Các nghiên cứu trước đây đã ghi nhận tầm quan trọng của khả năng cảm nhận như khả năng của một công ty để xác định và tận dụng các cơ hội thị trường mới nổi (Chakravarthy, 1982; Hooley và cộng sự, 1992).

Trong đánh giá của nghiên cứu thực nghiệm về mối quan hệ giữa năng lực quản trị và kết quả kinh doanh, Pezeshkan (2015) tìm thấy hỗ trợ tổng thể cho mối liên kết giữa năng lực quản trị và kết quả kinh doanh là chắc chắn. Năng lực quản trị đã được tìm thấy như các khía cạnh cơ bản của lợi thế cạnh tranh của công ty trong thay đổi môi trường (Teece và cộng sự, 1997). Trong một phân tích về tác động của năng lực quản trị đến hiệu quả kinh doanh của tổ chức, lấy năng lực tổ chức làm biến kiểm duyệt, (Rehman và Saeed, 2015) nhận thấy năng lực quản trị cần có ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động tổ chức của công ty. Năng lực động làm trung gian cho mối quan hệ giữa trí tuệ vốn và hiệu quả kinh doanh (Aminu và Mahmood, 2015). Lần nữa, (Zhou và cộng sự, 2017), đã điều tra vai trò trung gian của năng lực động về mối quan hệ giữa vốn tri thức và công ty SX và nhận thấy rằng khả năng quản trị cải thiện được hiệu quả công ty.

H4: Năng lực quản trị tri thức tác động cùng chiều đến kết quả kinh doanh

2.3.1.5. Mối quan hệ giữa năng lực đổi mới và kết quả kinh doanh

Ngoài ra, Trong bối cảnh kinh doanh hiện nay, đổi mới đóng vai trò như một công cụ để nâng cao hiệu quả hoạt động của DN theo một số khía cạnh. Nhiều nhà nghiên cứu cho rằng có mối liên hệ giữa đổi mới- kết quả kinh doanh, đảm bảo cải tiến trong hiệu quả hoạt động của công ty do tính sáng tạo cao (Marchington & Wilkinson, 2002; Lin và cộng sự, 2013; Atalay và cộng sự, 2013; Uz Kurt và cộng sự, 2013; Camisón & Villar-López, 2014; Bolaji Bello & Adeoye, 2018). Ngoài ra, một số nhà nghiên cứu cũng đã điều tra trực tiếp cũng như sự kết hợp tích cực của các loại hình đổi mới và tổ chức. Do đó, họ tuyên bố rằng bất cứ khi nào đổi mới được sử dụng, nó luôn dẫn đến tăng lợi nhuận (Aragón Correa & ctg, 2007; Atalay & ctg, 2013). Hơn nữa, các nhà nghiên cứu như Atalay & cộng sự (2013) và Jayaram & cộng sự (2014) đã đề cập đến sự đổi mới công nghệ (sản phẩm và đổi mới quy trình) liên kết tích cực và đáng kể liên kết với hiệu suất của tổ chức. Trong văn học, đổi mới sản phẩm và quy trình là hai yếu tố chính điều tra các loại đổi mới

H5: Năng lực đổi mới tác động cùng chiều đến kết quả kinh doanh.

2.3.1.6 Vai trò trung gian của năng lực đổi mới giữa mối quan hệ của năng lực quản trị tri thức và vốn xã hội đến kết quả kinh doanh

Tiếp theo nghiên cứu của Byukusenge & Munene (2016) để xem xét tác động trung gian của đổi mới trong mối quan hệ giữa năng lực quản trị tri thức và kết quả kinh doanh của các DNVVN ở Rwanda. Một cuộc khảo sát được thực hiện và cách tiếp cận phương pháp định lượng đã được sử dụng để thu thập dữ liệu được sử dụng để thực hiện kiểm định tác động trung gian. Kết quả nghiên cứu cho thấy đổi mới có ảnh hưởng thuận chiều đến kết quả kinh doanh. Tuy nhiên, không có ảnh hưởng trực tiếp của năng lực quản trị tri thức đối với kết quả kinh doanh, ngoại trừ thông qua TGTP (trung gian toàn phần) của đổi mới. Điều này ngụ ý rằng nếu không có sự đổi mới, các DNVVN của Rwandan có thể không đạt được hiệu quả kinh doanh được cải thiện. Nghiên cứu này đóng góp vào các tổ chức thực hiện quản trị tri thức về việc cải thiện kết quả kinh doanh của các DNVVN thông qua đổi mới. Kết quả có thể giúp các chủ DN tận dụng các nguồn tri thức sẵn có bằng cách chuyển đổi chúng thành các sản phẩm mới, quy trình mới và thị trường mới để thúc đẩy hoạt động kinh doanh của họ.

Qua tổng hợp trên cho thấy vai trò trung gian của năng lực đổi mới có tác động thuận chiều đến mối quan hệ giữa năng lực quản trị tri thức và kết quả kinh doanh trong hai môi trường khác nhau đó là Jordan và Rwandan. Một lần nữa tác giả kiểm định lại vai trò trung gian của năng lực đổi mới đến mối quan hệ giữa năng lực quản trị tri thức và kết quả kinh doanh.

Trong bối cảnh kinh doanh hiện nay, đổi mới đóng vai trò như một công cụ để nâng cao hiệu quả hoạt động của DN theo một số khía cạnh. Nhiều nhà nghiên cứu cho rằng có mối liên hệ giữa đổi mới- kết quả kinh doanh, đảm bảo cải tiến trong hiệu quả hoạt động của công ty do tính sáng tạo cao (Marchington & Wilkinson, 2002; Lin và cộng sự, 2013; Atalay và cộng sự, 2013; Uzkurt và cộng sự, 2013; Camisón & Villar-López, 2014; Bolaji Bello & Adeoye, 2018). Ngoài ra, một số nhà nghiên cứu cũng đã điều tra trực tiếp cũng như sự kết hợp tích cực của các loại hình đổi mới và tổ chức. Do đó, họ tuyên bố rằng bất cứ khi nào đổi mới được sử dụng, nó luôn dẫn đến tăng lợi nhuận (Aragón Correa & ctg, 2007; Atalay & ctg, 2013). Hơn nữa, các nhà nghiên cứu như Atalay & cộng sự (2013) và Jayaram & cộng sự (2014) đã đề cập đến sự đổi mới công nghệ (sản phẩm và đổi mới quy trình) liên kết tích cực và đáng kể liên kết

với hiệu suất của tổ chức. Trong văn học, đổi mới sản phẩm và quy trình là hai yếu tố chính điều tra các loại đổi mới. Các nghiên cứu chỉ tập trung vào đổi mới quy trình bao gồm Olson và Schwab (2000), Baer và Frese (2003), Hervas-Oliver & cộng sự (2014), McElheran (2015), Dooley và Som (2018), Soetevent và Bružikas (2018) trong khi các nghiên cứu về đổi mới sản phẩm được kiểm tra bởi Li và Atuagene-Gima (2001), Visnjic & cộng sự (2016), Zaefarian và cộng sự. (2017), García-Cruz & cộng sự (2018). Vài nghiên cứu toàn diện cũng đã xem xét tác động của sản phẩm và quy trình đổi mới về HS (hiệu suất) của tổ chức và kết quả cho thấy rằng cải tiến sản phẩm cụ thể là liên quan tích cực đến việc mở rộng công ty (Wolff & Pett, 2006; Walker, 2004).

Qua tổng hợp nội dung trên cho thấy vốn xã hội tác động đến có tác động cùng chiều đến năng lực đổi mới (agyapong & cộng sự, 2017); năng lực quản trị tri thức có tác động cùng chiều đến năng lực đổi mới (migdadi, 2022; byukusenge & munene, 2016). năng lực đổi mới tác động cùng chiều đến kết quả kinh doanh (Atalay và cộng sự, 2013; Uzkurt và cộng sự, 2013). Vì vậy một lần nữa tác giả sẽ kiểm định lại tác động trực tiếp thuận chiều của vốn xã hội đến năng lực đổi mới (giả thuyết H2); năng lực quản trị tri thức tác động trực tiếp thuận chiều đến năng lực đổi mới (giả thuyết H3); năng lực đổi mới tác động tác động trực tiếp thuận chiều đến kết quả kinh doanh (giả thuyết H5). Song song đó, tác giả cũng đã kiểm định lại vai trò trung gian của năng lực đổi mới đến năng lực quản trị tri thức và kết quả kinh doanh (giả thuyết H6) và vốn xã hội tác động gián tiếp đến kết quả kinh doanh thông qua trung gian năng lực đổi mới (giả thuyết H7); cụ thể các giả thuyết như sau

H6: Năng lực đổi mới đóng vai trò trung gian giữa năng lực quản trị tri thức và kết quả kinh doanh.

H7: Vốn xã hội tác động gián tiếp đến kết quả kinh doanh thông qua trung gian năng lực đổi mới

****** Khoảng trống nghiên cứu:***

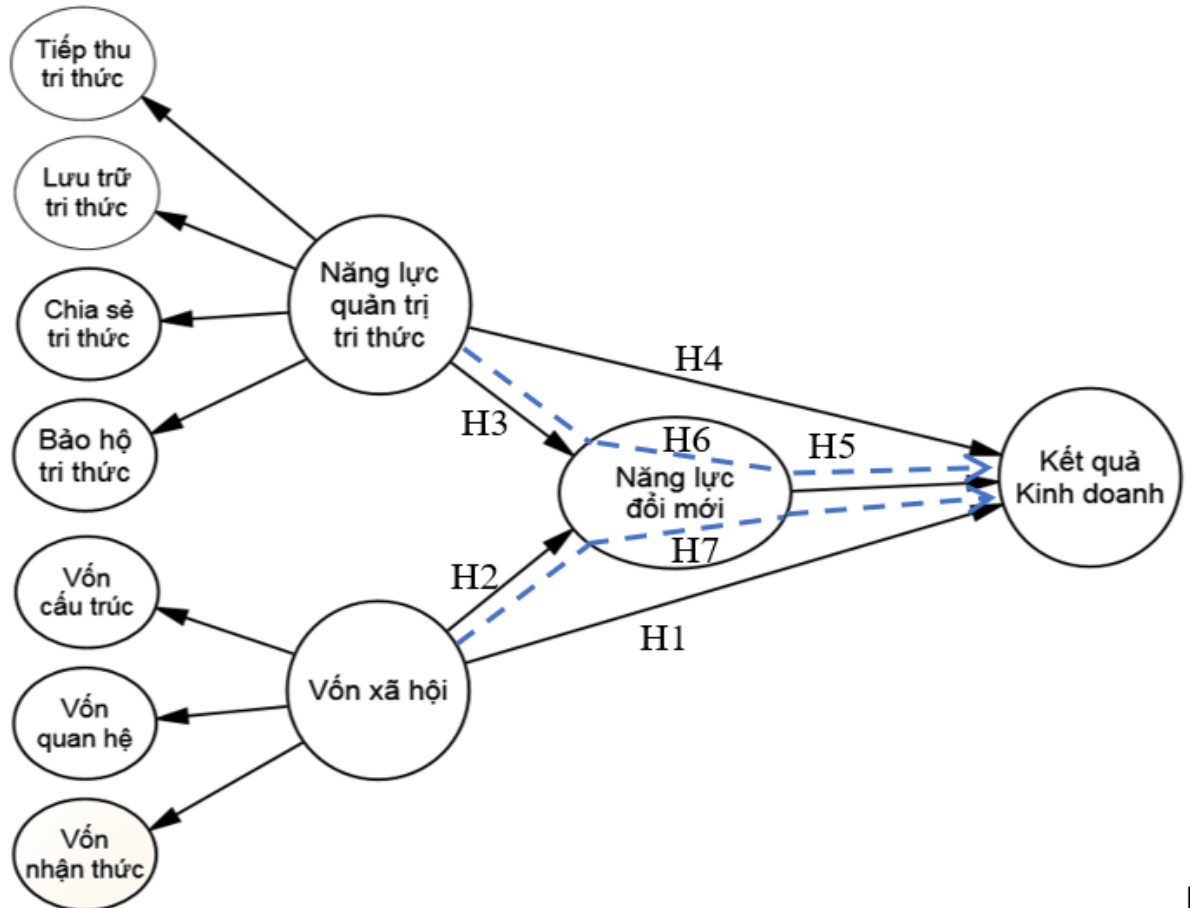
Chưa tìm thấy nghiên cứu về mối quan hệ giữa 3 yếu tố: năng lực quản trị tri thức, vốn xã hội và năng lực đổi mới vào kết quả kinh doanh.

Mở rộng mô hình nghiên cứu về tác động gián tiếp của năng lực quản trị tri thức, vốn xã hội vào kết quả kinh doanh thông qua trung gian năng lực đổi mới.

Chưa tìm thấy nghiên cứu về năng lực quản trị tri thức và vốn xã hội trong lĩnh vực ngành Cửa ở Thành phố Hồ Chí Minh

2.3.2. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Sau cùng qua tổng quan, phân tích, biện luận và trình bày chi tiết cụ thể các hướng nghiên cứu mới tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu của luận án cụ thể như sau:



Hình 2.7: mô hình nghiên cứu đề xuất

(Nguồn: Tác giả đề xuất từ cơ sở lý thuyết và từ nghiên cứu định tính)

hướng tác động gián tiếp -----

hướng trực tiếp _____

TÓM TẮT CHƯƠNG 2

Trong chương này tác giả đã tổng hợp các lý thuyết bao gồm: Năng lực quản trị tri thức, năng lực đổi mới, vốn xã hội và kết quả kinh doanh. Từ đó, tìm ra các giới hạn và hạn chế của nghiên cứu cần phân tích rõ. Từ đó xây dựng mô hình nghiên cứu gồm 7 giả thuyết nghiên cứu. Chương tiếp theo sẽ trình bày phương pháp nghiên cứu để từ đó kiểm định các giả thuyết đã đề xuất trong chương 2 này.

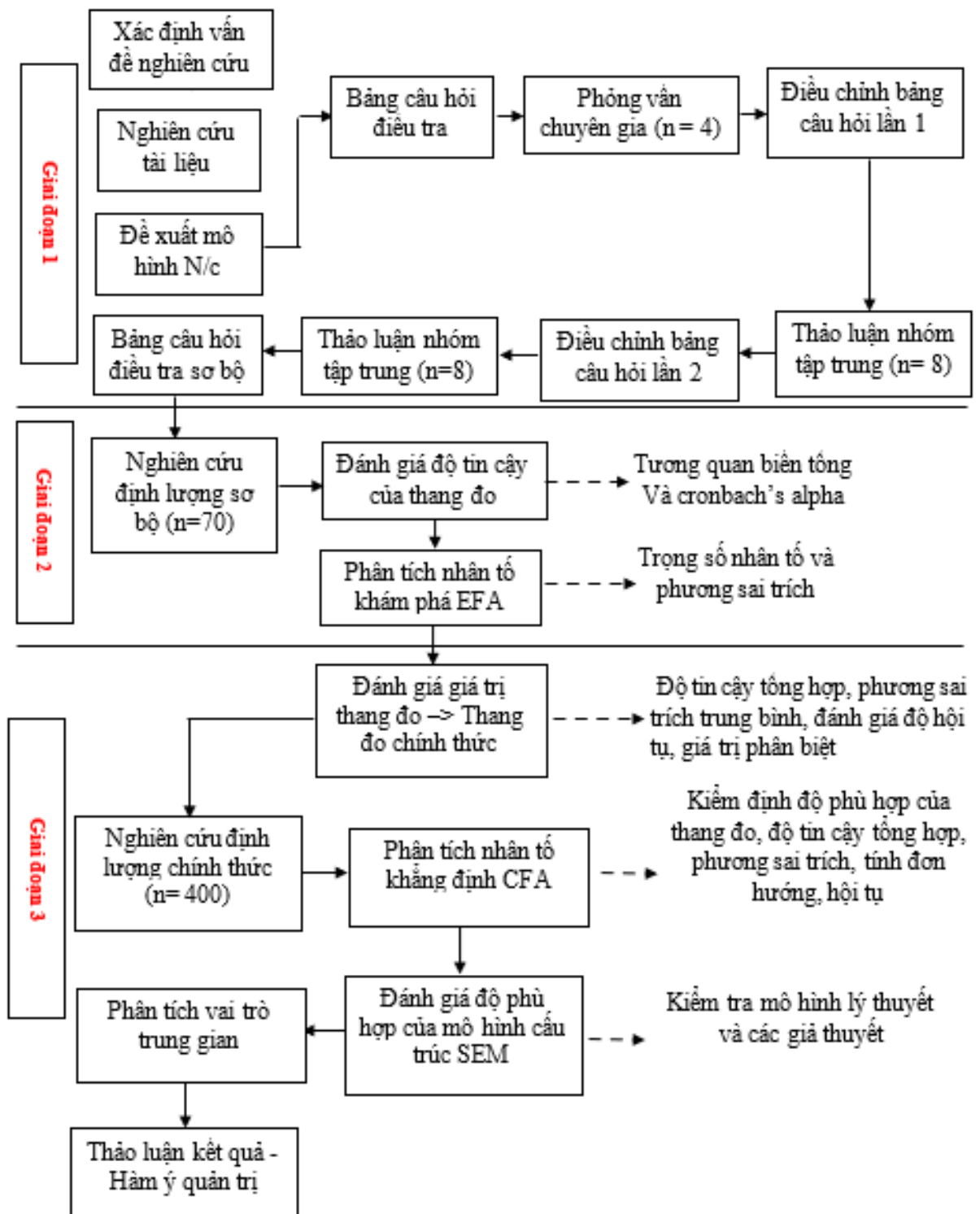
CHƯƠNG 3

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Giới thiệu chương

Trong chương này tác tập trung nghiên cứu quy trình, phương pháp nghiên cứu định tính, định lượng và hỗn. Tác giả sử dụng nhiều công cụ phân tích trong chương này như phỏng vấn chuyên gia, phân tích độ tin cậy Cronbach's alpha, phân tích EFA (nhân tố khám phá), và trình bày các lý thuyết các công cụ phân tích ở phần mềm AMOS... để hoàn thiện bộ thang đo nháp cho phù hợp với nội dung nghiên cứu. Nội dung nghiên cứu của tác giả theo trình tự như sau:

3.1. QUI TRÌNH NGHIÊN CỨU



Hình 3.1: quy trình nghiên cứu

Nguồn: Tác giả đề xuất

Nội dung của quy trình nghiên cứu được thực hiện gồm 3 giai đoạn như sau:

Giai đoạn 1: Nghiên cứu tài liệu, đề xuất mô hình nghiên cứu, bảng câu hỏi điều tra, phỏng vấn chuyên gia để đề xuất xây dựng bảng questionnaire (bảng câu hỏi)

điều tra sơ bộ. Lược khảo, phân tích, tổng hợp những tài liệu nghiên cứu trong nước và ngoài nước trước đó về những vấn đề liên quan đến đề tài, tác giả tìm hiểu những phương pháp, cách tiếp cận, kết quả và những hạn chế của các nghiên cứu trước nhằm tìm kiếm cho mình một hướng tiếp cận hợp lý nhất. Qua đó, tác giả xây định hướng xây dựng mô hình đo lường & mô hình lý thuyết cho phù hợp với thực trạng cho ngành Cửa tại Việt Nam. Kết thúc giai đoạn này tác giả xây dựng bộ thang đo nháp để làm cơ sở cho các bước nghiên cứu tiếp theo.

Giai đoạn 2: Tiếp theo giai đoạn 1, tác giả tiến hành điều tra với số lượng quan sát ($n=70$), nhằm mục đích đánh giá độ tin cậy, giá trị chất lượng, giá trị hội tụ, giá trị phân biệt của thang đo. Công cụ đánh giá độ tin cậy của scale (thang đo) là kiểm định Cronbach's alpha (tốt nhất là gần bằng 1) và hệ số tương quan biến - tổng lớn hơn 0,3 (Nunnally, 1978; Peterson, 1994). Kế đến, phân tích nhân tố khám phá (EFA) nhằm để đánh giá sơ bộ giá trị hội tụ và giá trị phân biệt của thang đo. Gerbing & Anderson (1988), các biến quan sát có hệ số tải nhân tố thấp sẽ loại ra khỏi thang đo, các biến quan sát trong mỗi thang đo phải có hệ số tải nhân tố thích hợp. Thước đo hệ số tải nhân tố (Factor loading, FL) tùy vào cỡ mẫu nghiên cứu, cụ thể là cỡ mẫu ($n>350$, $FL >0.3$; $100<n<350$, $FL>0.5$; $n<100$, $FL >0.7$). Những thang đo đạt được mức độ tin cậy, giá trị hội tụ, giá trị phân biệt sẽ được dùng cho nghiên cứu chính thức.

Giai đoạn 3: Điều tra chính thức được tiến hành dựa vào mẫu điều tra là 400 nhà lãnh đạo/CEO là thành viên trực tiếp điều hành DNSX Cửa tại TPHCM. Bao gồm các bước như sau: Đánh giá độ phù hợp của mô hình đo lường như: Kiểm tra hệ số Cronbach's alpha, độ tin cậy tổng hợp(CR), phương sai trích.... Bước tiếp theo đánh giá độ phù hợp của mô hình cấu trúc SEM. Sau cùng kiểm tra vai trò trung gian của năng lực đổi mới nhằm so sánh đối chiếu với giả thuyết ban đầu.

3.2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Trong lĩnh vực KD hiện nay, các nhà nghiên cứu thường dùng phương pháp nghiên cứu định tính, nghiên cứu định lượng hoặc nghiên cứu hỗn hợp cho vấn đề nghiên cứu của mình. Vì tính chất đặc thù của ngành SX-KD Cửa và thị trường Việt Nam nên tác giả lựa chọn phương pháp nghiên cứu hỗn hợp cho nghiên cứu của mình.

. Với việc kết hợp các phương pháp, lý thuyết, công cụ, nhà nghiên cứu, đặc thù sản phẩm, thị trường ... đều phù hợp nếu việc kết hợp đó mang lại cho chúng ta kết quả phù hợp nhất (CressWell 2007, Jack & Raturi 2006).

3.2.1 Nghiên cứu định tính

Nghiên cứu định tính sử dụng cách tiếp cận tự nhiên nhằm tìm hiểu các hiện tượng trong bối cảnh cụ thể (Patton, 2001). Trong luận án này tác giả sử dụng phương pháp phỏng vấn với tư cách là công cụ thu thập dữ liệu, nổi bật là phương pháp phỏng vấn chuyên gia.

Phương pháp phỏng vấn chuyên gia, Gilliam và Voss (2013) khuyến nghị nên có ít nhất hai chuyên gia cùng lĩnh vực để thực hiện nghiên cứu các khái niệm, nội dung của vấn đề nghiên cứu. Nhiệm vụ chính của các chuyên gia tham gia phỏng vấn là đánh giá các khái niệm được, định nghĩa được đề xuất bởi nhà nghiên cứu.

Mục tiêu nghiên cứu: nghiên cứu vấn đề hiện đang xảy ra tại các DN trong ngành SX-KD cửa đã vận dụng các yếu tố năng lực quản trị tri thức, vốn xã hội ảnh hưởng như thế nào đến kết quả kinh doanh của DN mình trong thời gian qua, bên cạnh đó tác giả cũng xem xét vai trò trung gian của năng lực đổi mới trong mối quan hệ với năng lực quản trị tri thức và vốn xã hội đến kết quả kinh doanh của các DN ngành SX-KD Cửa tại TPHCM.

Đối tượng nghiên cứu: Trong luận án này, nghiên cứu sinh thực hiện phỏng vấn cụ thể qua phương pháp thảo luận nhóm chuyên gia với 02 nhóm đối tượng:

Nhóm một, các chuyên gia trong ngành cửa và một số thầy giáo là giảng viên đang giảng dạy ở các Đại học. Cụ thể, thông tin cơ bản về 4 chuyên gia đồng ý tham gia nghiên cứu: (1) NCS trường đại học Kinh Tế TP. Hồ Chí Minh, hiện đang là giảng viên của trường đại học Nguyễn Tất Thành, (2) tiến sĩ kinh tế, đang là giảng viên Khoa Kinh tế _ Luật của trường Đại học Trà Vinh, (3) Giám đốc điều hành công ty Mitadoor, (4) Giám đốc điều hành khu vực miền nam công ty Austdoor. Mục đích phỏng vấn nhóm nhằm đánh giá phương pháp vận dụng các nguồn lực như thế nào để tăng lợi thế cạnh tranh của DN, cũng như tăng hiệu quả kinh doanh của DN, từ đó tác giả điều chỉnh cho bảng câu hỏi lần 1. Cụ thể, đầu tiên tác giả gọi điện đặt cuộc hẹn với các chuyên gia và trao đổi qua google meet (vì thời điểm khảo sát là dịch Covid), sau đó tác giả thông tin về thời gian hẹn gặp các chuyên gia qua google meet. Đúng hẹn tác giả gặp gỡ cùng các chuyên gia qua google meet và bảng câu hỏi được gửi qua zalo nhóm do tác giả lập ra. Sau khi ổn định tác giả tiến hành trao đổi và gợi ý từng câu hỏi và tác giả tiến hành ghi nhận những phát biểu ý kiến của các chuyên gia. Khi phỏng vấn đến chuyên gia thứ 4 thì tất cả các ý kiến đều như nhau và không có ý kiến

mới, tác giả tiến hành dùng phỏng vấn và cảm ơn các chuyên gia đã đến tham dự và kết thúc phỏng vấn.

Nhóm hai, là những lãnh đạo/CEO thành viên Ban lãnh đạo trực tiếp điều hành những DN Cửa ở TPHCM. Được chia thành 2 nhóm, mỗi nhóm 8 người (danh sách chuyên gia được trình bày ở phần phụ lục 5). Mục đích thảo luận là điều chỉnh bảng câu hỏi lần 2 và lần 3 để thống nhất, hoàn thiện bộ thang đo cho nghiên cứu trong lĩnh vực này. Cụ thể, tác giả liên lạc qua điện thoại mời các CEO tại các doanh nghiệp cửa ở TPHCM và cũng trao đổi qua google meet. Đầu tiên tác giả trình bày mục đích nghiên cứu và có lời mời các chuyên gia cùng tham dự, sau khi nghe xong 8 CEO đều đồng ý và hẹn gặp trao đổi với nhau qua google meet, bảng câu hỏi cũng được gửi qua zalo nhóm chuyên gia do tác giả lập ra. Đúng hẹn 8 CEO cùng vào link google meet gặp gỡ và cùng trao đổi với tác giả, đầu tiên tác giả gợi ý từng câu hỏi và giải thích từng câu hỏi và kết thúc giải thích tác giả mời các chuyên gia phát biểu và tác giả tiến hành ghi chép tất cả các ý kiến và phát biểu của các chuyên gia và đến chuyên gia (CEO) thứ 8 không còn ý kiến mới và xem như bảo hoà thì tác giả dừng cuộc trao đổi, tác giả cảm ơn các chuyên gia đến tham dự và kết thúc phỏng vấn.

3.2.2 Nghiên cứu định lượng sơ bộ

3.2.2.1. Thang đo lường của các khái niệm

trong mô hình nghiên cứu đề xuất, năm khái niệm cần được đo lường cụ thể: năng lực quản trị tri thức, vốn xã hội, năng lực đổi mới và kết quả kinh doanh của DN. trong đó, những khái niệm năng lực quản trị tri thức, vốn xã hội được đo lường bằng thang đo đa hướng, còn các năng lực đổi mới, kết quả kinh doanh của DN được đo lường bằng thang đo đơn hướng.

Dựa theo tác giả Likert (1932), thang đo cho luận án này đều được thiết kế theo dạng Likert 1 đến 5 điểm (1: hoàn toàn không đồng ý – 5: hoàn toàn đồng ý). Chất lượng đo lường sẽ giảm khi số điểm càng tăng, thang đo Likert dạng 5 điểm là thang đo phù hợp nhất (Revilla và cộng sự, 2014).

Bảng 3. 1: Các thang đo sử dụng cho nghiên cứu sơ bộ

STT	Thang đo	Số lượng biến quan sát	Nguồn	Ghi chú
1	Năng lực quản trị tri thức	14	Lin & cộng sự (2010)	Thang đo đa hướng
2	Năng lực đổi mới	48	Raghuvanshi & cộng sự. (2019)	Thang đo đơn hướng
3	Vốn xã hội gồm 3 thành phần	12	Chen & cộng sự. (2018) Tác giả tổng hợp từ thảo luận nhóm	Thang đo đa hướng
4	Kết quả kinh doanh	5	Tho & Trang (2011); Tho (2018)	Thang đo đơn hướng

(Nguồn: Tổng hợp của tác giả)

3.2.2.2. Đánh giá sơ bộ độ tin cậy và giá trị

Nghiên cứu định lượng sơ bộ này tác giả nhằm đánh giá độ tin cậy và giá trị của các thang đo lường. Độ tin cậy được đánh giá trước thông qua chỉ số Cronbach's alpha. Một thang đo chấp nhận nếu hệ số Cronbach's alpha $\geq 0,6$, Cronbach's alpha nếu loại biến $<$ Cronbach's alpha và có hệ số tương quan biến – tổng $\geq 0,3$ (Nunnally và Bernstein, 1994). Các thang đo đạt yêu cầu trên sẽ được tiếp tục đánh giá bằng kỹ thuật phân tích yếu tố khám phá – EFA.

3.2.2.3. Mẫu của nghiên cứu sơ bộ

Hair và cộng sự. (2014) để có thể đánh giá EFA thì kích cỡ mẫu cho EFA tối thiểu phải là 50 biến quan sát, tuy nhiên nếu càng nhiều thì mẫu sẽ đạt độ tin cậy cao hơn. Mẫu cho nghiên cứu sơ bộ được thực hiện bằng việc sử dụng bảng câu hỏi khảo sát trực tuyến (online) trên nền tảng google form và mạng xã hội. Ưu điểm của lấy mẫu trực tuyến này là tiết kiệm được chi phí và thời gian nhập dữ liệu, đặc biệt là rất thuận tiện trong giai đoạn dịch Covid. Tuy nhiên, bên cạnh ưu điểm thì việc lấy mẫu trực tuyến cũng gặp nhiều nhược điểm như: có nhiều người không biết sử dụng Internet, kỹ năng tin học hạn chế và tỷ lệ phản hồi thấp (Fan và Yan, 2010). Sau 10 ngày triển khai, số lượng phiếu gửi đi là 70 phiếu và sau khi loại các trả lời khuyết, số lượng phiếu cho nghiên cứu sơ bộ còn 63 phiếu hợp lệ. Với những người được chọn trong nghiên cứu sơ bộ này là những người có thời gian thâm niên làm việc trong ngành Cửa hơn 5 năm và có độ quen biết lâu năm. Vì vậy tác giả tin rằng về phương pháp chọn mẫu và kết quả có độ tin cậy cao. Nhìn chung, do lượng quan sát nhỏ trong

khi số lượng biến quan sát lớn nên việc phân tích đánh nhân tố khám phá EFA sẽ thực hiện theo từng khái niệm.

3.2.3. Kết quả xây dựng thang đo

Từ những lý thuyết, giả thuyết, phỏng vấn chuyên gia và mô hình nghiên cứu đã được tổng quan, tác giả tiến hành tập hợp và đề xuất thành các thang đo như sau:

3.2.3.1 Năng lực quản trị tri thức

Theo Shahzad và cộng sự,(2016), tri thức có thể được hiểu dưới dạng thông tin, hiểu biết sâu sắc, ý tưởng, kỹ năng chuyên môn và kinh nghiệm. Tuy nhiên, sự tồn tại đơn thuần của tri thức trong một tổ chức thì không thể đảm bảo sự thành công của tổ chức và lợi thế cạnh tranh bền vững trừ khi được quản lý hiệu quả thông qua một hệ thống thích hợp.

Palacios và cộng sự, (2009 định nghĩa năng lực quản trị tri thức là một công cụ quản lý được đặc trưng bởi một tập hợp các nguyên tắc cùng với một loạt các thực hành và kỹ thuật mà thông qua đó các nguyên tắc được giới thiệu, mục đích là tạo ra, chuyển đổi, phổ biến và sử dụng tri thức. năng lực quản trị tri thức cũng đề cập đến một cách tiếp cận để chính thức hóa kiến thức, chuyên môn và kinh nghiệm tạo ra năng lực mới dẫn đến nâng cao năng lực cạnh tranh thông qua đổi mới và sự hài lòng của khách hàng (Gold và cộng sự, 2001).

Để đo lường năng lực quản trị tri thức tác giả còn tham khảo bộ thang đo của Habib & Bao (2019) bao gồm tám biến quan sát : (1)Tổ chức của chúng tôi có các quy tắc rõ ràng để định dạng hoặc phân loại kiến thức sản phẩm của mình; (2)Tổ chức của chúng tôi có các quy tắc rõ ràng để định dạng hoặc phân loại kiến thức quy trình; (3)Các thành viên trong tổ chức của chúng tôi sử dụng công nghệ để hợp tác với những người khác trong tổ chức; (4)Cơ cấu tổ chức của chúng tôi tạo điều kiện thuận lợi cho việc khám phá kiến thức mới; (5)Cơ cấu tổ chức của chúng tôi tạo điều kiện thuận lợi cho việc tạo ra kiến thức mới; (6)Tổ chức của chúng tôi tạo điều kiện trao đổi kiến thức qua các ranh giới chức năng ;(7)Các thành viên trong tổ chức của chúng tôi được khuyến khích tương tác với các nhóm khác và (8) Các thành viên trong tổ chức của chúng tôi có thể giao tiếp tốt không chỉ với các thành viên trong bộ phận của họ mà còn với các thành viên trong bộ phận khác.

Sau khi tổng quan tài liệu, tham khảo ý kiến chuyên gia và đã thống nhất nhân tố “Năng lực quản trị tri thức” gồm 4 thang đo là “Tiếp thu tri thức”, “Lưu trữ tri thức”, “Chia sẻ tri thức” và “Bảo hộ tri thức cùng với 14 biến quan sát được thể hiện qua bảng 3.2.

Bảng 3.2: Thang đo lường năng lực quản trị tri thức

Ký hiệu	Biến quan sát	Nguồn
<i>Tiếp thu tri thức - KA</i>		
<i>KA1</i>	Công ty chúng tôi có các quy trình để tạo ra tri thức mới từ tri thức hiện có.	Lin & cộng sự (2010)
<i>KA2</i>	Công ty chúng tôi có các quy trình chia sẻ tri thức trong toàn bộ tổ chức.	Lin & cộng sự (2010)
<i>KA3</i>	Công ty chúng tôi có các quy trình để thu thập tri thức về các sản phẩm hoặc dịch vụ mới trong lĩnh vực sản xuất của.	Lin & cộng sự (2010)
<i>Lưu trữ tri thức-KS</i>		
<i>KS1</i>	Công ty chúng tôi có quy trình bảo mật tri thức.	Lin & cộng sự (2010))
<i>KS2</i>	Công ty chúng tôi có quy trình tổ chức, lưu trữ tri thức.	Lin & cộng sự (2010)
<i>KS3</i>	Công ty chúng tôi có quy trình kiểm sát, đánh giá tri thức	Lin & cộng sự (2010)
<i>KS4</i>	Công ty chúng tôi có quy trình đào tạo các nguồn lực và các loại tri thức khác nhau.	Lin & cộng sự (2010)
<i>Chia sẻ tri thức - KSH</i>		
<i>KSH1</i>	Công ty chúng tôi có quy trình chia sẻ tri thức trong toàn bộ tổ chức.	Lin & cộng sự (2010)
<i>KSH2</i>	Công ty chúng tôi có quy trình chia sẻ tri thức giữa các đối tác thương mại của chúng tôi.	Lin & cộng sự (2010)
<i>KSH3</i>	Công ty chúng tôi có các quy trình chuyển giao tri thức tổ chức để giải quyết các vấn đề mới.	Lin & cộng sự (2010)
<i>Bảo hộ tri thức - KP</i>		
<i>KP1</i>	Công ty chúng tôi có các quy trình để bảo vệ tri thức tránh được việc sử dụng không phù hợp trong tổ chức.	Lin & cộng sự (2010)
<i>KP2</i>	Công ty chúng tôi có các quy trình để bảo vệ tri thức tránh được việc không sử dụng bên ngoài tổ chức.	Lin & cộng sự (2010)
<i>KP3</i>	Công ty chúng tôi có các chế độ khuyến khích việc bảo vệ tri thức.	Lin & cộng sự (2010)

Ký hiệu	Biến quan sát	Nguồn
KP4	Công ty chúng tôi có các chính sách mở rộng để bảo vệ tri thức của tổ chức.	Lin & cộng sự (2010)

(Nguồn: Tổng hợp và đề xuất của tác giả)

3.2.3.2. Năng lực đổi mới

Qua tổng quan cho thấy các thang đo trước đây của năng lực đổi mới gồm có thang đo bậc 1 và thang đo bậc 2, tuy nhiên xét về tổng quan cho thấy các thang đo bậc 2 của năng lực đổi mới cao nhất gồm có 4 thành phần con và tổng số biến quan sát cao nhất là 20 theo Lin & cộng sự (2010). Tuy nhiên ở góc độ khác tác giả Raghuvanshi & cộng sự (2019) cho rằng để đo lường năng lực đổi mới thì sử dụng tổng số biến quan sát là 48 biến và chỉ là thang đo bậc 1 và như vậy cho thấy đo lường năng lực đổi mới theo tác giả Raghuvanshi & cộng sự (2019) chỉ sử dụng 48 biến quan sát và là thang đo bậc 1. Xét thấy scale (thang đo) của Raghuvanshi & ctg (2019) là một scale (thang đo) tổng quát toàn diện các khía cạnh của năng lực đổi mới và bao quát nội dung của các thang đo trước đây vì vậy trong nghiên cứu này của tác giả, tác giả chọn thang đo của Raghuvanshi & cộng sự (2019) và sử dụng thang đo này trong nghiên cứu luận án của mình. Thang đo cụ thể của Raghuvanshi & cộng sự (2019) gồm các BQS (biến quan sát) điển hình sau.

Bảng 3.3: Tổng hợp thang đo đơn hướng và đa hướng

Thang đo năng lực đổi mới			
Nguồn tác giả			
Raghuvanshi & cộng sự (2019)	Ký hiệu		Lin & cộng sự (2010)
Công ty của tôi tiếp cận công nghệ tiên tiến nhất = IPR2	KI1	IP1	Công ty chúng tôi thường phát triển sản phẩm và dịch vụ mới được thị trường chấp nhận.
Công ty của tôi chấp nhận công nghệ mới khi nâng cấp công nghệ cũ	KI2	IP2	Phần lớn lợi nhuận của công ty chúng tôi được tạo ra bởi các sản phẩm/dịch vụ mới.
Công ty của chúng tôi thành công khi sử dụng công nghệ mới trong sản xuất = IP6	KI3	IP3	Các sản phẩm hoặc dịch vụ mới do công ty chúng tôi phát triển luôn dẫn đầu về tính đổi mới.
Công ty của chúng tôi tiếp cận công nghệ mới khi có nhu cầu = IPR2	KI4	IP4	Công ty của chúng tôi có khả năng tung ra các sản phẩm hoặc dịch vụ mới

Thang đo năng lực đổi mới			
			nhanh hơn các đối thủ cạnh tranh của chúng tôi.
Công ty của chúng tôi tiếp cận nguồn tài chính phù hợp	KI5	IP5	CT (công ty) chúng tôi có KNNC (khả năng nghiên cứu) và PTSP (phát triển sản phẩm) hoặc dịch vụ mới tốt hơn so với các đối thủ cạnh tranh của chúng tôi.
Công ty của chúng tôi sử dụng nguồn lực tài chính phù hợp để điều hành doanh nghiệp = IG4	KI6	IP6	Công ty của chúng tôi luôn phát triển các công nghệ, quy trình mới nhằm đưa các sản phẩm ngày càng có tính ưu việt ra thị trường.
Sự điều hành doanh nghiệp của chúng tôi không bao giờ thiếu nguồn lực tài chính	KI7	IPR1	Công ty của chúng tôi thường thử các quy trình hoạt động khác nhau để đẩy nhanh việc thực hiện các mục tiêu của công ty.
Chúng tôi có thể tiếp cận nguồn vốn hỗ trợ thông qua các chương trình của nhà nước	KI8	IPR2	Công ty của chúng tôi luôn tiếp thu các công nghệ hoặc thiết bị mới để cải thiện hoạt động sản xuất hoặc quy trình dịch vụ.
Chúng tôi cảm thấy rằng tiếp cận nguồn vốn tư nhân dễ hơn nguồn vốn của nhà nước	KI9	IPR3	Công ty của chúng tôi có khả năng cải tiến quy trình sản xuất hoặc quy trình vận hành hiệu quả hơn.
Chúng tôi có kiến thức và kỹ năng để điều hành doanh nghiệp hiệu quả	KI10	IPR4	Công ty chúng tôi có khả năng linh hoạt cung cấp các sản phẩm và dịch vụ theo nhu cầu của khách hàng.
Chúng tôi có KT (kiến thức) và KN (kỹ năng) cần thiết để đổi mới trong HĐKD (hoạt động kinh doanh) = IP3	KI11	IPR5	Quy trình sản xuất hoặc quy trình vận hành mới mà công ty chúng tôi sử dụng luôn khơi dậy sự dẫn đầu về thị trường.
Chúng tôi có kiến thức thực tiễn liên quan đến hoạt động kinh doanh	KI12	IM1	Công ty chúng tôi dẫn đầu các phương pháp đánh giá sáng tạo trên thị trường.
Công ty của chúng tôi chia sẻ kiến thức và kỹ năng giữa các nhân viên với nhau	KI13	IM2	Công ty chúng tôi dẫn đầu các phương pháp phân phối sáng tạo cho thị trường.
Chúng tôi cảm thấy rằng kiến thức và kỹ năng của chúng tôi có thể thay đổi, phát triển, điều chỉnh và	KI14	IM3	Công ty chúng tôi dẫn đầu các phương pháp sáng tạo cho thị trường.

Thang đo năng lực đổi mới			
tái cấu trúc nguồn lực, tài sản và các công việc hàng ngày			
Chúng tôi có thể cập nhật đều đặn kiến thức và kỹ năng của chúng tôi	KI15	IM4	Công ty chúng tôi liên tục mở rộng thị trường nhu cầu tiềm năng.
Chúng tôi hiểu các chính sách và thủ tục thuộc nhà nước quản lý có liên quan đến công nghiệp của chúng tôi	KI16	IM5	Công ty chúng tôi ứng dụng các hệ thống quản trị quan hệ khách hàng hiệu quả.
Công ty của chúng tôi nghiên cứu thường xuyên các mối đe dọa và thách thức ảnh hưởng đến việc kinh doanh của chúng tôi = IP5	KI17	IG1	Công ty chúng tôi có khả năng phân chia công việc giữa các bộ phận khác nhau theo nhu cầu quản trị thị trường.
Công ty của chúng tôi theo dõi sự thay đổi công nghệ, pháp lý, thị trường liên quan đến việc kinh doanh của chúng tôi	KI18	IG2	Các trưởng bộ phận của công ty chúng tôi luôn áp dụng các phương pháp lãnh đạo mới để dẫn dắt tất cả nhân viên hoàn thành nhiệm vụ.
Chúng tôi cố gắng thích nghi với các thay đổi phát sinh trong môi trường kinh doanh IG1	KI19	IG3	Hệ thống phúc lợi của nhân viên chúng tôi luôn linh hoạt, khuyến khích NV làm việc có hiệu quả.
Chúng tôi tập trung vào số lượng khách hàng của chúng tôi	KI20	IG4	Hệ thống quản lý tài chính mới được công ty chúng tôi linh hoạt nhằm đạt hiệu quả kinh doanh.
Chúng tôi luôn tính toán các vấn đề rủi ro	KI21	IG5	Công ty chúng tôi đề cao năng lực đổi mới và sáng tạo khi tuyển dụng nhân viên.
Chúng tôi có nguồn lực cần thiết để dựa vào đó ứng phó với các rủi ro	KI22		
Chúng tôi cố gắng đổi mới trong tương lai dù gặp thất bại	KI23		
Chúng tôi cảm thấy rằng có sự liên kết giữa ngành và công ty	KI24		
Chúng tôi có thể tiếp cận các kênh đối thoại của nhà nước khi cần hỗ trợ	KI25		
Chúng tôi có thể tiếp cận các Viện đào tạo khi cần hỗ trợ	KI26		
Chúng tôi tin rằng các kênh hỗ trợ của nhà nước luôn quan tâm giám	KI27		

Thang đo năng lực đổi mới			
sát và giải quyết các vấn đề có ảnh hưởng đến doanh nghiệp			
Chúng tôi tin rằng viện đào tạo nhận định vấn đề và có năng lực giải quyết các vấn đề đó cho doanh nghiệp	KI28		
Chúng tôi tin rằng có sự hỗ trợ thiết thực từ các viện đào tạo cho các doanh nghiệp	KI29		
Chúng tôi tin rằng viện đào tạo luôn sẵn sàng hỗ trợ công nghệ cho doanh nghiệp khi doanh nghiệp cần	KI30		
Chúng tôi tin rằng nhà nước luôn sẵn sàng hỗ trợ bí quyết cho doanh nghiệp khi doanh nghiệp cần	KI31		
Khách hàng của chúng tôi xem xét vị trí của doanh nghiệp chúng tôi khi ra quyết định	KI32		
Khách hàng của chúng tôi thể hiện sự hỗ trợ khi chúng tôi quyết định sản xuất ra sản phẩm mới = IP1	KI33		
Khách hàng của chúng tôi luôn góp ý để cải tiến sản phẩm và quy trình = IP1	KI34		
Nhân viên của chúng tôi có năng lực tư duy sáng tạo/đổi mới = IM1	KI35		
Chúng tôi có những ý tưởng sáng tạo đổi mới để tạo ra các sản phẩm thành công = IP2	KI36		
Chúng tôi có khả năng đưa ra ý tưởng sáng tạo/đổi mới đối phó với những vấn đề = IP4 = IM3	KI37		
Chúng tôi tin rằng nhân viên trong công ty của chúng tôi luôn gắn bó, có động lực làm việc tại công ty = IG3	KI38		
Nhân viên của chúng tôi tìm kiếm giải pháp đối với những vấn đề kinh doanh	KI39		
Nhân viên của chúng tôi yêu thích công việc của họ	KI40		
Nhân viên của công ty chúng tôi là những người có trách nhiệm	KI41		
Nhân viên của chúng tôi có trách nhiệm và kỹ năng phù hợp đối với	KI42		

Thang đo năng lực đổi mới			
các công việc			
Nhân viên của chúng tôi có đủ động lực và gắn bó với công việc ngay cả khi họ được giao các quy trình của công ty	KI43		
Chúng tôi tin rằng sự uỷ quyền sẽ làm tăng năng lực đổi mới = IG5	KI44		
Chúng tôi có thể tiên đoán sự thay đổi của thị trường và có thể điều chỉnh phù hợp với sự thay đổi đó =IPR4	KI45		
Chúng tôi tiên đoán được sự TĐHV (thay đổi hành vi) của KH (khách hàng)	KI46		
Chúng tôi có kiến thức về thị trường vì vậy giúp chúng tôi chuẩn bị tốt khi thị trường có sự thay đổi = IG1	KI47		
Chúng tôi có thể phân bổ lại các nguồn lực phù hợp với sự thay đổi của tình hình thị trường	KI48		

(Nguồn: Tổng hợp của tác giả)

Qua tổng hợp so sánh hai thang đo tác giả sàng lọc và chọn những biến quan sát tương đồng với nhau và những biến tương đồng về nội dung tác giả sẽ chọn và đề xuất ra thang đo mới và cách so sánh này tác giả dùng lệnh combine trong word để sàng lọc và chọn, kết quả phân tích cụ thể như sau:

Bảng 3.4: So sánh sự tương đồng nội dung của các biến quan sát giữa hai thang đo

Scale (thang đo) năng lực đổi mới			
Nguồn tác giả			
Raghuvanshi & cộng sự (2019)	Sự tương đồng		Lin & cộng sự (2010)
Công ty của tôi tiếp cận công nghệ tiên tiến nhất	KI1	<i>IPR2</i>	Công ty của chúng tôi luôn tiếp thu các công nghệ hoặc thiết bị mới để cải thiện hoạt động sản xuất hoặc quy trình dịch vụ.
Công ty của chúng tôi thành công khi sử dụng công nghệ mới trong sản xuất	KI3	IP6	Công ty của chúng tôi luôn phát triển các công nghệ, quy trình mới nhằm đưa các sản phẩm ngày càng có tính ưu việt ra thị trường.
Công ty của chúng tôi sử dụng	KI6	IG4	Hệ thống quản lý tài chính

Scale (thang đo) năng lực đổi mới			
nguồn lực tài chính phù hợp để điều hành doanh nghiệp			mới được công ty chúng tôi linh hoạt nhằm đạt hiệu quả kinh doanh.
Chúng tôi có kiến thức và KN (kỹ năng) cần thiết để đổi mới trong HĐKD (hoạt động kinh doanh)	KI11	<i>IP3</i>	Các sản phẩm hoặc dịch vụ mới do công ty chúng tôi phát triển luôn dẫn đầu về tính đổi mới.
Công ty của chúng tôi nghiên cứu thường xuyên các mối đe dọa và thách thức ảnh hưởng đến việc kinh doanh của chúng tôi	KI17	<i>IP5</i>	Công ty chúng tôi có KNNC (khả năng nghiên cứu) và PTSP (phát triển sản phẩm) hoặc DV (dịch vụ) mới tốt hơn so với ĐTCT (đối thủ cạnh tranh) của chúng tôi.
Chúng tôi cố gắng thích nghi với các thay đổi phát sinh trong môi trường kinh doanh	KI19	IG1	Công ty chúng tôi có khả năng phân chia công việc giữa các bộ phận khác nhau theo nhu cầu quản trị thị trường.
Khách hàng của chúng tôi thể hiện sự hỗ trợ khi chúng tôi quyết định sản xuất ra sản phẩm mới	KI33	IP1	Công ty chúng tôi thường phát triển sản phẩm và dịch vụ mới được thị trường chấp nhận
Khách hàng của chúng tôi luôn góp ý để CTSP (cải tiến sản phẩm) và QT (quy trình)	KI34	IP1	Công ty chúng tôi thường phát triển sản phẩm và dịch vụ mới được thị trường chấp nhận
Nhân viên của chúng tôi có năng lực tư duy sáng tạo/đổi mới	KI35	IM1	Công ty chúng tôi dẫn đầu các phương pháp đánh giá sáng tạo trên thị trường.
Chúng tôi có những ý tưởng sáng tạo đổi mới để tạo ra các sản phẩm thành công	KI36	IP2	Phần lớn lợi nhuận của công ty chúng tôi được tạo ra bởi các sản phẩm/dịch vụ mới.
Chúng tôi có khả năng đưa ra ý tưởng sáng tạo/đổi mới đối phó với những vấn đề	KI37	IM3	Công ty chúng tôi dẫn đầu các phương pháp sáng tạo cho thị trường.
Chúng tôi tin rằng nhân viên trong công ty của chúng tôi luôn gắn bó, có động lực làm việc tại công ty	KI38	IG3	Hệ thống phúc lợi của nhân viên chúng tôi luôn linh hoạt, khuyến khích NV làm việc có hiệu quả.
Chúng tôi tin rằng sự uỷ quyền sẽ làm tăng năng lực đổi mới	KI44	IG5	Công ty chúng tôi đề cao năng lực đổi mới và sáng tạo khi tuyển dụng nhân viên.

Scale (thang đo) năng lực đổi mới			
Chúng tôi có thể tiên đoán sự thay đổi của thị trường và có thể điều chỉnh phù hợp với sự thay đổi đó	KI45	IPR4	Công ty chúng tôi có khả năng linh hoạt cung cấp các sản phẩm và dịch vụ theo nhu cầu của khách hàng.
Chúng tôi có kiến thức về thị trường vì vậy giúp chúng tôi chuẩn bị tốt khi thị trường có sự thay đổi	KI47	IG1	Công ty chúng tôi có khả năng phân chia công việc giữa các bộ phận khác nhau theo nhu cầu quản trị thị trường.

(Nguồn: Tổng hợp của tác giả)

Sau cùng qua so sánh và căn cứ theo tính đặc thù của ngành SX-KD Cửa tại VN và thảo luận trao đổi với chuyên gia, tác giả xây dựng thang đo năng lực đổi mới áp dụng trong ngành Cửa tại VN theo 15 biến quan sát đã được chọn ở trên cụ thể được đặt lại tên

Bảng 3.5: Thang đo năng lực đổi mới điều chỉnh

KÝ HIỆU	NỘI DUNG PHÁT BIỂU	NGUỒN
KI1	Công ty của tôi tiếp cận công nghệ tiên tiến nhất	Raghuvanshi & cộng sự (2019)
KI2	Công ty của chúng tôi thành công khi sử dụng công nghệ mới trong sản xuất	
KI3	Công ty của chúng tôi sử dụng nguồn lực tài chính phù hợp để điều hành doanh nghiệp	
KI4	Chúng tôi có kiến thức và KNCT (kỹ năng cần thiết) để đổi mới trong HĐKD (hoạt động kinh doanh)	
KI5	Công ty của chúng tôi nghiên cứu thường xuyên các mối đe dọa và thách thức ảnh hưởng đến việc kinh doanh của chúng tôi	
KI6	Chúng tôi cố gắng thích nghi với các thay đổi phát sinh trong môi trường kinh doanh	
KI7	Khách hàng của chúng tôi thể hiện sự hỗ trợ khi chúng tôi quyết định sản xuất ra sản phẩm mới	
KI8	Khách hàng của chúng tôi luôn góp ý nhằm CTSP & QT (cải tiến sản phẩm và quy trình)	
KI9	Nhân viên của chúng tôi có năng lực tư duy sáng tạo/đổi mới	
KI10	Chúng tôi có những ý tưởng sáng tạo đổi mới để tạo ra các sản phẩm thành công	
KI11	Chúng tôi có KN (khả năng) đưa ra ý tưởng ST/ĐM (sáng tạo/đổi mới) đối phó với những vấn đề	
KI12	Chúng tôi tin rằng nhân viên trong công ty của chúng tôi luôn gắn bó, có động lực làm việc tại công ty	
KI13	Chúng tôi tin rằng sự uỷ quyền sẽ làm tăng năng lực đổi mới	
KI14	Chúng tôi có thể tiên đoán sự thay đổi của thị trường và có thể điều chỉnh phù hợp với sự thay đổi đó	
KI15	Chúng tôi có kiến thức về thị trường vì vậy giúp chúng tôi chuẩn bị tốt khi thị trường có sự thay đổi	

(Nguồn: Tổng hợp của tác giả)

3.2.3.3. *Vốn xã hội*

Vốn xã hội (social capital) có thể được định nghĩa theo nhiều cách (Adler và Kwon, 2002). Mặc dù các định nghĩa có lẽ khác nhau nhưng chúng có chung một điểm đó là khái niệm về sự tin tưởng. Các nghiên cứu của Bruni và Sugden, (2000), Glaeser và cộng sự, (2000), Paldam và Svendsen (2000), Fukuyama (1995) và Coleman (1988) đều được liên kết ít nhiều với khái niệm về niềm tin, trong khi Menzies và cộng sự, (2003) thậm chí còn đi xa hơn và xác định vốn xã hội là một trong những lợi ích của một nhóm cụ thể nào đó.

Vốn xã hội là một khái niệm được biết đến như một tài sản quý giá để bảo vệ và an ninh xã hội và trao quyền cho các tổ chức (Timberlake, 2005). vốn xã hội đóng một vai trò quan trọng trong việc đáp ứng nhu cầu của các tổ chức và góp phần vào sự tồn tại của họ trong thế giới cạnh tranh ngày nay. Nói cách khác, vốn xã hội tạo điều kiện thuận lợi cho việc chia sẻ kiến thức, tạo ra giá trị, lợi thế cạnh tranh, hiệu suất tốt hơn và nhanh hơn, và phát triển hơn nữa của một tổ chức (Abili, 2011). Tổng các nguồn lực thực tế và tiềm năng thuộc bên trong, có sẵn thông qua và có nguồn gốc từ mạng lưới các mối quan hệ của một cá nhân hoặc đơn vị xã hội (Nahapiet và Ghoshal, 1998). Một số mô hình đã được phát triển do các nghiên cứu khác nhau được thực hiện liên quan đến khái niệm tổ chức của vốn xã hội và bản chất đa chiều của nó (Leana và Van Buren, 1999; Bolino và cộng sự, 2002). Nahapiet và Ghoshal đã xác định và nghiên cứu ba chiều của vốn xã hội được sử dụng trong nghiên cứu này; cụ thể là vốn cấu trúc, vốn quan hệ và vốn nhận thức). Trong mô hình này, vốn xã hội bao gồm các mối quan hệ, giá trị và chuẩn mực cho phép mọi người hành động và tiến hành chung quy về các mục tiêu chung và các giá trị được chia sẻ, sự tin tưởng, đồng cảm và tương tác xã hội giữa các nhân viên. Vốn cấu trúc bao gồm các mối quan hệ xã hội và mạng lưới quyết định cách giao tiếp với nhau. Các yếu tố trong thứ nguyên này bao gồm các mẫu mạng, mật độ, kết nối và hệ thống phân cấp. Vốn quan hệ là thành phần hữu hiệu của vốn (Chow và Chan, 2008), mô tả các mối quan hệ trong mạng lưới về sự tin cậy giữa mọi người, các tiêu chuẩn được chia sẻ và sự đồng nhất của những người khác trong mạng lưới (Cabrera và Cabrera, 2005). Cuối cùng, vốn nhận thức bao gồm các mục tiêu, tầm nhìn và giá trị được chia sẻ của các thành viên trong tổ chức (Wasko và Faraj, 2005).

Ngoài ra để đo lường vốn xã hội tác còn có thang đo của tác giả Kim & Lee (2021) gồm các thành phần :

Vốn quan hệ

- RD1 Tương tác chặt chẽ với các công ty đối tác từ nhiều góc độ.
- RD2 Hình thành mối quan hệ đối tác dựa trên sự tin tưởng, tôn trọng, hữu nghị lẫn nhau.
- RD3 Thiết lập chiến lược đôi bên cùng có lợi dựa trên tính tương hỗ cao.

Vốn nhận thức

- CD1 Nỗ lực gia tăng lợi ích chung, lợi nhuận với đối tác.
- CD2 Chia sẻ giá trị, mục tiêu kinh doanh chung với đối tác.
- CD3 Chia sẻ định hướng chiến lược, tầm nhìn tương lai với đối tác.

Vốn cấu trúc

- SC1 Cùng đối tác tham gia các hoạt động xã hội.
- SC2 Thành lập các nhóm đa chức năng với các đối tác.
- SC3 Một phương pháp đồng địa điểm đang được tiến hành với một đối tác

Sau cùng qua so sánh và căn cứ theo tính đặc thù của ngành SX-KD Cửa tại VN và thảo luận trao đổi với chuyên gia, tác giả xây dựng thang đo vốn xã hội theo Chen & Cộng sự (2018) gồm 3 thành phần và 12 biến quan sát áp dụng trong ngành Cửa tại VN đã được chọn ở trên cụ thể được đặt lại tên

Bảng 3.6: Thang đo vốn xã hội

Ký hiệu	Biến quan sát	Nguồn
<i>Vốn cấu trúc - CS</i>		
<i>CS1</i>	Công ty của tôi thường xuyên tiếp xúc với các đối tác	Chen & cộng sự. (2018)
<i>CS2</i>	Công ty của tôi đóng một vai trò quan trọng trong lĩnh vực SX-KD cửa.	Chen & cộng sự. (2018)
<i>CS3</i>	Công ty của tôi có hệ thống nghiên cứu và phát triển toàn diện với các cộng tác viên, liên minh chiến lược và các bên liên quan.	Chen & cộng sự. (2018)
<i>CS4</i>	Quy trình nghiên cứu và phát triển của công ty tôi giúp hoạt động chung.	Chen & cộng sự. (2018)
<i>Vốn quan hệ - CR</i>		
<i>CR1</i>	Công ty của tôi có thái độ hợp tác công bằng.	Chen & cộng sự. (2018)
<i>CR2</i>	Công ty tôi luôn giữ lời hứa và uy tín với đối tác.	Chen & cộng sự. (2018)

Ký hiệu	Biến quan sát	Nguồn
CR3	Công ty của tôi có quan hệ tương tác tốt với các đối tác.	Chen & cộng sự. (2018)
CR4	Mối quan hệ giữa công ty và đối tác làm tăng NLCT (năng lực cạnh tranh) cho công ty.	Chen & cộng sự. (2018)
CR5	Công ty và đối tác của chúng tôi cung cấp các nguồn lực bổ sung làm tăng khả năng nghiên cứu và phát triển của nhau.	Chen & cộng sự. (2018)
Vốn nhận thức - CC		
CC1	Mối quan hệ tốt giữa công ty và đối tác làm tăng năng lực nghiên cứu và phát triển.	Chen & cộng sự. (2018)
CC2	Công ty của chúng tôi và các đối tác có cùng hướng phát triển vì môi trường sạch.	Chen & cộng sự. (2018)
CC3	Công ty và đối tác luôn luôn thực hiện tốt trách nhiệm xã hội	Tác giả tổng hợp từ thảo luận nhóm

(Nguồn: Tổng hợp và đề xuất của tác giả)

3.2.3.4. Kết quả kinh doanh

Thang đo lường kết quả kinh doanh của các nghiên cứu ở Việt Nam cũng còn nhiều tranh cãi và chưa thể khái quát hóa mô hình thang đo kết quả kinh doanh một cách toàn diện. Sau khi lược khảo tài liệu và qua nhiều cuộc phỏng vấn chuyên gia, tác giả thống nhất sử dụng bộ thang đo của Thọ (2018) và Thọ & Trang (2011) cho nghiên cứu này bao gồm 5 biến quan sát trong bảng 3.7.

Bảng 3.7: Thang đo kết quả kinh doanh

Ký hiệu	Biến quan sát	Nguồn
RB1	Trong ba năm trước, chúng tôi đã đạt được LN (lợi nhuận) mong muốn	Tho & Trang (2011); Tho (2018)
RB2	Trong ba năm qua, chúng tôi đã đạt được tốc độ tăng trưởng mong muốn.	Tho & Trang (2011); Tho (2018)
RB3	Trong ba năm qua, chúng tôi đã được đạt được thị phần mong muốn	Tho & Trang (2011); Tho (2018)
RB4	Trong ba năm qua, chúng tôi đã phát triển các thị trường mong muốn.	Tho & Trang (2011); Tho (2018)
RB5	Trong ba năm qua, chúng tôi đã phát triển các sản phẩm/dịch vụ mới mong muốn.	Tho & Trang (2011); Tho (2018)

(Nguồn: Tổng hợp và đề xuất của tác giả)

3.2.4. Kết quả phân tích và xử lý số liệu định lượng sơ bộ

Như vậy, sau khi lược khảo tài liệu và qua nhiều bước thảo luận nhóm kết quả xây dựng thang đo nhập gồm 51 BQS (biến quan sát) trong mô hình và sử dụng phân tích định lượng sơ bộ của nghiên cứu này.

Bảng 3.8: Kết quả Cronbach's alpha thang đo năng lực quản trị tri thức

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến động	Cronbach's alpha nếu loại biến
Thang đo (scale) “Tiếp thu tri thức”				
Cronbach's alpha = 0.837				
KA1	6.71	1.433	.709	.765
KA2	6.65	1.489	.715	.759
KA3	6.60	1.566	.676	.797
Thang đo “Lưu trữ tri thức”				
Cronbach's Alpha = 0.855				
KS1	9.41	3.569	.737	.802
KS2	9.44	3.573	.679	.824
KS3	8.90	3.442	.710	.811
KS4	8.86	3.350	.674	.828
Thang đo “Chia sẻ tri thức”				
Cronbach's Alpha =0.776				
KSH1	6.35	1.328	.575	.747
KSH2	6.81	1.479	.623	.688
KSH3	6.43	1.410	.646	.661
Thang đo “Bảo hộ tri thức”				
Cronbach's Alpha =0.817				
KP1	10.35	2.812	.742	.724
KP2	10.40	2.921	.566	.805
KP3	10.49	2.770	.685	.747
KP4	10.52	2.995	.570	.801

(nguồn: tác giả tổng hợp đề xuất)

Kết quả kiểm định scale (thang đo) tiếp thu tri thức lần 1 trong bảng 3.8 cho thấy rằng hệ số cronbach's alpha = 0.837 > 0.6 đảm bảo độ tin cậy cần thiết, có các hệ số tương quan biến - tổng đều lớn hơn 0.3, các hệ số Cronbach's alpha nếu loại biến đều nhỏ hơn 0.837. Như vậy, thang đo tiếp thu tri thức gồm 3 biến: KA1, KA2, KA3 là thang đo đảm bảo chất lượng và đạt độ tin cậy cần thiết.

Tương tự, kết quả kiểm định thang đo lưu trữ tri thức lần 01 trong bảng 3.8 cho thấy, hệ số cronbach's alpha = 0.55 > 0.6 đảm bảo độ tin cậy cần thiết, có các hệ số tương quan biến - tổng đều lớn hơn 0.3, các hệ số Cronbach's alpha nếu loại biến đều

nhỏ hơn 0.855. Như vậy, thang đo lưu trữ thức gồm 4 biến: KS1, KS2, KS3, KS4 là thang đo đảm bảo chất lượng và đạt độ tin cậy cần thiết.

Tiếp theo, kết quả kiểm định thang đo chia sẻ tri thức lần 01 trong bảng 3.8 cho thấy, hệ số cronbach's alpha = 0.776 > 0.6 đảm bảo độ tin cậy cần thiết, có các hệ số tương quan biến - tổng đều lớn hơn 0.3, các hệ số Cronbach's alpha nếu loại biến đều nhỏ hơn 0.776. Như vậy, thang đo chia sẻ tri thức gồm 4 biến: KSH1, KSH2, KSH3, là thang đo đảm bảo chất lượng và đạt độ tin cậy cần thiết.

Cuối cùng, kết quả kiểm định thang đo bảo hộ tri thức lần 01 trong bảng 3.8 cho thấy, hệ số cronbach's alpha = 0.817 > 0.6 cũng đạt độ tin, có các hệ số tương quan biến - tổng đều lớn hơn 0.3, các hệ số Cronbach's alpha nếu loại biến đều nhỏ hơn 0.817. Như vậy, thang đo bảo hộ tri thức gồm 4 biến: KP1, KP2, KP3, KP4 là thang đo đảm bảo chất lượng và đạt độ tin cậy cần thiết.

Bảng 3.9: Kết quả Cronbach's alpha thang đo năng lực đổi mới

Biến Quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach's alpha nếu loại biến
Cronbach's alpha = 0.904 (Lần 1)				
KI1	46.22	39.821	.848	.889
KI2	46.14	41.512	.589	.898
KI3	46.14	40.641	.669	.895
KI4	46.14	41.382	.605	.897
KI5	46.17	39.888	.763	.891
KI6	46.16	40.265	.715	.893
KI7	46.16	40.297	.712	.893
KI8	46.13	41.597	.555	.899
KI9	46.11	42.713	.445	.903
KI10	46.14	40.834	.646	.896
KI11	46.17	40.050	.744	.892
KI12	46.16	40.555	.681	.894
KI13	46.17	40.501	.717	.893
KI14	47.87	45.919	.173	.909
KI15	46.10	45.217	.099	.920
Cronbach's Alpha = 0.927 (Lần 2)				
KI1	41.05	36.853	.860	.915
KI2	40.97	38.612	.583	.925
KI3	40.97	37.870	.651	.922
KI4	40.97	38.612	.583	.925
KI5	41.00	36.871	.780	.918
KI6	40.98	37.371	.715	.920
KI7	40.98	37.371	.715	.920

Biến Quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach's alpha nếu loại biến
KI8	40.95	38.369	.589	.925
KI9	40.94	39.609	.459	.929
KI10	40.97	37.870	.651	.922
KI11	41.00	36.871	.780	.918
KI12	40.98	37.371	.715	.920
KI13	41.00	37.613	.714	.920

(Nguồn: Tác giả phân tích và tổng hợp)

Kết quả kiểm định thang đo đổi mới sản phẩm lần 01 trong bảng 3.9 cho thấy rằng, hệ số cronbach's alpha = 0.904 > 0.6 đạt độ tin cậy cần thiết. Nhưng trong đó, biến quan sát KI14 và KI15 (Chúng tôi có thể tiên đoán sự thay đổi của thị trường và có thể điều chỉnh phù hợp với sự thay đổi đó, Chúng tôi có kiến thức về thị trường vì vậy giúp chúng tôi chuẩn bị tốt khi thị trường có sự thay đổi) có hệ số tương quan biến - tổng đều nhỏ hơn 0,3. Đồng thời về mặt thực tế thì trong giai đoạn kinh tế thị trường hiện nay thì đương nhiên doanh nghiệp nào cũng đầu tư nghiên cứu và phát triển thị trường. Nên việc loại ra biến quan sát này sẽ không có ảnh hưởng đến chất lượng của scale (thang đo). Sau khi loại 2 biến KI14 và KI15, kết quả kiểm định thang đo đổi mới sản phẩm lần 02 trong bảng 1.8 rõ ràng cho thấy, hệ số cronbach's alpha = 0.927 > 0.6 cao hơn so với thang đo cũ và điều này thể hiện các biến quan sát có mối quan hệ chặt chẽ hơn và thang đo đạt độ tin cậy cao hơn, bên cạnh đó hệ số tương quan biến - tổng của các biến quan sát đều lớn hơn 0.3. Như vậy, thang đo năng lực đổi mới còn lại 13 biến là thang đo đảm bảo chất lượng và đạt độ tin cậy cần thiết.

Bảng 3.10: Kết quả Cronbach's alpha thang đo vốn xã hội

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach's alpha nếu loại biến
Thang đo (scale) “Vốn cấu trúc”				
<i>Cronbach's Alpha = 0.863</i>				
CS1	9.40	3.598	.764	.804
CS2	9.41	3.730	.694	.832
CS3	8.86	3.608	.727	.818
CS4	8.81	3.576	.664	.846
Thang đo “Vốn quan hệ”				
<i>Cronbach's Alpha = 0.861</i>				
CR1	9.98	3.145	.645	.849

CR2	10.35	3.102	.745	.809
CR3	10.00	3.065	.731	.814
CR4	9.76	2.862	.719	.820
CR5	9.98	3.145	.645	.849
Thang đo “Vốn nhận thức”				
<i>Cronbach's Alpha = 0.766</i>				
CC1	7.10	1.346	.542	.756
CC2	7.17	1.243	.673	.598
CC3	6.97	1.515	.596	.696

(Nguồn: Tác giả phân tích và tổng hợp)

Kết quả kiểm định thang đo vốn cấu trúc lần 01 thể hiện trong bảng 3.10 rõ ràng cho thấy, hệ số cronbach's alpha = 0.863 > 0.6 cũng đạt độ tin cậy cần thiết, có các hệ số tương quan biến - tổng đều lớn hơn 0.3, các hệ số Cronbach's alpha nếu loại biến đều nhỏ hơn 0.863. Như vậy, thang đo vốn cấu trúc gồm 4 biến: CS1, CS2, CS3, CS4 là thang đo đảm bảo chất lượng và đạt độ tin cậy cần thiết.

Tương tự, kết quả kiểm định thang đo vốn quan hệ lần 1 trong bảng 3.10 cho thấy, hệ số Cronbach's alpha = 0.861 > 0.6 đảm bảo độ tin cậy cần thiết. Có các hệ số tương quan biến - tổng đều lớn hơn 0.3, các hệ số Cronbach's alpha nếu loại biến đều nhỏ hơn 0.861. Như vậy, thang đo vốn cấu trúc gồm 4 biến: CR1, CR2, CR3, CR4 là thang đo đảm bảo chất lượng và đạt độ tin cậy cần thiết.

Cuối cùng, kết quả kiểm định thang đo vốn nhận thức trong bảng 3.10 rõ ràng cho thấy, hệ số Cronbach's alpha = 0.766 > 0.6 cũng đạt độ tin cậy cần thiết, có các hệ số tương quan biến - tổng đều lớn hơn 0.3, các hệ số Cronbach's alpha nếu loại biến đều nhỏ hơn 0. Như vậy, thang vốn nhận thức gồm 3 biến: CC1, CC2 và CC3 là thang đo đảm bảo chất lượng và đạt độ tin cậy cần thiết.

Bảng 3.11: Kết quả Cronbach's alpha thang đo kết quả kinh doanh

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach's alpha nếu loại biến
<i>Cronbach's alpha = 0.866</i>				
RB1	13.29	4.498	.718	.832
RB2	13.29	4.336	.711	.833
RB3	13.27	4.394	.717	.831
RB4	13.29	4.627	.587	.864
RB5	13.29	4.498	.718	.832

(Nguồn: Tác giả phân tích và tổng hợp)

Kết quả kiểm định thang đo kết quả kinh doanh lần 01 trong bảng 3.11 rõ ràng là hệ số Cronbach's alpha = 0.866 > 0.6 cũng đảm bảo độ tin cậy cần thiết, có các hệ số tương quan biến - tổng đều lớn hơn 0.3, các hệ số Cronbach's alpha nếu loại biến đều nhỏ hơn 0.866. Như vậy, thang đo kết quả kinh doanh gồm 5 biến: RB1, RB2, RB3, RB4 và RB5 là thang đo đảm bảo chất lượng và đạt độ tin cậy cần thiết.

3.2.5. Phân tích nhân tố khám phá EFA

Sau khi kiểm định chất lượng thang đo, thì những thang đo đã được đánh giá độ tin cậy đạt yêu cầu sẽ được đưa vào đánh giá giá trị thang đo bằng cách phân tích nhân tố khám phá (EFA). Theo Hair và cộng sự.(2006) kiểm định tính thích hợp của EFA thì đảm bảo các hệ số: *Một là*, $0.5 \leq KMO \leq 1$; *hai là*, Sigificance (Sig.) của kiểm định Bartlett ≤ 0.05 ; *ba là*, Gerbing& Anderson.(1998) phương sai trích² >50% và Eigenvalues³ >1 .

Để nghiên cứu có ý nghĩa và mức độ tin cậy cao, tác giả sử dụng chiến lược phân tích EFA như sau: Phân tích EFA sẽ được thực hiện riêng cho mỗi khái niệm đa hướng gồm: quản trị tri thức và vốn xã hội. Khái niệm đơn hướng gồm: năng lực đổi mới và kết quả kinh doanh sẽ được phân tích EFA chung. Nghiên cứu chính thức khi có mẫu lớn sẽ được xem xét lại cách thực hiện phân tích EFA (Nguyễn Đình Thọ, 2013). EFA cho thành phần đa hướng.

Bảng 3.12: Kết quả phân tích EFA thành phần năng lực quản trị tri thức

Biến quan sát	Yếu tố			
	KA	KS	KP	KSH
KA1	.843			
KA2	.834			
KA3	.877			
KS1		.838		
KS2		.838		
KS3		.813		
KS4		.844		

² Phần trăm thay đổi của các nhân tố được giải thích bởi các biến quan sát của nhân tố

³ Eigenvalue là xác định số lượng nhân tố trích khi hệ số Eigenvalue ≥ 1 (Nguyễn Đình Thọ, 2013)

Biến quan sát	Yếu tố			
	KA	KS	KP	KSH
KP1			.885	
KP2			.651	
KP3			.781	
KP4			.795	
KSH1				.722
KSH2				.795
KSH3				.879
Phương sai trích (%)	12.739	32.348	18.458	8.712
Tổng Phương sai trích (%)	72.257			
Eigenvalues	1.220			

Nguồn: (Tổng hợp từ dữ liệu nghiên cứu)

Kết quả phân tích nhân tố khám phá (EFA) trong bảng 3.12 của thang đo “Năng lực quản trị tri thức” cho thấy, hệ số KMO = 0.764 > 0,5 và Sig (Kiểm định Bartlett) = 0,00 < 0,05, cho thấy phân tích EFA là phù hợp với thang đo quản trị tri thức. Các biến quan sát của năng lực quản trị tri thức được phân tán thành 04 nhân tố tách biệt nhau, có tổng phương sai trích là 72.257% > 50% hệ số Eigenvalues = 1.222 > 1. Với kết quả trên, các thang đo đều đạt yêu cầu.

Bảng 3.13: Kết quả phân tích EFA thành phần vốn xã hội

Biến quan sát	Yếu tố		
	CS	CR	CC
CS1	.864		
CS2	.842		
CS3	.825		
CS4	.831		
CR1		.722	
CR2		.869	
CR3		.883	
CR4		.860	

Biến quan sát	Yếu tố		
	CS	CR	CC
CC1			.674
CC2			.818
CC3			.931
Phương sai trích (%)	21.192	36.447	14.331
Tổng Phương sai trích (%)	71.970		
Eigenvalues	1.576		

Nguồn: (Tổng hợp từ dữ liệu nghiên cứu)

Kết quả phân tích EFA trong bảng 3.13 của thang đo “Vốn xã hội” rõ ràng là hệ số KMO = 0.803 > 0,5 và sig. (trong kiểm định Bartlett) = 0,000 < 0,05 điều này cho thấy phân tích nhân tố khám phá (EFA) là phù hợp với thang đo vốn xã hội. Các biến của khái niệm vốn xã hội được phân tán thành 3 nhân tố tách biệt nhau, có tổng phương sai trích là 71.970% > 50% hệ số Eigenvalues = 1.576 > 1. Tất cả các thang đo khác đều đạt yêu cầu về trọng số nhân tố.

EFA cho thành phần đơn hướng

Bảng 3.14: Kết quả phân tích EFA thành phần năng lực đổi mới và kết quả kinh doanh

Biến quan sát	Yếu tố	
	RB	KI
RB1	.811	
RB2	.858	
RB3	.801	
RB4	.772	
RB5	.814	
KI1		.874
KI2		.445
KI3		.746
KI4		.708
KI5		.754
KI6		.790
KI7		.756
KI8		.712
KI9		.499
KI10		.650
KI11		.780
KI12		.779
KI13		.769
Phương sai trích (%)	9.297	48.403
Tổng Phương sai trích (%)	57.701	

Biến quan sát	Yếu tố	
	RB	KI
Eigenvalues	1.674	

Nguồn: (Tổng hợp từ dữ liệu nghiên cứu)

Kết quả phân tích EFA trong bảng 3.14 của thang đo “kết quả kinh doanh và năng lực đổi mới” rõ ràng là hệ số KMO = 0.909 > 0.5 và Sig (kiểm định Bartlett) = 0,000 < 0,05, điều này cho biết phân tích EFA là phù hợp. Các biến của khái niệm năng lực đổi mới và kết quả kinh doanh được phân tán thành 2 nhân tố tách biệt nhau, có tổng phương sai trích là 57,701% > 50% hệ số Eigenvalues = 1,674 > 1. Với kết quả trên, các thang đo đều đạt yêu cầu.

3.2.6 Kết luận về kết quả nghiên cứu sơ bộ

Sau khi tiến hành khảo sát sơ bộ 70 khách hàng là các giám đốc/CEO là thành viên Ban giám đốc trực tiếp điều hành các DN theo phương pháp chọn mẫu thuận tiện (Online), có 63 phiếu đạt yêu cầu được đưa vào phân tích. Sau đó tác giả phân tích Cronbach's alpha và nhân tố khám phá (EFA). Qua kết quả, tác giả loại những biến quan sát không đảm bảo độ tin cậy và trong đó gồm các biến cụ thể: KI14 và KI15. Các thang đo còn lại đạt yêu cầu về độ tin cậy và giá trị được tổng hợp để tiến hành các bước tiếp theo. Các thang đo được hiệu chỉnh sau khi nghiên cứu sơ bộ gồm 9 thang đo và 43 biến quan sát được trình bày chi tiết sau đây:

Bảng 3.15: Thang đo hiệu chỉnh

(1) Năng lực quản trị tri thức

Tiếp thu tri thức- KA

- KA1. Công ty chúng tôi có các quy trình để tạo ra tri thức mới từ tri thức hiện có
- KA2. Công ty chúng tôi có các quy trình chia sẻ tri thức trong toàn bộ tổ chức
- KA3. Công ty chúng tôi có các quy trình để thu thập tri thức về các sản phẩm hoặc dịch vụ mới trong lĩnh vực sản xuất của

Lưu trữ tri thức - KS

- KS1. Công ty chúng tôi có quy trình bảo mật tri thức
- KS2. Công ty chúng tôi có quy trình tổ chức, lưu trữ tri thức
- KS3. Công ty chúng tôi có quy trình kiểm soát, đánh giá tri thức
- KS4. Công ty chúng tôi có quy trình đào tạo các nguồn lực và các loại tri thức khác nhau

Chia sẻ tri thức - KSH

KSH1. Công ty chúng tôi có quy trình chia sẻ tri thức trong toàn bộ tổ chức

KSH2. Công ty chúng tôi có quy trình chia sẻ tri thức giữa các đối tác thương mại của chúng tôi

KSH3. Công ty chúng tôi có các quy trình chuyển giao tri thức tổ chức để giải quyết các vấn đề mới

Bảo hộ tri thức - KP

KP1. Công ty chúng tôi có các quy trình để bảo vệ tri thức tránh được việc sử dụng không phù hợp trong tổ chức

KP2. Công ty chúng tôi có các quy trình để bảo vệ tri thức tránh được việc không sử dụng bên ngoài tổ chức

KP3. Công ty chúng tôi có các chế độ khuyến khích việc bảo vệ tri thức

KP4. Công ty chúng tôi có các chính sách mở rộng để bảo vệ tri thức của tổ chức

(2) Vốn xã hội

Vốn cấu trúc - CS

CS1. Công ty của tôi thường xuyên tiếp xúc với các đối tác

CS2. Công ty của tôi đóng một vai trò quan trọng trong lĩnh vực SX-KD Cửa.

CS3. Công ty của tôi có hệ thống nghiên cứu và phát triển toàn diện với các cộng tác viên, liên minh chiến lược và các bên liên quan

CS4. Quy trình nghiên cứu và phát triển của công ty tôi giúp hoạt động chung

Vốn quan hệ - CR

CR1. Công ty của tôi có thái độ hợp tác công bằng

CR2. Công ty tôi luôn giữ lời hứa và uy tín với đối tác

CR3. Công ty của tôi có quan hệ tương tác tốt với các đối tác

CR4. Mọi quan hệ giữa công ty và đối tác làm tăng năng lực cạnh tranh cho công ty

Vốn nhận thức - CC

CC1. Mọi quan hệ tốt giữa công ty và đối tác làm tăng năng lực nghiên cứu và phát triển

CC2. Công ty của chúng tôi và các đối tác có cùng hướng phát triển vì môi trường sạch.

CC3. Công ty và đối tác luôn luôn thực hiện tốt trách nhiệm xã hội

(3) Năng lực đổi mới

KI1. Công ty của tôi tiếp cận công nghệ tiên tiến nhất

KI2. Công ty của chúng tôi thành công khi sử dụng công nghệ mới trong SX

- KI3. Công ty của chúng tôi sử dụng nguồn lực tài chính phù hợp để điều hành DN
- KI4. Chúng tôi có kiến thức và kỹ năng cần thiết để đổi mới trong hoạt động kinh doanh
- KI5. Công ty của chúng tôi nghiên cứu thường xuyên các mối đe dọa và thách thức ảnh hưởng đến việc kinh doanh của chúng tôi
- KI6. Chúng tôi cố gắng thích nghi với các thay đổi phát sinh trong môi trường kinh doanh
- KI7. Khách hàng của chúng tôi thể hiện sự hỗ trợ khi chúng tôi quyết định sản xuất ra sản phẩm mới
- KI8. Khách hàng của chúng tôi luôn góp ý để cải tiến sản phẩm và quy trình
- KI9. Nhân viên của chúng tôi có năng lực tư duy sáng tạo/đổi mới
- KI10. Chúng tôi có những ý tưởng sáng tạo đổi mới để tạo ra các sản phẩm thành công
- KI11. Chúng tôi có khả năng đưa ra ý tưởng sáng tạo/đổi mới đối phó với những vấn đề
- KI12. Chúng tôi tin rằng nhân viên trong công ty của chúng tôi luôn gắn bó, có động lực làm việc tại công ty
- KI13. Chúng tôi tin rằng sự uỷ quyền sẽ làm tăng năng lực đổi mới

(4) BP (kết quả kinh doanh) – BR (5)

- RB1. Trong ba năm qua, chúng tôi đã đạt được lợi nhuận mong muốn
- RB2. Trong ba năm qua, chúng tôi đã đạt được tốc độ tăng trưởng mong muốn,
- RB3. Trong ba năm qua, chúng tôi đã đạt được thị phần mong muốn
- RB4. Trong ba năm qua, chúng tôi đã phát triển các thị trường mong muốn.
- RB5. Trong ba năm qua, chúng tôi đã phát triển các sản phẩm/dịch vụ mới mong muốn.

3.3. PHÂN TÍCH MẪU NGHIÊN CỨU CHÍNH THỨC.

Mẫu nghiên cứu

**** Phương pháp chọn mẫu**

Việc lựa chọn phương pháp lấy mẫu phụ thuộc vào bản chất của các vấn đề nghiên cứu, thời gian và chi phí, mức độ chính xác mong muốn và các phương pháp thu nhập dữ liệu (de Vaus, 2002). Salkind (2006) lập luận rằng để có thể khái quát hoá kết quả nghiên cứu, mẫu phải đại diện cho tổng thể nghiên cứu. Trong phương pháp chọn lựa mẫu phân tầng hay phân nhóm đồng nhất (Stratified sampling), người ta chia

đám đông ra thành nhiều tầng gồm các nhóm nhỏ (stratum), các nhóm này chính là đơn vị chọn mẫu. Các nhóm này thỏa mãn một tiêu chí là các phần tử trong cùng một nhóm có tính đồng nhất (homogeneity) cao và các phần tử giữa các nhóm có tính dị biệt (heterogeneity) cao. Hay nói cách khác, nguyên tắc phân nhóm là cùng nhóm đồng nhất, khác nhóm dị biệt. Các nhóm này lại có thể được chia thành nhiều nhóm nhỏ hơn nhưng cũng phải thỏa mãn cùng tiêu chí như trên. Để chọn phần tử cho mẫu trong từng nhóm, nhà nghiên cứu có thể dùng phương pháp hệ thống hoặc ngẫu nhiên đơn giản.

Phương pháp chọn mẫu phân tầng có thể được thực hiện theo tỉ lệ (proportionate stratified sampling) – số lượng phần tử chọn cho mẫu trong từng nhóm tỷ lệ với số lượng phần tử của chúng hoặc không theo tỷ lệ (disproportionate stratified sampling) – số lượng phần tử chọn cho mẫu trong từng nhóm không tỷ lệ với số lượng phần tử của chúng. Nghiên cứu này tác giả sử dụng kỹ thuật lấy mẫu phân tầng. Kỹ thuật lấy mẫu bằng cách dựa vào mục tiêu tổng thể đồng nhất (các Giám đốc/CEO là thành viên Ban giám đốc trực tiếp điều hành doanh nghiệp).

Mục tiêu chọn mẫu hướng đến trong nghiên cứu này là nhà lãnh đạo/ CEO trong Ban giám đốc trực tiếp điều hành những DN trong ngành SX-KD Cửa tại TPHCM.

*** Cấu trúc mẫu và quá trình quá trình thu thập dữ liệu**

**** Cấu trúc mẫu**

Tổng thể nghiên cứu là các nhà lãnh đạo/ CEO trong Ban giám đốc trực tiếp điều hành những DN trong ngành SX-KD Cửa tại TPHCM. Họ là những người chịu trách nhiệm chính về lợi nhuận, kết quả kinh doanh và có quyền trực tiếp quyết định các chiến lược, chính sách kinh doanh của DN. Cách chọn kích thước mẫu phụ thuộc vào kỳ vọng về độ tin cậy, phương pháp phân tích dữ liệu, phương pháp ước lượng và số lượng tham số ước lượng trong mô hình nghiên cứu. Phương pháp phân tích dữ liệu chính trong nghiên cứu này là phân tích mô hình SEM trong phần mềm AMOS 22.

Nghiên cứu chính thức được thực hiện từ tháng 12/129/2021 đến 12/04/2022. Nhằm đảm bảo độ tin cậy cao cho nghiên cứu luận án này của tác giả phát trên 400 phiếu khảo sát tại TPHCM. Qua số lượng này, nghiên cứu đảm bảo đáp ứng yêu cầu về kích thước mẫu của những nghiên cứu đã được phân tích ở trên. Nghiên cứu thực hiện khảo sát 400 người tại khu vực TPHCM. Qua quá trình nhập liệu, những phiếu không đạt yêu cầu là 15 phiếu (phần lớn là những phiếu điền thông tin không đầy đủ

hoặc chỉ chọn 1 mức điểm cho tất cả các câu phát biểu). Sau cùng số phiếu hợp lệ là 385 phiếu được chọn chính thức và dùng để nhập liệu.

Quá trình thu thập dữ liệu

Dựa vào bảng questionnaire (câu hỏi) đã điều chỉnh sau khi đánh giá độ tin cậy và giá trị thang đo từ nghiên cứu sơ bộ. Các data (dữ liệu) nghiên cứu chính thức sẽ được thu thập qua hình thức dùng phương pháp điều tra bằng bảng hỏi (bảng hình thức online và cả bằng trực tiếp). bảng câu hỏi tự điền được gửi đến mail/zalo (có điện thoại hoặc nhắn tin trước nhắn tin liên hệ trước đó) cho các lãnh đạo/CEO trực tiếp điều hành những DN trong ngành Cửa tại TPHCM. Bảng questionnaire (câu hỏi) tự điền được dùng giúp những người được hỏi cảm nhận tự do hơn khi trả lời các câu hỏi được đưa ra. Những đáp viên có nhiều thời gian để điền thông tin vào bảng questionnaire (câu hỏi) và giúp bảo mật thông tin cá nhân của đáp viên (Zikmund, 2003). Thêm nữa, tác giả cũng sử dụng thêm phương pháp tiếp cận trực tiếp để giải đáp các nội dung khó hiểu và thắc mắc của đáp viên (những người tham gia cuộc khảo sát), qua đó tránh được các sai sót trong quá trình điền vào bảng câu hỏi.

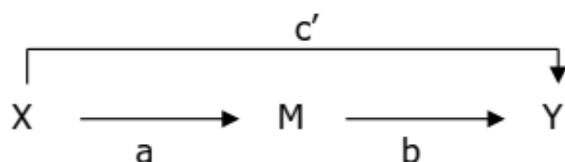
3.4. PHÂN TÍCH VAI TRÒ TRUNG GIAN

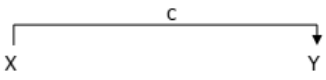
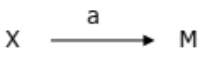
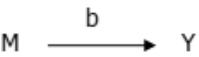
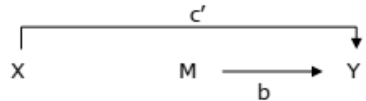
Trung gian là một chuỗi nhân quả được giả định, trong đó một biến tác động đến biến thứ hai, lần lượt theo đó ảnh hưởng đến biến thứ ba. Biến can thiệp và cụ thể biến M là trung gian. Biến trung gian thể hiện mối quan hệ giữa biến X và biến Y và trong đó M là trung gian cho mối quan hệ này. Về mặt sơ đồ, biến trung gian được được mô tả như sau:



Đường dẫn a và b được gọi là hiệu ứng trực tiếp. Hiệu ứng trung gian, trong đó X dẫn đến Y qua M, được gọi là hiệu ứng gián tiếp. Hiệu ứng gián tiếp thể hiện phân quan hệ giữa X và Y được trung gian bởi M.

Baron và Kenny (1986) đã đề xuất một cách tiếp cận gồm bốn bước trong đó một số phân tích hồi quy được thực hiện và ý nghĩa của các hệ số được kiểm định ở mỗi bước. nội dung bốn bước được mô tả chi tiết trong khung phân tích sau



	Phân tích	Mô tả hình ảnh
Bước 1	Tiến hành phân tích hồi quy đơn với X dự đoán Y để kiểm định đường dẫn c $Y = B_0 + B_1X + e$	
Bước 2	Tiến hành phân tích hồi quy đơn với X dự đoán M để kiểm tra đường dẫn a $M = B_0 + B_1X + e$.	
Bước 3	Tiến hành phân tích hồi quy đơn với M dự đoán Y để kiểm tra ý nghĩa của đường dẫn b $Y = B_0 + B_1M + e$.	
Bước 4	Tiến hành phân tích hồi quy bội với dự đoán X và M $Y = B_0 + B_1X + B_2M + e$	

3.5. ĐÁNH GIÁ ĐỘ TIN CẬY TỔNG HỢP

* *Độ tin cậy tổng hợp (CR)*

Độ tin cậy tổng hợp được sử dụng để đo lường tính nhất quán nội bộ của các chỉ báo trong một scale (thang đo) và nó được xem là một hệ số. McDonald (1970) đã xây dựng công thức để tính toán hệ số độ tin cậy tổng hợp của một biến tiềm ẩn A gồm m biến quan sát điển hình cụ thể:

$$CR = \frac{(ld_1 + ld_2 + \dots + ld_m)^2}{(ld_1 + ld_2 + \dots + ld_m)^2 + \sigma_1^2 + \sigma_2^2 + \dots + \sigma_m^2}$$

Trong đó:

CR: độ tin cậy tổng hợp CR của biến tiềm ẩn A

ld_1, ld_2, ld_m : hệ số tải chuẩn hóa của biến tiềm ẩn A

m : số lượng biến quan sát

$\sigma_1^2, \sigma_2^2, \sigma_m^2$: phương sai sai số đo lường của biến quan sát thuộc biến tiềm ẩn A

Đánh giá giá trị hội tụ

Giá trị hội tụ (Convergent validity) chính là việc các biến quan sát của một biến tiềm ẩn có tương quan thuận với nhau không và sự tương quan thuận đó mạnh tới mức độ nào. Để đánh giá giá trị hội tụ, nhà nghiên cứu sẽ xem xét hệ số tải ngoài của các biến quan sát, cũng như giá trị phương sai trích trung bình (AVE).

Hair và cộng sự (2021) cho rằng giá trị $AVE \geq 0.5$, biến tiềm ẩn sẽ giải thích nhiều hơn phân nửa phương sai các biến quan sát của nó, lúc này thang đo đạt tính hội tụ tốt.

Đánh giá trị phân biệt

Tính phân biệt thể hiện sự khác biệt của 2 khái niệm đo lường. Giá trị phân biệt đạt được khi tất cả giá trị MSV (Maximum Shared Variance) đều nhỏ hơn AVE, các giá trị SQRTAVE đều lớn hơn tất cả các Inter-Construct Correlations, tính phân biệt được đảm bảo.

TÓM TẮT CHƯƠNG 3

Trong chương này, tác giả tập trung trình bày quy trình và phương pháp nghiên cứu để xây dựng bộ thang đo nháp dựa trên cơ sở các nghiên cứu trước (định tính) bằng cách trao đổi với các chuyên gia, thảo luận nhóm. Tác giả sử dụng phân tích định lượng thông qua hai kỹ thuật kiểm định độ tin cậy (Cronbach's alpha) và phân tích EFA (nhân tố khám phá - Exploratory Factor Analysis) nhằm loại bỏ những biến quan sát không đạt yêu cầu trước khi chuyển đến phân tích các bước sau. Kết quả phân tích có sự điều chỉnh loại bỏ 2 biến đo lường trong các khái niệm “Năng lực đổi mới” là biến KI14 và KI15. Mô hình nghiên cứu đề xuất không thay đổi khi loại bỏ 2 biến quan sát trên. Về mặt hạn chế của chương, trong giai đoạn covid, tác giả thực hiện thảo luận nhóm và bảng khảo sát bằng công nghệ internet. Kết quả này sẽ được phân tích, thảo luận trong chương tiếp theo.

CHƯƠNG 4

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

Gới thiệu chương

Trong chương này, tác giả tập trung nghiên cứu phân tích kết quả, đánh giá mô hình với dữ liệu đã thu thập được và trình bày kết quả nghiên cứu chính thức trong quy trình nghiên cứu của luận án: (1) Phân tích mẫu nghiên cứu chính thức, (2) phân tích nhân tố khẳng định, (3) kiểm định mô hình lý thuyết và (4) phân tích vai trò trung gian của biến năng lực đổi mới trong mô hình lý thuyết. Các bước phân tích, kiểm định này được thông qua phương pháp phân tích SEM trong phần mềm Amos 22.

4.1 PHÂN TÍCH THỐNG KÊ MÔ TẢ MẪU

Mô tả mẫu thống kê

Bảng 4.1: Cơ cấu mẫu trong nghiên cứu chính thức

	Diễn giải	Tần suất	Phần trăm	Phần trăm Giá trị	Phần trăm tích lũy
Loại hình DN	Doanh nghiệp tư nhân	222	57,7	57,7	57,7
	Doanh nghiệp cổ phần-liên doanh	163	42,3	42,3	100,0
Quy mô DN	Dưới 30 nhân viên	213	55,3	55,3	55,3
	Trên 30 nhân viên	172	44,7	44,7	100,0
Thời gian hoạt động	Dưới 5 năm	241	62,6	62,6	62,6
	Trên 5 năm	144	37,4	37,4	100,0

Nguồn: (Tổng hợp xử lý từ dữ liệu nghiên cứu của tác giả)

Trong bảng 4.1 cho thấy loại hình DN tư nhân chiếm trên 57% điều này cho thấy trong ngành Sản xuất có rất nhiều DN quy mô nhỏ, còn lại các DN cổ phần – liên doanh chiếm 42,3%. Tiếp theo là doanh nghiệp có quy mô nhỏ với số lượng nhân viên dưới 30 nhân viên chiếm tỷ lệ 55,3% điều này phản ánh rõ thực trạng các DN trong ngành sản xuất Cửa có quy mô nhỏ. Do ngành Cửa du nhập từ công nghệ thế giới từ năm 2002 do Euro Window đưa công nghệ về Việt Nam chính vì lẽ đó mà ngành cửa mới phát triển mạnh trong những năm gần đây và điều này cho thấy các DN trong ngành Cửa đều có thời gian hoạt động dưới năm 5 chiếm phần lớn với tỷ lệ là 62,6%.

Kiểm định phân phối chuẩn của dữ liệu:

Bảng 4.2: Hệ số kurtosis và skewness của các biến

Biến quan sát	Skewness		Kurtosis	
	Giá trị	Sai số chuẩn	Giá trị	Sai số chuẩn
KA1	.151	.124	.414	.248
KA2	.209	.124	.058	.248
KA3	.163	.124	.012	.248
KS1	.212	.124	-.425	.248
KS2	.180	.124	-.234	.248
KS3	.064	.124	-.298	.248
KS4	.032	.124	-.303	.248
KSH1	-.088	.124	-.087	.248
KSH2	.243	.124	.032	.248
KSH3	.107	.124	.115	.248
KP1	.156	.124	.223	.248
KP2	-.189	.124	-.193	.248
KP3	-.219	.124	.113	.248
KP4	-.100	.124	.030	.248
CS1	-.109	.124	-.123	.248
CS2	-.379	.124	-.153	.248
CS3	-.362	.124	-.364	.248
CS4	-.212	.124	-.308	.248
CR1	.353	.124	-.376	.248
CR2	.463	.124	.079	.248
CR3	.210	.124	.045	.248
CR4	.235	.124	-.328	.248
CC1	-.408	.124	.120	.248
CC2	-.458	.124	.347	.248
CC3	-.314	.124	.302	.248
RB1	.388	.124	-.790	.248
RB2	.392	.124	-.618	.248
RB3	.431	.124	-.667	.248
RB4	.392	.124	-.618	.248
RB5	.388	.124	-.790	.248
KI1	.707	.124	.136	.248
KI2	.780	.124	.174	.248
KI3	.722	.124	.141	.248
KI4	.769	.124	.152	.248
KI5	.751	.124	.182	.248
KI6	.734	.124	.161	.248
KI7	.734	.124	.161	.248
KI8	.711	.124	.121	.248

Biến quan sát	Skewness		Kurtosis	
	Giá trị	Sai số chuẩn	Giá trị	Sai số chuẩn
KI9	.746	.124	.110	.248
KI10	.722	.124	.141	.248
KI11	.745	.124	.182	.248
KI12	.740	.124	.161	.248
KI13	.734	.124	.161	.248

Nguồn: (tác giả tổng hợp từ SPSS)

Kết quả bảng 4.2 cho thấy, giá trị skewness và kurtosis của tất cả các biến quan sát đạt yêu cầu phân phối chuẩn theo đề xuất của Kline (1998): skewness nhỏ hơn 3, kurtosis nhỏ hơn 10. Như vậy, tất cả các biến quan sát đều đạt yêu cầu về phân phối chuẩn để thực hiện các phân tích tiếp theo.

4.1.1. Đánh giá độ tin cậy của thang đo

Đánh giá độ tin cậy của thang đo được thực hiện thông qua kỹ thuật Cronbach's Alpha. Tổng cộng 9 thang đo và 46 biến quan sát được đánh giá lần lượt (chi tiết ở phụ lục 9: Kết quả Cronbach's alpha trong nghiên cứu chính thức). Kết quả cho thấy ở bảng 4.3 có 1 biến CS1 (Công ty của tôi thường xuyên tiếp xúc với các đối tác) có hệ số tương quan biến tổng bằng $0.284 < 0.3$ nên bị loại ra khỏi mô hình nghiên cứu. Theo quan điểm của tác giả, đã là DN thì công ty nào cũng phải có khách hàng, hợp tác, liên doanh liên kết nên sau khi bỏ biến quan sát CS1 không gây tác động gì đến độ tin cậy của thang đo. Biến quan sát CR1 (vốn cấu trúc) có Cronbach alpha nếu loại biến = $0.917 > 0.91$ nhưng có tương quan biến tổng = $0.713 > 0.3$, nên tác giả giữ lại biến để nghiên cứu cho phần định lượng chính thức tiếp theo. Như vậy, tất cả các biến còn lại đều có hệ số Cronbach's Alpha từ dao động từ 0.734 đến 0.980. Như vậy tất cả các thang đo còn lại (45 biến quan sát) đều đạt độ tin cậy và tiến hành phân tích các bước tiếp theo.

Bảng 4.3: Kết quả đánh giá độ tin cậy Cronbach's alpha của thang đo

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach's alpha nếu loại biến
KA- tiếp thu tri thức: Cronbach's alpha = 0.875				
KA1	6.74	1.841	.743	.837
KA2	6.60	1.772	.793	.792
KA3	6.58	1.837	.742	.839
KS- Lưu trữ tri thức: Cronbach's alpha = 0.946				

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu lại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach's alpha nếu loại biến
KS1	10.22	6.190	.856	.934
KS2	10.22	6.210	.886	.923
KS3	10.00	6.549	.866	.930
KS4	9.99	6.523	.873	.928
<i>KSH- Chia sẻ tri thức: Cronbach's alpha = 0.841</i>				
KSH1	6.32	2.712	.718	.766
KSH2	6.61	2.931	.658	.823
KSH3	6.41	2.835	.741	.744
<i>KP- Bảo hộ tri thức: Cronbach's alpha = 0.870</i>				
KP1	10.67	4.559	.681	.850
KP2	10.55	3.962	.727	.833
KP3	10.67	4.127	.755	.820
KP4	10.68	4.136	.733	.829
<i>CS- Vốn cấu trúc: Cronbach's alpha (lần 1) = 0.747</i>				
CS1	9.86	3.581	.284	.842
CS2	10.06	3.018	.653	.626
CS3	9.89	3.040	.673	.617
CS4	9.91	3.107	.626	.643
<i>CS- Vốn cấu trúc: Cronbach's alpha (lần 2) = 0.842</i>				
CS2	6.68	1.735	.675	.811
CS3	6.51	1.683	.751	.737
CS4	6.53	1.734	.695	.791
<i>CR- Vốn quan hệ: Cronbach's alpha = 0.914</i>				
CR1	10.02	5.692	.714	.917
CR2	10.26	5.046	.848	.872
CR3	10.15	5.038	.820	.882
CR4	10.04	5.082	.833	.877
<i>CC- Vốn nhận thức: Cronbach's alpha = 0.858</i>				
CC1	7.57	1.865	.732	.800
CC2	7.54	1.754	.799	.734
CC3	7.53	2.114	.669	.856
<i>RB- Kết quả kinh doanh: Cronbach's alpha = 0.978</i>				
RB1	13.52	4.183	.943	.971
RB2	13.52	4.157	.936	.972
RB3	13.52	4.167	.939	.971
RB4	13.52	4.203	.909	.976
RB5	13.52	4.183	.943	.971
<i>KI- Năng lực đổi mới: Cronbach's alpha = 0.981</i>				
KI1	40.70	40.986	.934	.978
KI2	40.69	41.221	.880	.979

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu lại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach's alpha nếu loại biến
KI3	40.68	41.181	.878	.979
KI4	40.68	41.300	.868	.979
KI5	40.68	41.061	.887	.979
KI6	40.69	41.101	.890	.979
KI7	40.69	41.101	.890	.979
KI8	40.68	41.260	.866	.979
KI9	40.68	41.458	.844	.980
KI10	40.68	41.181	.878	.979
KI11	40.69	41.022	.902	.979
KI12	40.68	41.140	.875	.979
KI13	40.69	41.101	.890	.979

Nguồn: (Tổng hợp xử lý từ dữ liệu nghiên cứu của tác giả)

4.1.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA

4.1.2.1. Phân tích EFA cho thang đo đa hướng

Kỹ thuật phân tích nhân tố khám phá EFA được tiến hành cho khái niệm “*Năng lực quản trị tri thức*”. Kết quả trình bày ở bảng 4.4

Bảng 4.4: Kết quả phân tích EFA thành phần năng lực quản trị tri thức

Biến quan sát	Yếu tố			
	KA	KS	KP	KSH
KA1	.940			
KA2	.884			
KA3	.848			
KS1		.925		
KS2		.943		
KS3		.926		
KS4		.909		
KP1			.840	
KP2			.845	
KP3			.855	
KP4			.853	
KSH1				.893
KSH2				.823
KSH3				.875
Phương sai trích (%)	14.282	33.418	20.519	11.132
Tổng Phương sai trích (%)	79.352			

Nguồn: (Tác giả trích từ SPSS)

Kết quả phân tích nhân tố EFA trong bảng 4.4 của thang đo năng lực quản trị tri thức cho thấy, hệ số KMO = 0.826 > 0,5 và Sig (Kiểm định Bartlett) = 0,00 < 0,05 (bảng phụ lục 9: Kết quả EFA trong nghiên cứu chính thức), cho thấy phân tích EFA là phù hợp với thang đo năng lực quản trị tri thức. Các biến của khái niệm năng lực quản trị tri thức được phân tán thành 4 nhân tố tách biệt nhau, có tổng phương sai trích là 79.352% > 50%. Với kết quả trên, tất cả các scale (thang đo) đều đạt yêu cầu.

EFA của khái niệm “Vốn xã hội”, kết quả thực hiện ở bảng 4.5

Bảng 4.5: Kết quả phân tích EFA thành phần vốn xã hội

Biến quan sát	Yếu tố		
	CS	CR	CC
CS2	.849		
CS3	.894		
CS4	.870		
CR1		.812	
CR2		.921	
CR3		.912	
CR4		.915	
CC1			.887
CC2			.914
CC3			.843
Phương sai trích (%)	20.763	35.543	21.830
Tổng Phương sai trích (%)	78.136		

Nguồn: (tác giả rút trích từ SPSS)

Kết quả phân tích EFA trong bảng 4.5 của thang đo vốn xã hội rõ ràng cho thấy hệ số KMO = 0.781 > 0,5 và Sig trong kiểm định Bartlett = 0,000 < 0,05 (bảng phụ lục 9: Kết quả EFA trong nghiên cứu chính thức) qua đó cho thấy phân tích EFA là phù hợp với thang đo vốn xã hội. Các biến của khái niệm vốn xã hội được phân tán ra làm 3 nhân tố tách biệt nhau và có tổng phương sai trích là 78.136% > 50%. Tất cả những thang đo khác đều đạt yêu cầu về trọng số nhân tố.

4.1.2.2. Phân tích EFA cho thang đo đơn hướng

Bảng 4.6: Kết quả phân tích EFA thành phần năng lực đổi mới và kết quả kinh doanh

Biến quan sát	Yếu tố	
	RB	KI
RB1	.960	
RB2	.960	
RB3	.956	
RB4	.947	
RB5	.961	
KI1		.923
KI2		.895
KI3		.897
KI4		.904
KI5		.896
KI6		.905
KI7		.902
KI8		.891
KI9		.881
KI10		.878
KI11		.919
KI12		.906
KI13		.890
Phương sai trích (%)	17,169	67,023
Tổng Phương sai trích (%)	84,192	

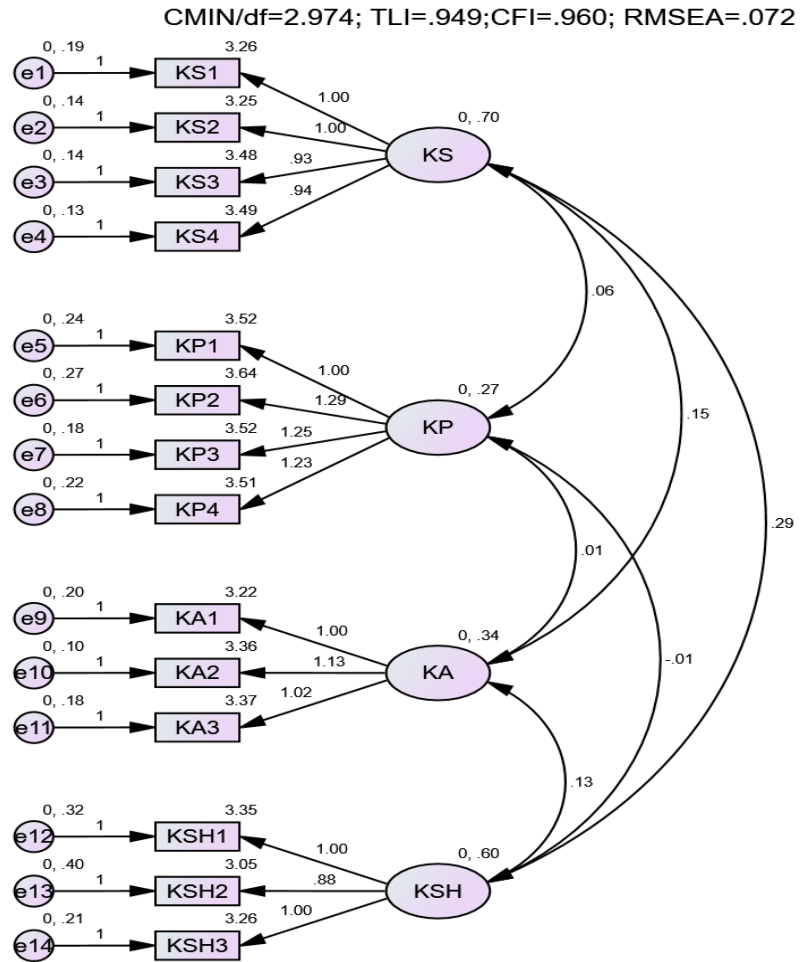
Nguồn: (tác giả trích dẫn từ kết quả SPSS)

Kết quả phân tích EFA trong bảng 4.6 của thang đo kết quả kinh doanh và năng lực đổi mới rõ ràng cho thấy rằng hệ số KMO = 0.971 > 0.5 và Sig. trong kiểm định Bartlett = 0,000 < 0,05 (bảng phụ lục 9: Kết quả EFA trong nghiên cứu chính thức), điều này cho thấy phân tích EFA là phù hợp với thang đo. Các biến của khái niệm năng lực đổi mới và kết quả kinh doanh được phân tán thành 2 nhân tố tách biệt nhau, có tổng phương sai trích là 84.192% > 50% Với kết quả trên, các thang đo đều đạt yêu cầu.

4.2. PHÂN TÍCH NHÂN TỐ KHẢNG ĐỊNH CFA

4.2.1. Phân tích CFA cho thang đo đa hướng

CFA cho thang đo đa hướng năng lực quản trị tri thức



Hình 4.1: CFA của năng lực quản trị tri thức

Nguồn: (tác giả trích dẫn từ kết quả SPSS)

Qua kết quả CFA (phân tích nhân tố khẳng định) cho thấy những thành phần con của năng lực quản trị tri thức là 4 thành phần theo góc độ lý thuyết và qua kiểm định cũng chấp nhận 4 thành phần của năng lực quản trị tri thức vì các hệ số kiểm định thống kê đều đạt yêu cầu với kết quả cụ thể là $TLI = 0.949 > 0.9$; $CFI = 0.960 > 0.9$ và $RMSEA = 0.072 < 0.08$; $CMIN/df = 2.974 < 5$ hình 4.1) và (bảng 4.7).

Bảng 4.7: Hệ số hồi quy

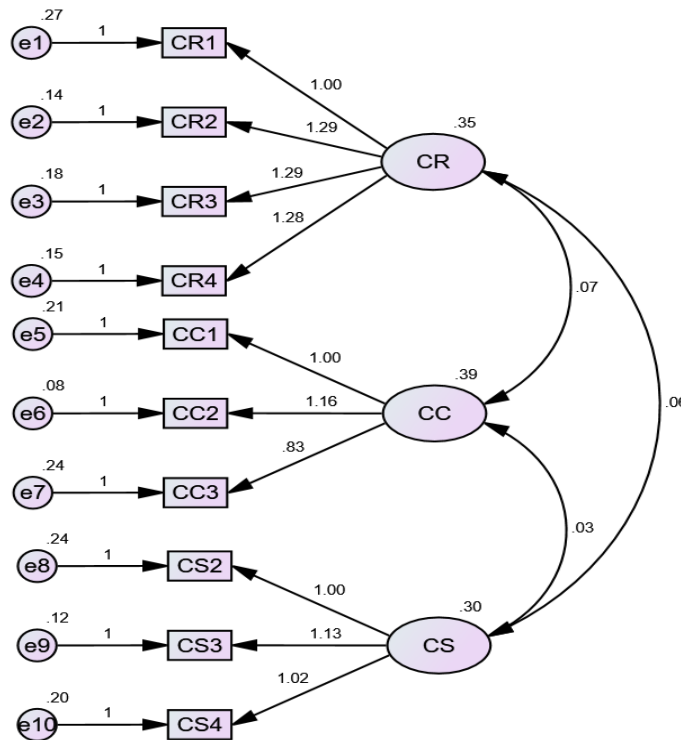
		Ước lượng (Estimate)	S.E.	C.R.	P	Label
KS1	<--- KS	1.000				
KS2	<--- KS	1.004	.037	27.292	***	
KS3	<--- KS	.926	.035	26.265	***	
KS4	<--- KS	.935	.035	26.829	***	
KP1	<--- KP	1.000				
KP2	<--- KP	1.288	.088	14.599	***	
KP3	<--- KP	1.254	.082	15.300	***	
KP4	<--- KP	1.226	.083	14.819	***	
KA1	<--- KA	1.000				
KA2	<--- KA	1.133	.063	17.873	***	
KA3	<--- KA	1.023	.061	16.871	***	
KSH1	<--- KSH	1.000				
KSH2	<--- KSH	.877	.061	14.443	***	
KSH3	<--- KSH	1.001	.062	16.107	***	

Nguồn: (Tổng hợp xử lý từ dữ liệu nghiên cứu của tác giả)

Kết luận: Các thang đo đánh giá phù hợp của mô hình đo lường với dữ liệu thực tế.

CFA cho thang đo đa hướng vốn xã hội

CMIN/df=1.482; TLI=.990; CFI=.993; RMSEA=.035



Hình 4.2: CFA cho thang đo đa hướng vốn xã hội

Nguồn: (tác giả trích từ kết quả SPSS)

Qua kết quả phân tích nhân tố khẳng định (CFA) cho thấy tất cả các thành phần con của vốn xã hội là 3 thành phần theo góc độ lý thuyết và qua kiểm định cũng chấp nhận 3 thành phần của vốn xã hội vì các hệ số kiểm định thống kê đều đạt yêu cầu với kết quả cụ thể là $TLI = 0.990 > 0.9$; $CFI = 0.993 > 0.9$ và $RMSEA = 0.035 < 0.08$; $CMIN/df = 1.482 < 5$ (hình 4.2) và (bảng 4.8)

Bảng 4.8: Hệ số hồi quy

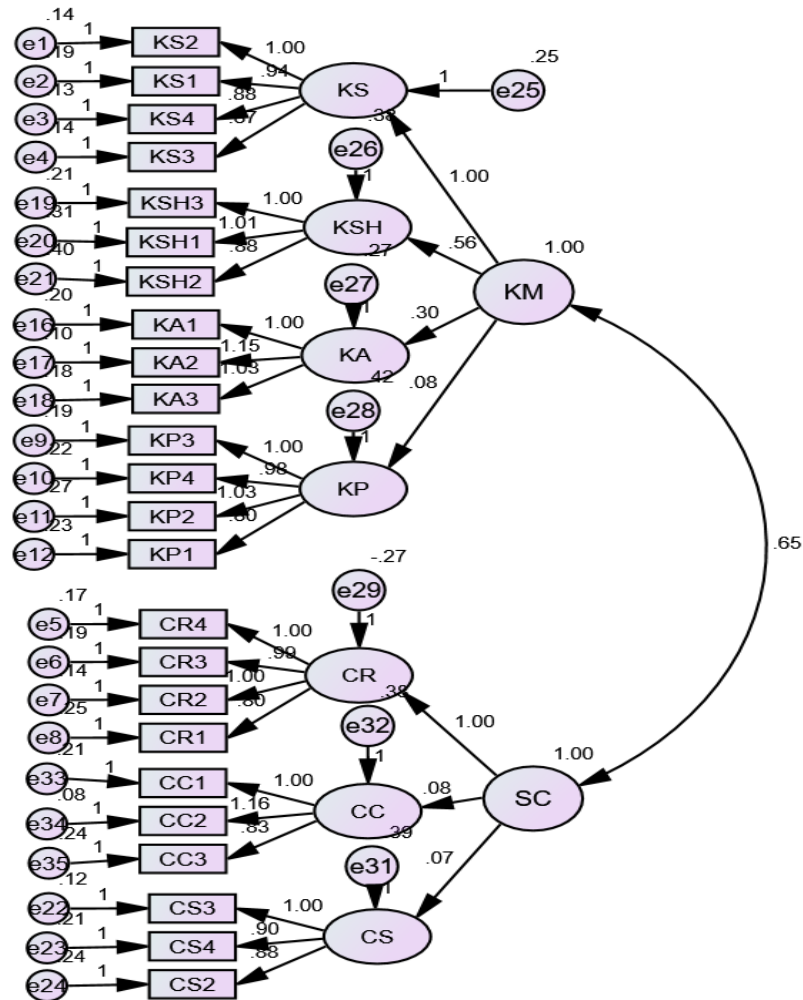
	Estimate Ước lượng	S.E.	C.R.	P	Label
CR1 <--- CR	1.000				
CR2 <--- CR	1.288	.071	18.250	***	
CR3 <--- CR	1.287	.072	17.774	***	
CR4 <--- CR	1.278	.071	18.061	***	
CC1 <--- CC	1.000				
CC2 <--- CC	1.162	.068	17.049	***	
CC3 <--- CC	.825	.055	15.056	***	
CS2 <--- CS	1.000				
CS3 <--- CS	1.133	.077	14.704	***	
CS4 <--- CS	1.025	.071	14.358	***	

Nguồn: (Tổng hợp xử lý từ dữ liệu nghiên cứu của tác giả)

Kết luận: Các thang đo đánh giá phù hợp của mô hình đo lường với dữ liệu thực tế

CFA của hai thành phần năng lực quản trị tri thức và Văn xã hội

CMIN/df=3.189; TLI=.902; CFI=.913; RMSEA=.075



Hình 4.3: CFA của hai thang đo đa hướng

Nguồn: (Tổng hợp xử lý từ dữ liệu nghiên cứu của tác giả)

Qua phân tích CFA cho thấy tất cả các thành phần con của hai thang đo năng lực quản trị tri thức và vốn xã hội đều được chấp nhận hết vì thỏa mãn các điều kiện cụ thể là $TLI = 0.902 > 0.9$; $CFI = 0.913 > 0.9$ và $RMSEA = 0.075 < 0.08$; $CMIN/df = 3.189 < 5$ (hình 4.3) và (bảng 4.9)

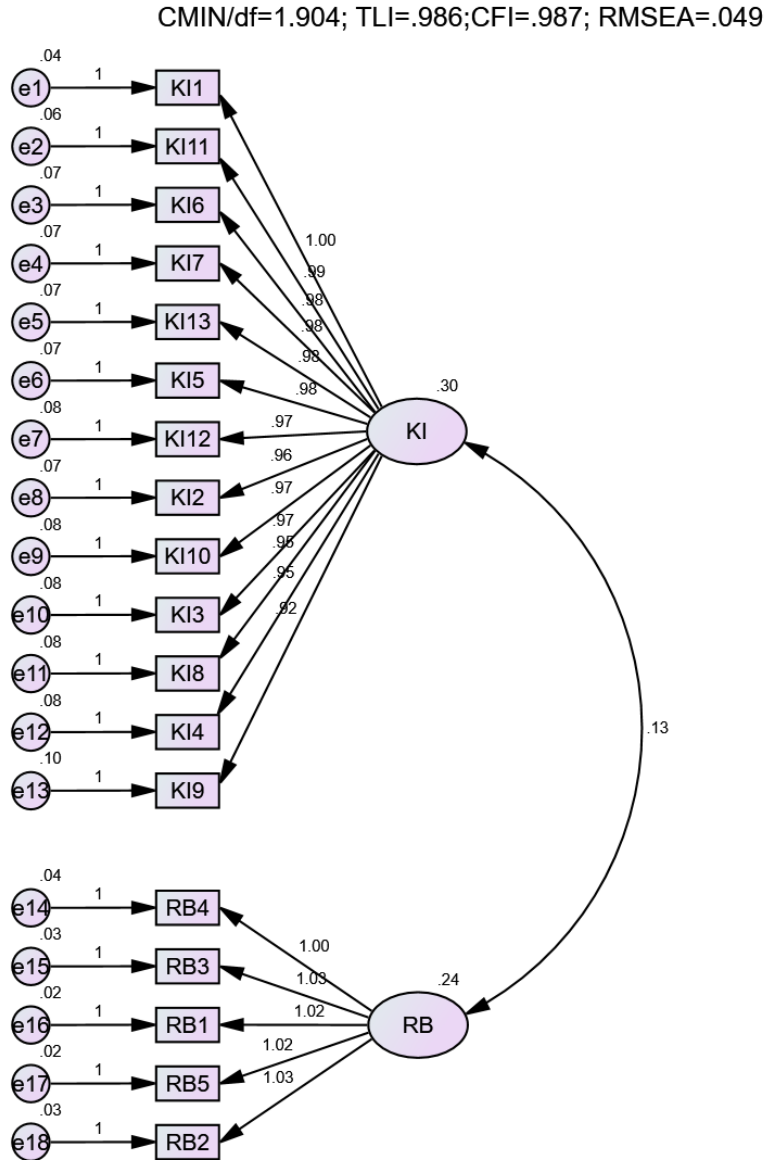
Bảng 4.9: Kết quả hai thang đo đa hướng

			Estimate Ước lượng	S.E.	C.R.	P	Label
KS	<---	KM	1.000				
KSH	<---	KM	.562	.046	12.207	***	par_16
KA	<---	KM	.300	.035	8.624	***	par_17
KP	<---	KM	.077	.039	1.980	.048	par_18
CR	<---	SC	1.000				
CS	<---	SC	.074	.030	2.463	.014	par_19
CC	<---	SC	.083	.030	2.817	.005	par_23
KS2	<---	KS	1.000				
KS1	<---	KS	.944	.026	36.487	***	par_1
KS4	<---	KS	.882	.022	39.277	***	par_2
KS3	<---	KS	.874	.023	38.322	***	par_3
CR4	<---	CR	1.000				
CR3	<---	CR	.993	.037	26.477	***	par_4
CR2	<---	CR	1.003	.035	28.349	***	par_5
CR1	<---	CR	.804	.037	21.569	***	par_6
KP3	<---	KP	1.000				
KP4	<---	KP	.981	.057	17.108	***	par_7
KP2	<---	KP	1.029	.061	16.789	***	par_8
KP1	<---	KP	.805	.052	15.398	***	par_9
KA1	<---	KA	1.000				
KA2	<---	KA	1.146	.061	18.939	***	par_10
KA3	<---	KA	1.027	.058	17.620	***	par_11
KSH3	<---	KSH	1.000				
KSH1	<---	KSH	1.006	.055	18.388	***	par_12
KSH2	<---	KSH	.885	.053	16.608	***	par_13
CS3	<---	CS	1.000				
CS4	<---	CS	.899	.060	15.093	***	par_14
CS2	<---	CS	.876	.060	14.655	***	par_15
CC1	<---	CC	1.000				
CC2	<---	CC	1.163	.068	17.043	***	par_21
CC3	<---	CC	.825	.055	15.072	***	par_22

Nguồn: (Tổng hợp xử lý từ dữ liệu nghiên cứu của tác giả)

Kết luận: Các thang đo đánh giá phù hợp của mô hình đo lường với dữ liệu thực tế

4.2.2. Phân tích CFA cho thang đo đơn hướng



Hình 4.4: CFA của thang đo đơn hướng

Nguồn: (tác giả trích dẫn từ kết quả SPSS)

Qua kết quả phân tích nhân tố khẳng định (CFA) cho thấy hai scale (thang đo) đơn hướng năng lực đổi mới và kết quả kinh doanh. Qua kiểm định CFA hai thang đo đơn hướng năng lực đổi mới và kết quả kinh doanh thỏa mãn các điều kiện cụ thể là $TLI = 0.986 > 0.9$; $CFI = 0.987 > 0.9$ và $RMSEA = 0.048 < 0.08$; $CMIN/df = 1.904 < 5$ (hình 4.4) và (bảng 4.10)

Bảng 4.10: Kết quả phân tích CFA

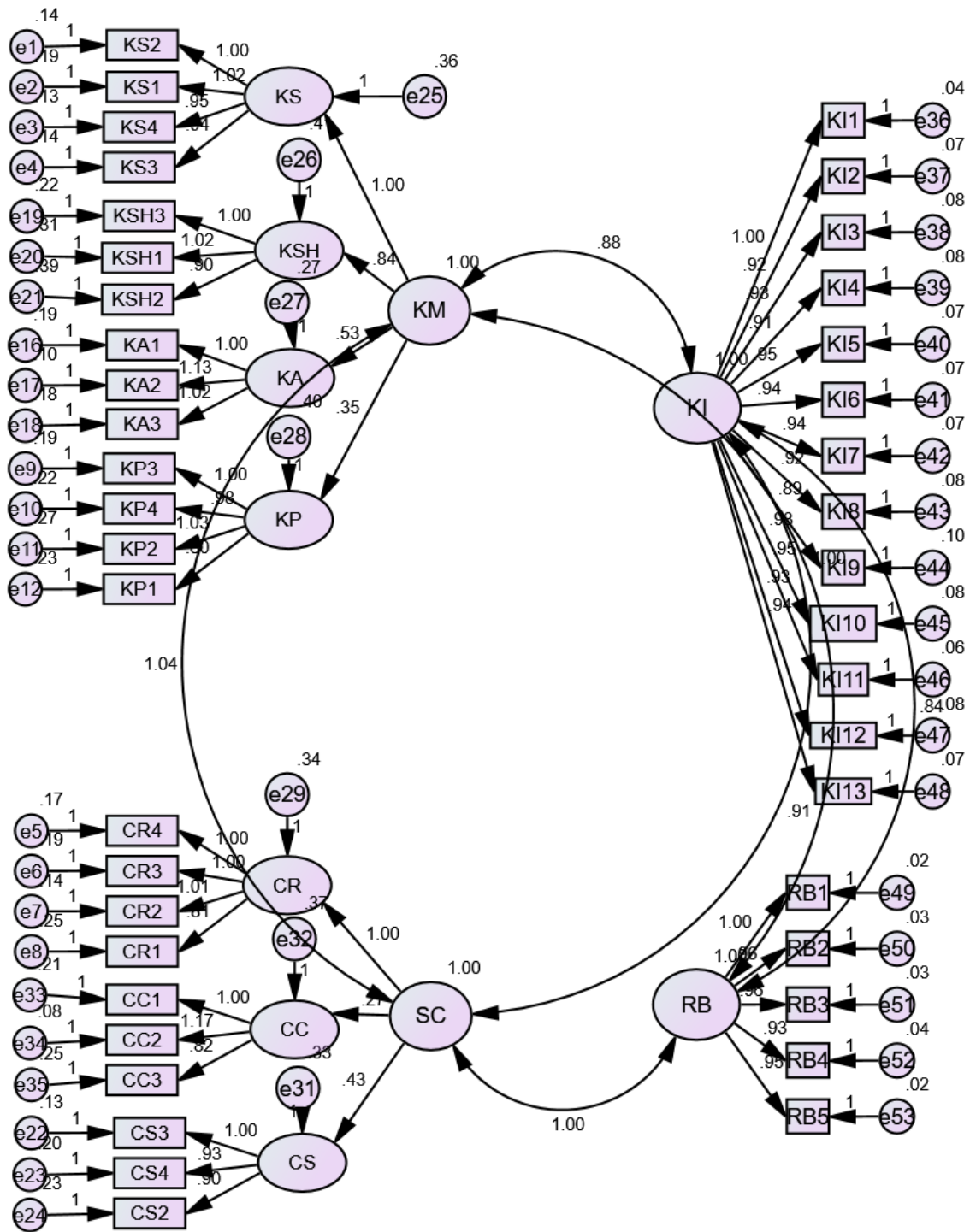
			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KI7	<---	KI	.978	.030	32.428	***	
KI13	<---	KI	.979	.030	32.460	***	
KI5	<---	KI	.984	.031	32.163	***	
KI12	<---	KI	.971	.032	30.708	***	
KI2	<---	KI	.960	.031	31.240	***	
KI10	<---	KI	.966	.031	31.019	***	
KI3	<---	KI	.966	.031	30.974	***	
RB4	<---	RB	1.000				
RB3	<---	RB	1.028	.028	36.335	***	
RB1	<---	RB	1.021	.028	36.901	***	
RB5	<---	RB	1.021	.028	36.894	***	
RB2	<---	RB	1.031	.029	35.737	***	
KI1	<---	KI	1.000				
KI11	<---	KI	.991	.029	34.009	***	
KI6	<---	KI	.978	.030	32.414	***	
KI9	<---	KI	.923	.034	27.519	***	
KI4	<---	KI	.947	.032	29.855	***	
KI8	<---	KI	.953	.032	29.661	***	

Nguồn: (Tổng hợp xử lý từ dữ liệu nghiên cứu của tác giả)

Kết luận: Các thang đo đánh giá phù hợp của mô hình đo lường với dữ liệu thực tế

4.2.3. Phân tích CFA mô hình tới hạn

CMIN/df=2.109; TLI=.941; CFI=.945; RMSEA=.054



Hình 4.5: CFA tới hạn

Nguồn: (tác giả trích dẫn từ kết quả AMOS)

Qua phân tích nhân tố khẳng định (CFA) cho thấy 4 nhân tố năng lực quản trị tri thức, vốn xã hội, kết quả kinh doanh và năng lực đổi mới đều có mối quan hệ với nhau vì kết quả phân tích CFA những chỉ số đều thỏa mãn điều kiện, cụ thể là $TLI = 0.941 >$

0.9; CFI = 0.945 > 0.9 và RMSEA = 0.054 < 0.08; CMIN/df = 2.109 < 5 (hình 4.5) và (Bảng 4.11)

Kết luận: Các thang đo đánh giá phù hợp của mô hình đo lường với dữ liệu thực tế

Bảng 4.11: Kết quả phân tích CFA tới hạn

			Estimate Ước lượng	S.E.	C.R.	P	Label
KS	<---	KM	1.000				
KSH	<---	KM	.839	.040	20.818	***	
KA	<---	KM	.531	.033	16.272	***	
KP	<---	KM	.346	.036	9.626	***	
CR	<---	SC	1.000				
CS	<---	SC	.433	.034	12.700	***	
CC	<---	SC	.267	.034	7.738	***	
KS2	<---	KS	1.000				
KS1	<---	KS	1.018	.025	41.084	***	
KS4	<---	KS	.952	.021	44.370	***	
KS3	<---	KS	.943	.022	43.202	***	
CR4	<---	CR	1.000				
CR3	<---	CR	1.005	.026	39.241	***	
CR2	<---	CR	1.014	.024	42.525	***	
CR1	<---	CR	.809	.026	30.869	***	
KP3	<---	KP	1.000				
KP4	<---	KP	.980	.051	19.356	***	
KP2	<---	KP	1.030	.054	18.992	***	
KP1	<---	KP	.804	.046	17.296	***	
KA1	<---	KA	1.000				
KA2	<---	KA	1.126	.045	24.995	***	
KA3	<---	KA	1.023	.045	22.576	***	
KSH3	<---	KSH	1.000				
KSH1	<---	KSH	1.021	.040	25.717	***	
KSH2	<---	KSH	.897	.040	22.577	***	
CS3	<---	CS	1.000				
CS4	<---	CS	.931	.047	19.841	***	
CS2	<---	CS	.901	.048	18.846	***	
CC1	<---	CC	1.000				
CC2	<---	CC	1.165	.060	19.276	***	
CC3	<---	CC	.824	.051	16.170	***	
KI1	<---	KI	1.000				
KI2	<---	KI	.924	.016	57.257	***	
KI3	<---	KI	.928	.016	56.658	***	
KI4	<---	KI	.911	.017	54.470	***	
KI5	<---	KI	.946	.016	59.020	***	
KI6	<---	KI	.940	.016	59.504	***	

			Estimate Ước lượng	S.E.	C.R.	P	Label
KI7	<---	KI	.940	.016	59.470	***	
KI8	<---	KI	.917	.017	54.161	***	
KI9	<---	KI	.887	.018	50.023	***	
KI10	<---	KI	.929	.016	56.810	***	
KI11	<---	KI	.952	.015	62.667	***	
KI12	<---	KI	.933	.017	56.127	***	
KI13	<---	KI	.941	.016	59.585	***	
RB1	<---	RB	1.000				
RB2	<---	RB	.963	.011	86.364	***	
RB3	<---	RB	.959	.011	88.168	***	
RB4	<---	RB	.933	.013	73.106	***	
RB5	<---	RB	.953	.011	90.460	***	

Nguồn: (Tổng hợp xử lý từ dữ liệu nghiên cứu của tác giả)

4.3. ĐÁNH GIÁ CR, AVE, MSV

Với kết quả CFA (bảng phụ lục 14), tính toán tự động từ Excel được kết quả ở bảng 4.12 cho các giá trị CR, AVE và MSV như sau:

Bảng 4.12: Bảng giá trị các tham số CR, AVE, MSV

	CR	AVE	MSV	SQRTAVE	MaxR(H)	KI	KM	SC	RB
KI	0.971	0.724	0.706	0.851	0.973	0.851			
KM	0.906	0.763	0.624	0.873	0.907	0.770	0.873		
SC	0.888	0.711	0.706	0.843	0.884	0.840	0.827	0.843	
RB	0.917	0.690	0.624	0.831	0.922	0.750	0.790	0.770	0.831

Nguồn: (Tổng hợp xử lý từ dữ liệu nghiên cứu bằng phần mềm excel)

Kết luận:

Tất cả giá trị CR đều lớn hơn 0.7, độ tin cậy thang đo được đảm bảo, các giá trị AVE đều lớn hơn 0.5, tính hội tụ được đảm bảo và tất cả giá trị MSV đều nhỏ hơn AVE, các giá trị SQRTAVE đều lớn hơn tất cả các Inter-Construct Correlations, tính phân biệt được đảm bảo.

4.4. PHÂN TÍCH BOOSTRAP

Bootstrap là phương pháp lấy mẫu ngẫu nhiên có hoàn lại từ mẫu gốc ban đầu. Sử dụng phương pháp Bootstrap dùng để ước lượng, kiểm tra lại độ tin cậy của các tham số trong mô hình. Kết quả ước lượng ML(Maximum Likelihood) để kiểm định lại các giả thuyết trong mô hình nghiên cứu. Nghiên cứu này tác giả sử dụng số lượng mẫu lặp lại 5000 lần bởi vì với số lượng mẫu lớn kết quả bootstrap sẽ tốt hơn .

Bảng 4.13: Kết quả ước lượng bằng bootstrap

Parameter	SE	SE-SE	Mean	Bias	SE-Bias	CR
KI <--- KM	0,042	0,001	0,187	-0,014	0,001	-1,40
KI <--- SC	0,041	0,001	0,168	0,001	0,001	1,00
RB <--- KM	0,028	0,001	0,284	-0,001	0,001	-1,00
RB <---KI	0,044	0,001	0,15	-0,003	0,015	-0,20
RB <--- SC	0,047	0,001	0,118	0,015	0,001	1,50

(Nguồn: tác giả tổng hợp từ kết quả nghiên cứu)

Ghi chú: SE là sai lệch chuẩn, SE-SE là sai lệch chuẩn của sai lệch chuẩn, Bias là độ lệch và SE-Bias là sai lệch chuẩn của độ lệch.

Trị tuyệt đối của giá trị CR > 1.9, suy ra p-value < 5%, chấp nhận H0, kết luận độ lệch khác 0 có ý nghĩa thống kê ở mức tin cậy 95%. Sau khi thực hiện kiểm định các ước lượng mô hình lý thuyết và kiểm định ước lượng bằng mô hình bootstrap, bảng 4.14 thể hiện kết quả kiểm định các giả thuyết nghiên cứu trong mô hình lý thuyết:

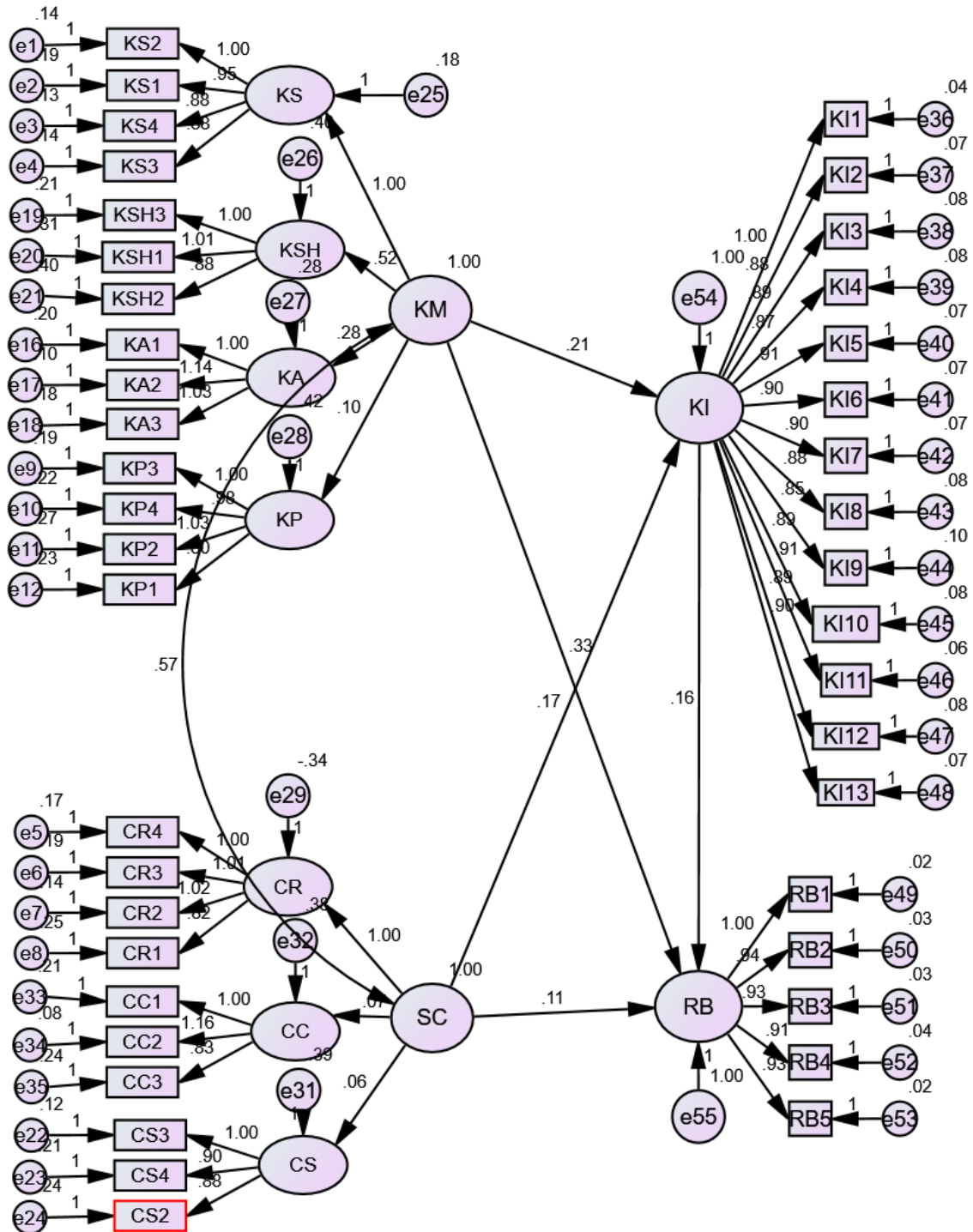
Bảng 4.14: Tổng hợp kết quả kiểm định các giả thuyết nghiên cứu

Giả thuyết	Tác động trực tiếp	Kết quả giả thuyết
H1	RB <--- SC Vốn xã hội tác động cùng chiều đến kết quả kinh doanh	Chấp nhận
H2	KI <--- SC Vốn xã hội tác động cùng chiều đến năng lực đổi mới	Chấp nhận
H3	KI <--- KM Năng lực quản trị tri thức tác động cùng chiều đến năng lực đổi mới	Chấp nhận
H4	RB <--- KM Năng lực quản trị tri thức tác động cùng chiều đến kết quả kinh doanh	Chấp nhận
H5	RB <--- KI Năng lực đổi mới tác động cùng chiều đến kết quả kinh doanh	Chấp nhận

4.5. KIỂM ĐỊNH MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU LÝ THUYẾT ĐỀ XUẤT VỚI CÁC GIẢ THUYẾT CỤ THỂ ĐÃ NÊU TRÊN

4.5.1 Phân tích mô hình lý thuyết (trực tiếp và trung gian)

CMIN/df=2.871; TLI=.901; CFI=.907; RMSEA=.070



Hình 4.6: kết quả SEM mô hình nghiên cứu

Nguồn: (Tổng hợp rút trích từ phần mềm Amos của tác giả)

Qua phân tích CFA cho thấy 2 nhân tố năng lực quản trị tri thức, vốn xã hội đều tác động trực tiếp đến kết quả kinh doanh và tác động gián tiếp đến kết quả kinh doanh thông qua trung gian năng lực đổi mới vì kết quả đã thỏa các điều kiện cụ thể sau $TLI = 0.901 > 0.9$; $CFI = 0.907 > 0.9$ và $RMSEA = 0.070 < 0.08$; $CMIN/df = 2.871 < 5$ (Hình 4.6) và (bảng 4.15)

Bảng 4.15: Kết quả phân tích SEM mô hình nghiên cứu

			Ước lượng Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KI	<---	KM	.212	.067	3.158	.002	A_path
KI	<---	SC	.167	.053	3.165	.002	C_path
KS	<---	KM	1.000				
KSH	<---	KM	.521	.046	11.225	***	par_19
KA	<---	KM	.281	.035	8.105	***	par_20
KP	<---	KM	.097	.038	2.525	.012	par_21
CR	<---	SC	1.000				
CS	<---	SC	.056	.028	1.992	.046	par_22
CC	<---	SC	.073	.028	2.605	.009	par_25
RB	<---	KM	.327	.070	4.648	***	par_42
RB	<---	KI	.161	.052	3.110	.002	B_path
RB	<---	SC	.115	.052	2.199	.028	par_43
KS2	<---	KS	1.000				
KS1	<---	KS	.945	.027	35.379	***	par_4
KS4	<---	KS	.883	.023	38.085	***	par_5
KS3	<---	KS	.876	.024	37.130	***	par_6
CR4	<---	CR	1.000				
CR3	<---	CR	1.007	.040	25.238	***	par_7
CR2	<---	CR	1.019	.038	27.023	***	par_8
CR1	<---	CR	.816	.040	20.648	***	par_9
KP3	<---	KP	1.000				
KP4	<---	KP	.980	.057	17.140	***	par_10
KP2	<---	KP	1.029	.061	16.824	***	par_11
KP1	<---	KP	.804	.052	15.423	***	par_12
KA1	<---	KA	1.000				
KA2	<---	KA	1.143	.061	18.745	***	par_13
KA3	<---	KA	1.025	.059	17.479	***	par_14
KSH3	<---	KSH	1.000				
KSH1	<---	KSH	1.006	.056	17.918	***	par_15
KSH2	<---	KSH	.883	.054	16.203	***	par_16
CS3	<---	CS	1.000				
CS4	<---	CS	.899	.060	15.058	***	par_17
CS2	<---	CS	.876	.060	14.624	***	par_18
CC1	<---	CC	1.000				
CC2	<---	CC	1.164	.068	17.004	***	par_23
CC3	<---	CC	.825	.055	15.056	***	par_24

		Ước lượng Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KI1	<--- KI	1.000				
KI2	<--- KI	.885	.015	57.569	***	par_26
KI3	<--- KI	.890	.016	57.041	***	par_27
KI4	<--- KI	.873	.016	54.926	***	par_28
KI5	<--- KI	.906	.015	59.317	***	par_29
KI6	<--- KI	.901	.015	59.853	***	par_30
KI7	<--- KI	.901	.015	59.840	***	par_31
KI8	<--- KI	.878	.016	54.520	***	par_32
KI9	<--- KI	.850	.017	50.432	***	par_33
KI10	<--- KI	.890	.016	57.063	***	par_34
KI11	<--- KI	.913	.014	63.006	***	par_35
KI12	<--- KI	.895	.016	56.559	***	par_36
KI13	<--- KI	.901	.015	59.861	***	par_37
RB1	<--- RB	1.000				
RB2	<--- RB	.937	.010	91.350	***	par_38
RB3	<--- RB	.933	.010	93.562	***	par_39
RB4	<--- RB	.908	.012	78.086	***	par_40
RB5	<--- RB	.927	.010	95.928	***	par_41

Nguồn: (Tổng hợp xử lý từ dữ liệu nghiên cứu của tác giả)

Kết luận: Mô hình đo lường hợp phù hợp với dữ liệu thực tế

*** Tác động trực tiếp**

Bảng 4.16: Phân tích tác động trực tiếp

Giả thuyết	Kết quả
<p>H1: Vốn xã hội(SC) có tác động cùng chiều đến kết quả kinh doanh (RB)</p> <ul style="list-style-type: none"> - H1.1: Vốn cấu trúc (CS) có tác động trực tiếp tích cực đến kết quả kinh doanh (RB) - H1.2: Vốn quan hệ (CR) có tác động trực tiếp tích cực đến kết quả kinh doanh (RB) - H1.3: Vốn nhận thức (CC) có tác động trực tiếp tích cực đến kết quả kinh doanh (RB) 	Chấp nhận
<p>H2: Vốn xã hội(SC) có tác động cùng chiều đến Năng lực đổi mới (KI)</p> <ul style="list-style-type: none"> - H2.1: Vốn cấu trúc (CS) có tác động trực tiếp tích cực đến Năng lực đổi mới (KI) - H2.2: Vốn quan hệ (CR) có tác động trực tiếp 	Chấp nhận

Giả thuyết	Kết quả
tích cực Năng lực đổi mới (KI) - H2.3: Vốn nhận thức (CC) có tác động trực tiếp tích cực Năng lực đổi mới (KI)	
H3: Năng lực quản trị tri thức (KM) tác động cùng chiều đến Năng lực đổi mới (KI) - H3.1: Tiếp thu tri thức (KA) có tác động trực tiếp tích cực đến Năng lực đổi mới (KI) - H3.2: lưu trữ tri thức (KS) có tác động trực tiếp tích cực đến Năng lực đổi mới (KI) - H3.3: Chia sẻ tri thức (KSH) có tác động trực tiếp tích cực đến năng lực đổi mới (KI) - H3.4: Bảo hộ tri thức (KP) có tác động trực tiếp tích cực đến Năng lực đổi mới (KI)	Chấp nhận
H4: Năng lực quản trị tri thức (KM) tác động cùng chiều đến kết quả kinh doanh (RB) - H4.1: Tiếp thu tri thức (KA) có tác động trực tiếp tích cực đến kết quả kinh doanh (RB) - H4.2: lưu trữ tri thức (KS) có tác động trực tiếp tích cực đến kết quả kinh doanh (RB) - H4.3: Chia sẻ tri thức (KSH) có tác động trực tiếp tích cực đến kết quả kinh doanh (RB) - H4.4: Bảo hộ tri thức (KP) có tác động trực tiếp tích cực đến kết quả kinh doanh (RB)	Chấp nhận
H5: Năng lực đổi mới (KI) tác động cùng chiều đến kết quả kinh doanh (RB)	Chấp nhận

Nguồn: (Tổng hợp xử lý từ dữ liệu nghiên cứu của tác giả)

Bảng 4.17: Bảng số liệu phân tích tác động trực tiếp

Giả thuyết	Tác động trực tiếp	Ước lượng Estimate	S.E	C.R	P	Kết quả giả thuyết
H1	RB <--- SC	0.115	.052	2.199	0.028	Chấp nhận
H2	KI <--- SC	0.167	0.053	3.165	0.002	Chấp nhận
H3	KI <--- KM	0.212	0.067	3.158	0.002	Chấp nhận
H4	RB <--- KM	0.327	.070	4.648	0.000	Chấp nhận
H5	RB <--- KI	0.161	.052	3.110	0.002	Chấp nhận

Nguồn: (Tổng hợp từ dữ liệu nghiên cứu của AMOS)

• **Tác động gián tiếp**

Bảng 4.18: Phân tích tác động gián tiếp

Giả thuyết	Kết quả
<p>H6: Năng lực quản trị tri thức (KM) có tác động cùng chiều đến kết quả kinh doanh (RB) thông qua vai trò trung gian của năng lực đổi mới (KI)</p> <ul style="list-style-type: none"> - H6.1: Tiếp thu tri thức (KA) có tác động gián tiếp tích cực đến kết quả kinh doanh (RB) thông qua vai trò trung gian của năng lực đổi mới (KI) - H6.2: Lưu trữ tri thức (KS) có tác động gián tiếp tích cực đến kết quả kinh doanh (RB) thông qua vai trò trung gian của năng lực đổi mới (KI) - H6.3: Chia sẻ tri thức (KSH) có tác động gián tiếp tích cực đến kết quả kinh doanh (RB) thông qua vai trò trung gian của năng lực đổi mới (KI) - H6.4: Bảo hộ tri thức (KP) có tác động gián tiếp tích cực đến kết quả kinh doanh (RB) thông qua vai trò trung gian của năng lực đổi mới (KI) 	Chấp nhận
H7: Văn hóa xã hội(SC) có tác động cùng chiều đến kết quả kinh	

Giả thuyết	Kết quả
doanh (RB) thông quan vai trò trung gian của năng lực đổi mới (KI) <ul style="list-style-type: none"> - H7.1: Vốn cấu trúc (CS) có tác động gián tiếp tích cực đến kết quả kinh doanh (RB) thông quan vai trò trung gian của năng lực đổi mới (KI) - H7.2: Vốn quan hệ (CR) có tác động gián tiếp tích cực đến kết quả kinh doanh (RB) thông quan vai trò trung gian của năng lực đổi mới (KI) - H7.3: Vốn nhận thức (CC) có tác động gián tiếp tích cực đến kết quả kinh doanh (RB) thông quan vai trò trung gian của năng lực đổi mới (KI) 	Chấp nhận

Nguồn: (Tổng hợp xử lý từ dữ liệu nghiên cứu của tác giả)

Bảng 4.19: Bảng số liệu phân tích tác động gián tiếp

Giả thuyết	Tác động gián tiếp	Khoảng tin cậy		Giá trị P	Kết luận
		Dưới	trên		
H6	0.034	0.015	0.073	0.000	Chấp nhận
H7	0.027	0.010	0.051	0.002	Chấp nhận

Nguồn: (Tổng hợp xử lý từ dữ liệu nghiên cứu của tác giả)

Bảng 4.20: Tổng hợp tác động trực tiếp và gián tiếp

Quan hệ	Tác động trực tiếp	Tác động gián tiếp	Khoảng tin cậy		Giá trị P	Kết luận
			Dưới	trên		
(H6) KM → KI → RB (H3) (H5)	0.212 0.161	0.034	0.015	0.073	0.000	Trung gian bán phần
H7 SC → KI → RB H2 H5	0.167 0.161	0.027	0.010	0.051	0.002	Trung gian bán phần

Nguồn: (Tổng hợp xử lý từ dữ liệu nghiên cứu của tác giả)

Sau khi thực hiện kiểm định mô hình lý thuyết, phân tích vai trò trung gian.

Bảng 4.20 trình bày kết quả kiểm định các giả thuyết trong mô hình lý thuyết:

Bảng 4.21: Bảng tổng hợp giả thuyết kết quả nghiên cứu

Giả thuyết	Hướng tác động	Kết quả
H1	Vốn xã hội tác động cùng chiều đến kết quả kinh doanh	Chấp nhận
H2	Vốn xã hội tác động cùng chiều đến năng lực đổi mới	Chấp nhận
H3	Năng lực quản trị tri thức tác động cùng chiều đến năng lực đổi mới	Chấp nhận
H4	Năng lực quản trị tri thức tác cùng chiều đến kết quả kinh doanh	Chấp nhận
H5	Năng lực đổi mới tác động cùng chiều đến kết quả kinh doanh	Chấp nhận
H6	Năng lực quản trị tri thức tác động gián tiếp đến kết quả kinh doanh thông qua trung gian năng lực đổi mới	Chấp nhận
H7	Vốn xã hội tác động gián tiếp đến kết quả kinh doanh thông qua trung gian năng lực đổi mới	Chấp nhận

Nguồn: (Tổng hợp xử lý kết quả từ AMOS)

Trong bảng 4.21 có tất cả 7 giả thuyết được chấp nhận. Trong đó có giả thuyết H6 và H7 là tác động gián tiếp, còn H1...H5 là tác động trực tiếp.

4.5.2. Phân tích cấu trúc đa nhóm

4.5.2.1 Kiểm định sự khác biệt về loại hình doanh nghiệp

Sự khác nhau về loại hình DN giữa các DN trong ngành Cửa trên địa bàn TPHCM có thể dẫn tới: “sự khác biệt về mô hình đánh giá ảnh hưởng của năng lực quản trị tri thức và vốn xã hội đến năng lực đổi mới và kết quả kinh doanh. Trong nghiên cứu này theo loại hình DN, dữ liệu khảo sát được chia làm hai loại hình DN gồm: “Doanh nghiệp tư nhân và DN cổ phần – liên doanh”.

Kết quả mô hình SEM mô hình bất biến của các DN Cửa theo loại hình doanh nghiệp là: Chi-square = 1461,061; df = 1625

Kết quả mô hình SEM mô hình khả biến của các doanh nghiệp cửa theo loại hình doanh nghiệp là: Chi-square = 1436,686; df = 1620

Bảng 4.22: Phân tích cấu trúc đa nhóm theo loại hình DN

STT	Mô hình	Chi-square	df
1	Mô hình bất biến	1461,061	1625
2	Mô hình khả biến	1436,686	1620
3	Sai biệt	24,375	5
4	P-value	0,00018389	

Nguồn: (kết quả phân tích dữ liệu)

Kết quả kiểm định sự khác biệt các chỉ tiêu tương thích giữa mô hình khả biến và bất biến từng phần theo bảng trên cho thấy sự khác biệt giữa 2 mô hình có ý nghĩa thống kê ($P\text{-value} = 0,00018389 < 0,05$), bác bỏ giả thuyết H_0 , như vậy có sự khác biệt Chi-square giữa 2 mô hình khả biến và bất biến. Vì thế mô hình khả biến được chọn và cho phép kết luận rằng: có sự khác biệt về mỗi tác động các biến trong mô hình giữa các doanh nghiệp có loại hình DN khác nhau. Kết quả sự khác biệt về mỗi tác động các biến trong mô hình giữa loại hình DN thể hiện trong bảng sau:

Bảng 4.23: Kết quả hồi qui chuẩn hóa loại hình DN

Tác động	Doanh nghiệp tư nhân		Doanh nghiệp cổ phần – Liên doanh	
	S.R.W	P-value	S.R.W	P-value
KI <--- KM	,244	,000	,132	,161
KI <--- SC	,161	,000	,225	,005
RB <--- KM	,233	,000	,351	,000
RB <--- KI	,184	,000	,043	,124
RB <--- SC	,090	,001	,155	,000
Square Multiple correlation R^2 (KI)	0,091		0,115	
Square Multiple correlation R^2 (RB)	0,127		0,248	

Nguồn: (Tác giả phân tích và tổng hợp)

Ghi chú: S.R.W (trọng số hồi quy chuẩn hoá)

Bảng 4.23 trên cho thấy, với loại hình DN tư nhân, trọng số hồi quy của nhân tố năng lực quản trị tri thức và vốn xã hội có ảnh hưởng đến năng lực đổi mới, R^2 của năng lực đổi mới ở mức là 0,091. Các nhân tố năng lực quản trị tri thức và vốn xã hội có ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh, R^2 của kết quả kinh doanh ở mức 0,127. Năng lực đổi mới có ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh, R^2 của nhân tố kết quả kinh doanh ở mức 0,248.

4.5.2.2. Kiểm định sự khác biệt về quy mô doanh nghiệp

Sự khác nhau về quy mô DN giữa các DN trong ngành Cửa trên địa bàn TPHCM có thể dẫn tới: “sự khác biệt về mô hình đánh giá ảnh hưởng của năng lực quản trị tri thức và vốn xã hội đến năng lực đổi mới và kết quả kinh doanh. Trong nghiên cứu này theo quy mô DN, dữ liệu khảo sát được chia làm hai loại hình DN gồm: “ DN dưới 30 nhân viên và DN trên 30 nhân viên”

Kết quả mô hình SEM mô hình bất biến của các DN Cửa theo quy mô DN là:
Chi-square = 1476,458; df = 1625

Kết quả mô hình SEM mô hình khả biến của các DN Cửa theo loại hình DN là:
Chi-square = 1434,650 ; df = 1620

Phân tích cấu trúc đa nhóm theo quy mô DN

Bảng 4.24: Phân tích cấu trúc đa nhóm theo quy mô DN

STT	Mô hình	Chi-square	df
1	Mô hình bất biến	1476,458	1625
2	Mô hình khả biến	1434,65	1620
3	Sai biệt	41,808	5
4	P-value	0,00000006	

Nguồn: (Tác giả phân tích và tổng hợp)

Kết quả kiểm định sự khác biệt các chỉ tiêu tương thích giữa mô hình khả biến và bất biến từng phần theo bảng trên cho thấy sự khác biệt giữa 2 mô hình có ý nghĩa thống kê ($P\text{-value} = 0,00000006 < 0,05$), bác bỏ giả thuyết H_0 , như vậy có sự khác biệt Chi-square giữa 2 mô hình khả biến và bất biến. Vì thế mô hình khả biến được chọn và cho phép kết luận rằng: có sự khác biệt về môi tác động các biến trong mô hình giữa các DN có quy mô khác nhau. Kết quả sự khác biệt về môi tác động các biến trong mô hình giữa quy mô DN thể hiện trong bảng sau:

Bảng 4.25: Kết quả hồi qui chuẩn hóa quy mô DN

Tác động	Dưới 30 nhân viên		Trên 30 nhân viên	
	S.R.W	P-value	S.R.W	P-value
KI <--- KM	,250	,000	,132	,157
KI <--- SC	,164	,000	,225	,011
RB <--- KM	,240	,000	,351	,000
RB <--- KI	,185	,000	,043	,125
RB <--- SC	,091	,000	,155	,001
Square Multiple correlation R ² (KI)	0,095		0,115	
Square Multiple correlation R ² (RB)	0,132		0,248	

Nguồn: (Tác giả phân tích và tổng hợp)

Bảng 4.25 trên cho thấy, với quy mô DN dưới 30 nhân viên, trọng số hồi quy của nhân tố năng lực quản trị tri thức và vốn xã hội có ảnh hưởng đến năng lực đổi mới, R² của năng lực đổi mới ở mức là 0,095. Các nhân tố năng lực quản trị tri thức và vốn xã hội có ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh, R² của kết quả kinh doanh ở mức 0,132. Năng lực đổi mới có ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh, R² của nhân tố kết quả kinh doanh ở mức 0,248.

4.5.2.3. Kiểm định sự khác biệt về thời gian thành lập doanh nghiệp

Sự khác nhau về thời gian thành lập DN giữa các DN trong ngành Cửa trên địa bàn TPHCM có thể dẫn tới: “sự khác biệt về mô hình đánh giá ảnh hưởng của năng lực quản trị tri thức và vốn xã hội đến năng lực đổi mới và kết quả kinh doanh. Trong nghiên cứu này theo thời gian thành lập DN, dữ liệu khảo sát được chia làm hai thời gian thành lập DN gồm: “DN hoạt động dưới 5 năm và trên 5 năm” .

Kết quả mô hình SEM mô hình bất biến của các DN Cửa theo thời gian thành lập DN là: Chi-square = 1502,886 ; df = 1625

Kết quả mô hình SEM mô hình khả biến của các DN cửa theo thời gian thành lập DN là: Chi-square = 1481,512 ; df = 1620

Bảng 4.26: Phân tích cấu trúc đa nhóm theo thời gian thành lập

STT	Mô hình	Chi-square	df
1	Mô hình bất biến	1502,886	1625
2	Mô hình khả biến	1481,512	1620
3	Sai biệt	21,374	5
4	P-value	0,00068829	

Nguồn: (Tác giả phân tích và tổng hợp)

Kết quả kiểm định sự khác biệt các chỉ tiêu tương thích giữa mô hình khả biến và bất biến từng phần theo bảng trên cho thấy sự khác biệt giữa 2 mô hình có ý nghĩa thống kê ($P\text{-value} = 0,00068829 < 0,05$), bác bỏ giả thuyết H_0 , như vậy có sự khác biệt Chi-square giữa 2 mô hình khả biến và bất biến. Vì thế mô hình khả biến được chọn và cho phép kết luận rằng: có sự khác biệt về môi tác động các biến trong mô hình giữa các DN có thời gian thành lập khác nhau

Kết quả sự khác biệt về môi tác động các biến trong mô hình giữa thời gian thành lập DN thể hiện trong bảng sau:

Bảng 4.27: Kết quả hồi qui chuẩn hóa thời gian thành lập

Tác động	Dưới 5 năm		Trên 5 năm	
	S.R.W	P-value	S.R.W	P-value
KI <--- KM	,266	,000	,137	,239
KI <--- SC	,155	,000	,247	,010
RB <--- KM	,271	,000	,374	,000
RB <--- KI	,176	,000	,041	,174
RB <--- SC	,104	,000	,137	,004
Square Multiple correlation R^2 (KI)	0,105		0,137	
Square Multiple correlation R^2 (RB)	0,156		0,260	

Nguồn: (Tác giả phân tích và tổng hợp)

Bảng trên cho thấy, với thời gian thành lập DN dưới 5 năm, trọng số hồi quy của nhân tố năng lực quản trị tri thức và vốn xã hội có ảnh hưởng đến năng lực đổi mới, R^2 của năng lực đổi mới ở mức là 0,105. các nhân tố năng lực quản trị tri thức và vốn xã hội có ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh, R^2 của kết quả kinh doanh ở mức 0,156. Năng lực đổi mới có ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh, R^2 của nhân tố kết quả kinh doanh ở mức 0,260.

4.5.3. Thảo luận kết quả nghiên cứu

4.5.3.1. Thảo luận mô hình đo lường

Nghiên cứu này của tác giả căn cứ theo những nghiên cứu (trước, kiểm định lại trong ngành SX-KD Cửa và điều chỉnh bổ sung cho phù hợp với thực tiễn tại Việt Nam. Trong 4 khái niệm được đo lường trong mô hình, thì có 2 khái niệm bậc 2. Khái niệm “năng lực quản trị tri thức” gồm 4 thành phần ban đầu là “tiếp thu tri thức” có 3 biến quan sát, “lưu trữ tri thức” có 4 biến quan sát, “chia sẻ tri thức” có 3 biến quan sát và “bảo hộ tri thức” có 4 biến quan sát. Khái niệm “vốn xã hội” cũng có 3 thành phần là vốn cấu trúc, vốn quan hệ và vốn nhận thức tổng cộng 12 biến quan sát, trong đó có 1 biến được phát triển từ nghiên cứu định tính và chuyên gia (CC3- công ty và đối tác luôn luôn thực hiện tốt CSR). Còn 3 biến đơn hướng là “Năng lực đổi mới” có 13 biến quan sát được đưa vào nghiên cứu sau khi tổng quan và thảo luận và phân tích sơ bộ (46 biến ban đầu), “kết quả kinh doanh” có 5 biến quan sát.

Sau khi điều chỉnh bổ sung cho phù hợp với thị trường và bối cảnh nghiên cứu, các thang đo còn lại chứng tỏ đạt được giá trị nội dung, mức độ tin cậy, giá trị hội tụ, giá trị phân biệt qua nghiên cứu đã được thực hiện. Kết quả này sẽ có nhiều ý nghĩa về việc sử dụng các yếu tố tác động đến kết quả kinh doanh của DN không chỉ đóng góp trong ngành SX-KD Cửa mà còn có ý nghĩa trong các ngành SX-KD khác tại VN. Kết quả nghiên cứu là tiền đề cho những các nghiên cứu tiếp theo sử dụng so sánh, kiểm định.

4.5.3.2. Thảo luận từ mô hình lý thuyết

Nghiên cứu này đã khám phá một số quan hệ có ý nghĩa như sau:

Kết quả nghiên cứu cho thấy vốn xã hội có tác động đến kết quả kinh doanh và đồng kết quả với nghiên cứu của Rass & cộng sự (2013); Lê Vân và cộng sự (2018), (Clopton, 2011). Nghiên cứu cũng cho thấy vốn xã hội có tác động vào năng lực động và điều này đồng kết quả với nghiên cứu của tác giả Blyler và Coff (2003). Sau cùng sự đổi mới có vai trò trung gian chi phối vào ảnh hưởng của vốn xã hội đến kết quả kinh doanh và đồng kết quả với nghiên cứu của Agyapong & cộng sự (2017) và Yeşil & Doğan (2019).

Kết quả chỉ ra rằng năng lực động có vai trò trung gian quan trọng mà qua đó lợi ích của năng lực quản trị tri thức được chuyển thành hiệu quả kinh doanh của tổ chức (Tseng & Lee, 2014). Cụ thể là năng lực quản trị tri thức có tác động trực tiếp

tích cực đến kết quả kinh doanh của tổ chức và quan trọng hơn là năng lực quản trị tri thức nâng cao năng lực động của các tổ chức (Tseng & Lee, 2014); Cụ thể hơn: Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy năng lực quản trị tri thức có tác động vào kết quả kinh doanh và điều này tương tự như kết quả nghiên cứu của Migdadi (2022) và kết quả nghiên cứu cũng cho thấy năng lực đổi mới có vai trò trung gian chi phối đến quan hệ giữa năng lực quản trị tri thức và kết quả kinh doanh và giống như kết quả nghiên cứu của Migdadi (2022). Kết quả của nghiên cứu đồng với kết quả nghiên cứu của Pezeshkan (2015) (Rehman và Saeed, 2015) và đó là tác động của quản trị tri thức vào kết quả kinh doanh.

Kết quả nghiên cứu đồng kết quả nghiên cứu của Marchington & Wilkinson, 2002; Lin và cộng sự, 2013; Atalay và cộng sự, 2013; Uz Kurt và cộng sự, 2013; Camisón & Villar-López, 2014; Bolaji Bello & Adeoye, 2018 về tác động của năng lực đổi mới vào kết quả kinh doanh.

Kết quả nghiên cứu cho thấy năng lực quản trị tri thức và vốn xã hội có tác động gián tiếp vào kết quả kinh doanh thông qua trung gian năng lực đổi mới và chính điều này cho thấy luận án của tác giả có sự khác biệt với các nghiên cứu của Liu, Ke, Wei, & Hua (2013); Tit (2017); Huang, Stewart & Chen (2010).

Mối quan hệ giữa vốn xã hội và kết quả kinh doanh. Giả thuyết vốn xã hội có ảnh hưởng thuận chiều đáng kể vào kết quả kinh doanh của DN. Kết quả nghiên cứu đã cho thấy hệ số hồi quy của vốn xã hội có ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh bằng 0.115, giá trị P.value (sig.) = 0.028 < α = 0.05 nên có ý nghĩa thống kê, nghĩa là vốn xã hội có tác động tích cực đến kết quả kinh doanh. Kết quả này cũng phù hợp với nghiên cứu mới đây của Thị Quý N. (2021) sử dụng data (dữ liệu) của cuộc điều tra DNNVV từ thời điểm năm 2013 đến 2015 của CIEM (viện quản lý kinh tế trung ương) nhằm tìm hiểu tác động của vốn xã hội vào kết quả hoạt động của 5.060 DNNVV ở VN. kết quả hồi quy logit đã cho thấy quy mô doanh nghiệp và mức độ liên kết kinh tế thường xuyên của DN với các DN trong ngành và không cùng ngành có ảnh hưởng vào hiệu quả hoạt động kinh doanh của DN. Như vậy, kết quả kiểm định này có đóng góp mới vào lý thuyết.

Mối quan hệ giữa vốn xã hội và năng lực đổi mới. Giả thuyết vốn xã hội có mối quan hệ tích cực trực tiếp và đáng kể đến năng lực đổi mới. kết quả nghiên cứu rõ ràng rằng hệ số hồi quy của vốn xã hội đến năng lực đổi mới bằng 0.167, giá trị P.value

(sig.) = 0.002 < α = 0.05 nên có ý nghĩa thống kê, đồng nghĩa với việc vốn xã hội có ảnh hưởng tích cực đến năng lực đổi mới. Kết quả này cũng phù hợp với nghiên cứu của Bonfim, L., Segatto, A., & Takahashi, A. (2018). Bonfim, L., Segatto, A., & Takahashi, A. (2018) cho rằng, khía cạnh cấu trúc, quan hệ và nhận thức của vốn xã hội tác động tích cực vào kết quả đổi mới trên các mạng lưới liên tổ chức và trong tổ chức. Các chỉ số chỉ ra rằng, các thành phần vốn xã hội, chia sẻ kiến thức và các khía cạnh vốn tri thức có vai trò quan trọng trong đổi mới tổ (Sayyed Mohsen Allameh, 2018). Cũng theo Dastourian & cộng sự (2017), các hình thức vốn khác như vốn con người, vốn trí thức, vốn xã hội mang lại lợi ích cho DN bằng ảnh hưởng của nó đến khả năng đổi mới của mình.

Mối quan hệ giữa năng lực quản trị tri thức và năng lực đổi mới. Giả thuyết Có mối quan hệ cùng chiều giữa năng lực quản trị tri thức đến năng lực đổi mới. Từ kết quả nghiên cứu chương 4 cho thấy rằng, hệ số hồi quy của năng lực quản trị tri thức đến năng lực đổi mới bằng 0.212, giá trị P.value (Sig.) = 0.002 < α = 0.05 nên có ý nghĩa thống kê, điều này đồng nghĩa với việc có tác động thuận chiều từ năng lực quản trị tri thức đến năng lực đổi mới. Kết quả này cũng đồng quan điểm với Tan & Grega, (2018) các nhà lãnh đạo của các DN phải nâng cao nhận thức tầm quan trọng của năng lực quản trị tri thức và năng lực đổi mới. Hành động thích hợp và có lộ trình các sáng kiến, đưa ra các chính sách dựa trên năng lực quản trị tri thức theo những cách giúp thúc đẩy sự đổi mới và cuối cùng là kết quả hoạt động kinh doanh của tổ chức. Đồng quan điểm như trên, nghiên cứu của Tasmin, Rosmani & Woods, P. (2007) cho rằng các công ty triển khai năng lực quản trị tri thức rộng rãi, sáng tạo hơn sẵn sàng đối phó với sự thay đổi thì sẽ có khả năng tiếp cận kiến thức tốt hơn các DN khác. Damanpour, (1991) cho rằng, các nhà lãnh đạo tiếp cận với sự thay đổi với một ý thức tích cực sẽ làm cho kết quả của tổ chức sẽ tốt hơn. Nghiên cứu của Biloslavo, (2005) cũng cho rằng, quan trọng nhất là việc áp dụng và tiếp cận của tổ chức đối với việc năng lực quản trị tri thức và tạo điều kiện cho các thành phần của tổ chức đạt được kết quả đổi mới tốt nhất. Những gì tổ chức cần là sự hoàn thiện toàn diện về hệ thống, quy trình có liên quan của tổ chức dưới dạng các biến số tiền đề đối với khả năng đổi mới của tổ chức. Tuan & Trung, (2020) cũng có kết nghiên cứu cho rằng, thu nhận tri thức, chia sẻ tri thức có tác động mạnh nhất đến sự đổi mới. Kết quả này tương đồng với nghiên cứu

của Valdez-Juárez và cộng sự (2016) cho rằng, thu nhận tri thức, chia sẻ tri thức là một trong những thực tiễn cơ bản nhất của các DN trong việc quản lý đổi mới.

Mối quan hệ giữa năng lực quản trị tri thức đến kết quả kinh doanh của DN. Giả thuyết cho rằng, năng lực quản trị tri thức có tác động tích cực đến kết quả kinh doanh của DN. Từ kết quả chương 4, hệ số hồi quy của mối quan hệ năng lực quản trị tri thức đến kết quả kinh doanh có trọng số hồi quy bằng 0.327, giá trị P. Value (Sig.) = 0.000 < α = 0.05 nên có ý nghĩa thống kê, điều này đồng nghĩa với việc có tác động thuận chiều giữa năng lực quản trị tri thức đến kết quả kinh doanh. Nghiên cứu mới đây của Tuan & Trung, (2020) về “Mối quan hệ giữa quản lý tri thức, đổi mới, và hiệu quả tổ chức: Nghiên cứu thực nghiệm tại các DN VVN ở Việt Nam” cũng có kết quả cho rằng, những DN nên tập trung vào các khía cạnh của năng lực quản trị tri thức như thu nhận tri thức, phổ biến tri thức, và sử dụng tri thức để thúc đẩy sự đổi mới nhằm cải thiện kết quả kinh doanh của DN. Nghiên cứu cũng chỉ ra rằng, các nhà quản lý, chủ sở hữu các DN VVN nên tìm cách để cải thiện tình hình thông qua việc tăng cường mạng lưới bên ngoài và đảm bảo liên lạc thường xuyên với các bên liên quan như khách hàng, nhà cung cấp, đối thủ cạnh tranh, các nhà chuyên môn, và các chuyên gia để thu nhận tri thức mới, nghiên cứu cũng lưu ý rằng, năng lực quản trị tri thức tạo ra một nền văn hóa thúc đẩy học tập và chia sẻ tri thức, nền văn hóa như vậy khuyến khích các quy trình dựa trên tri thức, tạo ra sự chia sẻ và sử dụng tri thức, thay đổi hành vi để đổi mới và sáng tạo. Kết quả nghiên cứu của Hou & Chien, (2010) cho thấy rằng, những nhà quản trị cấp cao cần xem xét hỗ trợ kiến thức, bồi dưỡng và khích lệ, chia sẻ những kiến thức mới. Kiến thức là vô hình về kết quả kinh doanh, nên việc theo đuổi, khám phá nhiều cải tiến hơn trong sản phẩm và quy trình có trình độ kỹ thuật cao để tăng giá trị của sản phẩm, tăng lợi thế cạnh tranh và nhằm đạt được hiệu quả kinh doanh cao.

Mối quan hệ giữa năng lực đổi mới đến kết quả kinh doanh. Giả thuyết cho rằng, đổi mới có ảnh hưởng tích cực vào kết quả kinh doanh của DN. Kết quả nghiên cứu ở chương 4 cho thấy, hệ số hồi quy giữa tác động của năng lực đổi mới đến kết quả kinh doanh là 0.161, giá trị P. Value (Sig.) = 0.002 < α = 0.05 nên có ý nghĩa đáng kể, vì vậy điều này đồng nghĩa với việc có tác động thuận chiều giữa năng lực đổi mới vào kết quả kinh doanh của DN. Kết quả này cũng tương tự như kết quả nghiên cứu của Sahoo, (2019) khi thực hiện điều tra về tác động của năng lực đổi mới đến kết quả kinh

doanh ở các DN SX vi mạch điện tử tại các DNVVN tại Ấn Độ. Phát hiện chính của nghiên cứu là khả năng của công ty trong việc quản lý thiết kế và chất lượng sản phẩm là một khả năng quan trọng đối với đổi mới sản phẩm và quy trình. Khả năng thiết kế sản phẩm chất lượng có thể là một yếu tố nền tảng quan trọng để đổi mới sản phẩm, đảm bảo việc chuyển đổi nhanh và hiệu quả hơn các ý tưởng mới thành các tính năng của sản phẩm và đặc điểm kỹ thuật đánh giá cao yêu cầu của khách hàng. Ngoài ra, việc triển khai văn hóa lấy chất lượng làm trung tâm và các quy trình làm việc chuẩn hóa trong bối cảnh đổi mới quy trình được gắn với các yếu tố đặc trưng làm tăng mức độ đặc thù của công ty và không thể bắt chước, điều này có thể trực tiếp hoặc gián tiếp mang lại lợi thế công nghệ hoặc thị trường cho các sản phẩm mới của công ty. Không nghi ngờ gì nữa, thế kỷ XXI sẽ được coi là thế kỷ của sự đổi mới. Theo kết quả nghiên cứu, chất lượng và đổi mới không phải là hoạt động mâu thuẫn và kết quả xác nhận rằng công ty có năng lực đổi mới tốt hơn sẽ chủ động trong việc áp dụng hệ thống tiêu chuẩn TQM đã được kiểm chứng. Trí tuệ là chất xúc tác quan trọng nhất cho sự thành công của một công ty. Do đó, các doanh nhân và giám đốc điều hành DN SX ở các nền kinh tế đang phát triển nên theo đuổi các tiêu chuẩn chất lượng và các dự án đổi mới để nâng cao hiệu quả hoạt động.

Nghiên cứu của Kafetzopoulos & Psomas, (2015) về tác động của năng lực đổi mới đến kết quả kinh doanh của các công ty sản xuất Hy Lạp. Kết quả nghiên cứu phát hiện ra rằng, các nhà quản trị nên chú trọng mạnh hơn vào khả năng đổi mới vì nó là một yếu tố quan trọng đối với vấn đề hoạt động hiệu quả kinh doanh chung của DN được cải thiện sức mạnh cạnh tranh bền vững. Các mối quan hệ giữa năng lực đổi mới và hiệu quả kinh doanh của DN có thể cung cấp một hướng dẫn làm thế nào để các doanh nghiệp đạt được một hiệu suất tốt hơn bằng cách sử dụng sự đổi mới.

Năng lực quản trị tri thức ảnh hưởng vào kết quả kinh doanh bị chi phối bởi vai trò trung gian của nhân tố năng lực đổi mới. từ kết quả ở chương 4, hệ số hồi quy tác động gián tiếp của năng lực đổi mới là 0.034 và có ý nghĩa thống kê với $p.value = 0.000 < 0.05$. điều này có nghĩa rằng, năng lực đổi mới làm vai trò trung gian bán phần ở mối quan hệ giữa năng lực quản trị tri thức và kết quả kinh doanh của DN. Như vậy, kết quả kiểm định này là một đóng góp mới về mặt lý thuyết của nghiên cứu .

Vốn xã hội tác động vào kết quả kinh doanh bị chi phối bởi vai trò trung gian của nhân tố năng lực đổi mới. Từ kết quả ở chương 4, hệ số hồi quy tác động gián tiếp

của năng lực đổi mới là 0.027 và có ý nghĩa thống kê với $p.value = 0.002 < 0.05$. điều này có nghĩa rằng, năng lực đổi mới làm vai trung gian bán phần ở mối quan hệ giữa vốn xã hội và kết quả kinh doanh của DN. Như vậy, kết quả kiểm định này đóng góp mới về mặt lý thuyết nghiên cứu.

Qua kết quả trên, tác giả cho rằng bộ thang đo đã qua các bước kiểm định là bộ scale (thang đo) phù hợp với ngành Cửa ở VN. Vai trò trung gian của năng lực đổi mới được khẳng định là có ý nghĩa trong mô hình. Điều này nó cũng phản ánh thực trạng những DN SX Cửa tại TPHCM nói riêng và các DN tại VN nói chung. Kết quả cũng khẳng định rằng, các DN nên tập trung đầu tư vào các năng lực động và vốn xã hội sẽ nâng cao được lợi thế của mình trong ngành và mang lại kết quả kinh doanh tốt cho DN của mình.

TÓM TẮT CHƯƠNG 4

Chương 4 đã trình bày các kết quả về kiểm định mô hình đo lường và mô hình lý thuyết. Các bước kiểm định như: đánh giá độ tin cậy thang đo Cronbach alpha, nhân tố khám phá EFA, nhân tố khẳng định CFA. Tất cả các thang đo đều phù hợp với dữ liệu thị trường, đạt độ hội tụ và tin cậy của scale (thang đo). Nhưng trong đó có 01 biến quan sát CS1 không đạt yêu cầu nên loại ra khỏi nghiên cứu. kết quả kiểm định, trong 7 giả thuyết nghiên cứu thì tất cả đều chấp nhận ở mức độ tin cậy 95%.

CHƯƠNG 5

KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ

Giới thiệu chương

Nghiên cứu này của tác giả nhằm thực hiện với mục tiêu là kiểm định ảnh hưởng của yếu tố thuộc nguồn lực và năng lực động vào kết quả kinh doanh của các DN trong ngành SX-KD Cửa tại TPHCM. Ngoài ra, tác giả cũng xem xét vai trò của biến trung gian năng lực đổi mới. trong chương này, tác giả trình bày các phần sau đây: (1) Kết luận của nghiên cứu ; (2) Hàm ý quản trị đối với các nhà quản trị và hoạch định chính sách; (3) Đóng góp của luận án về mặt lý thuyết và thực tiễn và (4) Hạn chế và hướng nghiên cứu tiếp theo của đề tài.

5.1. KẾT LUẬN

Mục đích của nghiên cứu này là xác định ảnh hưởng của năng lực quản trị tri thức, vốn xã hội và vai trò trung gian của năng lực đổi mới để đánh giá kết quả kinh doanh của các DN SX-KD Cửa. Sau khi thiết lập các giả thuyết để xác minh, tác giả sử dụng công cụ cronbach's alpha, phân tích nhân tố khám phá, phân tích nhân tố khẳng định và qua đó đã khẳng định 04 thành phần con của nhân tố năng lực quản trị tri thức và 03 thành phần con của nhân tố vốn xã hội và điều này đã được trình bày chi tiết thành mô hình bậc 2 trong mô hình nghiên cứu chính thức của tác giả (đã trình bày nêu trên). Tiếp theo là tác động trực tiếp và gián tiếp của các thành phần con của năng lực và vốn xã hội cũng đã được khẳng định qua kiểm định mô hình SEM (đã nêu ở phần trên). Quan trọng trong đó tác giả cũng đã điều chỉnh và bổ sung thang đo năng lực đổi mới qua lược khảo lý thuyết, so sánh và đã kiểm định thang đo này qua công cụ phân tích cronbach's alpha, phân tích nhân tố khám phá và sau cùng phân tích nhân tố khẳng định kết quả cũng đạt yêu cầu và thang đo chính thức của năng lực đổi mới gồm 13 biến quan sát và kiểm định SEM đạt yêu cầu. Sau cùng mô hình SEM gồm 7 giả thuyết về tác động trực tiếp, gián tiếp vào kết quả kinh doanh bị chi phối bởi vai trò trung gian của năng lực đổi mới cũng đã được khẳng định và kết quả đều chấp nhận 7 giả thuyết trong mô hình SEM và tất cả các giả thuyết cũng như kết quả đều đạt yêu cầu theo các chỉ số bắt buộc về độ tin cậy, độ phân biệt và độ hội tụ. Hơn nữa, phương pháp nghiên cứu được thực hiện được thực hiện qua 02 bước nghiên cứu sơ bộ 70 quan sát và chính thức 400 quan sát . Với mục đích kiểm định độ tin cậy của scale (thang đo) và kiểm định các mối quan hệ.v.v... Cuối cùng, kết quả cho thấy rằng các

giả thuyết đặt ra đều đạt yêu cầu và mô hình đề xuất nghiên cứu của tác giả trong ngành Cửa là phù hợp với dữ liệu thu thập từ thực tế.

5.2. HÀM Ý QUẢN TRỊ

Qua kết quả nghiên cứu đã chứng minh rằng kết quả kinh doanh của DN bị tác động trực tiếp và gián tiếp của nhiều nhân tố khác nhau cụ thể là: Năng lực quản trị tri thức (tiếp thu, lưu trữ, chia sẻ và bảo hộ tri thức), vốn xã hội (vốn cấu trúc, vốn quan hệ và vốn nhận thức) và năng lực đổi mới. Do đó, các nhà quản trị trong ngành SX-KD Cửa cần tập trung quan tâm và đầu tư để xây dựng giải pháp nhằm làm tăng kết quả kinh doanh của DN mình cụ thể như sau:

Một là, vốn xã hội tác động trực tiếp đến kết quả kinh doanh qua hệ số Beta = 0,115, điều này cho thấy vốn xã hội có ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh, vì vậy các nhà quản trị DN khi thực hiện các chiến lược kế hoạch kinh doanh cần chú trọng đến các thành phần thuộc vốn xã hội như: vốn cấu trúc, vốn quan hệ và vốn nhận thức nhằm giúp DN phát triển bền vững và cạnh tranh trên thị trường trong và ngoài nước.

Hai là, vốn xã hội tác động trực tiếp đến năng lực đổi mới qua hệ số beta = 0,167, điều này cho thấy vốn xã hội có ảnh hưởng đến năng lực đổi mới, vì vậy các nhà quản trị cần tập trung đổi mới sáng tạo, đổi mới sản phẩm, quy trình, đổi mới nhận thức, marketing thông qua các phản hồi ý kiến của khách hàng và biến động của thị trường để từ đó có những quyết định đổi mới chiến lược KD cho phù hợp với tình hình DN.

Ba là, năng lực quản trị tri thức tác động đến năng lực đổi mới với kết quả cho thấy năng lực quản trị tri thức có ảnh hưởng trực tiếp đến năng lực đổi mới được thể hiện qua hệ số beta = 0,212, điều này chứng minh rằng năng lực tiếp thu tri thức, lưu trữ, chia sẻ và bảo hộ tri thức có ảnh hưởng trực tiếp đến năng lực đổi mới của các nhà quản trị điều hành DN. Một DN mà có những nhà lãnh đạo như thế này sẽ làm cho DN có thể làm tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường. Cụ thể, thể hiện qua cuộc cách mạng 4.0 các nhà quản trị điều hành DN có tư duy đổi mới sẽ làm cho DN có thể cạnh tranh và phát triển bền vững bằng thông qua công nghệ sản xuất mới và tư duy lãnh đạo chuyên đổi.

Bốn là, năng lực quản trị tri thức có tác động trực tiếp đến kết quả kinh doanh. Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng năng lực quản trị tri thức tác động mạnh nhất đến kết quả kinh doanh thể hiện qua hệ số beta = 0,327. Điều này khẳng định rằng với

năng lực của các nhà quản trị thông qua việc tiếp thu, lưu trữ, chia sẻ và bảo hộ tri thức tốt sẽ làm tăng hiệu quả kinh doanh trong thị trường cạnh tranh hoàn hảo và khốc liệt như hiện nay.

Năm là, năng lực đổi mới tác động đến kết quả kinh doanh được thể hiện trong kết quả phân tích trên, cho thấy năng lực đổi mới có tác động trực tiếp đến kết quả kinh doanh thông qua hệ số $\beta = 0,161$, điều này chứng minh rằng các nhà quản trị cần đổi mới tư duy về chiến lược, sản phẩm, quy trình sản xuất, định hướng thị trường để từ đó tạo ra kết quả kinh doanh tốt hơn.

Sáu là, tác động gián tiếp của năng lực quản trị tri thức đến kết quả kinh doanh thông qua vai trò trung gian của năng lực đổi mới, với kết quả cho thấy ngoài tác động trực tiếp thì năng lực đổi mới còn đóng vai trò hỗ trợ năng lực quản trị tri thức để từ đó có thể tạo ra kết quả kinh doanh tốt hơn, điều này được thể hiện qua hệ số $\beta = 0,034$. Với kết quả trên cho thấy các nhà quản trị nên tập trung xem xét vai trò trung gian của năng lực đổi mới nhằm làm cho DN phát triển tốt và bền vững.

Bảy là, tác động gián tiếp của vốn xã hội đến kết quả kinh doanh thông qua vai trò trung gian của năng lực đổi mới, với kết quả cho thấy ngoài tác động trực tiếp thì năng lực đổi mới còn đóng vai trò hỗ trợ vốn xã hội để từ đó có thể tạo ra kết quả kinh doanh tốt hơn, điều đó được chứng minh qua hệ số $\beta = 0,027$. Với kết quả trên cho thấy các nhà quản trị nên tập trung xem xét vai trò trung gian của năng lực đổi mới nhằm làm cho DN nâng cao được hiệu quả kinh doanh của DN mình.

Tám là, qua kết quả phân tích đa nhóm cho thấy nhóm DN tư nhân có điều tiết hay chi phối đến các mối quan hệ cụ thể: năng lực quản trị tri thức đến năng lực đổi mới với trọng số hồi quy là 0,244 và vốn xã hội tác động đến năng lực đổi mới với trọng số hồi quy là 0,161; năng lực quản trị tri thức đến kết quả kinh doanh với trọng số hồi quy là 0,233; năng lực đổi mới đến kết quả kinh doanh với hệ số 0,184 và vốn xã hội tác động đến kết quả kinh doanh với hệ số là 0,09. Điều này cho thấy các DN tư nhân nên quan tâm đầu tư năng lực quản trị tri thức và tăng cường các mối quan hệ xã hội, bên cạnh đó các nhà lãnh đạo cần phải phát huy tư duy đổi mới nhiều hơn để công ty phát triển bền vững hơn trong bối cảnh hiện nay. Trong khi đó các nhà quản trị tại các DN cổ phần – Liên doanh thì chỉ mới quan tâm về mối quan hệ vốn xã hội đến năng lực đổi mới, vốn xã hội đến kết quả kinh doanh, năng lực quản trị tri thức đến kết quả kinh doanh còn các mối quan hệ khác các nhà quản trị tại các DN cổ phần – liên doanh

có quan tâm nhưng chưa sâu sắc. Vì vậy, để đạt được kết quả kinh doanh như mong đợi, các nhà quản trị DN ở công ty cổ phần – Liên doanh cũng nên tập trung vào các mối quan hệ năng lực quản trị tri thức đến năng lực đổi mới và năng lực động đến kết quả kinh doanh.

Chín là, qua kết quả phân tích đa nhóm cho thấy nhóm DN có quy mô dưới 30 nhân viên có điều tiết hay chi phối đến các mối quan hệ cụ thể: năng lực quản trị tri thức đến năng lực đổi mới với trọng số hồi quy là 0,250 và vốn xã hội tác động đến năng lực đổi mới với trọng số hồi quy là 0,164; năng lực quản trị tri thức đến kết quả kinh doanh với trọng số hồi quy là 0,240; năng lực đổi mới đến kết quả kinh doanh với hệ số 0,185 và vốn xã hội tác động đến kết quả kinh doanh với hệ số là 0,091. Điều này cho thấy các DN có quy mô dưới 30 nhân viên quan tâm đầu tư năng lực quản trị tri thức và tăng cường các mối quan hệ xã hội, bên cạnh đó các nhà lãnh đạo cần phải phát huy tư duy đổi mới nhiều hơn để công ty phát triển bền vững hơn trong bối cảnh hiện nay. Trong khi đó các nhà quản trị tại các DN có quy mô trên 30 nhân viên thì chỉ quan tâm về mối quan hệ vốn xã hội đến năng lực đổi mới, năng lực đổi mới đến kết quả kinh doanh và vốn xã hội đến kết quả kinh doanh. Còn các mối quan hệ khác các nhà quản trị tại các DN trên 30 nhân viên có quan tâm nhưng chưa sâu sắc và triệt để. Vì vậy, các nhà quản trị điều hành DN có quy mô trên 30 nhân viên nên quan tâm hơn nữa đến các mối quan hệ năng lực quản trị tri thức đến năng lực đổi mới và năng lực đổi mới đến kết quả kinh doanh nhiều hơn nữa.

Cuối cùng, qua phân tích đa nhóm cho thấy nhóm dn có thời gian hoạt động dưới 5 năm có điều tiết hay chi phối đến các mối quan hệ, cụ thể: năng lực quản trị tri thức đến năng lực đổi mới với trọng số hồi quy là 0,266, vốn xã hội tác động đến năng lực đổi mới với trọng số hồi quy là 0,155; năng lực quản trị tri thức đến kết quả kinh doanh với trọng số hồi quy là 0,271; năng lực đổi mới đến kết quả kinh doanh với hệ số 0,176 và vốn xã hội tác động đến kết quả kinh doanh với hệ số là 0,1104. Điều này cho thấy các DN có thời gian hoạt động dưới 5 năm quan tâm đầu tư năng lực quản trị tri thức và tăng cường các mối quan hệ xã hội, bên cạnh đó các nhà lãnh đạo cần phải phát huy tư duy, sáng tạo nhiều hơn để công ty phát triển bền vững hơn trong bối cảnh hiện nay. Ngược lại, các nhà quản trị tại các DN có thời gian hoạt động trên 5 năm thì chỉ quan tâm về mối quan hệ xã hội đến năng lực đổi mới, năng lực quản trị tri thức đến kết quả kinh doanh và vốn xã hội đến kết quả kinh doanh. Còn các mối quan hệ

khác các nhà quản trị tại các DN có thời gian hoạt động trên 5 năm có quan tâm nhưng chưa nhiều, chính vì vậy, để phát triển và cạnh tranh, các nhà quản trị điều hành doanh nghiệp có thời gian hoạt động trên 5 năm không nên ngủ quên trên chiến thắng mà cần phải tập trung hơn nữa trong các mối quan hệ năng lực quản trị tri thức đến năng lực đổi mới và năng lực đổi mới đến kết quả kinh doanh nhằm để doanh nghiệp phát triển bền vững và đạt được nhiều thị phần, thị trường mà DN đã KD trong thời gian dài vừa qua.

5.3. CÁC ĐÓNG GÓP CỦA LUẬN ÁN

5.3.1. Đóng góp của nghiên cứu về mặt lý thuyết

Đóng góp thứ 1: Qua tổng quan lý thuyết tác giả đã xác định được 4 thành phần của năng lực quản trị tri thức gồm “tiếp thu tri thức, lưu trữ tri thức, chia sẻ tri thức và bảo hộ tri thức” và vốn xã hội gồm 3 thành phần “vốn cấu trúc, vốn quan hệ và vốn nhận thức” và qua kiểm định thực tiễn trong lĩnh vực SX-KD Cửa tại TPHCM và một lần nữa đã khẳng định lại lý thuyết và xác nhận những thành phần của năng lực quản trị tri thức là hoàn toàn phù hợp và các thành phần của vốn xã hội cũng gồm 3 thành phần nêu trên

Đóng góp thứ 2: qua việc xác nhận được những thành phần của năng lực quản trị tri thức và vốn xã hội nêu trên và kiểm định trong lĩnh vực SX-KD cửa tại TPHCM và một lần nữa đã khám phá ra tác động gián tiếp và trực tiếp của các thành phần năng lực quản trị tri thức và vốn xã hội vào kết quả kinh doanh bị chi phối bởi trung gian của năng lực đổi mới mà trước đây hầu hết các nghiên cứu chỉ là kiểm định (test) ảnh hưởng của những thành phần năng lực quản trị tri thức và vốn xã hội nhưng chưa quan tâm đến tác động gián tiếp của các thành phần thuộc năng lực quản trị tri thức và vốn xã hội và đặc biệt trong lĩnh vực SX-KD Cửa thì quá hạn chế và đây là một đóng góp mới vào lý thuyết.

Đóng góp 3: Thang đo lường năng lực đổi mới trong nghiên cứu này căn cứ theo thang đo đơn hướng và thang đo đa hướng (đổi mới quy trình, đổi mới marketing, đổi mới sản phẩm và đổi mới nhận thức) và qua đối sánh tác giả sàng lọc những điểm chung và từ đó chọn ra những biến quan sát tương đồng với nhau về mặt ý nghĩa và đặc biệt thang đo này được ứng dụng trong lĩnh vực SX-KD Cửa và cụ thể thang đo năng lực đổi mới mới gồm 13 biến quan sát trong mô hình nghiên cứu của tác giả và

đây cũng là một đóng góp mới vào lý thuyết mà trước đây các nghiên cứu khác ít quan tâm và chưa có sự đối sánh như nghiên cứu này của tác giả.

Đóng góp 4: Nghiên cứu cũng đóng góp thêm về các hướng tác động trực tiếp và gián tiếp và ứng dụng trong lĩnh vực SX-KD Cửa và mô hình của tác giả là một bậc 2 gồm 2 nhân tố có các yếu tố thành phần bên trong; cụ thể năng lực quản trị tri thức gồm 4 thành phần (như đã nêu trên) và vốn xã hội gồm 3 thành phần (đã nêu trên) và qua kiểm định tất cả các thành phần thuộc năng lực quản trị tri thức và vốn xã hội đều có tác động trực tiếp và gián tiếp đến kết quả kinh doanh thông qua vai trò trung gian năng lực đổi mới và đây là điểm mới đóng góp về mặt lý thuyết.

5.3.2. Đóng góp của nghiên cứu về mặt thực tiễn

Nghiên cứu là tài liệu tham khảo áp dụng trong lĩnh vực SX-KD Cửa tại TPHCM và đặc biệt trong đó các nhà quản trị trong lĩnh vực này nên quan tâm đầu tư vào:

Quan tâm đến năng lực quản trị tri thức cụ thể là: tiếp thu kiến thức từ các ngành liên quan đến ngành cửa cụ thể là các công nghệ vật liệu mới và đặc biệt trong bối cảnh công nghiệp 4.0 thì các nhà quản trị cần quan tâm hơn đến các công nghệ mới phục vụ hỗ trợ cho hoạt động SX-KD trong ngành Cửa. Chia sẻ kiến thức cũng hết sức quan trọng vì khi đã am hiểu hết các công nghệ vật liệu, quy trình sản xuất thì nhà quản trị nên chia sẻ những thông tin này cho tất cả các cán bộ công nhân viên và các hiệp hội ngành nghề liên quan đến hoạt động SX-KD trong ngành Cửa nhằm tăng tính cạnh tranh so với các DN và các tập đoàn đến từ các DN có vốn đầu tư nước ngoài. Đồng thời các DN nên xây dựng các rào cản bảo hộ các phát minh sáng kiến, tri thức để tăng tính cạnh tranh và mang lại hiệu quả kinh doanh tốt hơn.

Quan tâm đến vốn xã hội và cụ thể là các mối quan hệ xã hội để từ đó tìm kiếm cơ hội thông tin về đầu tư và tạo ra mạng lưới quan hệ khách hàng rộng rãi để tăng kết quả kinh doanh cho DN của mình và ra cũng nên chọn lọc những mối quan hệ phù hợp nhằm tránh lãng phí thời gian và tài chính của DN của mình.

Quan tâm đến năng lực đổi mới cụ thể là đổi mới sản phẩm, đổi mới quy trình, đổi mới marketing, đổi mới nhận thức để các DN trong ngành này tăng tính cạnh tranh của mình so với các DN nước ngoài. Đặc biệt là vai trò của các nhà lãnh đạo, cần đổi mới tư duy nhận thức trong thị trường cạnh tranh khốc liệt mà điển hình là mùa dịch covid 19 và trong bối cảnh hội nhập toàn cầu thì cần quan tâm đến các năng lực động

hướng đến đào tạo và khai thác nguồn nhân lực chất lượng cao nhằm mang lại hiệu quả kinh doanh tốt hơn cho DN.

Đặc biệt là cách tiếp cận qua mối quan hệ trung gian cũng không kém phần quan trọng trong các mối quan hệ đối tác, chính vì vậy các DN cần chú trọng các mối quan hệ trung gian (các nhà thầu, các kiến trúc sư, kỹ sư xây dựng và hiệp hội ngành nghề trong mạng lưới)

Các DN cổ phần – liên doanh cần quan tâm đến mối quan hệ giữa năng lực quản trị tri thức và năng lực đổi mới, năng lực động và kết quả kinh doanh nhằm tăng thêm các lợi thế cạnh tranh và hiệu quả kinh doanh của DN mình

Những DN có quy mô lớn (trên 30 nhân viên), nên tập trung xây dựng các mối quan hệ năng lực quản trị tri thức đến năng lực đổi mới, năng lực đổi mới đến kết quả kinh doanh nhiều hơn nữa, để cho doanh nghiệp có những cạnh tranh khác biệt mà các DN khác không có (*sản phẩm mang tính VRIN*). Từ đó có thể sản phẩm của DN mang tính độc quyền trên thị trường.

Và cuối cùng, những DN có thời hoạt động trong lĩnh vực này có thâm niên trên 5 năm hoạt động nên tập trung đầu tư, xây dựng, nghiên cứu giữa các mối quan hệ năng lực quản trị tri thức đến năng lực đổi mới và năng lực đổi mới đến kết quả kinh doanh nhằm để doanh nghiệp phát triển bền vững và đạt được nhiều thị phần, thị trường mà DN đã KD trong thời gian dài của DN mình.

5.4. HẠN CHẾ VÀ HƯỚNG NGHIÊN CỨU TIẾP THEO

5.4.1. Hạn chế của nghiên cứu

Nghiên cứu này có những mặt hạn chế cần được giải quyết. Nghiên cứu này tập trung vào ba khía cạnh bối cảnh quan trọng ảnh hưởng đến sự thành công của công ty (ví dụ: Khả năng quản trị tri thức, vốn xã hội và năng lực đổi mới có thể là một hạn chế có thể có đối với nghiên cứu này. Nghiên cứu trong tương lai có thể xác định xem các yếu tố bổ sung có tác động đến hiệu suất khác (tài chính, thị trường, tiếp thị...) của tổ chức hay không. Thứ hai, do hạn chế về thời gian, mỗi DN mục tiêu được đại diện bởi một người trả lời duy nhất trong nghiên cứu này. Các nhà nghiên cứu thường tìm kiếm dữ liệu phản hồi từ những người cung cấp thông tin trong các công ty khi nghiên cứu các hiện tượng của tổ chức. Sử dụng một số người cung cấp thông tin từ cùng một công ty sẽ nâng cao chất lượng dữ liệu và tìm kiếm tính hợp lệ. Trong tương lai, các nỗ lực cần được thực hiện để thăm dò ý kiến của nhiều người cung cấp thông tin từ

mỗi tổ chức trả lời. Thứ ba, nghiên cứu này chỉ tập trung vào mối liên hệ giữa các biến độc lập và phụ thuộc, cũng như các kiểm định hòa giải. Các mối quan hệ giữa các biến độc lập và các tác động điều tiết tiềm năng (ví dụ, khả năng đổi mới có thể tác động đến tác động của khả năng quản trị tri thức đối với thành công của DN không được kiểm tra trong nghiên cứu này.

Sản xuất Cửa là một trong những ngành sản xuất – kinh doanh thuộc các doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Việt Nam. Hiện nay chưa có các số liệu thống kê chi tiết cụ thể về lĩnh vực ngành sản xuất kinh doanh cửa, các doanh nghiệp còn sản xuất đơn lẻ, chưa xây dựng hệ thống quản lý, tiêu chuẩn đo lường chất lượng cho lĩnh vực này. Vì vậy tác giả đã liên hệ các cơ quan quản lý như sở khoa học công nghệ TPHCM, Cục thống kê và các hiệp hội ngành nghề tại TPHCM nhưng vẫn không có số liệu thống kê về chuyên ngành này và qua đó tác giả xin đề xuất đây là hạn chế của luận án. Chính vì vậy, tác giả kính xin hội đồng cho phép em đưa vấn đề này vào hạn chế của đề tài.

5.4.2. Hướng nghiên cứu tiếp theo

Với những mặc hạn chế vừa trình bày trên, tác giả đề xuất hướng nghiên cứu tiếp theo như sau:

Nghiên cứu trong tương lai có thể điều tra nhiều yếu tố và mối liên kết khác nhau cùng một lúc. Mẫu chỉ được lấy từ các Giám đốc điều hành Việt Nam của các công ty SX-KD Cửa ở TPHCM. Do đó, mô hình nghiên cứu cần được xác nhận thêm bằng cách sử dụng các mẫu từ các tỉnh khác, vì kết quả có thể bị ảnh hưởng bởi sự khác biệt văn hóa giữa các vùng miền Bắc, Nam và miền Trung của Việt Nam và cần phải thử nghiệm nhiều hơn nữa.

Bộ thang đo, nên tìm kiếm các mô hình thành công hơn như của Gable và cộng sự, (2003) có nhiều thành phần tác động vào kết quả kinh doanh của DN. Vì vậy, những nghiên cứu nên tìm kiếm nhiều thang đo lường hơn cho phù hợp với thị trường và văn hóa của người Việt Nam.

Về mô hình và những giả thuyết nghiên cứu: xây dựng mô hình hiệu quả toàn diện hơn mô hình này, bằng cách nghiên cứu bổ sung thêm các biến độc lập, trung gian, giám sát như CSR, tài chính, công nghệ thông tin nhằm làm rõ hơn kết quả của nghiên cứu.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

A. Tài liệu tiếng Việt

1. Nguyễn Tuấn Anh (2011). Vốn xã hội và sự cần thiết nghiên cứu vốn xã hội ở nông thôn Việt Nam hiện nay, *Hội Thảo Quốc Tế Đóng Góp Của Khoa Học Xã Hội – Nhân Văn Trong Phát Triển Kinh Tế - Xã Hội*, trang 557–565.
2. Nguyễn Văn Duy, Phạm Văn Hùng (2017). Phân tích tác động của các nhân tố đến hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp nhỏ và vừa Tỉnh Bình Dương, *Tạp Chí Khoa Học Nông Nghiệp Việt Nam*, 15(2), trang 262–269.
3. Phạm Hùng Đức (2020). *Ảnh hưởng của thực tiễn quản trị nguồn nhân lực đến lợi thế cạnh tranh và kết quả kinh doanh của doanh nghiệp: nghiên cứu trường hợp các VNPT địa bàn tỉnh, Thành phố*. Luận án tiến sĩ, Đại học Kinh Tế TP.HCM.
4. Hà Nam Khánh Giao, Bùi Nhất Vương (2019). *Giáo trình Cao học Phương pháp Nghiên cứu Khoa học trong Kinh doanh- cập nhật SmartPLS*. Nhà Xuất Bản Tài Chính.
5. Nguyễn Thanh Hùng (2017). Mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội, cam kết tổ chức và kết quả hoạt động kinh doanh: Trường hợp các doanh nghiệp chế biến thực phẩm Việt Nam, *Nghiên cứu Kinh tế*, 11(474), trang 40–51.
6. Nguyễn Thị Việt Ngọc (2018). Nghiên cứu ảnh hưởng hoạt động logistics đến hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty cổ phần sữa TH, *Tạp Chí Công Thương*, (2), trang 204–211.
7. Lê Thị Mỹ Nương (2020). *Các nhân tố ảnh hưởng đến thực hiện kế toán quản trị chiến lược và sự tác động đến thành quả hoạt động của các doanh nghiệp sản xuất Việt Nam*. Luận án Tiến Sĩ, Đại học Kinh Tế TPHCM.
8. Lê Hoàng Oanh (2020). Mối quan hệ giữa chiến lược kinh doanh, định hướng khách hàng, hệ thống đo lường hiệu quả kinh doanh và ảnh hưởng tới hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp sản xuất Việt Nam, *Tạp chí Kế toán & Kiểm toán*, (3), trang 61–69.
9. Nguyễn Thị Quý (2020). Vốn xã hội và hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp: Trường hợp các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam, *Tạp Chí Nghiên Cứu Tài Chính-Marketing*, (55), trang 37–48.
10. Nguyễn Duy Thành (2021). *Mối quan hệ giữa hệ thống quản trị nguồn nhân lực*

kết quả cao, đổi mới và kết quả hoạt động của các doanh nghiệp tại Việt Nam. Luận án Tiến Sĩ, Đại học Kinh Tế Quốc Dân.

11. Hoàng Tùng (2016). Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp dầu khí ở Việt Nam, *Tạp Chí Khoa Học và Công Nghệ Việt Nam*, 11(12), trang 26–32.
12. Phạm Anh Tuấn, Phạm Quốc Trung (2021). Mối quan hệ giữa quản lý tri thức, đổi mới, và hiệu quả tổ chức: Nghiên cứu thực nghiệm tại các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam. *Tạp Chí Khoa Học Đại Học Mở Thành Phố Hồ Chí Minh - Kinh Tế Và Quản Trị Kinh Doanh*, 16(2), trang 45–61.

B. Tiếng Anh

13. Aarinola, O. (2021). The Influence of Knowledge Management on Organisational Performance of Lagos Electricity Distribution Company, Nigeria Ale, Olatide Aarinola, *Journal of International Economics*, 12(2), 27–53.
14. Adler, P. S., & Kwon, S. W. (2002). Social capital: Prospects for a new concept, *In Academy of Management Review*, 27(1), 17–40.
15. Agyapong, F. O., Agyapong, A., & Poku, K. (2017). Nexus between social capital and performance of micro and small firms in an emerging economy: The mediating role of innovation, *Cogent Business and Management*, 4(1), 1–20.
16. Ahmed, U., Khalid, N., Ahmed, A., & Shah, M. H. (2017). Assessing Moderation of Employee Engagement on the Relationship between Work Discretion, Job Clarity and Business Performance in the Banking Sector of Pakistan, *Asian Economic and Financial Review*, 7(12), 1197–1210.
17. Aidoo, S. O., Agyapong, A., & Mensah, H. K. (2020). Social capital and performance of SMEs: The role of entrepreneurial orientation and managerial capability, *Africa Journal of Management*, 6(4), 377–406.
18. Andjarwati, T. (2020). Impact of innovation capabilities on firm performance of pharmaceutical industry in Indonesia, *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(1), 244–253.
19. Ar, I. M., & Baki, B. (2011). Antecedents and performance impacts of product versus process innovation: Empirical evidence from SMEs located in Turkish

- science and technology parks, *European Journal of Innovation Management*, 14(2), 172–206.
20. Bahta, D., Yun, J., Islam, M. R., & Bikanyi, K. J. (2020). How does CSR enhance the financial performance of SMEs? The mediating role of firm reputation, *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 0(0), 1–24
 21. Bañales, D. L. G., & Andrade, H. P. B. (2011). Exploring Business Competitiveness in High technology Sectors An Empirical Analysis of the Mexican Software Industry, *Journal of Information Systems and Technology Management*, 8(2), 269–290.
 22. Barney, J. B., & Clark, D. N. (2007). *Resource Based Theory: creating and sustaining competitive advantage*. Oxford University Press.
 23. Bharadwaj, S. S., Chauhan, S., & Raman, A. (2015). Impact of Knowledge Management Capabilities on Knowledge Management Effectiveness in Indian Organizations, *The Journal for Decision Makers*, 40(4), 421–434.
 24. Biloslavo, R. (2005). Use of the knowledge management framework as a tool for innovation capability audit, *International Journal of Innovation and Learning*, 2(4), 402–424.
 25. Bolaji Bello, O., & Olarewaju Adeoye, A. (2018). Organizational learning, organizational innovation and organizational performance: Empirical evidence among selected manufacturing companies in Lagos metropolis, Nigeria, *Journal of Economics and Management* 33, 25–38
 26. Bonfim, L. R. C., Segatto, A. P., & Segatto, A. P. (2018). Social capital dimensions, innovation, and technology in europe: a case-studies meta-synthesis, *International Journal of Innovation*, 6(3), 232–255.
 27. Boucher, M. B., & Pesqueux, Y. (2005). *Stakeholder theory: A European Perspective*. Palgrave Macmillan.
 28. Bryman, A. (2004). Qualitative research on leadership: A critical but appreciative review, *Leadership Quarterly* 15(6), 729–769.
 29. Bykova, A., & Jardon, C. M. (2018). The mediation role of companies' dynamic capabilities for business performance excellence: Insights from foreign direct investments. the case of transitional partnership, *Knowledge Management Research and Practice*, 16(1), 144–159.

30. Byukusenge, E., & Munene, J. C. (2016). Knowledge Management and Business Performance: Mediating Effect of Innovation, *Journal of Business and Management Sciences*, 4(4), 82–92.
31. Byukusenge, E., & Munene, J. C. (2017). Knowledge management and business performance: Does innovation matter?, *Cogent Business and Management*, 4(1), 1–34.
32. Carey, S., Lawson, B., & Krause, D. R. (2011). Social capital configuration, legal bonds and performance in buyer-supplier relationships, *Journal of Operations Management*, 29(4), 277–288
33. Carmeli, A., & Tishler, A. (2004). The relationships between intangible organizational elements and organizational performance, *Strategic Management Journal*, 25(13), 1257–1278.
34. Chen McCain, S. L., Lolli, J. C., Liu, E., & Jen, E. (2019). The relationship between casino corporate social responsibility and casino customer loyalty, *Tourism Economics*, 25(4), 569–592.
35. Chen, M. H., Wang, H. Y., & Wang, M. C. (2018). Knowledge sharing, social capital, and financial performance: The perspectives of innovation strategy in technological clusters, *Knowledge Management Research and Practice*, 16(1), 89–104.
36. Chib, K. S., & Sehgal, G. (2019). A Conceptual Framework for Measuring Organizational Performance Through Knowledge Managements' SECI Model: A Mediating Role of Innovation, *International Journal of Knowledge Management and Practices*, 7(1), 55–70.
37. Chisholm, A. M., & Nielsen, K. (2015). International Studies of Management & Organization Social Capital and the Resource-Based View of the Firm Social Capital and the Resource-Based View of the Firm, *International Studies of Management & Organization*, 39(2), 7–32.
38. Chowdhury, M., Prayag, G., Orchiston, C., & Spector, S. (2018). Postdisaster Social Capital, Adaptive Resilience and Business Performance of Tourism Organizations in Christchurch, New Zealand, *Journal of Travel Research*, 58 (7), 1209–1226.

39. Chowdhury, M., Prayag, G., Orchiston, C., & Spector, S. (2019). Postdisaster Social Capital, Adaptive Resilience and Business Performance of Tourism Organizations in Christchurch, New Zealand, *Journal of Travel Research*, 58(7), 1209–1226.
40. Coleman, J. S. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital, *The American Journal of Sociology*, 94: 95–120.
41. Conesa, I. M., Acosta, P. S., & Carayannis, E. G. (2017). On the path towards open innovation: assessing the role of knowledge management capability and environmental dynamism in SMEs, *Journal of Knowledge Management*, 21(3), 553–570
42. Correia, R. J., Dias, J. G., & Teixeira, M. S. (2020). Dynamic capabilities and competitive advantages as mediator variables between market orientation and business performance, *Journal of Strategy and Management*, 14(2), 187–206.
43. Correia, R. J., Dias, J. G., & Teixeira, M. S. (2021). Dynamic capabilities and competitive advantages as mediator variables between market orientation and business performance, *Journal of Strategy and Management*, 14(2), 187–206.
44. Dar, I. A., & Mishra, M. (2020). Dimensional Impact of Social Capital on Financial Performance of SMEs, *Journal of Entrepreneurship*, 29(1), 38–52.
45. Dastourian, B., Kawamorita Kesim, H., Seyyed Amiri, N., & Moradi, S. (2017). Women entrepreneurship: effect of social capital, innovation and market knowledge, *Administer*, june, 115–130.
46. Demirbag, M., Koh, S. C. L., Tatoglu, E., & Zaim, S. (2006). TQM and market orientation's impact on SMEs' performance, *Industrial Management and Data Systems*, 106(8), 1206–1228.
47. Demirel, A. (2020). CSR in sport sponsorship consumers' perceptions of a sponsoring brand's CSR, *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 21(2), 371–388.
48. Dewi, R. S. (2019). The role of adaptive ability in firm performance: Moderating effect of firm size and age, *Asian Economic and Financial Review*, 9(7), 807–823.

49. Dzenopoljac, V., et al. (2018). Impact of knowledge management processes on business performance: Evidence from Kuwait, *Knowledge and Process Management*, 25(2), 77–87.
50. Dzenopoljac, V., et al. (2018). Impact of knowledge management processes on business performance: Evidence from Kuwait, *Knowledge and Process Management*, 25(2), 1–11.
51. Easmon, R. B., et al. (2019). Social capital and export performance of SMEs in Ghana: the role of firm capabilities, *African Journal of Economic and Management Studies*, 10(3), 262–285.
52. Eisenhardt, K. M., & Martin, J. A. (2000). Dynamic Capabilities: What are They?, *Strategic Management Journal*, 21(10), 1105–1121
53. Ferguson, P., & Senie, D. (2000). Network Ingress Filtering: Defeating Denial of Service Attacks which employ IP Source Address Spoofing. In Request for Comments (pp. 1–10).
54. Gable, G., Sedera, D., & Chan, T. (2003). Enterprise systems success: a measurement model, *Twenty-Fourth International Conference on Information Systems*, (2000), 576–591.
55. Gharakhani, D., & Mousakhani, M. (2012). Knowledge management capabilities and SMEs' organizational performance, *Journal of Chinese Entrepreneurship*, 4(1), 35–49.
56. González Bañales, D. L., & Bermeo Andrade, H. P. (2011). Exploring Business Competitiveness in High technology Sectors An Empirical Analysis of the Mexican Software Industry, *JISTEM Journal of Information Systems and Technology Management*, 8(2), 269–290.
57. Guliyeva, A., Rzayeva, U., & Abdulova, A. (2020). Impact of information technologies on hr effectiveness: A case of Azerbaijan, *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 11(2), 81–89.
58. Guzman, G. M., Castro, S. Y. P., & Torres, G. C. L. (2016). Corporate Social Responsibility and Business Performance: The Role of Mexican SMEs, *International Journal of Asian Social Science*, 6(10), 568–579.

59. Guzmán, G. M., Reyes, J. A. G., Castro, S. Y. P., & Kumar, V. (2019). Innovation capabilities and performance: are they truly linked in SMEs?, *International Journal of Innovation Science*, *11*(1), 48–62.
60. Ha, M. T. (2021). Social capital and firm operational performance: The mediating roles of knowledge sharing, *Cogent Business and Management*, *8*(1), 1–18.
61. Habaragoda, B. S. (2018). Corporate Social Responsibility (Csr) and Firm Performance: Impact of Internal and External Csr on Financial Performance, *International Journal of Information, Business and Management*, *10*(3), 156–170.
62. Habib, A., & Bao, Y. (2019). Impact of knowledge management capability and green supply chain management practices on firm performance, *International Journal of Research in Business and Social Science*, *8*(6), 240–255.
63. Hadi, N. U., Abdullah, N., & Sajilan, S. (2015). Conceptual framework of factors affecting SMEs manufacturing business performance, *Review of Integrative Business and Economics Research*, *4*(3), 250–258.
64. Hanaysha, J. R. (2017). Impact of Social Media Marketing, Price Promotion, and Corporate Social Responsibility on Customer Satisfaction, *Jindal Journal of Business Research*, *6*(2), 132–145.
65. Haseeb, M., et al. (2019). Role of social and technological challenges in achieving a sustainable competitive advantage and sustainable business performance, *Sustainability*, *11*(14), 1–23.
66. Häuberer, J. (1959). *Social Capital Theory: Towards a Methodological Foundation*. Springer.
67. Hidayat, R., Akhmad, S., & Mu'alim. (2015). Effects of environmental factors on corporate strategy and performance of manufacturing industries in Indonesia, *Journal of Industrial Engineering and Management*, *8*(3), 763–782.
68. Ho, T. C. F., Ahmad, N. H., & Ramayah, T. (2016). Competitive Capabilities and Business Performance among Manufacturing SMEs: Evidence from an Emerging Economy, Malaysia, *Journal of Asia-Pacific Business*, *17*(1), 37–58.
69. Hongyun, T., et al. (2019). Effect of Social Capital on Firm Performance: the

Role of Entrepreneurial Orientation and Dynamic Capability, *International Review of Management and Marketing*.

70. Hou, J. J., & Chien, Y. T. (2010). The effect of market knowledge management competence on business performance: A dynamic capabilities perspective, In *International Journal of Electronic Business Management*, 8(2), 96–109.
71. Hsu, Y. L. (2019). The Study of Total Quality Management on Business Performance in Tourist Hotels in Taiwan, *International Journal of Organizational Innovation*, 12(1), 305–338.
72. Huang, C. F., & Lien, H. C. (2012). An empirical analysis of the influences of corporate social responsibility on organizational performance of Taiwan's construction industry: Using corporate image as a mediator, *Construction Management and Economics*, 30(4), 263–275.
73. Huang, T. T. A., Stewart, R. A., & Chen, L. (2010). Identifying key enablers to improve business performance in Taiwanese electronic manufacturing companies, *International Journal of Operations & Production Management*, 30(2), 155–180.
74. Imran, A., Bashir, S., Shah, S. A., Wasai, S., & Umairsami, S. (2012). Impact of strategic human resource management practices on organizational performance, *Journal of Law and Society*, 42(59), 111–132
75. Inglis, R., Morley, C., & Sammut, P. (2006). Corporate reputation and organisational performance: An Australian study, *Managerial Auditing Journal*, 21(9), 934–947.
76. Juárez, L. E. V., Lema, D. G. P. de, & Guzmán, G. M. (2016). Management of Knowledge, Innovation and Performance in SMEs, *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 11, 141–176.
77. Jyoti, J., & Sharma, J. (2012). Impact of Market Orientation on Business Performance: Role of Employee Satisfaction and Customer Satisfaction, *Vision: The Journal of Business Perspective*, 16(4), 297–313.
78. Kafetzopoulos, D., & Psomas, E. (2015). The impact of innovation capability on the performance of manufacturing companies the Greek case, *Journal of Manufacturing Technology Management*, 26(1), 104–130.

79. Kang, J. W., & Namkung, Y. (2018). The Effect of Corporate Social Responsibility on Brand Equity and the Moderating Role of Ethical Consumerism: The Case of Starbucks, *Journal of Hospitality and Tourism Research*, *42*(7), 1130–1151.
80. Kashif, M., Corresponding, I., & Ilyas, M. (2017). Achieving Organizational Performance through Knowledge Management Capabilities: Mediating Role of Organizational Learning, *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, *11*(1), 105–124.
81. Kavalić, M., Nikolić, M., Stanisavljev, S., Đorđević, D., Pečujlija, M., & Stojanović, T. (2021). Knowledge management and financial performance in transitional economies: The case of serbian enterprises, *Journal of Business Economics and Management*, *22*(6), 1436–1455.
82. Khan, H. R., Ali, M., Olya, H. G. T., Zulqarnain, M., & Khan, Z. R. (2018). Transformational leadership, corporate social responsibility, organizational innovation, and organizational performance: Symmetrical and asymmetrical analytical approaches, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, *25*(6), 1–12.
83. Khan, S. Z., Yang, Q., & Waheed, A. (2019). Investment in intangible resources and capabilities spurs sustainable competitive advantage and firm performance, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, *26*(2), 285–295.
84. Kim, H. K., & Lee, C. W. (2021). Relationships among Healthcare Digitalization, Social Capital, and Supply Chain Performance in the Healthcare Manufacturing Industry, *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *18*, 1–13.
85. Kumar, R., Singh, K., & Jain, S. K. (2020). An empirical exploration of Agile manufacturing for enhanced business performance in Indian manufacturing industry, *World Journal of Science, Technology and Sustainable Development*, *17*(1), 90–111.
86. Lado, A. A., Paulraj, A., & Chen, I. J. (2012). Customer focus, supply-chain relational capabilities and performance: Evidence from US manufacturing industries, *International Journal of Logistics Management*, *22*(2), 202–221.

87. Ledon, R. A., Garcia, D. E. L., Vega, P. G., & Perez, B. E. (2018). A meta-analytic study of the impact of Lean Production on business performance, *International Journal of Production Economics*, 200, 83–102.
88. Lee, C. P., Lee, G. G., & Lin, H. F. (2007). The role of organizational capabilities in successful e-business implementation, *Business Process Management Journal*, 13(5), 677–693.
89. Lee, F. H., Lee, T. Z., & Wu, W. Y. (2010). The relationship between human resource management practices, business strategy and firm performance: Evidence from steel industry in Taiwan, *International Journal of Human Resource Management*, 21(9), 1351–1372.
90. Lee, S. M., Kim, S. T., & Choi, D. (2012). Green supply chain management and organizational performance, *Industrial Management & Data Systems*, 112(8), 1148–1180.
91. Li, Q., & Chen, Y. (2011). An investigation of innovation capability in small and medium-sized enterprises of China, *Applied Mechanics and Materials*, 58–60, 66–72
92. Liang, T. P., You, J. J., & Liu, C. C. (2010). A resource-based perspective on information technology and firm performance: A meta analysis, *Industrial Management and Data Systems*, 110(8), 1138–1158.
93. Lin, H. F. (2013). 55 The effects of knowledge management capabilities and partnership attributes on the stage- based e- business diffusion, *Internet Research*, 23(4), 439–464.
94. Lin, N. (1999). Building a Network Theory of Social Capital, *Connections*, 22(1), 28–51.
95. Lin, R. J., Chen, R. H., & Chiu, K. K. S. (2010). Customer relationship management and innovation capability: An empirical study, *Industrial Management and Data Systems*, 110(1), 111–133.
96. Liu, H., Ke, W., Wei, K. K., & Hua, Z. (2013). Effects of supply chain integration and market orientation on firm performance: Evidence from China, *International Journal of Operations and Production Management*, 33(3), 322–346.

97. Liu, P. Lo, & Tsai, C. H. (2007). Research on the Effects of Knowledge Management Capabilities and Knowledge Sharing Mechanisms on New Product Development Performance in Taiwan's High- tech Industries, *Asian Journal on Quality*, 8(2), 82–100.
98. Liu, X., Zhao, X., & Zhao, H. (2018). Absorptive capacity and business performance: The mediating effects of innovation and mass customization, *Industrial Management and Data Systems*, 118(9), 1787–1803.
99. Long, H. C. (2014). The Impact of Market Orientation and Corporate Social Social responsibility on Firm Performance, *The Indian Economic Journal*, 62(2), 936–951.
100. Lu, C. S., Lin, C. C., & Tu, C. J. (2009). Corporate social responsibility and organisational performance in container shipping, *International Journal of Logistics Research and Applications*, 12(2), 119–132.
101. Luo, X., Griffith, D. A., Liu, S. S., & Shi, Y. Z. (2004). The effects of customer relationships and social capital on firm performance: A chinese business illustration, *Journal of International Marketing*, 12(4), 25–45.
102. Lynch, R. (2015). *Strategic management: Seventh edition*. Pearson.
103. Lyu, T., & Ji, X. (2020). A meta-analysis on the impact of social capital on firm performance in China's transition economy, *Sustainability (Switzerland)*, 12(7), 1–19.
104. Mahajan, A., & Benson, P. (2013). Organisational justice climate, social capital and firm performance, *Journal of Management Development*, 32(7), 721–736.
105. Mahmood, S., Qadeer, F., & Ahmad, A. (2015). The Role of Organizational Learning in Understanding Relationship between Total Quality Management and Organizational Performance, *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 9(1), 282–302.
106. McCain, S. L. C., Lolli, J. C., Liu, E., & Jen, E. (2019). The relationship between casino corporate social responsibility and casino customer loyalty, *Tourism Economics*, 25(4), 569–592.
107. Mehra, S., Joyal, A. D., & Rhee, M. (2011). On adopting quality orientation as an operations philosophy to improve business performance in banking

- services, *International Journal of Quality and Reliability Management*, 28(9), 951–968.
108. Mgeni, T. O., & Nayak, P. (2015). Impacts of Entrepreneurial Leadership Style on Business Performance of Female owned SMEs in Dar es salaam, Tanzania, *Journal of Entrepreneurship & Management*, 4(2), 40–50.
 109. Migdadi, M. M. (2022). Knowledge management processes, innovation capability and organizational performance, *International Journal of Productivity and Performance Management*, 71(1), 182–210.
 110. Migdadi, M. M., Zaid, M. K. S. A., Hujran, O. S. Al, & Aloudat, A. M. (2016). An empirical assessment of the antecedents of electronic-business implementation and the resulting organizational performance, *Internet Research*, 26(3), 661–688.
 111. Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social Capital, Intellectual capital and the organization advantage, *The Academy of Management Review*, 23(2), 242–266.
 112. Ngah, R., Tai, T., & Bontis, N. (2016). Knowledge Management Capabilities and Organizational Performance in Roads and Transport Authority of Dubai: The mediating role of Learning Organization, *Knowledge and Process Management*, 23(3), 184–193.
 113. Ngatno, & Dewi, R. S. (2019). The role of adaptive ability in firm performance: Moderating effect of firm size and age, *Asian Economic and Financial Review*, 9(7), 807–823.
 114. Ngo, Q. H. (2021). The impact of market orientation on small businesses' performance in vietnam: The mediating effects of the management accounting system, *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 9(3), 59–72.
 115. Nguyen, N. T. D., & Aoyama, A. (2014). Impact of Corporate Culture on the Relationship between Efficient Technology Transfer and Business Performance, *Global Business Review*, 15(4), 637–661.
 116. Nguyen, T. D., & Nguyen, T. T. M. (2011). The WTO, marketing and innovativeness capabilities of Vietnamese firms, *Management Research Review*, 34(6), 712–726.

117. Nicolaou, A. I., Ibrahim, M., & Van Heck, E. (2013). Information quality, trust, and risk perceptions in electronic data exchanges, *Decision Support Systems*, 54(2), 986–996.
118. Nielsen, K., & Chisholm, A. M. (2009). Social capital and the resource-based view of the firm, *International Studies of Management and Organization*, 39(2), 7–32.
119. Oh, S. Y., & Kuchinke, K. P. (2017). Exploring the role of organizational learning activities in the quality management context, *Leadership and Organization Development Journal*, 38(3), 380–397.
120. Olavarrieta, S., & Friedmann, R. (1999). Market-oriented culture, knowledge-related resources, reputational assets and superior performance: a conceptual framework, *Journal of Strategic Marketing*, 7(4), 215–228.
121. Ozgun, A. H., Tarim, M., Delen, D., & Zaim, S. (2022). Social capital and organizational performance: The mediating role of innovation activities and intellectual capital, *Healthcare Analytics*, 2, 1–12.
122. Parnell, J. A. (2014). *Strategic Management: theory and practice*. Sage Publication Ltd.
123. Parzefall, M. R., & Kuppelwieser, V. G. (2012). Understanding the antecedents, the outcomes and the mediating role of social capital: An employee perspective, *Human Relations*, 65(4), 447–472.
124. Pattnaik, S. C., & Sahoo, R. (2020). Human Resource Practices as Predictors of Organizational Performance: A Structural Equation Modeling Approach, *Global Business Review*, 21(4), 1087–1112.
125. Penrose, E. (2009). The Theory of the Growth of the Firm. In *The Challenge to European Industrial Policy*. Oxford University Press Inc., New York.
126. Petis, P., D, I., & Klampis, P. (2016). the Mediating Role of Knowledge Transfer in the Relationship Between Cognitive Dimension of Social Capital and Innovation, *International Journal of Management Research & Review*, 2, 198–205
127. Petreson, roberbt A. (1994). A Meta-analysis of Cronbach’s Coefficient Alpha, *Journal of consumer research*, 21, 381–391.

128. Ping, C. H., & Kassim, K. A. A. (2019). Human Resource Management Practices and Their Impact on Construction Organizational Performance, *Global Business and Management Research: An International Journal*, 11(1), 392–406
129. Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations: With a new introduction*. The Free Press.
130. Portes, A. (1998). Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology, *Annual Review of Sociology*, 24(1): 1–24.
131. Prado, J. C. A., Severiche, A. K. R., & Mendoza, A. A. T. (2020). Conditions of knowledge management, innovation capability and firm performance in Colombian NTBFs: A measurement scale, *Vine Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 51(2), 218–235.
132. Pratono, A. H., Saputra, R. S., & Pudjibudojo, J. K. (2016). The social capital and firm performance: Evident from Indonesia small businesses, *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6(7), 47–50.
133. Qu, R. (2014). Market Orientation and Organizational Performance Linkage in Chinese Hotels: The Mediating Roles of Corporate Social Responsibility and Customer Satisfaction, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19(12), 1399–1416.
134. Raghuvanshi, J., Agrawal, R., & Ghosh, P. K. (2019). Measuring the innovation capability of micro enterprises in India: Construct development and validation, *Benchmarking*, 26(5), 1405–1430.
135. Randhawa, J. S., & Ahuja, I. S. (2016). Evaluating impact of 5S implementation on business performance, *International Journal of Productivity and Performance Management*, 66(7), 948–978.
136. Raza, A., Rather, R. A., Iqbal, M. K., & Bhutta, U. S. (2020). An assessment of corporate social responsibility on customer company identification and loyalty in banking industry: a PLS-SEM analysis, *Management Research Review*, 43(11), 1337–1370.
137. Rezaei, F., Khalilzadeh, M., & Soleimani, P. (2021). Factors Affecting Knowledge Management and Its Effect on Organizational Performance:

- Mediating the Role of Human Capital, *Advances in Human-Computer Interaction*, 21, 1–16.
138. Ros, S. C., Sánchez, D. L. G., & Romero, M. M. (2021). Absorptive capacity and its impact on innovation and performance: findings from SEM and fsQCA, *Review of Managerial Science*, 15(2), 235–249.
 139. Ruzzier, Mitja; Hisrich, Robert, D.; Antoncic, B. (2006). Journal of Small Business and Enterprise Development Article information, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 12(4), 476–497.
 140. Saha, M., & Banerjee, S. (2015). Impact of Social Capital on Small Firm Performance in West Bengal, *Journal of Entrepreneurship*, 24(2), 91–114.
 141. Şahin, H., & Topal, B. (2018). Impact of information technology on business performance: Integrated structural equation modelling and artificial neural network approach. *Scientia Iranica B*, 25(3), 1272–1280.
 142. Sahoo, S. (2019). Quality management, innovation capability and firm performance: Empirical insights from Indian manufacturing SMEs, *TQM Journal*, 31(6), 1003–1027.
 143. Salahuddin, M., Tisdell, C., Burton, L., & Alam, K. (2016). Does internet stimulate the accumulation of social capital? A macro-perspective from Australia, *Economic Analysis and Policy*, 49, 43–55.
 144. Saleh, M., Zulkifli, N., & Muhamad, R. (2011). Looking for evidence of the relationship between corporate social responsibility and corporate financial performance in an emerging market, *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 3(2), 165–190.
 145. Sampaio, C. A. F., Mogollon, J. M. H., & Rodrigues, R. J. A. G. (2019). The relationship between market orientation, customer loyalty and business performance: A sample from the Western Europe hotel industry, *Tourism and Hospitality Research*, 1–13.
 146. Sharabati, A. A. A. (2018). Effect of corporate social responsibility on Jordan pharmaceutical industry's business performance, *Social Responsibility Journal*, 14(3), 566–583.
 147. Shou, Y., Shao, J., & Chen, A. (2017). Relational resources and performance of Chinese third-party logistics providers: The mediating role of innovation

- capability, *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management*, 47(9), 864–883.
148. Sindhu, M., & Arif, M. (2017). The inter linkage of corporate reputation between corporate social responsibility and financial performance, *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 11(3), 898–910.
149. Sledge, S. (2015). An examination of corporate social responsibility practices and firm performance in U.S. corporations, *Academy of Strategic Management Journal*, 14(2), 171–185.
150. Snoj, B., Milfelner, B., & Gabrijan, V. (2007). An examination of the relationships among market orientation, innovation resources, reputational resources, and company performance in the transitional economy of Slovenia, *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 24(3), 151–164.
151. Son, T. T., Phong, L. B., & Loan, B. T. T. (2020). Transformational Leadership and Knowledge Sharing: Determinants of Firm's Operational and Financial Performance, *Original Research*, 10(2), 1–13.
152. Spulber, D. F. (2009). *The Theory of the Firm: Microeconomics with Endogenous Entrepreneurs, Firms, Markets, and Organizations*. Cambridge University Press.
153. Stelmaszczyk, M. (2020). How absorptive capacity and organisational learning orientation interact to enable innovation capability? An empirical examination, *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 8(1), 7–32.
154. Sun, Y., Liu, J., & Ding, Y. (2019). Analysis of the relationship between open innovation, knowledge management capability and dual innovation, *Technology Analysis and Strategic Management*, 32(1), 1–15.
155. Sun, Y., Liu, J., & Ding, Y. (2020). Analysis of the relationship between open innovation, knowledge management capability and dual innovation, *Technology Analysis and Strategic Management*, 32(1), 15–28.
156. Sunder M., V., L.S., G., & Marathe, R. R. (2019). Dynamic capabilities, *In European Business Review*, 31(1), 25–63.
157. Taghian, M., D'Souza, C., & Polonsky, M. J. (2015). A stakeholder approach to corporate social responsibility, reputation and business performance, *Social Responsibility Journal*, 11(2), 340–363.

158. Tan, N. N., & Gregar, A. (2018). Impacts of knowledge management on innovations in higher education institutions: An empirical evidence from Vietnam, *Economics and Sociology*, *11*(3), 301–320.
159. Tasmin, Rosmani And Woods, P. (2007). Relationship between corporate knowledge management and the firm's innovation capability Rosmaini Tasmin and Peter Wood, *International Journal of Services Technology and Management* *8*(1), 62–79.
160. Teece, D. J. (2009). *Dynamic Capabilities and Strategic Management*. Oxford University Press.
161. Teece, D. J. (2016). *Dynamic Capabilities*. The Palgrave Encyclopedia of Strategic Management.
162. Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (2016). Dynamic Capabilities and Strategic management, *The Palgrave Encyclopedia of Strategic Management*, *18*, 1–9.
163. Tho, D, N, & Trang N. T. M. (2011). The WTO, marketing and innovativeness capabilities of Vietnamese firms, *Management Research Review*, *34*(6), 712–726.
164. Tho, N. D. (2006). Firm capabilities and performance: a necessary condition analysis, *Journal of Management Development*, *25*(8), 1–21.
165. Tho, N. D. (2018). Firm capabilities and performance: a necessary condition analysis, *Journal of Management Development*, *37*(4), 322–332.
166. Tit, A. A. Al. (2017). Factors affecting the organizational performance of manufacturing firms, *International Journal of Engineering Business Management*, *9*, 1–9.
167. Toma, M., Mihoreanu, L., & Ionescu, A. (2014). Innovation Capability and Customer Relationship Management: a Review, *Economics, Management & Financial Markets*, *9*(4), 323–331.
168. Tsai, W., & Ghoshal, S. (1998). Social capital and value creation: The role of intrafirm networks, *Academy of Management Journal*, *41*(4), 464–476.
169. Tseng, S. M. (2016). The effect of knowledge management capability and customer knowledge gaps on corporate performance, *Journal of Enterprise Information Management*, *29*(1), 51–71.

170. Turulja, L., & Bajgorić, N. (2016). Human Resources or Information Technology: What is More Important for Companies in the Digital Era?, *Business Systems Research Journal*, 7(1), 35–45.
171. Turulja, L., & Bajgoric, N. (2018). Information technology, knowledge management and human resource management: Investigating mutual interactions towards better organizational performance, *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 48(2), 255–276.
172. Turulja, L., & Bajgorić, N. (2018). Knowing Means Existing: Organizational Learning Dimensions and Knowledge Management Capability, *Business Systems Research*, 9(1), 1–18.
173. Valmohammadi, C. (2011). The impact of TQM implementation on the organizational performance of Iranian manufacturing SMEs, *TQM Journal*, 23(5), 496–509.
174. Villaverde, P. M. G., Ortega, M. J. R., Palomino, A. H., Velasquez, B. D. L. G., & Bejarano, P. P. Z. (2021). Social capital and innovativeness in firms in cultural tourism destinations: Divergent contingent factors, *Journal of Destination Marketing and Management*, 19.
175. Villena, V. H., Revilla, E., & Choi, T. Y. (2011). The dark side of buyer-supplier relationships: A social capital perspective, *Journal of Operations Management*, 29(6), 561–576.
176. Wang, Y. (2016). Investigating dynamic capabilities of family businesses in China: a social capital perspective, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(4), 1057–1080.
177. Whitley, J. E., & Martin, J. F. (1964). the Valsalva Maneuver in Roentgenologic Diagnosis, *In The American journal of roentgenology, radium therapy, and nuclear medicine*, 91, 297–306.
178. Wong, W. P., & Wong, K. Y. (2011). Supply chain management, knowledge management capability, and their linkages towards firm performance, *Business Process Management Journal*, 17(6), 940–964.
179. Wulandari, F., & Djastuti, I. (2017). Reassessment of the Entrepreneurial Motivation among Female Business Owners to Enhance SMEs Business

- Performance in Indonesia. *European Research Studies Journal*, 20(4), 18–34.
180. Xueming, L., Griffith, D. A., Liu, S. S., & Yi-Zheng, S. (2004). Customer Relationships and Social Capital Effects on Firm Performance, *Journal Of International Marketing*, 12(4), 25–45.
181. Yang, Z., Nguyen, V. T., & Le, P. B. (2018). Knowledge sharing serves as a mediator between collaborative culture and innovation capability: an empirical research, *Journal of Business and Industrial Marketing*, 33(7), 958–969.
182. Yeşil, S., & Doğan, I. F. (2019). Exploring the relationship between social capital, innovation capability and innovation, *Innovation: Organization and Management*, 21(4), 506–532.
183. Yina Li, Fei Ye, C. S. (2014). Social capital, information sharing and performance, *International Journal of Operations and Production Management*, 34(11), 1440–1462.
184. Yolles, M. (2009). Competitive advantage and its conceptual development: An exploration, *Business Information Review*, 26(2), 93–111.
185. Yoo, W. J., Choo, H. H., & Lee, S. J. (2018). A study on the sustainable growth of SMEs: The mediating role of organizational metacognition, *Sustainability*, 10(8), 1–17.
186. Zahari, M. S. M., Jalis, M. H., Zulfifly, M. I., Radzi, S. M., & Othman, Z. (2009). Gastronomy: An Opportunity for Malaysian Culinary Educators, *International Education Studies*, 2(2), 66–71.
187. Zawislak, P. A., Fracasso, E. M., & Gamarra, J. T. (2018). Technological intensity and innovation capability in industrial firm, *Innovation & Management Review*, 15(2), 189–207.
188. Zhang, L., Kara, A., Spillan, J. E., & Wimsatt, A. M. (2017). Exploring market orientation among Chinese small and medium-sized enterprises, *Chinese Management Studies*, 11(4), 617–636.
189. Zhang, M., Guo, H., & Zhao, X. (2016). Effects of social capital on operational performance: impacts of servitisation, *International Journal of Production Research*, 55(15), 1–16.

190. Zhang, M., Lettice, F., & Zhao, X. (2015). The impact of social capital on mass customisation and product innovation capabilities, *International Journal of Production Research*, 53(17), 5251–5264.
191. Zumitzavan, V., & Michie, J. (2015). *Personal Knowledge Leadership Styles, Management, A Case Study of the Performance and Organisational Healthcare Industry in Thailand*. Springer Singapore.

C. Tài liệu điện tử

192. Phước Minh Hiệp, Võ Thị Bích Hương. (2019, September 22). Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn TP. Bến Tre, *Tạp Chí Tài Chính*, [<https://tapchitaichinh.vn/tai-chinh-kinh-doanh/cac-nhan-to-anh-huong-den-hieu-qua-kinh-doanh-cua-doanh-nghiep-nho-va-vua-tren-dia-ban-tp-ben-tre-313028.html>] (Ngày truy cập: 22/10/2022).

DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU CÓ LIÊN QUAN ĐÃ ĐƯỢC CÔNG BỐ CỦA TÁC GIẢ

1. Nguyen Hong Ha & Nguyen Ky, 2023 .The impact of social capital and innovation capability on business results of SMEs in the construction sector in the Mekong Delta. *REVIEW of FINANCE*, 2615-8981
2. Nguyễn Ky, Nguyễn Hồng Hà &Trần Đăng Khoa, 2023. Mối quan hệ giữa năng lực quản trị tri thức, đổi mới với kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa ngành xây dựng. *REVIEW of FINANCE*, 2615-8973
3. Khanh Tiet Pham, Ha Hong Nguyen & Ky Nguyen, 2022.The Relation Between Social Capital And Innovation Capacity To Business Performance: A Case Study Of Small And Medium Enterprises In Mekong Delta, Viet Nam. *Journal of Positive School Psychology*, 2022, Vol. 6, No. 7, 4069-4083
4. Ky nguyen & Ha hong Nguyen, 2022 .The Impact of Knowledge Management on Business Performance:A Case Study of Door Manufacturers in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, Vol 9 No 6 (2022) 0267–0276
5. Nguyen Ky, Nguyen Hong Ha & Tran dang Khoa, 2022. Impact of social capital and innovation capacity on business performance: a case study of door manufacturers in ho chi minh city. *REVIEW of FINANCE*, 2615-8981
6. Nguyễn Ky, Nguyễn Hồng Hà &Trần Đăng Khoa, 2022. Tác động của quản trị tri thức đến hiệu quả hoạt động kinh doanh các doanh nghiệp vật liệu xây dựng tại TP.Hồ Chí Minh. *REVIEW of FINANCE*, 2615-8973
7. Nguyễn Ky, Nguyễn Hồng Hà &Trần Đăng Khoa, 2022. Quản trị tri thức và năng lực đổi mới sáng tạo đối với hiệu quả hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa.*quanlynhanuoc.vn*, 2815-5831

PHỤ LỤC 1

Bảng tổng hợp 14 nhóm yếu tố nguồn lực ảnh hưởng đến KẾT QUẢ KINH DOANH tại các quốc gia khác nhau

STT	Tác giả	Nước	Năm	Nguồn lực
1. Vốn xã hội				
1	Luo, Griffith, Liu & Shi	Trung Quốc	2004	- Vốn xã hội - Môi quan hệ khách hàng
2	Pratono, Saputra & Pudjibudojo	Indonexia	2016	Vốn xã hội bao gồm ba yếu tố chính: - Cấu trúc mạng - Sự tin tưởng - Nhận thức
3	Dar & Mishra	Mỹ	2020	Vốn xã hội gồm : - Status: địa vị, trạng thái - Interlinking and family support (liên kết và hỗ trợ gia đình) - Complicity (sự liên quan) - Personal relations: quan hệ cá nhân - Social relations: quan hệ xã hội
2. Trách nhiệm xã hội				
1	Lu, Lin & Tu	Trung Quốc	2009	Trách nhiệm xã hội (CSR): - Trách nhiệm tham gia cộng đồng và môi trường - Trách nhiệm xã hội đối với lợi ích của nhân viên và người tiêu dùng - Trách nhiệm xã hội đối với hoạt động công khai
2	Saleh, Zulkifli & Muhamad	Malaysia	2011	Trách nhiệm xã hội gồm: - Quan hệ nhân viên - Sự tham gia cộng đồng - Nhân tố sản phẩm - Nhân tố môi trường
3	Huang & Lien	Đài Loan	2012	Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp - Corporate social responsibility: - Bảo tồn tài nguyên (resource conservation) - Tham gia xã hội (Social participation) - Cam kết xã hội (Social commitment) - Ngăn ngừa ô nhiễm (Pollution prevention)
4	Taghian, D'Souza & Polonsky	Úc	2015	Trách nhiệm xã hội: - Regulatory stakeholder (các bên liên quan theo quy định) - Employees stakeholder (các bên liên quan nhân viên) - Community stakeholder (các bên liên quan trong cộng đồng) - Local residents stakeholder (các bên liên quan cư dân địa phương) - Media stakeholder (các bên liên quan đến

				<p>phương tiện truyền thông)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Các bên liên quan công đoàn (union stakeholder) - Public stakeholder (các biên liên quan công cộng)
5	Sledge	Mỹ	2015	<p>Trách nhiệm xã hội:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trách nhiệm xã hội dựa vào chiến lược - Trách nhiệm xã hội dựa vào nguồn nhân lực - Trách nhiệm xã hội dựa vào vào môi trường - Trách nhiệm xã hội dựa vào sự điều hành - Trách nhiệm xã hội dựa vào cộng đồng
6	Qu	Trung Quốc	2014	<ul style="list-style-type: none"> - Trách nhiệm xã hội
7	Guzman, Castro & Torres	Mexico	2016	<p>Trách nhiệm xã hội:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trách nhiệm xã hội - Trách nhiệm kinh tế - Trách nhiệm môi trường
8	Sindhu & Arif	Pakistan	2017	<p>Trách nhiệm xã hội (CSR):</p> <ul style="list-style-type: none"> - CSR tài chính - CSR pháp lý - CSR đạo đức - CSR từ thiện
9	Khan, Ali, Olya, Zulqarnain & Khan	Pháp	2018	<p>Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trách nhiệm kinh tế - Trách nhiệm pháp lý - Trách nhiệm đạo đức - Trách nhiệm quyết định tùy ý
10	Habaragoda	Sri lanka	2018	<p>Trách nhiệm xã hội (CSR):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trách nhiệm xã hội bên trong - Trách nhiệm xã hội bên ngoài
11	Sharabati	Jordan.	2018	<p>Trách nhiệm xã hội :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trách nhiệm xã hội - Trách nhiệm kinh tế - Trách nhiệm môi trường
3. Quản trị nguồn nhân lực				
1	Lee, Lee & Wu	Đài Loan	2010	<p>Thực tiễn quản trị nguồn nhân lực (HRM practices) gồm:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Đào tạo và phát triển - Làm việc nhóm - Lương thưởng - Lập kế hoạch nhân sự - Đánh giá thành tích - Đảm bảo công việc
2	Mehra, Joyal, & Rhee	Mỹ	2011	<p>Định hướng chất lượng (quality orientation):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tăng cường đào tạo (Enhancing training) - Giáo dục và đào tạo lại nhân viên viên (Educating and retraining employees) - Mở rộng công việc (Job enlargement) - Thủ tục kiểm soát chất lượng (Quality control procedures) - Thiết lập cơ cấu làm việc nhóm

				(Establishing a teamwork structure) - Đãi ngộ bằng tài chính (Financial incentives)
3	Imran, Bashir, Shah, Wasai & Umairsami S.	Pakistan	2012	Quản trị nguồn nhân lực chiến lược (Strategic Human Resource Management): - Tuyển dụng và chọn lựa (Recruitment & selection) - Đào tạo và phát triển (Training & Development) - Đánh giá thành tích (Performance Appraisal)
4	Ping & Kassim	Mô hình khái niệm	2019	Thực tiễn quản trị nguồn nhân lực (HRM practices): - Sự lựa chọn và tuyển dụng - Đào tạo - Phúc lợi (compensation) - Đánh giá thành tích - Thiết kế công việc
5	Pattnaik & Sahoo	Ấn Độ	2020	Nguồn nhân lực: - Thực tiễn đào tạo (training practices) - Thực tiễn đánh giá thành tích (Performance Appraisal Practices) - Phúc lợi (compensation)
4. Công nghệ thông tin				
1	Liang, You & Liu	Qua 50 nghiên cứu được xuất bản từ 1990 đến 2009	2010	Công nghệ thông tin
2	Şahin & Topal	Thổ Nhĩ Kỳ (turkey)	2018	Công nghệ thông tin (Information technology) Chất lượng thông tin (information quality)
5. Văn hóa doanh nghiệp				
1	Migdadi, Zaid, Hujran & Aloudat	Ả Rập Xê Út	2016	Văn hóa doanh nghiệp
2	Carmeli & Tishler	Israel	2004	Văn hóa tổ chức
3	Tit	Jordan	2017	Văn hóa doanh nghiệp : - Khả năng thích ứng văn hóa (cultural adaptability) - Định hướng thành tích (performance orientation)
6. Chuỗi cung ứng				
1	Tit	Jordan	2017	Quản trị chuỗi cung ứng: - Hợp tác với nhà cung cấp - Quan hệ khách hàng
2	Lee, Kim, & Choi	Hàn Quốc	2012	Quản trị chuỗi cung ứng xanh : - Quản trị môi trường nội bộ (Internal

				environmental management) - Thu mua xanh (green purchasing) - Hợp tác với khách hàng (Cooperation with customers) - Thiết kế xanh (eco-design)
3	Liu, Ke, Wei, & Hua	Trung Quốc	2013	Tích hợp chuỗi cung ứng (supply chain integration): - Chia sẻ thông tin (information sharing) - Phối hợp hoạt động (operational coordination)
7. Định hướng thị trường				
1	Liu, Ke, Wei, & Hua	Trung Quốc	2013	Định hướng thị trường: - Định hướng khách hàng - Định hướng đối thủ cạnh tranh - Sự phối hợp giữa các bộ phận chức năng
2	Snoj, Milfelner, & Gabrijan	Slovenia	2007	- Định hướng thị trường
3	Jyoti & Sharma.	Ấn Độ	2012	Định hướng thị trường (market orientation): - Tạo khả năng hiểu biết (intelligence generation) - Phổ biến sự hiểu biết (intelligence dissemination) - Khả năng đáp ứng (responsiveness)
4	Qu	Trung Quốc	2014	- Định hướng thị trường (market orientation)
8. Năng lực đổi mới				
1	Yoo, Choo & Lee	Hàn Quốc	2018	- Năng lực đổi mới công nghệ - Thay đổi nhận thức tổ chức
2	Snoj, Milfelner, & Gabrijan	Slovenia	2007	- Nguồn lực đổi mới
3	Khan, Ali, Olya, Zulfarnain & Khan	Pháp	2018	Đổi mới tổ chức
4	Andjarwati	Indonexia	2020	Sự đổi mới (innovation): - Sự lãnh đạo (leadership) - Đòn bẩy quản trị (Managerial Levers) - Quá trình kinh doanh (business processes)
9. Danh tiếng công ty				
1	Taghian, D'Souza & Polonsky	Úc	2015	Danh tiếng công ty
2	Sindhu & Arif	Pakistan	2017	Danh tiếng công ty (corporate reputation)
3	Carmeli & Tishler	Israel	2004	- Danh tiếng tổ chức cảm nhận
4	Snoj, Milfelner, & Gabrijan	Slovenia	2007	- Nguồn lực danh tiếng

5	Huang & Lien	Đài Loan	2012	- Hình ảnh công ty
6	Inglis, Morley & Sammut	Úc	2006	- Danh tiếng công ty
10. Yếu tố lãnh đạo				
1	Khan, Ali, Olya, Zulqarnain & Khan	Pháp	2018	Lãnh đạo chuyển đổi
2	Carmeli & Tishler	Israel	2004	- Năng lực quản trị - Kiểm toán nội bộ - Quan hệ lao động
3	Oh & Kuchinke	Hàn Quốc	2017	Lãnh đạo có tầm nhìn Tập trung vào con người Quản trị quá trình Học tập tổ chức: - Trang bị học tập cá nhân - Trang bị học nhóm - Trang bị học tập tổ chức - Luồng phản hồi học tập - Luồng học tập chuyên tiếp
4	Son, Phong & Loan	Trung Quốc	2020	- Lãnh đạo chuyển đổi (transformational leadership)
11. Quản trị tri thức				
1	Son, Phong & Loan	Trung Quốc	2020	Chia sẻ kiến thức gồm: - Thu thập kiến thức - Đóng góp kiến thức
2	Dzenopoljac, Alasadi, Zaim & Bontis	Kuwait	2018	Quản trị tri thức (knowledge management): - Tạo và phát triển tri thức - Mã hóa và lưu trữ tri thức - Chuyển giao và chia sẻ tri thức - Sử dụng và đánh giá tri thức
12. Yếu tố con người				
1	Ahmed Khalid, Ahmed & Shah	Pakistan	2017	- Quyền quyết định công việc - Sự rõ ràng trong công việc
2	Sampaio, Mogollon Rodrigues &	Pháp, Ireland, Ý, Bồ Đào Nha, Tây Ban Nha và Vương Quốc Anh.	2019	- Lòng trung thành của khách hàng (customer loyalty)
3	Carmeli & Tishler	Israel	2004	- Vốn con người
4	Qu	Trung Quốc	2014	- Sự hài lòng của khách hàng (customer satisfaction)
5	Jyoti & Sharma.	Ấn Độ	2012	- Sự hài lòng của nhân viên - Sự hài lòng của khách hàng

6	Sindhu & Arif	Pakistan	2017	Sự hài lòng của khách hàng (customer satisfaction)
7	Lado, Paulraj, & Chen,	Mỹ	2011	-Tập trung vào khách hàng -Dịch vụ khách hàng
13. Môi trường				
1	Hidayat, Akhmad & Mualim	Malaysia	2015	- Môi trường bên trong và bên ngoài: - Môi trường hoạt động - Môi trường từ xa
14. Nguồn lực khác				
1	Hadi, Abdullah, & Sajilan	Mô hình khái niệm	2015	- Quan hệ phụ thuộc - Nguồn lực tổ chức - Quan hệ cổ đông

PHỤ LỤC 2

Bảng tổng hợp các nghiên cứu mối quan hệ giữa các yếu tố nguồn lực và KẾT QUẢ KINH DOANH theo lĩnh vực, quốc gia, năm

S T T	Tác giả	Lĩnh vực	Quốc gia	Năm	Nguồn lực
1	Snoj, Milfelner, & Gabrijan	Sản xuất, xây dựng, vận tải	Slovenia	2007	<ul style="list-style-type: none"> - Định hướng thị trường - Nguồn lực đổi mới - Nguồn lực danh tiếng
2	Lee, Lee & Wu	Công ty sản xuất thép	Đài Loan	2010	Thực tiễn quản trị nguồn nhân lực (HRM practices) gồm: <ul style="list-style-type: none"> - Đào tạo và phát triển - Làm việc nhóm - Lương thưởng - Lập kế hoạch nhân sự - Đánh giá thành tích - Đảm bảo công việc
3	Lee, Kim, & Choi	Sản xuất thiết bị điện tử	Hàn Quốc	2012	Quản trị chuỗi cung ứng xanh: <ul style="list-style-type: none"> - Quản trị môi trường nội bộ (Internal environmental management) - Thu mua xanh (green purchasing) - Hợp tác với khách hàng (Cooperation with customers) - Thiết kế xanh (eco-design)
4	Liu, Ke, Wei, & Hua	Sản xuất và dịch vụ	Trung Quốc	2013	Tích hợp chuỗi cung ứng (supply chain integration) <ul style="list-style-type: none"> - Chia sẻ thông tin (information sharing) - Phối hợp hoạt động (operational coordination) Định hướng thị trường <ul style="list-style-type: none"> - Định hướng khách hàng - Định hướng đối thủ cạnh tranh - Sự phối hợp giữa các bộ phận chức năng
5	Taghian, D'Souza & Polonsky	Sản xuất	Úc	2015	Danh tiếng công ty Trách nhiệm xã hội <ul style="list-style-type: none"> - Regulatory stakeholder (các bên liên quan theo quy định) - Employees stakeholder (các bên liên quan - nhân viên) - Community stakeholder (các

					bên liên quan trong cộng đồng) - Local residents stakeholder (các bên liên quan cư dân địa phương) - Media stakeholder (các bên liên quan đến phương tiện truyền thông) - Các bên liên quan công đoàn (union stakeholder) - Public stakeholder (các bên liên quan công cộng)
6	Tit	Công ty sản xuất	Jordan	2017	Văn hóa doanh nghiệp : - Khả năng thích ứng văn hóa (cultural adaptability) - Định hướng thành tích (performance orientation) Quản trị chuỗi cung ứng: - Hợp tác với nhà cung cấp - Quan hệ khách hàng
7	Oh Kuchinke &	Công ty sản xuất	Hàn Quốc	2017	Lãnh đạo có tầm nhìn Tập trung vào con người Quản trị quá trình Học tập tổ chức: - Trang bị học tập cá nhân - Trang bị học nhóm - Trang bị học tập tổ chức - Luồng phản hồi học tập - Luồng học tập chuyên tiếp
8	Khan, Ali, Olya, Zulqarnain & Khan	Sản xuất, ngân hàng, bảo hiểm, tài chính	Pháp	2018	Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR): - Trách nhiệm kinh tế - Trách nhiệm pháp lý - Trách nhiệm đạo đức - Trách nhiệm quyết định tùy ý Đổi mới tổ chức Lãnh đạo chuyển đổi
9	Dzenopoljac, Alasadi, Zaim & Bontis	Sản xuất, tài chính, dịch vụ	Kuwait	2018	Quản trị tri thức (knowledge management): - Tạo và phát triển tri thức - Mã hóa và lưu trữ tri thức - Chuyển giao và chia sẻ tri thức - Sử dụng và đánh giá tri thức
10	Son, Phong & Loan	112 công ty sản xuất và dịch vụ	Trung Quốc	2020	- Lãnh đạo chuyển đổi (transformational leadership) Chia sẻ kiến thức gồm: - Thu thập kiến thức

					- Đóng góp kiến thức
11	Habaragoda	Tài chính, sản xuất, dịch vụ, xây dựng	Sri lanka	2018	Trách nhiệm xã hội (CSR) - Trách nhiệm xã hội bên trong - Trách nhiệm xã hội bên ngoài
12	Huang Lien &	Xây dựng	Đài Loan	2012	- Hình ảnh công ty Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp - Corporate social responsibility: - Bảo tồn tài nguyên (resource conservation) - Tham gia xã hội (Social participation) - Cam kết xã hội (Social commitment) - Ngăn ngừa ô nhiễm (Pollution prevention)
13	Ping Kassim &	Xây dựng	Mô hình khái niệm	2019	Thực tiễn quản trị nguồn nhân lực (HRM practices) : - Sự lựa chọn và tuyển dụng - Đào tạo - Phúc lợi (compensation) - Đánh giá thành tích - Thiết kế công việc
14	Sharabati	Dược phẩm	Jordan	2018	Trách nhiệm xã hội - Trách nhiệm xã hội - Trách nhiệm kinh tế - Trách nhiệm môi trường
15	Andjarwati	Dược phẩm	Indonexia	2020	Sự đổi mới (innovation): - Sự lãnh đạo (leadership) - Đòn bẩy quản trị (Managerial Levers) - Quá trình kinh doanh (business processes)
16	Saleh, Zulkifli & Muhamad	Ngân hàng	Malaysia	2011	Trách nhiệm xã hội gồm: - Quan hệ nhân viên - Sự tham gia cộng đồng - Nhân tố sản phẩm - Nhân tố môi trường
17	Mehra, Joyal, & Rhee	Ngân hàng	Mỹ	2011	Định hướng chất lượng (quality orientation): - Tăng cường đào tạo (Enhancing training) - Giáo dục và đào tạo lại nhân viên (Educating and retraining employees)

					<ul style="list-style-type: none"> - Mở rộng công việc (Job enlargement) - Thủ tục kiểm soát chất lượng (Quality control procedures) - Thiết lập cơ cấu làm việc nhóm (Establishing a teamwork structure) - Đãi ngộ bằng tài chính (Financial incentives)
18	Imran, Bashir, Shah, Wasai & Umairsami S.	Ngân hàng	Pakistan	2012	<p>Quản trị nguồn nhân lực chiến lược (Strategic Human Resource Management):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tuyển dụng và chọn lựa (Recruitment & selection) - Đào tạo và phát triển (Training & Development) - Đánh giá thành tích (Performance Appraisal)
19	Sindhu Arif &	Ngân hàng	Pakistan	2017	<p>Trách nhiệm xã hội (CSR):</p> <ul style="list-style-type: none"> - CSR tài chính - CSR pháp lý - CSR đạo đức - CSR từ thiện <p>Sự hài lòng của khách hàng Danh tiếng công ty (corporate reputation)</p>
20	Ahmed Khalid, Ahmed Shah &	Ngân hàng	Pakistan	2017	<ul style="list-style-type: none"> - Quyền quyết định công việc - Sự rõ ràng công việc
21	Qu	Khách sạn	Trung Quốc	2014	<p>Định hướng thị trường (market orientation)</p> <p>Sự hài lòng của khách hàng (customer satisfaction)</p> <p>Trách nhiệm xã hội</p>
22	Sampaio, Mogollon & Rodrigues	Khách sạn	Pháp, Ireland, Ý, Bồ Đào Nha, Tây Ban Nha và Vương quốc Anh.	2019	<ul style="list-style-type: none"> - Lòng trung thành của khách hàng (customer loyalty)
23	Sledge	Công ty	Mỹ	2015	Trách nhiệm xã hội:

		vừa và nhỏ			<ul style="list-style-type: none"> - Trách nhiệm xã hội dựa vào chiến lược - Trách nhiệm xã hội dựa vào nguồn nhân lực - Trách nhiệm xã hội dựa vào vào môi trường - Trách nhiệm xã hội dựa vào sự điều hành - Trách nhiệm xã hội dựa vào cộng đồng
24	Guzman, Castro & Torres	Công ty vừa và nhỏ	Mexico	2016	Trách nhiệm xã hội: <ul style="list-style-type: none"> - Trách nhiệm xã hội - Trách nhiệm kinh tế - Trách nhiệm môi trường
25	Pratono, Saputra & Pudjibudojo	Công ty vừa và nhỏ	Indonexia	2016	Vốn xã hội bao gồm ba yếu tố chính: <ul style="list-style-type: none"> - Cấu trúc mạng - Sự tin tưởng - Nhận thức
26	Dar Mishra &	Doanh nghiệp vừa và nhỏ	Mỹ	2020	Vốn xã hội gồm : <ul style="list-style-type: none"> - Status: địa vị, trạng thái - Interlinking and family support (liên kết và hỗ trợ gia đình) - Complicity (sự liên quan) - Personal relations: quan hệ cá nhân - Social relations: quan hệ xã hội
27	Luo, Griffith, Liu & Shi	Công ty Công nghệ cao, xây dựng, quảng cáo, vận tải	Trung Quốc	2004	<ul style="list-style-type: none"> - Vốn xã hội - Mối quan hệ khách hàng
28	Inglis, Morley & Sammut	Hội đồng công đoàn Úc; đại học RMIT	Úc	2006	<ul style="list-style-type: none"> - Danh tiếng công ty
29	Lu, Lin & Tu	Công ty vận tải quốc gia	Trung Quốc	2009	Trách nhiệm xã hội (CSR): <ul style="list-style-type: none"> - Trách nhiệm tham gia cộng đồng và môi trường - Trách nhiệm xã hội đối với lợi ích của nhân viên và người tiêu dùng - Trách nhiệm xã hội đối với hoạt động công khai
30	Liang, You & Liu	Nhiều lĩnh vực khác	Nhiều nguồn	2010	Công nghệ thông tin

		<i>nhau</i>	khác nhau		
31	Jyoti Sharma. &	Công nghiệp ô tô	Ấn Độ	2012	Định hướng thị trường (market orientation): <ul style="list-style-type: none"> - Tạo khả năng hiểu biết (intelligence generation) - Phổ biến sự hiểu biết (intelligence dissemination) - Khả năng đáp ứng (responsiveness) - Sự hài lòng của nhân viên - Sự hài lòng của khách hàng
32	Migdadi, Zaid, Hujran & Aloudat	Hệ thống thông tin	Ả Rập Xê Út	2016	Văn hóa doanh nghiệp
33	Şahin & Topal	Gỗ, đóng gói, nội thất, hóa chất, mỏ, dệt, năng lượng, thực phẩm, xây dựng, tự động hóa, kim loại và phi kim loại	Thổ Nhĩ Kỳ (turkey)	2018	Công nghệ thông tin (Information technology) Chất lượng thông tin (information quality)
34	Yoo, Choo & Lee	Máy móc, ô tô, thiết bị điện, xây dựng, dệt, thực phẩm	Hàn Quốc	2018	<ul style="list-style-type: none"> - Năng lực đổi mới công nghệ - Thay đổi nhận thức tổ chức
35	Pattnaik & Sahoo	Khai thác mỏ, kim loại	Ấn Độ	2020	Nguồn nhân lực: <ul style="list-style-type: none"> - Thực tiễn đào tạo (training practices) - Thực tiễn đánh giá thành tích (Performance Appraisal Practices) - Phúc lợi (compensation)

PHỤ LỤC 3

Bảng tổng hợp 8 nhóm yếu tố năng lực động tác động đến KẾT QUẢ KINH DOANH

S T T	Tác giả	Nước	Năm	Năng lực động
1. Năng lực đổi mới				
1	Ar & Baki	Thổ Nhĩ Kỳ	2011	<ul style="list-style-type: none"> - Đổi mới sản phẩm - Đổi mới quy trình - Chiến lược nghiên cứu và phát triển - Hỗ trợ quản trị cấp cao - Tập trung vào khách hàng - Năng lực học hỏi của tổ chức - Năng lực sáng tạo - Sự cộng tác của tổ chức
2	Bañales & Andrade	Mexico	2011	<ul style="list-style-type: none"> - Đổi mới công nghệ (technological innovation) - Năng lực đổi mới (innovation capability) - Nỗ lực đổi mới (Innovation effort) - Kết quả đổi mới (Innovation results)
2. Năng lực hấp thu/hấp thụ				
1	Liu, Zhao & Zhao	Trung Quốc	2018	<ul style="list-style-type: none"> - Khả năng hấp thu (absorptive capacity) - Sự đổi mới (innovation) - Năng lực sản xuất hàng loạt theo yêu cầu của khách hàng (mass customization capability)
2	Ros, Sánchez & Romero	Colombian	2018	Năng lực hấp thu (Absorptive capacity) gồm <ul style="list-style-type: none"> - Năng lực thu nhận - Năng lực hấp thụ - Năng lực chuyển đổi - Năng lực khai thác Sự đổi mới (innovation)
3. Năng lực quản trị chất lượng/quản trị chất lượng toàn diện				
1	Mahmood, Qadeer & Ahmad	Pakistan	2015	Quản trị chất lượng toàn diện (total quality management): <ul style="list-style-type: none"> - Hỗ trợ của lãnh đạo cấp cao - Sự tham gia của nhân viên - Cải tiến liên tục - Tập trung vào khách hàng
2	Hsu	Đài Loan	2019	Quản trị chất lượng toàn diện (TQM): <ul style="list-style-type: none"> - Tập trung vào khách hàng (customer focus)

				<ul style="list-style-type: none"> - Làm việc nhóm (teamwork) - Cải thiện liên tục (Continuous improvement) - Cam kết của quản lý và cấp trên (Management commitment and leadership) - Sự gắn bó của nhân viên (staff engagement) - Học tập và đào tạo (education and training) - Quản trị quá trình (process management) - Học tập của tổ chức
				4. Năng lực quản trị tri thức/liên quan đến tri thức
1	Kashif Corresponding, & Ilyas	Pakistan	2017	<p>Năng lực quản lý kiến thức được chia thành:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Năng lực quản trị cơ sở hạ tầng kiến thức - Năng lực quá trình quản lý kiến thức - Năng lực quản trị cơ sở hạ tầng kiến thức: bao gồm cấu trúc và văn hóa cùng với công nghệ thông tin và truyền thông (Gharakhani và Mousakhani, 2012; Gold và cộng sự, 2001; Zaided và cộng sự, 2012) - Năng lực quá trình quản lý kiến thức bao gồm thu thập, sự sáng tạo, phổ biến, lưu trữ và bảo vệ Kiến thức (Hui và cộng sự, 2013; Lee và Choi, 2003). Học tập của tổ chức (organizational learning)
2	Zhang, Spillan, Kara, & Wimsatt	Trung Quốc	2017	<ul style="list-style-type: none"> - Tạo trí thông minh (Intelligence generation) - Phổ biến thông tin (Intelligence dissemination) - Sự phản hồi (responsiveness)
3	Demirbag, Koh, Tatoglu & Zaim	Thổ Nhĩ Kỳ	2006	<ul style="list-style-type: none"> - Sự phát sinh kiến thức (Intelligence generation) - Phổ biến kiến thức (Intelligence dissemination) - Sự phản ứng (responsiveness) - Quản trị chất lượng toàn diện - Dữ liệu chất lượng và báo cáo - Vai trò của quản trị cao cấp - Quan hệ nhân viên - Quản trị chất lượng nhà cung cấp - Đào tạo - Chính sách chất lượng

				- Quản trị quy trình
5. Năng lực quản trị nguồn nhân lực				
1	Turulja Bajgorić &	Nền kinh tế chuyển đổi	2016	Năng lực quản trị nguồn nhân lực (HRM capability): - Nhân sự và tuyển dụng - Đào tạo - Sự tham gia của nhân viên - Thực tiễn khen thưởng
6. Năng lực công nghệ thông tin				
1	Turulja Bajgorić &	Nền kinh tế chuyển đổi	2016	Năng lực công nghệ thông tin (information technology capability) - Kiến thức công nghệ thông tin - Hoạt động công nghệ thông tin - Cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin
7. Năng lực học tập				
1	Migdadi, Zaid, Hujran & Aloudat	Ả Rập	2016	-Năng lực học tập của tổ chức, -Năng lực quản lý kiến thức -Hỗ trợ quản trị cấp cao. -Thực hiện kinh doanh điện tử
8. Năng lực khác				
1	Ho, Ahmad & Ramayah	Malaysia	2016	- Năng lực cạnh tranh sản xuất - Giá cả (price) - Chất lượng (quality) - Đổi mới sản phẩm linh hoạt - Độ tin cậy giao hàng
2	Bykova & Jardon	Nga	2018	Năng lực động gồm: - Năng lực hấp thu - Năng lực thích ứng - Năng lực giao tiếp

PHỤ LỤC 4

Bảng tổng hợp các nghiên cứu mối quan hệ giữa các yếu tố năng lực động và KẾT QUẢ KINH DOANH theo lĩnh vực, quốc gia, năm

S T T	Tác giả	Lĩnh vực	Quốc gia	Năm	Năng lực động
1	Mahmood, Qadeer & Ahmad	Công ty sản xuất dệt may	Pakistan	2015	Quản trị chất lượng toàn diện (total quality management): - Hỗ trợ của lãnh đạo cấp cao - Sự tham gia của nhân viên - Cải tiến liên tục - Tập trung vào khách hàng
2	Ho, Ahmad & Ramayah	Sản xuất	Malaysia	2016	- Năng lực cạnh tranh sản xuất - Giá cả (price) - Chất lượng (quality) - Đổi mới sản phẩm linh hoạt - Độ tin cậy giao hàng
3	Liu, Zhao & Zhao	278 Công ty sản xuất	Trung Quốc	2018	- Khả năng hấp thu (absorptive capacity) - Sự đổi mới (innovation) - Năng lực sản xuất hàng loạt theo yêu cầu của khách hàng (mass customization capability)
4	Bykova & Jardon	Sản xuất, điện, xây dựng	Nga	2018	Năng lực động gồm: - Năng lực hấp thu - Năng lực thích ứng - Năng lực giao tiếp
5	Demirbag, Koh, Tatoglu & Zaim	141 Doanh nghiệp vừa và nhỏ trong ngành dệt	Thổ Nhĩ Kỳ	2006	- Sự phát sinh kiến thức (Intelligence generation) - Phổ biến kiến thức (Intelligence dissemination) - Sự phản ứng (responsiveness) - Quản trị chất lượng toàn diện - Dữ liệu chất lượng và báo cáo - Vai trò của quản trị cao cấp - Quan hệ nhân viên - Quản trị chất lượng nhà cung cấp - Đào tạo - Chính sách chất lượng - Quản trị quy trình
6	Ar & Baki	Công nghệ	Thổ Nhĩ Kỳ	2011	- Đổi mới sản phẩm - Đổi mới quy trình - Chiến lược nghiên cứu và phát triển

					<ul style="list-style-type: none"> - Hỗ trợ quản trị cấp cao - Tập trung vào khách hàng - Năng lực học hỏi của tổ chức - Năng lực sáng tạo - Sự cộng tác của tổ chức
7	Bañales Andrade &	Phần mềm	Mehico	2011	<ul style="list-style-type: none"> - Đổi mới công nghệ (technological innovation) - Năng lực đổi mới (innovation capability) - Nỗ lực đổi mới (Innovation effort) - Kết quả đổi mới (Innovation results)
8	Migdadi, Hujran Aloudat, Zaid, &	Hệ thống thông tin	Ả Rập	2016	Năng lực học tập của tổ chức, Năng lực quản lý kiến thức Hỗ trợ quản trị cấp cao. Thực hiện kinh doanh điện tử
9	Turulja Bajgorić &	19 Ngành công nghiệp	Nền kinh tế chuyển đổi	2016	<p>Năng lực quản trị nguồn nhân lực (HRM capability)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nhân sự và tuyển dụng - Đào tạo - Sự tham gia của nhân viên - Thực tiễn khen thưởng <p>Năng lực công nghệ thông tin (information technology capability)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kiến thức công nghệ thông tin - Hoạt động công nghệ thông tin - Cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin
10	Kashif Corresponding, & Ilyas	Ngân hàng	Pakistan	2017	<p>Năng lực quản lý kiến thức được chia thành:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Năng lực quản trị cơ sở hạ tầng kiến thức - Năng lực quá trình quản lý kiến thức - Năng lực quản trị cơ sở hạ tầng kiến thức: bao gồm cấu trúc và văn hóa cùng với công nghệ thông tin và truyền thông (Gharakhani và Mousakhani, 2012; Gold và cộng sự, 2001; Zaied và cộng sự, 2012) - Năng lực quá trình quản lý

					kiến thức bao gồm thu thập, sự sáng tạo, phổ biến, lưu trữ và bảo vệ Kiến thức (Hui và cộng sự, 2013; Lee và Choi, 2003). Học tập của tổ chức (organizational learning)	
11	Zhang, Spillan & Wimsatt	Kara, &	Doanh nghiệp vừa và nhỏ	Trung Quốc	2017	<ul style="list-style-type: none"> - Tạo trí thông minh (Intelligence generation) - Phổ biến thông tin (Intelligence dissemination) - Sự phản hồi (responsiveness)
12	Ros, Sánchez & Romero		Du lịch	Colombian	2018	<p>Năng lực hấp thu (Absorptive capacity) :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Năng lực thu nhận - Năng lực hấp thu - Năng lực chuyển đổi - Năng lực khai thác <p>Sự đổi mới (innovation)</p>
13	Hsu		Khách sạn du lịch	Đài Loan	2019	<p>Quản trị chất lượng toàn diện (TQM):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tập trung vào khách hàng (customer focus) - Làm việc nhóm (teamwork) - Cải thiện liên tục (Continuous improvement) - Cam kết của quản lý và cấp trên (Management commitment and leadership) - Sự gắn bó của nhân viên (staff engagement) - Học tập và đào tạo (education and training) - Quản trị quá trình (process management) - Học tập của tổ chức

PHỤ LỤC 5

THANG ĐO CÁC THÀNH PHẦN

1. Vốn xã hội(Chen & cộng sự, 2018)

Vốn cấu trúc (Chen & cộng sự, 2018)

1. My company has frequent interactions with partners
2. My company plays an important role in network
3. My company has comprehensive R&d networks with collaborators, strategic alliances, and stakeholders
4. My company's R&d networks help the overall operation

Dịch

1. Công ty của tôi thường xuyên tiếp xúc với các đối tác
2. Công ty của tôi đóng một vai trò quan trọng trong mạng lưới
3. Công ty của tôi có mạng lưới nghiên cứu và phát triển toàn diện với các cộng tác viên, liên minh chiến lược và các bên liên quan
4. Mạng lưới nghiên cứu và phát triển của công ty tôi giúp hoạt động chung

Vốn quan hệ (Chen & cộng sự, 2018)

1. My company takes fair attitude to make collaboration
2. My company and partners could keep promise and believe in one another
3. My company has a good partnership with partners
4. My partners increase our competitive advantages
5. My company and partners provide complementary resources to upgrade each other's R&d capability

Dịch

1. Công ty của tôi có thái độ hợp tác công bằng
2. Công ty và đối tác của tôi có thể giữ lời hứa và tin tưởng lẫn nhau
3. Công ty của tôi có quan hệ tương tác tốt với các đối tác
4. Các đối tác của tôi tăng lợi thế cạnh tranh của chúng tôi

5. Công ty và đối tác của tôi cung cấp các nguồn lực bổ sung để nâng cấp khả năng nghiên cứu và phát triển của nhau

✚ Vốn nhận thức (Chen & cộng sự, 2018)

1. The goal of R&d is reached through full communication
2. My company and partners have the same vision

Dịch

1. mục tiêu của nghiên cứu và phát triển đạt được qua giao tiếp đầy đủ
2. Công ty của tôi và các đối tác có cùng tầm nhìn

2. Năng lực quản trị tri thức (lin, 2013)

✚ Tiếp thu tri thức (lin, 2013)

1. Our company has processes for generating new knowledge from existing knowledge
2. Our company has processes for distributing knowledge throughout the organization
3. Our company has processes for acquiring knowledge about new products or services within our industry

Dịch

1. Công ty chúng tôi có các quy trình để tạo ra tri thức mới từ tri thức hiện có
2. Công ty chúng tôi có các quy trình phân phối tri thức trong toàn bộ tổ chức
3. Công ty của chúng tôi có các quy trình để thu thập tri thức về các sản phẩm hoặc dịch vụ mới trong ngành của chúng tôi

✚ Lưu trữ tri thức (lin, 2013)

1. Our company has processes for codifying knowledge
2. Our company has processes for organizing knowledge
3. Our company has processes for assessing knowledge
4. Our company has processes for integrating different sources and types of knowledge

Dịch

1. Công ty chúng tôi có quy trình mã hóa tri thức
2. Công ty chúng tôi có quy trình tổ chức tri thức
3. Công ty chúng tôi có quy trình đánh giá tri thức
4. Công ty chúng tôi có các quy trình để tích hợp các nguồn và các loại tri thức khác nhau

✚ Chia sẻ tri thức ((lin, 2013)

1. Our company has a process for distributing knowledge throughout the organization
2. Our company has a process for distributing knowledge among our trading partner
3. Our company has processes for transferring organizational knowledge to solve new problems

Dịch

1. Công ty chúng tôi có một quy trình chia sẻ tri thức trong toàn bộ tổ chức
2. Công ty chúng tôi có một quy trình chia sẻ tri thức giữa các đối tác thương mại của chúng tôi
3. Công ty chúng tôi có các quy trình chuyển giao tri thức tổ chức để giải quyết các vấn đề mới

✚ Bảo vệ tri thức (Lin, 2013)

1. Our company has processes to protect knowledge from inappropriate use inside the organization
2. Our company has processes to protect knowledge from inappropriate use outside the organization
3. Our company has incentives that encourage the protection of knowledge
4. Our company has extensive policies and procedures for protecting organizational knowledge

Dịch

1. Công ty chúng tôi có các quy trình để bảo vệ tri thức tránh được việc sử dụng không phù hợp trong tổ chức
2. Công ty chúng tôi có các quy trình để bảo vệ tri thức tránh được việc không sử dụng bên ngoài tổ chức
3. Công ty chúng tôi có các ưu đãi khuyến khích việc bảo vệ tri thức
4. Công ty chúng tôi có các chính sách và thủ tục mở rộng để bảo vệ tri thức của tổ chức

3. Năng lực đổi mới

Thang đo năng lực đổi mới của Raghuvanshi và cộng sự (2019)

Raghuvanshi, J., Agrawal, R., & Ghosh, P. K. (2019). Measuring the innovation capability of micro enterprises in India: Construct development and validation. *Benchmarking: An International Journal*, 26(5), 1405–1430.

Công ty của tôi tiếp cận công nghệ tiên tiến nhất

1. Công ty của tôi chấp nhận công nghệ mới khi nâng cấp công nghệ cũ
2. Công ty của chúng tôi thành công khi sử dụng công nghệ mới trong sản xuất
3. Công ty của chúng tôi tiếp cận công nghệ mới khi có nhu cầu
4. Công ty của chúng tôi tiếp cận nguồn tài chính phù hợp
5. Công ty của chúng tôi sử dụng nguồn lực tài chính phù hợp để điều hành doanh nghiệp
6. Sự điều hành doanh nghiệp của chúng tôi không bao giờ thiếu nguồn lực tài chính
7. Chúng tôi có thể tiếp cận nguồn vốn hỗ trợ thông qua các chương trình của nhà nước
8. Chúng tôi cảm thấy rằng tiếp cận nguồn vốn tư nhân dễ hơn nguồn vốn của nhà nước
9. Chúng tôi có kiến thức và kỹ năng để điều hành doanh nghiệp hiệu quả
10. Chúng tôi có kiến thức và kỹ năng cần thiết để đổi mới trong hoạt động kinh doanh
11. Chúng tôi có kiến thức thực tiễn liên quan đến hoạt động kinh doanh
12. Công ty của chúng tôi chia sẻ kiến thức và kỹ năng giữa các nhân viên với nhau
13. Chúng tôi cảm thấy rằng kiến thức và kỹ năng của chúng tôi có thể thay đổi, phát triển, điều chỉnh và tái cấu trúc nguồn lực, tài sản và các công việc hàng ngày
14. Chúng tôi có thể cập nhật điều đặn kiến thức và kỹ năng của chúng tôi
15. Chúng tôi hiểu các chính sách và thủ tục thuộc nhà nước quản lý có liên quan đến công nghiệp của chúng tôi

16. Công ty của chúng tôi nghiên cứu thường xuyên các mối đe dọa và thách thức ảnh hưởng đến việc kinh doanh của chúng tôi
17. Công ty của chúng tôi theo dõi sự thay đổi công nghệ, pháp lý, thị trường liên quan đến việc kinh doanh của chúng tôi
18. Chúng tôi cố gắng thích nghi với các thay đổi phát sinh trong môi trường kinh doanh
19. Chúng tôi tập trung vào số lượng khách hàng của chúng tôi
20. Chúng tôi luôn tính toán các vấn đề rủi ro
21. Chúng tôi có nguồn lực cần thiết để dựa vào đó ứng phó với các rủi ro
22. Chúng tôi cố gắng đổi mới trong tương lai dù gặp thất bại
23. Chúng tôi cảm thấy rằng có sự liên kết giữa ngành và công ty
24. Chúng tôi có thể tiếp cận các kênh đối thoại của nhà nước khi cần hỗ trợ
25. Chúng tôi có thể tiếp cận các viện đào tạo khi cần hỗ trợ
26. Chúng tôi tin rằng các kênh hỗ trợ của nhà nước luôn quan tâm giám sát và giải quyết các vấn đề có ảnh hưởng đến doanh nghiệp
27. Chúng tôi tin rằng viện đào tạo nhận định vấn đề và có năng lực giải quyết các vấn đề đó cho doanh nghiệp
28. Chúng tôi tin rằng có sự hỗ trợ thiết thực từ các viện đào tạo cho các doanh nghiệp
29. Chúng tôi tin rằng viện đào tạo luôn sẵn sàng hỗ trợ công nghệ cho doanh nghiệp khi doanh nghiệp cần
30. Chúng tôi tin rằng nhà nước luôn sẵn sàng hỗ trợ bí quyết cho doanh nghiệp khi doanh nghiệp cần
31. Khách hàng của chúng tôi xem xét vị trí của doanh nghiệp chúng tôi khi ra quyết định
32. Khách hàng của chúng tôi thể hiện sự hỗ trợ khi chúng tôi quyết định sản xuất ra sản phẩm mới
33. Khách hàng của chúng tôi luôn góp ý để cải tiến sản phẩm và quy trình
34. Nhân viên của chúng tôi có năng lực tư duy sáng tạo/đổi mới
35. Chúng tôi có những ý tưởng sáng tạo đổi mới để tạo ra các sản phẩm thành công
36. Chúng tôi có khả năng đưa ra ý tưởng sáng tạo/đổi mới đối phó với những vấn đề
37. Chúng tôi tin rằng nhân viên trong công ty của chúng tôi luôn gắn bó, có động lực làm việc tại công ty
38. Nhân viên của chúng tôi tìm kiếm giải pháp đối với những vấn đề kinh doanh
39. Nhân viên của chúng tôi yêu thích công việc của họ
40. Nhân viên của công ty chúng tôi là những người có trách nhiệm
41. Nhân viên của chúng tôi có trách nhiệm và kỹ năng phù hợp đối với các công việc
42. Nhân viên của chúng tôi có đủ động lực và gắn bó với công việc ngay cả khi họ được giao các quy trình của công ty
43. Chúng tôi tin rằng sự uỷ quyền sẽ làm tăng năng lực đổi mới

44. Chúng tôi có thể tiên đoán sự thay đổi của thị trường và có thể điều chỉnh phù hợp với sự thay đổi đó
45. Chúng tôi tiên đoán được sự thay đổi hành vi của khách hàng
46. Chúng tôi có kiến thức về thị trường vì vậy giúp chúng tôi chuẩn bị tốt khi thị trường có sự thay đổi
47. Chúng tôi có thể phân bổ lại các nguồn lực phù hợp với sự thay đổi của tình hình thị trường

		1	2	3	4	5
1	Our firm has access to the latest Technology					
2	Our firm is able to adopt new technology as and when advancement in technology occurs					
3	Our firm has been successful in incorporating latest technology in the manufacturing of our products					
4	Our firm has access to required technological assistance as need arisen					
5	Our firm has access to adequate financial resources					
6	Our firm has been consistently able to obtain finance for business operation					
7	Our business operation has never suffered due to lack of financial resources					
8	Our business is able to get sufficient funds from government schemes for financing the enterprise					
9	We feel that getting funds from private sources is easier than government sources					
10	We possess relevant and latest knowledge and skills to conduct business operation efficiently					
11	We possess knowledge and skills necessary for introducing innovative changes in business operations as and when required					
12	We possess relevant knowledge of best practices for our business					
13	Our firm encourages sharing of skills and knowledge amongst employees within the firm					

14	We feel that the knowledge and skills we possess enable us to change, develop, modify and reorganize our resources, assets and routines					
15	We are able to regularly update our skills and knowledge					
16	We are aware of government policies and procedure relevant to our business					
17	Our firm constantly look out for potential threats and challenges to our business					
18	We constantly keep track of technological, legal and market changes relevant to our business					
19	We consistently strive to adapt the changes occur in the business environment					
20	We are only focused to our limited number of customers					
21	We do not hesitate in taking calculated risk					
22	We have the necessary resources to rely upon if we undertake a risky proposition					
23	We would continue to try and innovate in future even if we met with failure initially in our endeavors to develop our units					
24	We feel that there is adequate micro industry- academia- government linkage in India					

25	We are able to approach government agencies for desired assistance				
26	We are able to approach educational institutions for desired assistance				
27	We believe that government agencies are aware of the problems confronted by micro enterprises, and capable of solving them				
28	We believe that educational institutions are aware of the problems confronted by micro enterprises, and capable of solving them				
29	We feel that there is adequate institutional assistance available for our business				
30	We feel that institutional assistance for our business is readily available in the form of technological know-how when required				
31	We feel that government support for our business is readily available in the form of know-how when required				
32	Our customers consider our position when they make their decision				
33	Our customers show support if we try to make innovative products				
34	Our customers give constructive feedback on how to improve our products and processes				
35	Our staff has the capability to think creatively/innovatively				
36	We have in the past, applied creative/innovative thinking to come up with successful products				
37	We have the capability to think of creative/ innovative solutions when confronted by problem, even if unusual				
38	We feel that workers in our firm are highly engaged, involved and motivated at the workplace				
39	Our workers actively seek solutions to business problem				
40	Our Workers like their work				
41	Our firm has responsible workers				
42	Our workers are responsible and adequately skilled so that responsibility of business activities can be delegated to them				
43	Our workers are motivated and engaged enough at the workplace that they may be entrusted with the processes of the firm				
44	We believe that delegation helps in increasing the Innovation Capability				
45	We have consistently been able to predict market changes and adapt accordingly				
46	We have been consistent and successful in anticipating changes in consumer behavior				
47	We possess adequate market knowledge which enables us to prepare and be ready for future changes				
48	We have been consistently able to re-allocate our resources according to changes in the market scenario				

4. Thang đo KẾT QUẢ KINH DOANH (Thọ, 2018) và (Thọ & Trang, 2011) gồm 5 biến quan sát

- Trong ba năm qua, chúng tôi đã đạt được lợi nhuận mong muốn
- Trong ba năm qua, chúng tôi đã đạt được tốc độ tăng trưởng mong muốn,
- Trong ba năm qua, chúng tôi đã đạt được thị phần mong muốn
- Trong ba năm qua, chúng tôi đã phát triển các thị trường mong muốn
- Trong ba năm qua, chúng tôi đã phát triển các sản phẩm/dịch vụ mới mong muốn

PHỤ LỤC 6

BẢNG CÂU HỎI KHẢO SÁT SƠ BỘ

Khách hàng: Nhà nhà lãnh đạo/CEO trong ngành SX-KD Cửa

Chào các Anh/chị. Chúng tôi là nhóm nghiên cứu Trường Đại học Nguyễn Tất Thành. Hiện tại chúng tôi đang khảo sát một số ý kiến về các yếu tố tác ảnh hưởng đến KẾT QUẢ KINH DOANH của doanh nghiệp trong ngành SX Cửa. Rất mong các Anh/chị giúp chúng tôi hoàn thành bảng câu hỏi dưới đây. Chúng tôi cam kết không thu thập thông tin cá nhân của Anh/chị và những ý kiến của các Anh/chị chỉ được sử dụng cho mục đích nghiên cứu. Chúc các Anh/chị sức khỏe và thành công. Các Anh/chị vui lòng đánh dấu vào các phát biểu dưới đây:

Phần 1: Câu hỏi sàng lọc

S1. Anh/ chị là người đang công tác trong doanh nghiệp sản xuất- kinh doanh cửa

a. Phải b. Không

S2. Anh/ chị là thành viên trong ban lãnh đạo của doanh nghiệp?

a. Phải b. Không

Phần 2: Anh/chị đánh dấu chọn (x) các con số ở cột bên phải tương ứng với các phát biểu theo qui ước:

(1) Hoàn toàn không đồng ý, (2) Không đồng ý, (3) Không ý kiến, (4) Đồng ý (5) Hoàn toàn đồng ý

Phát biểu	1	2	3	4	5
KA1. Công ty chúng tôi có các quy trình để tạo ra tri thức mới từ tri thức hiện có					
KA2. Công ty chúng tôi có các quy trình chia sẻ tri thức trong toàn bộ tổ chức					
KA3. Công ty chúng tôi có các quy trình để thu thập tri thức về các sản phẩm hoặc dịch vụ mới trong lĩnh vực sản xuất cửa					
KS1. Công ty chúng tôi có quy trình bảo mật tri thức					
KS2. Công ty chúng tôi có quy trình tổ chức, lưu trữ tri thức					
KS3. Công ty chúng tôi có quy trình kiểm soát, đánh giá tri thức					
KS4. Công ty chúng tôi có quy trình đào tạo các nguồn lực và các loại tri thức khác nhau					

KSH1. Công ty chúng tôi có quy trình chia sẻ tri thức trong toàn bộ tổ chức					
KSH2. Công ty chúng tôi có quy trình chia sẻ tri thức giữa các đối tác thương mại của chúng tôi					
KSH3. Công ty chúng tôi có các quy trình chuyển giao tri thức tổ chức để giải quyết các vấn đề mới					
KP1. Công ty chúng tôi có các quy trình để bảo vệ tri thức tránh được việc sử dụng không phù hợp trong tổ chức					
KP2. Công ty chúng tôi có các quy trình để bảo vệ tri thức tránh được việc không sử dụng bên ngoài tổ chức					
KP3. Công ty chúng tôi có các chế độ khuyến khích việc bảo vệ tri thức					
KP4. Công ty chúng tôi có các chính sách mở rộng để bảo vệ tri thức của tổ chức					
KI1. Công ty của tôi tiếp cận công nghệ tiên tiến nhất					
KI2. Công ty của chúng tôi thành công khi sử dụng công nghệ mới trong sản xuất					
KI3. Công ty của chúng tôi sử dụng nguồn lực tài chính phù hợp để điều hành doanh nghiệp					
KI4. Chúng tôi có kiến thức và kỹ năng cần thiết để đổi mới trong hoạt động kinh doanh					
KI5. Công ty của chúng tôi nghiên cứu thường xuyên các mối đe dọa và thách thức ảnh hưởng đến việc kinh doanh của chúng tôi					
KI6. Chúng tôi cố gắng thích nghi với các thay đổi phát sinh trong môi trường kinh doanh					
KI7. Khách hàng của chúng tôi thể hiện sự hỗ trợ khi chúng tôi quyết định sản xuất ra sản phẩm mới					
KI8. Khách hàng của chúng tôi luôn góp ý để cải tiến sản phẩm và quy trình					
KI9. Nhân viên của chúng tôi có năng lực tư duy sáng tạo/đổi mới					
KI10. Chúng tôi có những ý tưởng sáng tạo đổi mới để tạo ra các sản phẩm thành công					
KI11. Chúng tôi có khả năng đưa ra ý tưởng sáng tạo/đổi mới đối phó với những vấn đề					
KI12. Chúng tôi tin rằng nhân viên trong công ty của chúng tôi luôn gắn bó, có động lực làm việc tại công ty					
KI13. Chúng tôi tin rằng sự uỷ quyền sẽ làm tăng năng lực đổi mới					
KI14. Chúng tôi có thể tiên đoán sự thay đổi của thị trường và có thể điều chỉnh phù hợp với sự thay đổi đó					
KI15. Chúng tôi có kiến thức về thị trường vì vậy giúp chúng tôi chuẩn bị tốt khi thị trường có sự thay đổi					
CS1. Công ty của tôi thường xuyên tiếp xúc với các đối tác					

CS2. Công ty của tôi đóng một vai trò quan trọng trong lĩnh vực SX cửa.					
CS3. Công ty của tôi có hệ thống nghiên cứu và phát triển toàn diện với các cộng tác viên, liên minh chiến lược và các bên liên quan					
CS4. Quy trình nghiên cứu và phát triển của công ty tôi giúp hoạt động chung					
CR1. Công ty của tôi có thái độ hợp tác công bằng					
CR2. Công ty tôi luôn giữ lời hứa và uy tín với đối tác					
CR3. Công ty của tôi có quan hệ tương tác tốt với các đối tác					
CR4. Mỗi quan hệ giữa công ty và đối tác làm tăng năng lực cạnh tranh cho công ty					
CC1. Mỗi quan hệ tốt giữa công ty và đối tác làm tăng năng lực nghiên cứu và phát triển					
CC2. Công ty của chúng tôi và các đối tác có cùng hướng phát triển vì môi trường sạch.					
CC3. Công ty và đối tác luôn luôn thực hiện tốt trách nhiệm xã hội					
RB1. Trong ba năm qua, chúng tôi đã đạt được lợi nhuận mong muốn					
RB2. Trong ba năm qua, chúng tôi đã đạt được tốc độ tăng trưởng mong muốn,					
RB3. Trong ba năm qua, chúng tôi đã đạt được thị phần mong muốn					
RB4. Trong ba năm qua, chúng tôi đã phát triển các thị trường mong muốn					
RB5. Trong ba năm qua, chúng tôi đã phát triển các sản phẩm/dịch vụ mới mong muốn					

Phần 3: Thông tin doanh nghiệp

C1. Loại hình doanh nghiệp của công ty anh/chị :

Doanh nghiệp tư nhân Doanh nghiệp cổ phần – Liên doanh

C2. Qui mô doanh nghiệp của công ty anh/chị :

Dưới 30 người Trên 30 người

C3. Thời gian hoạt động của doanh nghiệp anh/chị :

Dưới 5 năm Trên 5 năm

Phần 4: Thông tin cá nhân

P1. Vui lòng cho biết giới tính của Anh/chị:

Nam Nữ

P2. Xin cho biết học vấn của Anh/chị thuộc nhóm:

dưới Dưới đại học Trên đại học

P3. Vui lòng cho biết Anh/chị thuộc nhóm tuổi: 30 - 39 tuổi 40 - 49 tuổi 50 - 59 tuổi trên 60

Cám ơn các Anh/chị rất nhiều.

PHỤ LỤC 7

BẢNG CÂU HỎI KHẢO SÁT ĐỊNH LƯỢNG CHÍNH THỨC

Khách hàng: Nhà nhà lãnh đạo/CEO trong ngành SX cửa

Chào các Anh/chị. Chúng tôi là nhóm nghiên cứu Trường Đại học Nguyễn Tất Thành. Hiện tại chúng tôi đang khảo sát một số ý kiến về các yếu tố tác ảnh hưởng đến KẾT QUẢ KINH DOANH của doanh nghiệp trong ngành sx cửa. Rất mong các Anh/chị giúp chúng tôi hoàn thành bảng câu hỏi dưới đây. Chúng tôi cam kết không thu thập thông tin cá nhân của Anh/chị và những ý kiến của các Anh/chị chỉ được sử dụng cho mục đích nghiên cứu. Chúc các Anh/chị sức khỏe và thành công. Các Anh/chị vui lòng đánh dấu vào các phát biểu dưới đây:

Phần 1: Câu hỏi sàng lọc

S1. Anh/ chị là người đang công tác trong doanh nghiệp sản xuất- Kinh doanh Cửa

a. Phải b. Không

S2. Anh/ chị là thành viên trong ban lãnh đạo của doanh nghiệp?

a. Phải b. Không

Phần 2: Anh/chị đánh dấu chọn (x) các con số ở cột bên phải tương ứng với các phát biểu theo qui ước:

(1) Hoàn toàn không đồng ý, (2) Không đồng ý, (3) Không ý kiến, (4) Đồng ý (5) Hoàn toàn đồng ý

Phát biểu	1	2	3	4	5
KA1. Công ty chúng tôi có các quy trình để tạo ra tri thức mới từ tri thức hiện có					
KA2. Công ty chúng tôi có các quy trình chia sẻ tri thức trong toàn bộ tổ chức					
KA3. Công ty chúng tôi có các quy trình để thu thập tri thức về các sản phẩm hoặc dịch vụ mới trong lĩnh vực sản xuất cửa					
KS1. Công ty chúng tôi có quy trình bảo mật tri thức					
KS2. Công ty chúng tôi có quy trình tổ chức, lưu trữ tri thức					
KS3. Công ty chúng tôi có quy trình kiểm soát, đánh giá tri thức					

KS4. Công ty chúng tôi có quy trình đào tạo các nguồn lực và các loại tri thức khác nhau					
KSH1. Công ty chúng tôi có quy trình chia sẻ tri thức trong toàn bộ tổ chức					
KSH2. Công ty chúng tôi có quy trình chia sẻ tri thức giữa các đối tác thương mại của chúng tôi					
KSH3. Công ty chúng tôi có các quy trình chuyển giao tri thức tổ chức để giải quyết các vấn đề mới					
KP1. Công ty chúng tôi có các quy trình để bảo vệ tri thức tránh được việc sử dụng không phù hợp trong tổ chức					
KP2. Công ty chúng tôi có các quy trình để bảo vệ tri thức tránh được việc không sử dụng bên ngoài tổ chức					
KP3. Công ty chúng tôi có các chế độ khuyến khích việc bảo vệ tri thức					
KP4. Công ty chúng tôi có các chính sách mở rộng để bảo vệ tri thức của tổ chức					
KI1. Công ty của tôi tiếp cận công nghệ tiên tiến nhất					
KI2. Công ty của chúng tôi thành công khi sử dụng công nghệ mới trong sản xuất					
KI3. Công ty của chúng tôi sử dụng nguồn lực tài chính phù hợp để điều hành doanh nghiệp					
KI4. Chúng tôi có kiến thức và kỹ năng cần thiết để đổi mới trong hoạt động kinh doanh					
KI5. Công ty của chúng tôi nghiên cứu thường xuyên các mối đe dọa và thách thức ảnh hưởng đến việc kinh doanh của chúng tôi					
KI6. Chúng tôi cố gắng thích nghi với các thay đổi phát sinh trong môi trường kinh doanh					
KI7. Khách hàng của chúng tôi thể hiện sự hỗ trợ khi chúng tôi quyết định sản xuất ra sản phẩm mới					
KI8. Khách hàng của chúng tôi luôn góp ý để cải tiến sản phẩm và quy trình					
KI9. Nhân viên của chúng tôi có năng lực tư duy sáng tạo/đổi mới					

KI10. Chúng tôi có những ý tưởng sáng tạo đổi mới để tạo ra các sản phẩm thành công					
KI11. Chúng tôi có khả năng đưa ra ý tưởng sáng tạo/đổi mới đối phó với những vấn đề					
KI12. Chúng tôi tin rằng nhân viên trong công ty của chúng tôi luôn gắn bó, có động lực làm việc tại công ty					
KI13. Chúng tôi tin rằng sự uỷ quyền sẽ làm tăng năng lực đổi mới					
CS2. Công ty của tôi đóng một vai trò quan trọng trong lĩnh vực SX cửa.					
CS3. Công ty của tôi có hệ thống nghiên cứu và phát triển toàn diện với các cộng tác viên, liên minh chiến lược và các bên liên quan					
CS4. Quy trình nghiên cứu và phát triển của công ty tôi giúp hoạt động chung					
CR1. Công ty của tôi có thái độ hợp tác công bằng					
CR2. Công ty tôi luôn giữ lời hứa và uy tín với đối tác					
CR3. Công ty của tôi có quan hệ tương tác tốt với các đối tác					
CR4. Mọi quan hệ giữa công ty và đối tác làm tăng năng lực cạnh tranh cho công ty					
CC1. Mọi quan hệ tốt giữa công ty và đối tác làm tăng năng lực nghiên cứu và phát triển					
CC2. Công ty của chúng tôi và các đối tác có cùng hướng phát triển vì môi trường sạch.					
CC3. Công ty và đối tác luôn luôn thực hiện tốt trách nhiệm xã hội					
RB1. Trong ba năm qua, chúng tôi đã đạt được lợi nhuận mong muốn					
RB2. Trong ba năm qua, chúng tôi đã đạt được tốc độ tăng trưởng mong muốn,					
RB3. Trong ba năm qua, chúng tôi đã đạt được thị phần mong muốn					
RB4. Trong ba năm qua, chúng tôi đã phát triển các thị trường					

mong muốn					
RB5.Trong ba năm qua, chúng tôi đã phát triển các sản phẩm/dịch vụ mới mong muốn					

Phần 3: Thông tin doanh nghiệp

C1. Loại hình doanh nghiệp của công ty anh/chị :

Doanh nghiệp tư nhân Doanh nghiệp cổ phần – Liên doanh

C2. Qui mô doanh nghiệp của công ty anh/chị :

Dưới 30 người Trên 30 người

C3. Thời gian hoạt động của doanh nghiệp anh/chị :

Dưới 5 năm Trên 5 năm

Phần 4: Thông tin cá nhân

P1. Vui lòng cho biết giới tính của Anh/chị:

Nam Nữ

P2. Xin cho biết học vấn của Anh/chị thuộc nhóm:

dưới Đại học Trên đại học

P3. Vui lòng cho biết Anh/chị thuộc nhóm tuổi: 30 - 39 tuổi 40 - 49 tuổi 50 - 59 tuổi trên 60

Cám ơn các Anh/chị rất nhiều.

PHỤ LỤC 8

BẢNG DANH SÁCH CÁC CHUYÊN GIA THAM GIA THẢO LUẬN NHÓM

STT	TÊN CÔNG TY	CHỨC VỤ	GIỚI TÍNH	NHÓM
1	Công ty Eurowindow	Trưởng đại diện khu vực miền Nam	Nam	I
2	Công ty Austdoor	Trưởng đại diện khu vực miền Nam	Nam	
3	Công ty Thiên Phát	Giám đốc công ty	Nam	
4	Công ty Hoàng Nam	Giám đốc công ty	Nam	
5	Công ty Phi Hiệp Window	Giám đốc công ty	Nam	
6	Công ty Khải Hùng	Giám đốc công ty	Nam	
7	Công ty Gia Nguyễn	Giám đốc công ty	Nam	
8	Công ty Viethouse Window	Giám đốc công ty	Nam	
9	Công ty Eurowindow	Trưởng đại diện khu vực miền Nam	Nam	II
10	Công ty Hiếu độc lập	Giám đốc công ty	Nam	
11	Công ty Vạn Phú Gia	Giám đốc công ty	Nam	
12	Công ty Lê Phúc	Giám đốc công ty	Nam	
13	Công ty Phước An	Giám đốc công ty	Nam	
14	Công ty Casaco	Giám đốc công ty	Nam	
15	Công ty Nam Phát	Giám đốc công ty	Nam	
16	Công ty Đông Dương	Giám đốc công ty	Nữ	

(Nguồn: Tổng hợp của tác giả)

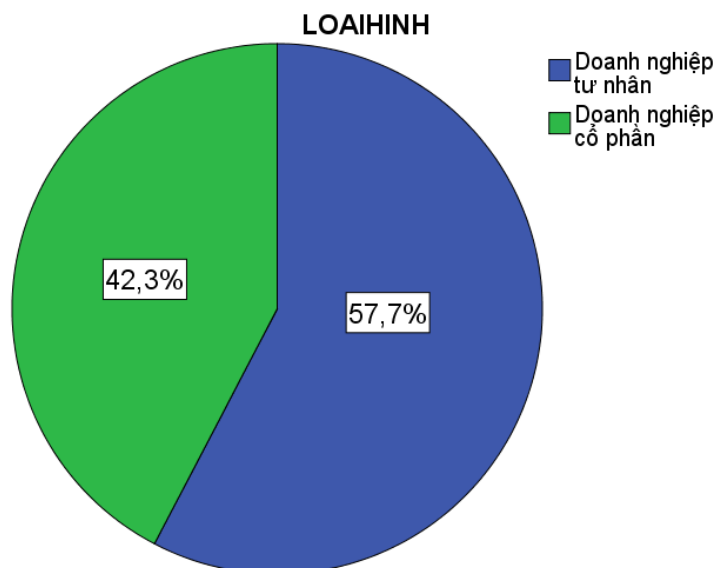
PHỤ LỤC 9: THỐNG KÊ MÔ TẢ

Statistics

LOAIHINH

N	Valid	385
	Missing	0

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Doanh nghiệp tư nhân	222	57,7	57,7	57,7
	Doanh nghiệp cổ phần	163	42,3	42,3	100,0
	Total	385	100,0	100,0	

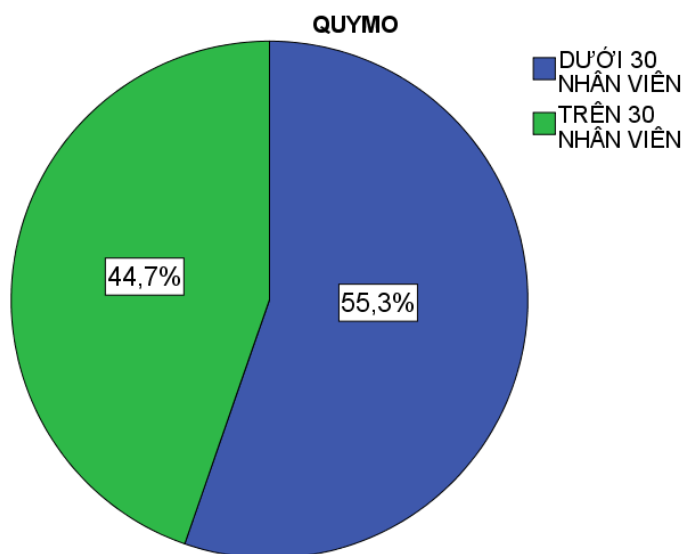


Statistics

QUYMO

N	Valid	385
	Missing	0

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	DƯỚI 30 NHÂN VIÊN	213	55,3	55,3	55,3
	TRÊN 30 NHÂN VIÊN	172	44,7	44,7	100,0
	Total	385	100,0	100,0	



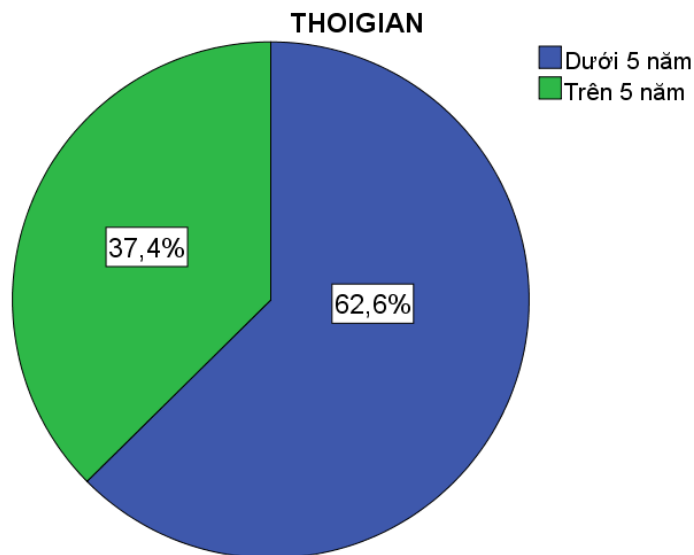
Statistics

THOIGIAN

N	Valid	385
	Missing	0

THOIGIAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Dưới 5 năm	241	62,6	62,6	62,6
	Trên 5 năm	144	37,4	37,4	100,0
	Total	385	100,0	100,0	



PHỤ LỤC 10: ĐÁNH GIÁ ĐỘ TIN CẬY CỦA THANG ĐO

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	63	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	63	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.837	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KA1	3.27	.700	63
KA2	3.33	.672	63
KA3	3.38	.658	63

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KA1	6.71	1.433	.709	.765
KA2	6.65	1.489	.715	.759
KA3	6.60	1.566	.676	.797

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	63	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	63	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.855	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KS1	2.79	.676	63
KS2	2.76	.712	63
KS3	3.30	.733	63
KS4	3.35	.786	63

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KS1	9.41	3.569	.737	.802
KS2	9.44	3.573	.679	.824
KS3	8.90	3.442	.710	.811
KS4	8.86	3.350	.674	.828

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	63	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	63	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.776	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KSH1	3.44	.736	63
KSH2	2.98	.635	63
KSH3	3.37	.655	63

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KSH1	6.35	1.328	.575	.747
KSH2	6.81	1.479	.623	.688
KSH3	6.43	1.410	.646	.661

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.817	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KP1	3.57	.640	63
KP2	3.52	.715	63

KP3	3.43	.689	63
KP4	3.40	.685	63

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KP1	10.35	2.812	.742	.724
KP2	10.40	2.921	.566	.805
KP3	10.49	2.770	.685	.747
KP4	10.52	2.995	.570	.801

Chạy Cronbach's Alpha lần 1- Thang đo năng lực đổi mới

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.904	15

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KI1	3.35	.652	63
KI2	3.43	.689	63
KI3	3.43	.712	63
KI4	3.43	.689	63
KI5	3.40	.708	63
KI6	3.41	.710	63
KI7	3.41	.710	63
KI8	3.44	.713	63
KI9	3.46	.692	63
KI10	3.43	.712	63
KI11	3.40	.708	63
KI12	3.41	.710	63
KI13	3.40	.685	63
KI14	1.70	.463	63
KI15	3.48	.895	63

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KI1	46.22	39.821	.848	.889
KI2	46.14	41.512	.589	.898
KI3	46.14	40.641	.669	.895
KI4	46.14	41.382	.605	.897
KI5	46.17	39.888	.763	.891
KI6	46.16	40.265	.715	.893
KI7	46.16	40.297	.712	.893
KI8	46.13	41.597	.555	.899
KI9	46.11	42.713	.445	.903
KI10	46.14	40.834	.646	.896
KI11	46.17	40.050	.744	.892
KI12	46.16	40.555	.681	.894
KI13	46.17	40.501	.717	.893
KI14	47.87	45.919	.173	.909
KI15	46.10	45.217	.099	.920

Chạy Cronbach's Alpha lần 2- Thang đo năng lực đổi mới

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.927	13

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KI1	3.35	.652	63
KI2	3.43	.689	63
KI3	3.43	.712	63
KI4	3.43	.689	63
KI5	3.40	.708	63
KI6	3.41	.710	63
KI7	3.41	.710	63
KI8	3.44	.713	63
KI9	3.46	.692	63
KI10	3.43	.712	63
KI11	3.40	.708	63
KI12	3.41	.710	63
KI13	3.40	.685	63

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KI1	41.05	36.853	.860	.915
KI2	40.97	38.612	.583	.925
KI3	40.97	37.870	.651	.922
KI4	40.97	38.612	.583	.925
KI5	41.00	36.871	.780	.918
KI6	40.98	37.371	.715	.920
KI7	40.98	37.371	.715	.920
KI8	40.95	38.369	.589	.925
KI9	40.94	39.609	.459	.929
KI10	40.97	37.870	.651	.922
KI11	41.00	36.871	.780	.918
KI12	40.98	37.371	.715	.920
KI13	41.00	37.613	.714	.920

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.863	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
CS1	2.76	.712	63
CS2	2.75	.718	63
CS3	3.30	.733	63
CS4	3.35	.786	63

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CS1	9.40	3.598	.764	.804
CS2	9.41	3.730	.694	.832
CS3	8.86	3.608	.727	.818
CS4	8.81	3.576	.664	.846

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.861	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
CR1	3.38	.682	63
CR2	3.02	.635	63
CR3	3.37	.655	63
CR4	3.60	.730	63

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CR1	9.98	3.145	.645	.849
CR2	10.35	3.102	.745	.809
CR3	10.00	3.065	.731	.814
CR4	9.76	2.862	.719	.820

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.766	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
CC1	3.52	.715	63
CC2	3.44	.690	63
CC3	3.65	.600	63

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CC1	7.10	1.346	.542	.756
CC2	7.17	1.243	.673	.598
CC3	6.97	1.515	.596	.696

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.866	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
RB1	3.32	.618	63
RB2	3.32	.668	63
RB3	3.33	.648	63
RB4	3.32	.668	63
RB5	3.32	.618	63

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
--	----------------------------	--------------------------------	----------------------------------	----------------------------------

RB1	13.29	4.498	.718	.832
RB2	13.29	4.336	.711	.833
RB3	13.27	4.394	.717	.831
RB4	13.29	4.627	.587	.864
RB5	13.29	4.498	.718	.832

PHỤ LỤC 11: NHÂN TỐ KHÁM PHÁ EFA

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.764
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	410.208
	df	91
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings ^a
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total
1	4.529	32.348	32.348	4.529	32.348	32.348	3.119
2	2.584	18.458	50.806	2.584	18.458	50.806	3.197
3	1.783	12.739	63.545	1.783	12.739	63.545	3.006
4	1.220	8.712	72.257	1.220	8.712	72.257	3.010
5	.696	4.968	77.226				
6	.618	4.414	81.640				
7	.548	3.917	85.557				
8	.444	3.169	88.726				
9	.359	2.563	91.289				
10	.340	2.425	93.714				
11	.287	2.049	95.764				
12	.219	1.566	97.329				
13	.209	1.494	98.823				
14	.165	1.177	100.000				

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. When components are correlated, sums of squared loadings cannot be added to obtain a total variance.

Pattern Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
KA1			.843	
KA2			.834	
KA3			.877	
KS1	.838			
KS2	.838			
KS3	.813			
KS4	.844			
KSH1				.722
KSH2				.795
KSH3				.879
KP1		.885		
KP2		.651		
KP3		.781		
KP4		.795		

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Promax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 5 iterations.

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.803
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	302.093
	df	55
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings ^a
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total
1	4.009	36.447	36.447	4.009	36.447	36.447	3.382
2	2.331	21.192	57.639	2.331	21.192	57.639	3.083
3	1.576	14.331	71.970	1.576	14.331	71.970	2.404
4	.545	4.951	76.921				
5	.537	4.885	81.806				
6	.415	3.772	85.577				
7	.379	3.446	89.023				
8	.367	3.335	92.358				
9	.340	3.088	95.446				
10	.280	2.543	97.989				
11	.221	2.011	100.000				

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. When components are correlated, sums of squared loadings cannot be added to obtain a total variance.

Pattern Matrix^a

	Component		
	1	2	3
CS1		.864	
CS2		.842	
CS3		.825	
CS4		.831	
CR1	.722		
CR2	.869		
CR3	.883		
CR4	.860		
CC1			.674
CC2			.818
CC3			.931

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Promax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 5 iterations.

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,909
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	622,210
	df	153
	Sig.	,000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings ^a
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total
1	8,713	48,403	48,403	8,713	48,403	48,403	8,234
2	1,674	9,297	57,701	1,674	9,297	57,701	6,127
3	,852	4,731	62,432				
4	,794	4,411	66,842				
5	,669	3,716	70,558				
6	,629	3,493	74,052				
7	,586	3,254	77,305				
8	,563	3,127	80,432				
9	,549	3,048	83,480				
10	,521	2,896	86,375				
11	,472	2,623	88,999				
12	,445	2,473	91,472				
13	,392	2,176	93,648				
14	,364	2,025	95,672				
15	,287	1,595	97,268				
16	,241	1,340	98,608				
17	,137	,762	99,369				
18	,114	,631	100,000				

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. When components are correlated, sums of squared loadings cannot be added to obtain a total variance.

Pattern Matrix^a

	Component	
	1	2
RB1		,811
RB2		,858
RB3		,801
RB4		,772
RB5		,814
KI1	,874	
KI2	,445	,294
KI3	,746	
KI4	,708	
KI5	,754	
KI6	,790	
KI7	,756	
KI8	,712	
KI9	,499	
KI10	,650	
KI11	,780	
KI12	,779	
KI13	,769	

Extraction Method: Principal

Component Analysis.

Rotation Method: Promax with

Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 3 iterations.

PHỤ LỤC 12: THỐNG KÊ MÔ TẢ

Knowledge					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tu dai hoc tro len	373	96.9	96.9	96.9
	Duoi dai hoc	12	3.1	3.1	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

GIOITINH					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NAM	298	77.4	77.4	77.4
	NU	87	22.6	22.6	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

Descriptive Statistics									
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
KA1	385	1	5	3,22	,730	,151	,124	,414	,248
KA2	385	1	5	3,36	,730	,209	,124	,058	,248
KA3	385	1	5	3,37	,733	,163	,124	,012	,248
KS1	385	1	5	3,26	,947	,212	,124	-,425	,248
KS2	385	1	5	3,25	,920	,180	,124	-,234	,248
KS3	385	1	5	3,48	,863	,064	,124	-,298	,248
KS4	385	1	5	3,49	,863	,032	,124	-,303	,248
KSH1	385	1	5	3,35	,957	-,088	,124	-,087	,248
KSH2	385	1	5	3,05	,930	,243	,124	,032	,248
KSH3	385	1	5	3,26	,899	,107	,124	,115	,248
KP1	385	1	5	3,52	,715	,156	,124	,223	,248
KP2	385	1	5	3,64	,851	-,189	,124	-,193	,248
KP3	385	1	5	3,52	,784	-,219	,124	,113	,248
KP4	385	1	5	3,51	,797	-,100	,124	,030	,248
CS1	385	1	5	3,38	,852	-,109	,124	-,123	,248
CS2	385	1	5	3,18	,735	-,379	,124	-,153	,248
CS3	385	1	5	3,35	,713	-,362	,124	-,364	,248
CS4	385	1	5	3,33	,723	-,212	,124	-,308	,248
CR1	385	2	5	3,47	,790	,353	,124	-,376	,248
CR2	385	1	5	3,23	,851	,463	,124	,079	,248
CR3	385	1	5	3,34	,872	,210	,124	,045	,248
CR4	385	1	5	3,45	,853	,235	,124	-,328	,248
CC1	385	1	5	3,75	,775	-,408	,124	,120	,248
CC2	385	1	5	3,78	,780	-,458	,124	,347	,248
CC3	385	1	5	3,79	,714	-,314	,124	,302	,248
RB1	385	2	5	3,38	,527	,388	,124	-,790	,248
RB2	385	2	5	3,38	,537	,392	,124	-,618	,248

RB3	385	2	5	3,38	,532	,431	,124	-,667	,248
RB4	385	2	5	3,38	,537	,392	,124	-,618	,248
RB5	385	2	5	3,38	,527	,388	,124	-,790	,248
KI1	385	2	5	3,37	,578	,707	,124	,136	,248
KI2	385	2	5	3,39	,590	,780	,124	,174	,248
KI3	385	2	5	3,39	,595	,722	,124	,141	,248
KI4	385	2	5	3,39	,590	,769	,124	,152	,248
KI5	385	2	5	3,39	,599	,751	,124	,182	,248
KI6	385	2	5	3,39	,594	,734	,124	,161	,248
KI7	385	2	5	3,39	,594	,734	,124	,161	,248
KI8	385	2	5	3,39	,595	,711	,124	,121	,248
KI9	385	2	5	3,40	,591	,746	,124	,110	,248
KI10	385	2	5	3,39	,595	,722	,124	,141	,248
KI11	385	2	5	3,39	,594	,745	,124	,182	,248
KI12	385	2	5	3,39	,599	,740	,124	,161	,248
KI13	385	2	5	3,39	,594	,734	,124	,161	,248
Valid N (listwise)	385								

PHỤ LỤC 13: KẾT QUẢ CRONBACH ALPHA NGHIÊN CỨU CHÍNH THỨC

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.875	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KA1	6.74	1.841	.743	.837
KA2	6.60	1.772	.793	.792
KA3	6.58	1.837	.742	.839

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.946	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KS1	10.22	6.190	.856	.934
KS2	10.22	6.210	.886	.923
KS3	10.00	6.549	.866	.930
KS4	9.99	6.523	.873	.928

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.841	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KSH1	6.32	2.712	.718	.766
KSH2	6.61	2.931	.658	.823
KSH3	6.41	2.835	.741	.744

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.870	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KP1	10.67	4.559	.681	.850
KP2	10.55	3.962	.727	.833
KP3	10.67	4.127	.755	.820
KP4	10.68	4.136	.733	.829

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.747	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CS1	9.86	3.581	.284	.842
CS2	10.06	3.018	.653	.626
CS3	9.89	3.040	.673	.617
CS4	9.91	3.107	.626	.643

Cronbach alpha lần 2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.842	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CS2	6.68	1.735	.675	.811
CS3	6.51	1.683	.751	.737
CS4	6.53	1.734	.695	.791

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.914	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CR1	10.02	5.692	.714	.917
CR2	10.26	5.046	.848	.872
CR3	10.15	5.038	.820	.882
CR4	10.04	5.082	.833	.877

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.858	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CC1	7.57	1.865	.732	.800
CC2	7.54	1.754	.799	.734
CC3	7.53	2.114	.669	.856

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.978	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
RB1	13.52	4.183	.943	.971
RB2	13.52	4.157	.936	.972
RB3	13.52	4.167	.939	.971
RB4	13.52	4.203	.909	.976
RB5	13.52	4.183	.943	.971

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.981	13

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KI1	40.70	40.986	.934	.978
KI2	40.69	41.221	.880	.979
KI3	40.68	41.181	.878	.979
KI4	40.68	41.300	.868	.979
KI5	40.68	41.061	.887	.979
KI6	40.69	41.101	.890	.979
KI7	40.69	41.101	.890	.979
KI8	40.68	41.260	.866	.979
KI9	40.68	41.458	.844	.980
KI10	40.68	41.181	.878	.979
KI11	40.69	41.022	.902	.979
KI12	40.68	41.140	.875	.979
KI13	40.69	41.101	.890	.979

PHỤ LỤC 14: KẾT QUẢ EFA NGHIÊN CỨU CHÍNH THỨC

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.826
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	3570.559
	df	91
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings ^a
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total
1	4.679	33.418	33.418	4.679	33.418	33.418	4.080
2	2.873	20.519	53.938	2.873	20.519	53.938	2.950
3	2.000	14.282	68.220	2.000	14.282	68.220	2.790
4	1.558	11.132	79.352	1.558	11.132	79.352	3.016
5	.491	3.504	82.856				
6	.414	2.955	85.811				
7	.355	2.533	88.344				
8	.324	2.311	90.655				
9	.305	2.180	92.835				
10	.278	1.984	94.819				
11	.243	1.739	96.557				
12	.199	1.421	97.978				
13	.148	1.057	99.035				
14	.135	.965	100.000				

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. When components are correlated, sums of squared loadings cannot be added to obtain a total variance.

Pattern Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
KA1			.940	
KA2			.884	
KA3			.848	
KS1	.925			
KS2	.943			
KS3	.926			
KS4	.909			
KSH1				.893
KSH2				.823
KSH3				.875
KP1		.840		
KP2		.845		
KP3		.855		
KP4		.853		

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Promax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 5 iterations.

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.781
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2179.699
	df	45
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings ^a
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total
1	3.554	35.543	35.543	3.554	35.543	35.543	3.298
2	2.183	21.830	57.373	2.183	21.830	57.373	2.443
3	2.076	20.763	78.136	2.076	20.763	78.136	2.396
4	.456	4.564	82.700				
5	.400	3.999	86.699				
6	.396	3.964	90.662				
7	.308	3.084	93.746				
8	.230	2.300	96.046				
9	.209	2.093	98.139				
10	.186	1.861	100.000				

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. When components are correlated, sums of squared loadings cannot be added to obtain a total variance.

Pattern Matrix^a

	Component		
	1	2	3
CS2			.849
CS3			.894
CS4			.870
CR1	.812		
CR2	.921		
CR3	.912		
CR4	.915		
CC1		.887	
CC2		.914	
CC3		.843	

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Promax with Kaiser

Normalization.

a. Rotation converged in 4 iterations.

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.960
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	11803.262
	df	253
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings ^a
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total
1	12.077	52.509	52.509	12.077	52.509	52.509	11.618
2	3.902	16.966	69.475	3.902	16.966	69.475	7.021
3	3.087	13.422	82.897	3.087	13.422	82.897	3.909
4	.505	2.197	85.094				
5	.328	1.427	86.521				
6	.275	1.195	87.717				
7	.253	1.099	88.815				
8	.245	1.064	89.879				
9	.225	.980	90.859				
10	.220	.955	91.814				
11	.216	.941	92.755				
12	.215	.933	93.688				
13	.210	.915	94.603				
14	.205	.890	95.493				
15	.200	.872	96.365				
16	.194	.841	97.206				
17	.179	.777	97.983				
18	.135	.585	98.569				
19	.110	.480	99.049				
20	.083	.359	99.407				
21	.061	.264	99.672				
22	.057	.247	99.919				
23	.019	.081	100.000				

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. When components are correlated, sums of squared loadings cannot be added to obtain a total variance.

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,971
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	9643,098
	df	153
	Sig.	,000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings ^a
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total
1	12,064	67,023	67,023	12,064	67,023	67,023	11,607
2	3,090	17,169	84,192	3,090	17,169	84,192	7,023
3	,275	1,528	85,720				
4	,253	1,406	87,126				
5	,229	1,274	88,400				
6	,220	1,220	89,620				
7	,218	1,210	90,830				
8	,215	1,195	92,025				
9	,211	1,171	93,195				
10	,205	1,137	94,333				

11	,201	1,114	95,447				
12	,194	1,076	96,523				
13	,180	,998	97,521				
14	,136	,753	98,274				
15	,110	,613	98,888				
16	,083	,459	99,346				
17	,061	,338	99,684				
18	,057	,316	100,000				

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. When components are correlated, sums of squared loadings cannot be added to obtain a total variance.

Pattern Matrix^a

	Component	
	1	2
RB1		,960
RB2		,960
RB3		,956
RB4		,947
RB5		,961
KI1	,923	
KI2	,895	
KI3	,897	
KI4	,904	
KI5	,896	
KI6	,905	
KI7	,902	
KI8	,891	
KI9	,881	
KI10	,878	
KI11	,919	
KI12	,906	
KI13	,890	

Extraction Method: Principal
Component Analysis.

Rotation Method: Promax with
Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 3 iterations.

PHỤ LỤC 15: CFA CHÍNH THỨC

Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)

Maximum Likelihood Estimates

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KS1	<--- KS	1.000				
KS2	<--- KS	1.004	.037	27.292	***	
KS3	<--- KS	.926	.035	26.265	***	
KS4	<--- KS	.935	.035	26.829	***	
KP1	<--- KP	1.000				
KP2	<--- KP	1.288	.088	14.599	***	
KP3	<--- KP	1.254	.082	15.300	***	
KP4	<--- KP	1.226	.083	14.819	***	
KA1	<--- KA	1.000				
KA2	<--- KA	1.133	.063	17.873	***	
KA3	<--- KA	1.023	.061	16.871	***	
KSH1	<--- KSH	1.000				
KSH2	<--- KSH	.877	.061	14.443	***	
KSH3	<--- KSH	1.001	.062	16.107	***	

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate
KS1	<--- KS	.886
KS2	<--- KS	.916
KS3	<--- KS	.900
KS4	<--- KS	.909
KP1	<--- KP	.732
KP2	<--- KP	.792
KP3	<--- KP	.837
KP4	<--- KP	.805
KA1	<--- KA	.795
KA2	<--- KA	.901
KA3	<--- KA	.811
KSH1	<--- KSH	.809
KSH2	<--- KSH	.730
KSH3	<--- KSH	.861

Intercepts: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KS1	3.262	.048	67.581	***	
KS2	3.255	.047	69.408	***	
KS3	3.475	.044	79.013	***	
KS4	3.486	.044	79.227	***	
KP1	3.517	.036	96.554	***	
KP2	3.644	.043	83.999	***	
KP3	3.517	.040	87.997	***	
KP4	3.512	.041	86.406	***	
KA1	3.223	.037	86.607	***	
KA2	3.361	.037	90.300	***	
KA3	3.374	.037	90.357	***	
KSH1	3.351	.049	68.701	***	
KSH2	3.055	.047	64.472	***	
KSH3	3.262	.046	71.185	***	

Covariances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KS <--> KP	.065	.025	2.588	.010	
KS <--> KA	.154	.029	5.295	***	
KSH <--> KS	.295	.042	7.034	***	
KP <--> KA	.013	.018	.746	.456	
KSH <--> KP	-.011	.024	-.477	.633	
KSH <--> KA	.134	.028	4.759	***	

Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
KS <--> KP	.148
KS <--> KA	.317
KSH <--> KS	.455
KP <--> KA	.043
KSH <--> KP	-.028
KSH <--> KA	.298

Variances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KS	.702	.064	10.979	***	
KP	.273	.035	7.914	***	
KA	.336	.038	8.893	***	
KSH	.598	.068	8.848	***	
e1	.192	.018	10.972	***	
e2	.136	.014	9.703	***	
e3	.141	.013	10.449	***	

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
e4	.129	.013	10.065	***	
e5	.236	.021	11.499	***	
e6	.270	.026	10.377	***	
e7	.184	.020	8.995	***	
e8	.223	.022	10.029	***	
e9	.196	.019	10.380	***	
e10	.100	.017	5.766	***	
e11	.183	.019	9.876	***	
e12	.316	.035	8.915	***	
e13	.402	.036	11.085	***	
e14	.208	.031	6.778	***	

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
KSH3	.742
KSH2	.533
KSH1	.654
KA3	.658
KA2	.812
KA1	.632
KP4	.648
KP3	.701
KP2	.627
KP1	.536
KS4	.826
KS3	.811
KS2	.839
KS1	.785

Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)

Maximum Likelihood Estimates

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
CR1 <--- CR	1.000				
CR2 <--- CR	1.288	.071	18.250	***	
CR3 <--- CR	1.287	.072	17.774	***	
CR4 <--- CR	1.278	.071	18.061	***	
CC1 <--- CC	1.000				
CC2 <--- CC	1.162	.068	17.049	***	
CC3 <--- CC	.825	.055	15.056	***	
CS2 <--- CS	1.000				
CS3 <--- CS	1.133	.077	14.704	***	
CS4 <--- CS	1.025	.071	14.358	***	

Covariances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
CR <--> CC	.065	.021	3.059	.002	
CR <--> CS	.058	.019	2.996	.003	
CC <--> CS	.032	.020	1.593	.111	

Variances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
CR	.350	.042	8.418	***	
CC	.388	.044	8.874	***	
CS	.302	.038	7.959	***	
e1	.273	.022	12.393	***	
e2	.141	.016	8.948	***	
e3	.178	.018	9.996	***	
e4	.153	.016	9.412	***	
e5	.210	.023	9.328	***	
e6	.082	.023	3.539	***	
e7	.244	.021	11.628	***	
e8	.236	.023	10.452	***	
e9	.120	.021	5.739	***	
e10	.204	.021	9.528	***	

Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)

Maximum Likelihood Estimates

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KS <--- KM	1.000				
KSH <--- KM	.562	.046	12.207	***	par_16
KA <--- KM	.300	.035	8.624	***	par_17
KP <--- KM	.077	.039	1.980	.048	par_18
CR <--- SC	1.000				
CS <--- SC	.074	.030	2.463	.014	par_19
CC <--- SC	.083	.030	2.817	.005	par_23
KS2 <--- KS	1.000				
KS1 <--- KS	.944	.026	36.487	***	par_1
KS4 <--- KS	.882	.022	39.277	***	par_2
KS3 <--- KS	.874	.023	38.322	***	par_3
CR4 <--- CR	1.000				
CR3 <--- CR	.993	.037	26.477	***	par_4
CR2 <--- CR	1.003	.035	28.349	***	par_5
CR1 <--- CR	.804	.037	21.569	***	par_6
KP3 <--- KP	1.000				

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KP4	<---	KP	.981	.057	17.108	***	par_7
KP2	<---	KP	1.029	.061	16.789	***	par_8
KP1	<---	KP	.805	.052	15.398	***	par_9
KA1	<---	KA	1.000				
KA2	<---	KA	1.146	.061	18.939	***	par_10
KA3	<---	KA	1.027	.058	17.620	***	par_11
KSH3	<---	KSH	1.000				
KSH1	<---	KSH	1.006	.055	18.388	***	par_12
KSH2	<---	KSH	.885	.053	16.608	***	par_13
CS3	<---	CS	1.000				
CS4	<---	CS	.899	.060	15.093	***	par_14
CS2	<---	CS	.876	.060	14.655	***	par_15
CC1	<---	CC	1.000				
CC2	<---	CC	1.163	.068	17.043	***	par_21
CC3	<---	CC	.825	.055	15.072	***	par_22

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate
KS	<---	KM	.893
KSH	<---	KM	.675
KA	<---	KM	.500
KP	<---	KM	.117
CR	<---	SC	1.173
CS	<---	SC	.119
CC	<---	SC	.134
KS2	<---	KS	.950
KS1	<---	KS	.923
KS4	<---	KS	.939
KS3	<---	KS	.934
CR4	<---	CR	.903
CR3	<---	CR	.890
CR2	<---	CR	.916
CR1	<---	CR	.808
KP3	<---	KP	.835
KP4	<---	KP	.805
KP2	<---	KP	.792
KP1	<---	KP	.737
KA1	<---	KA	.802
KA2	<---	KA	.912
KA3	<---	KA	.821
KSH3	<---	KSH	.874
KSH1	<---	KSH	.831
KSH2	<---	KSH	.760
CS3	<---	CS	.878
CS4	<---	CS	.779

			Estimate
CS2	<---	CS	.747
CC1	<---	CC	.805
CC2	<---	CC	.930
CC3	<---	CC	.721

Covariances: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KM	<--> SC	.645	.044	14.517	***	par_20

Correlations: (Group number 1 - Default model)

		Estimate
KM	<--> SC	.645

Variances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KM	1.000				
SC	1.000				
e25	.253	.056	4.504	***	par_24
e26	.377	.045	8.307	***	par_25
e27	.271	.031	8.667	***	par_26
e28	.423	.045	9.493	***	par_27
e29	-.274	.061	-4.521	***	par_28
e31	.386	.040	9.654	***	par_29
e32	.382	.043	8.892	***	par_30
e1	.136	.014	9.483	***	par_31
e2	.193	.017	11.135	***	par_32
e3	.131	.013	10.312	***	par_33
e4	.140	.013	10.623	***	par_34
e5	.165	.017	9.904	***	par_35
e6	.189	.018	10.458	***	par_36
e7	.140	.015	9.162	***	par_37
e8	.249	.020	12.207	***	par_38
e9	.186	.021	9.063	***	par_39
e10	.223	.022	10.014	***	par_40
e11	.270	.026	10.367	***	par_41
e12	.233	.020	11.423	***	par_42
e16	.200	.019	10.594	***	par_43
e17	.096	.017	5.636	***	par_44
e18	.185	.018	10.024	***	par_45
e19	.214	.029	7.287	***	par_46
e20	.314	.034	9.147	***	par_47
e21	.398	.036	11.140	***	par_48
e22	.117	.021	5.546	***	par_49

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
e23	.206	.022	9.550	***	par_50
e24	.238	.023	10.492	***	par_51
e33	.211	.023	9.314	***	par_52
e34	.082	.023	3.494	***	par_53
e35	.245	.021	11.626	***	par_54

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
CC	.018
CS	.014
KSH	.456
KA	.250
KP	.014
CR	1.377
KS	.798
CC3	.520
CC2	.866
CC1	.649
CS2	.558
CS4	.606
CS3	.771
KSH2	.577
KSH1	.691
KSH3	.764
KA3	.673
KA2	.832
KA1	.644
KP1	.544
KP2	.627
KP4	.649
KP3	.697
CR1	.654
CR2	.839
CR3	.791
CR4	.815
KS3	.872
KS4	.882
KS1	.852
KS2	.902

Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)

Maximum Likelihood Estimates

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KI7 <--- KI	.978	.030	32.428	***	
KI13 <--- KI	.979	.030	32.460	***	
KI5 <--- KI	.984	.031	32.163	***	
KI12 <--- KI	.971	.032	30.708	***	
KI2 <--- KI	.960	.031	31.240	***	
KI10 <--- KI	.966	.031	31.019	***	
KI3 <--- KI	.966	.031	30.974	***	
RB4 <--- RB	1.000				
RB3 <--- RB	1.028	.028	36.335	***	
RB1 <--- RB	1.021	.028	36.901	***	
RB5 <--- RB	1.021	.028	36.894	***	
RB2 <--- RB	1.031	.029	35.737	***	
KI1 <--- KI	1.000				
KI11 <--- KI	.991	.029	34.009	***	
KI6 <--- KI	.978	.030	32.414	***	
KI9 <--- KI	.923	.034	27.519	***	
KI4 <--- KI	.947	.032	29.855	***	
KI8 <--- KI	.953	.032	29.661	***	

Covariances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KI <--> RB	.133	.016	8.351	***	

Variances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KI	.297	.024	12.420	***	
RB	.243	.021	11.830	***	
e1	.036	.003	11.707	***	
e2	.060	.005	12.604	***	
e3	.068	.005	12.778	***	
e4	.068	.005	12.777	***	
e5	.067	.005	12.774	***	
e6	.070	.005	12.803	***	
e7	.078	.006	12.937	***	
e8	.073	.006	12.890	***	
e9	.075	.006	12.910	***	
e10	.075	.006	12.914	***	
e11	.083	.006	13.024	***	
e12	.081	.006	13.008	***	

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
e13	.095	.007	13.177	***	
e14	.044	.004	12.184	***	
e15	.026	.002	10.813	***	
e16	.023	.002	10.518	***	
e17	.023	.002	10.522	***	
e18	.029	.003	11.085	***	

Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)

Maximum Likelihood Estimates

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KS	<--- KM	1.000				
KSH	<--- KM	.839	.040	20.818	***	
KA	<--- KM	.531	.033	16.272	***	
KP	<--- KM	.346	.036	9.626	***	
CR	<--- SC	1.000				
CS	<--- SC	.433	.034	12.700	***	
CC	<--- SC	.267	.034	7.738	***	
KS2	<--- KS	1.000				
KS1	<--- KS	1.018	.025	41.084	***	
KS4	<--- KS	.952	.021	44.370	***	
KS3	<--- KS	.943	.022	43.202	***	
CR4	<--- CR	1.000				
CR3	<--- CR	1.005	.026	39.241	***	
CR2	<--- CR	1.014	.024	42.525	***	
CR1	<--- CR	.809	.026	30.869	***	
KP3	<--- KP	1.000				
KP4	<--- KP	.980	.051	19.356	***	
KP2	<--- KP	1.030	.054	18.992	***	
KP1	<--- KP	.804	.046	17.296	***	
KA1	<--- KA	1.000				
KA2	<--- KA	1.126	.045	24.995	***	
KA3	<--- KA	1.023	.045	22.576	***	
KSH3	<--- KSH	1.000				
KSH1	<--- KSH	1.021	.040	25.717	***	
KSH2	<--- KSH	.897	.040	22.577	***	
CS3	<--- CS	1.000				
CS4	<--- CS	.931	.047	19.841	***	
CS2	<--- CS	.901	.048	18.846	***	
CC1	<--- CC	1.000				
CC2	<--- CC	1.165	.060	19.276	***	
CC3	<--- CC	.824	.051	16.170	***	

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KI1	<---	KI	1.000				
KI2	<---	KI	.924	.016	57.257	***	
KI3	<---	KI	.928	.016	56.658	***	
KI4	<---	KI	.911	.017	54.470	***	
KI5	<---	KI	.946	.016	59.020	***	
KI6	<---	KI	.940	.016	59.504	***	
KI7	<---	KI	.940	.016	59.470	***	
KI8	<---	KI	.917	.017	54.161	***	
KI9	<---	KI	.887	.018	50.023	***	
KI10	<---	KI	.929	.016	56.810	***	
KI11	<---	KI	.952	.015	62.667	***	
KI12	<---	KI	.933	.017	56.127	***	
KI13	<---	KI	.941	.016	59.585	***	
RB1	<---	RB	1.000				
RB2	<---	RB	.963	.011	86.364	***	
RB3	<---	RB	.959	.011	88.168	***	
RB4	<---	RB	.933	.013	73.106	***	
RB5	<---	RB	.953	.011	90.460	***	

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate
KS	<---	KM	.859
KSH	<---	KM	.797
KA	<---	KM	.716
KP	<---	KM	.481
CR	<---	SC	.863
CS	<---	SC	.602
CC	<---	SC	.402
KS2	<---	KS	.953
KS1	<---	KS	.938
KS4	<---	KS	.951
KS3	<---	KS	.947
CR4	<---	CR	.943
CR3	<---	CR	.938
CR2	<---	CR	.954
CR1	<---	CR	.882
KP3	<---	KP	.857
KP4	<---	KP	.830
KP2	<---	KP	.819
KP1	<---	KP	.767
KA1	<---	KA	.860
KA2	<---	KA	.933
KA3	<---	KA	.872
KSH3	<---	KSH	.912
KSH1	<---	KSH	.889

	Estimate
KSH2 <--- KSH	.833
CS3 <--- CS	.893
CS4 <--- CS	.834
CS2 <--- CS	.802
CC1 <--- CC	.823
CC2 <--- CC	.939
CC3 <--- CC	.741
KI1 <--- KI	.983
KI2 <--- KI	.960
KI3 <--- KI	.959
KI4 <--- KI	.955
KI5 <--- KI	.963
KI6 <--- KI	.964
KI7 <--- KI	.964
KI8 <--- KI	.954
KI9 <--- KI	.944
KI10 <--- KI	.959
KI11 <--- KI	.969
KI12 <--- KI	.958
KI13 <--- KI	.964
RB1 <--- RB	.988
RB2 <--- RB	.985
RB3 <--- RB	.986
RB4 <--- RB	.976
RB5 <--- RB	.987

Covariances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KM <--> SC	1.043	.021	49.614	***	
KM <--> KI	.876	.016	53.558	***	
KM <--> RB	1.002	.009	116.120	***	
SC <--> KI	.908	.021	43.278	***	
SC <--> RB	.998	.017	58.328	***	
KI <--> RB	.839	.012	69.616	***	

Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
KM <--> SC	1.043
KM <--> KI	.876
KM <--> RB	1.002
SC <--> KI	.908
SC <--> RB	.998
KI <--> RB	.839

Variances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KM	1.000				
SC	1.000				
KI	1.000				
RB	1.000				
e25	.356	.035	10.270	***	
e26	.405	.042	9.676	***	
e27	.267	.027	9.751	***	
e28	.397	.040	9.873	***	
e29	.342	.046	7.402	***	
e31	.330	.033	9.897	***	
e32	.370	.040	9.308	***	
e1	.139	.014	10.187	***	
e2	.192	.017	11.124	***	
e3	.129	.013	10.266	***	
e4	.139	.013	10.602	***	
e5	.168	.016	10.254	***	
e6	.185	.018	10.542	***	
e7	.138	.015	9.306	***	
e8	.252	.020	12.311	***	
e9	.186	.020	9.252	***	
e10	.224	.022	10.172	***	
e11	.269	.026	10.484	***	
e12	.233	.020	11.522	***	
e16	.194	.018	10.675	***	
e17	.103	.016	6.607	***	
e18	.181	.018	10.235	***	
e19	.224	.028	8.099	***	
e20	.306	.033	9.380	***	
e21	.393	.035	11.272	***	
e22	.131	.019	6.999	***	
e23	.196	.020	9.684	***	
e24	.233	.022	10.678	***	
e33	.211	.022	9.623	***	
e34	.080	.022	3.663	***	
e35	.246	.021	11.782	***	
e36	.036	.003	11.588	***	
e37	.073	.006	12.908	***	
e38	.075	.006	12.935	***	
e39	.081	.006	13.028	***	
e40	.070	.005	12.825	***	
e41	.068	.005	12.801	***	
e42	.068	.005	12.803	***	
e43	.083	.006	13.040	***	
e44	.095	.007	13.191	***	

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
e45	.075	.006	12.928	***	
e46	.060	.005	12.630	***	
e47	.078	.006	12.958	***	
e48	.067	.005	12.797	***	
e49	.024	.002	10.449	***	
e50	.028	.003	11.218	***	
e51	.026	.002	11.021	***	
e52	.044	.004	12.287	***	
e53	.024	.002	10.746	***	

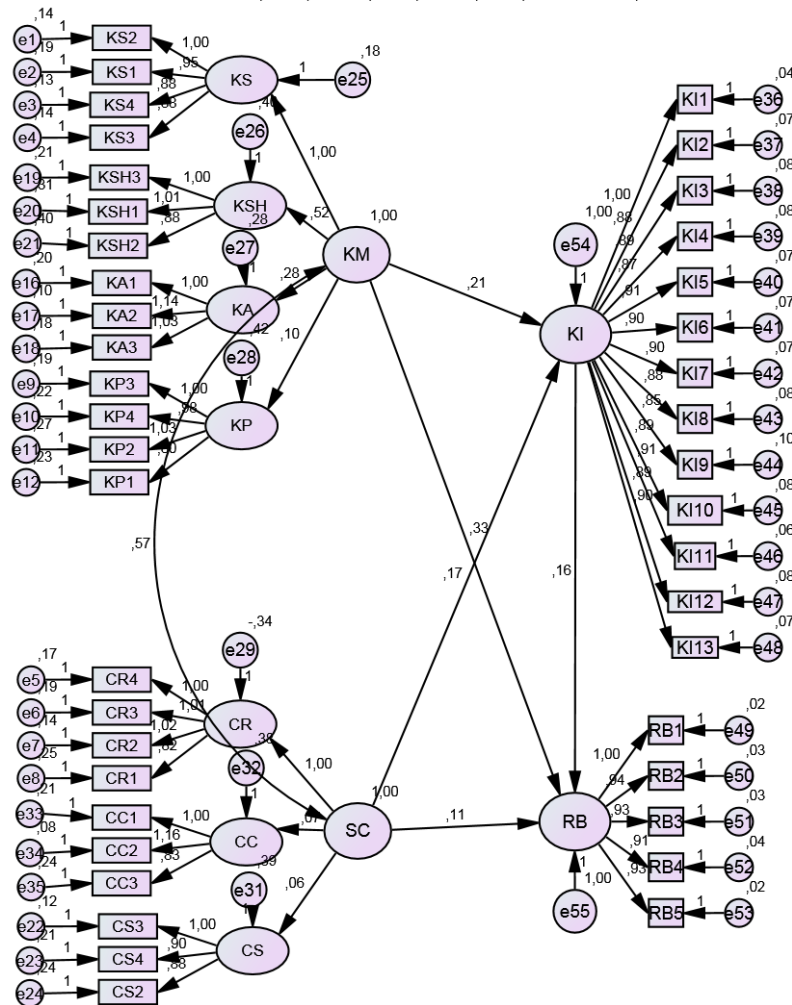
Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
CC	.161
CS	.362
KSH	.635
KA	.513
KP	.231
CR	.745
KS	.738
RB5	.975
RB4	.952
RB3	.972
RB2	.970
RB1	.977
KI13	.929
KI12	.918
KI11	.938
KI10	.920
KI9	.892
KI8	.910
KI7	.929
KI6	.929
KI5	.927
KI4	.911
KI3	.919
KI2	.922
KI1	.966
CC3	.549
CC2	.882
CC1	.677
CS2	.643
CS4	.696
CS3	.798
KSH2	.694
KSH1	.791

	Estimate
KSH3	.832
KA3	.760
KA2	.871
KA1	.739
KP1	.588
KP2	.671
KP4	.689
KP3	.735
CR1	.777
CR2	.909
CR3	.880
CR4	.888
KS3	.897
KS4	.905
KS1	.880
KS2	.907

PHỤ LỤC 16: KẾT QUẢ BOOTSTRAP

CMIN/df=2,871; TLI=,901;CFI=,907; RMSEA=,070



Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

Parameter	SE	SE-SE	Mean	Bias	SE-Bias
KI <--- KM	,042	,001	,187	-,014	,001
KI <--- SC	,041	,001	,168	,010	,001
KS <--- KM	,130	,003	,996	,073	,004
KSH <--- KM	,176	,004	,558	-,077	,006
KA <--- KM	,149	,003	,403	-,068	,005
KP <--- KM	,085	,002	,135	-,012	,003
CR <--- SC	,117	,003	1,254	,023	,004
CS <--- SC	,086	,002	,098	,008	,003
CC <--- SC	,070	,002	,122	,006	,002
RB <--- KM	,028	,001	,284	-,010	,001
RB <--- KI	,044	,001	,150	-,003	,001
RB <--- SC	,047	,001	,118	,015	,001
KS2 <--- KS	,018	,000	,938	-,008	,001
KS1 <--- KS	,023	,001	,910	-,009	,001
KS4 <--- KS	,018	,000	,928	-,007	,001

Parameter	SE	SE-SE	Mean	Bias	SE-Bias
KS3 <--- KS	,021	,000	,922	-,008	,001
CR4 <--- CR	,022	,000	,890	-,003	,001
CR3 <--- CR	,022	,001	,882	-,002	,001
CR2 <--- CR	,016	,000	,911	-,002	,001
CR1 <--- CR	,039	,001	,793	-,006	,001
KP3 <--- KP	,032	,001	,836	,000	,001
KP4 <--- KP	,028	,001	,805	-,001	,001
KP2 <--- KP	,031	,001	,790	-,002	,001
KP1 <--- KP	,036	,001	,737	,000	,001
KA1 <--- KA	,029	,001	,802	,000	,001
KA2 <--- KA	,024	,001	,908	-,002	,001
KA3 <--- KA	,030	,001	,816	-,003	,001
KSH3 <--- KSH	,032	,001	,868	-,004	,001
KSH1 <--- KSH	,034	,001	,824	-,004	,001
KSH2 <--- KSH	,044	,001	,750	-,003	,001
CS3 <--- CS	,039	,001	,879	,002	,001
CS4 <--- CS	,039	,001	,777	-,001	,001
CS2 <--- CS	,038	,001	,748	,001	,001
CC1 <--- CC	,030	,001	,804	-,001	,001
CC2 <--- CC	,023	,001	,932	,001	,001
CC3 <--- CC	,041	,001	,718	-,003	,001
KI1 <--- KI	,009	,000	,983	-,001	,000
KI2 <--- KI	,018	,000	,961	,000	,001
KI3 <--- KI	,015	,000	,960	,000	,000
KI4 <--- KI	,021	,000	,955	-,001	,001
KI5 <--- KI	,014	,000	,964	,000	,000
KI6 <--- KI	,014	,000	,964	,000	,000
KI7 <--- KI	,015	,000	,964	,000	,000
KI8 <--- KI	,016	,000	,955	,000	,001
KI9 <--- KI	,022	,000	,944	-,001	,001
KI10 <--- KI	,015	,000	,960	,000	,000
KI11 <--- KI	,012	,000	,969	,000	,000
KI12 <--- KI	,016	,000	,958	-,001	,000
KI13 <--- KI	,014	,000	,965	,000	,000
RB1 <--- RB	,007	,000	,990	,000	,000
RB2 <--- RB	,007	,000	,987	,000	,000
RB3 <--- RB	,007	,000	,988	,000	,000
RB4 <--- RB	,011	,000	,979	,000	,000
RB5 <--- RB	,007	,000	,989	,000	,000

Model Fit Summary**CMIN**

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	93	2325,382	810	,000	2,871
Saturated model	903	,000	0		
Independence model	42	17133,023	861	,000	19,899

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	,239	,821	,800	,736
Saturated model	,000	1,000		
Independence model	,180	,136	,094	,130

Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	,864	,856	,907	,901	,907
Saturated model	1,000		1,000		1,000
Independence model	,000	,000	,000	,000	,000

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	,941	,813	,853
Saturated model	,000	,000	,000
Independence model	1,000	,000	,000

NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	1515,382	1374,975	1663,382
Saturated model	,000	,000	,000
Independence model	16272,023	15850,068	16700,366

FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	6,056	3,946	3,581	4,332
Saturated model	,000	,000	,000	,000
Independence model	44,617	42,375	41,276	43,491

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	,070	,066	,073	,000
Independence model	,222	,219	,225	,000

AIC

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	2511,382	2534,836	2879,033	2972,033
Saturated model	1806,000	2033,736	5375,779	6278,779
Independence model	17217,023	17227,615	17383,059	17425,059

ECVI

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	6,540	6,174	6,925	6,601
Saturated model	4,703	4,703	4,703	5,296
Independence model	44,836	43,737	45,951	44,864

HOELTER

Model	HOELTER .05	HOELTER .01
Default model	145	150
Independence model	21	22

PHỤ LỤC 17: PHÂN TÍCH SEM

PHÂN TÍCH SEM BẬC 2_trực tiếp và trung gian

Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)

Maximum Likelihood Estimates

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KI	<---	KM	.212	.067	3.158	.002	A_path
KI	<---	SC	.167	.053	3.165	.002	C_path
KS	<---	KM	1.000				
KSH	<---	KM	.521	.046	11.225	***	par_19
KA	<---	KM	.281	.035	8.105	***	par_20
KP	<---	KM	.097	.038	2.525	.012	par_21
CR	<---	SC	1.000				
CS	<---	SC	.056	.028	1.992	.046	par_22
CC	<---	SC	.073	.028	2.605	.009	par_25
RB	<---	KM	.327	.070	4.648	***	par_42
RB	<---	KI	.161	.052	3.110	.002	B_path
RB	<---	SC	.115	.052	2.199	.028	par_43
KS2	<---	KS	1.000				
KS1	<---	KS	.945	.027	35.379	***	par_4
KS4	<---	KS	.883	.023	38.085	***	par_5
KS3	<---	KS	.876	.024	37.130	***	par_6
CR4	<---	CR	1.000				
CR3	<---	CR	1.007	.040	25.238	***	par_7
CR2	<---	CR	1.019	.038	27.023	***	par_8
CR1	<---	CR	.816	.040	20.648	***	par_9
KP3	<---	KP	1.000				
KP4	<---	KP	.980	.057	17.140	***	par_10
KP2	<---	KP	1.029	.061	16.824	***	par_11
KP1	<---	KP	.804	.052	15.423	***	par_12
KA1	<---	KA	1.000				
KA2	<---	KA	1.143	.061	18.745	***	par_13
KA3	<---	KA	1.025	.059	17.479	***	par_14
KSH3	<---	KSH	1.000				
KSH1	<---	KSH	1.006	.056	17.918	***	par_15
KSH2	<---	KSH	.883	.054	16.203	***	par_16
CS3	<---	CS	1.000				
CS4	<---	CS	.899	.060	15.058	***	par_17
CS2	<---	CS	.876	.060	14.624	***	par_18
CC1	<---	CC	1.000				
CC2	<---	CC	1.164	.068	17.004	***	par_23

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
CC3	<---	CC	.825	.055	15.056	***	par_24
KI1	<---	KI	1.000				
KI2	<---	KI	.885	.015	57.569	***	par_26
KI3	<---	KI	.890	.016	57.041	***	par_27
KI4	<---	KI	.873	.016	54.926	***	par_28
KI5	<---	KI	.906	.015	59.317	***	par_29
KI6	<---	KI	.901	.015	59.853	***	par_30
KI7	<---	KI	.901	.015	59.840	***	par_31
KI8	<---	KI	.878	.016	54.520	***	par_32
KI9	<---	KI	.850	.017	50.432	***	par_33
KI10	<---	KI	.890	.016	57.063	***	par_34
KI11	<---	KI	.913	.014	63.006	***	par_35
KI12	<---	KI	.895	.016	56.559	***	par_36
KI13	<---	KI	.901	.015	59.861	***	par_37
RB1	<---	RB	1.000				
RB2	<---	RB	.937	.010	91.350	***	par_38
RB3	<---	RB	.933	.010	93.562	***	par_39
RB4	<---	RB	.908	.012	78.086	***	par_40
RB5	<---	RB	.927	.010	95.928	***	par_41

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate
KI	<---	KM	.201
KI	<---	SC	.158
KS	<---	KM	.922
KSH	<---	KM	.635
KA	<---	KM	.471
KP	<---	KM	.148
CR	<---	SC	1.231
CS	<---	SC	.090
CC	<---	SC	.116
RB	<---	KM	.294
RB	<---	KI	.153
RB	<---	SC	.103
KS2	<---	KS	.947
KS1	<---	KS	.919
KS4	<---	KS	.936
KS3	<---	KS	.930
CR4	<---	CR	.893
CR3	<---	CR	.884
CR2	<---	CR	.912
CR1	<---	CR	.799
KP3	<---	KP	.836
KP4	<---	KP	.805
KP2	<---	KP	.792

	Estimate
KP1 <--- KP	.738
KA1 <--- KA	.802
KA2 <--- KA	.910
KA3 <--- KA	.818
KSH3 <--- KSH	.872
KSH1 <--- KSH	.828
KSH2 <--- KSH	.753
CS3 <--- CS	.877
CS4 <--- CS	.778
CS2 <--- CS	.747
CC1 <--- CC	.805
CC2 <--- CC	.930
CC3 <--- CC	.721
KI1 <--- KI	.984
KI2 <--- KI	.961
KI3 <--- KI	.960
KI4 <--- KI	.956
KI5 <--- KI	.964
KI6 <--- KI	.965
KI7 <--- KI	.965
KI8 <--- KI	.955
KI9 <--- KI	.946
KI10 <--- KI	.960
KI11 <--- KI	.969
KI12 <--- KI	.959
KI13 <--- KI	.965
RB1 <--- RB	.990
RB2 <--- RB	.987
RB3 <--- RB	.988
RB4 <--- RB	.979
RB5 <--- RB	.989

Covariances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KM <--> SC	.569	.044	12.897	***	par_44

Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
KM <--> SC	.569

Variances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KM	1.000				
SC	1.000				
e54	1.000				
e55	1.000				
e25	.176	.056	3.117	.002	par_45
e26	.401	.047	8.566	***	par_46
e27	.277	.032	8.720	***	par_47
e28	.421	.044	9.498	***	par_48
e29	-.340	.057	-5.939	***	par_49
e31	.388	.040	9.643	***	par_50
e32	.383	.043	8.884	***	par_51
e1	.136	.014	9.506	***	par_52
e2	.193	.017	11.137	***	par_53
e3	.130	.013	10.313	***	par_54
e4	.141	.013	10.634	***	par_55
e5	.168	.017	10.067	***	par_56
e6	.188	.018	10.431	***	par_57
e7	.138	.015	9.066	***	par_58
e8	.249	.020	12.197	***	par_59
e9	.186	.021	9.049	***	par_60
e10	.224	.022	10.029	***	par_61
e11	.270	.026	10.375	***	par_62
e12	.233	.020	11.430	***	par_63
e16	.198	.019	10.534	***	par_64
e17	.096	.017	5.658	***	par_65
e18	.185	.018	10.010	***	par_66
e19	.213	.030	7.187	***	par_67
e20	.313	.035	9.060	***	par_68
e21	.399	.036	11.136	***	par_69
e22	.117	.021	5.542	***	par_70
e23	.206	.022	9.535	***	par_71
e24	.238	.023	10.483	***	par_72
e33	.211	.023	9.308	***	par_73
e34	.082	.023	3.484	***	par_74
e35	.245	.021	11.623	***	par_75
e36	.038	.003	11.493	***	par_76
e37	.073	.006	12.901	***	par_77
e38	.075	.006	12.925	***	par_78
e39	.080	.006	13.016	***	par_79
e40	.070	.005	12.818	***	par_80
e41	.068	.005	12.791	***	par_81
e42	.068	.005	12.792	***	par_82
e43	.083	.006	13.033	***	par_83
e44	.095	.007	13.184	***	par_84

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
e45	.075	.006	12.924	***	par_85
e46	.060	.005	12.618	***	par_86
e47	.078	.006	12.947	***	par_87
e48	.068	.005	12.790	***	par_88
e49	.025	.002	10.245	***	par_89
e50	.029	.003	11.122	***	par_90
e51	.026	.002	10.873	***	par_91
e52	.044	.004	12.209	***	par_92
e53	.023	.002	10.578	***	par_93

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
KI	.102
RB	.190
CC	.014
CS	.008
KSH	.404
KA	.222
KP	.022
CR	1.516
KS	.850
RB5	.978
RB4	.959
RB3	.976
RB2	.974
RB1	.980
KI13	.930
KI12	.919
KI11	.940
KI10	.921
KI9	.894
KI8	.912
KI7	.930
KI6	.930
KI5	.929
KI4	.913
KI3	.921
KI2	.923
KI1	.967
CC3	.520
CC2	.866
CC1	.648
CS2	.558
CS4	.606
CS3	.770

	Estimate
KSH2	.567
KSH1	.685
KSH3	.760
KA3	.670
KA2	.829
KA1	.643
KP1	.544
KP2	.628
KP4	.649
KP3	.699
CR1	.639
CR2	.832
CR3	.781
CR4	.797
KS3	.865
KS4	.875
KS1	.845
KS2	.896

Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	SC	KM	KI	RB	CC	CS	KSH	KA	KP	CR	KS
KI	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
RB	.027	.034	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CC	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KSH	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KA	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KP	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CR	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KS	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
RB5	.131	.335	.150	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
RB4	.128	.328	.147	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
RB3	.132	.337	.151	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
RB2	.133	.338	.151	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
RB1	.141	.361	.161	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KI13	.150	.191	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KI12	.149	.190	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KI11	.152	.194	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KI10	.149	.189	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KI9	.142	.180	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KI8	.147	.186	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KI7	.150	.191	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000

	SC	KM	KI	RB	CC	CS	KSH	KA	KP	CR	KS
KI6	.150	.191	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KI5	.151	.192	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KI4	.146	.185	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KI3	.149	.189	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KI2	.148	.188	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KI1	.167	.212	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CC3	.060	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CC2	.084	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CC1	.073	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS2	.049	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS4	.051	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS3	.056	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KSH2	.000	.460	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KSH1	.000	.524	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KSH3	.000	.521	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KA3	.000	.288	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KA2	.000	.322	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KA1	.000	.281	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KP1	.000	.078	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KP2	.000	.100	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KP4	.000	.095	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KP3	.000	.097	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CR1	.816	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CR2	1.019	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CR3	1.007	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CR4	1.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KS3	.000	.876	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KS4	.000	.883	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KS1	.000	.945	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KS2	.000	1.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000

Indirect Effects - Lower Bounds (BC) (Group number 1 - Default model)

	SC	KM	KI	RB	CC	CS	KSH	KA	KP	CR	KS
KI	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
RB	.010	.015	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CC	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KSH	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KA	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KP	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CR	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KS	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
RB5	.056	.264	.065	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
RB4	.055	.259	.067	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000

	SC	KM	KI	RB	CC	CS	KSH	KA	KP	CR	KS
RB3	.056	.266	.066	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
RB2	.056	.266	.066	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
RB1	.062	.287	.071	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KI13	.054	.120	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KI12	.055	.120	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KI11	.055	.122	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KI10	.053	.118	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KI9	.052	.113	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KI8	.054	.117	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KI7	.055	.121	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KI6	.054	.120	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KI5	.055	.121	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KI4	.054	.118	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KI3	.055	.120	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KI2	.052	.122	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KI1	.060	.136	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CC3	.012	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CC2	.017	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CC1	.014	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS2	-.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS4	-.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS3	-.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KSH2	.000	.153	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KSH1	.000	.181	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KSH3	.000	.177	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KA3	.000	.087	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KA2	.000	.094	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KA1	.000	.093	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KP1	.000	-.006	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KP2	.000	-.009	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KP4	.000	-.009	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KP3	.000	-.008	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CR1	.730	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CR2	.933	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CR3	.926	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CR4	1.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KS3	.000	.800	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KS4	.000	.826	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KS1	.000	.883	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KS2	.000	1.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000

Indirect Effects - Upper Bounds (BC) (Group number 1 - Default model)

	SC	KM	KI	RB	CC	CS	KSH	KA	KP	CR	KS
KI	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
RB	.051	.073	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CC	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KSH	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KA	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KP	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CR	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KS	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
RB5	.212	.393	.234	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
RB4	.208	.387	.230	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
RB3	.214	.396	.237	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
RB2	.214	.396	.235	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
RB1	.232	.432	.254	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KI13	.214	.289	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KI12	.212	.288	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KI11	.217	.294	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KI10	.211	.285	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KI9	.203	.275	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KI8	.209	.284	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KI7	.214	.290	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KI6	.214	.289	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KI5	.216	.291	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KI4	.208	.284	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KI3	.211	.288	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KI2	.214	.280	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KI1	.238	.320	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CC3	.194	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CC2	.275	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CC1	.232	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS2	.239	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS4	.251	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS3	.269	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KSH2	.000	.643	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KSH1	.000	.705	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KSH3	.000	.707	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KA3	.000	.413	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KA2	.000	.461	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KA1	.000	.403	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KP1	.000	.166	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KP2	.000	.210	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KP4	.000	.200	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KP3	.000	.209	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CR1	.901	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000

	SC	KM	KI	RB	CC	CS	KSH	KA	KP	CR	KS
CR2	1.087	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CR3	1.068	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CR4	1.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KS3	.000	.932	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KS4	.000	.934	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KS1	.000	.992	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KS2	.000	1.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000

Indirect Effects - Two Tailed Significance (BC) (Group number 1 - Default model)

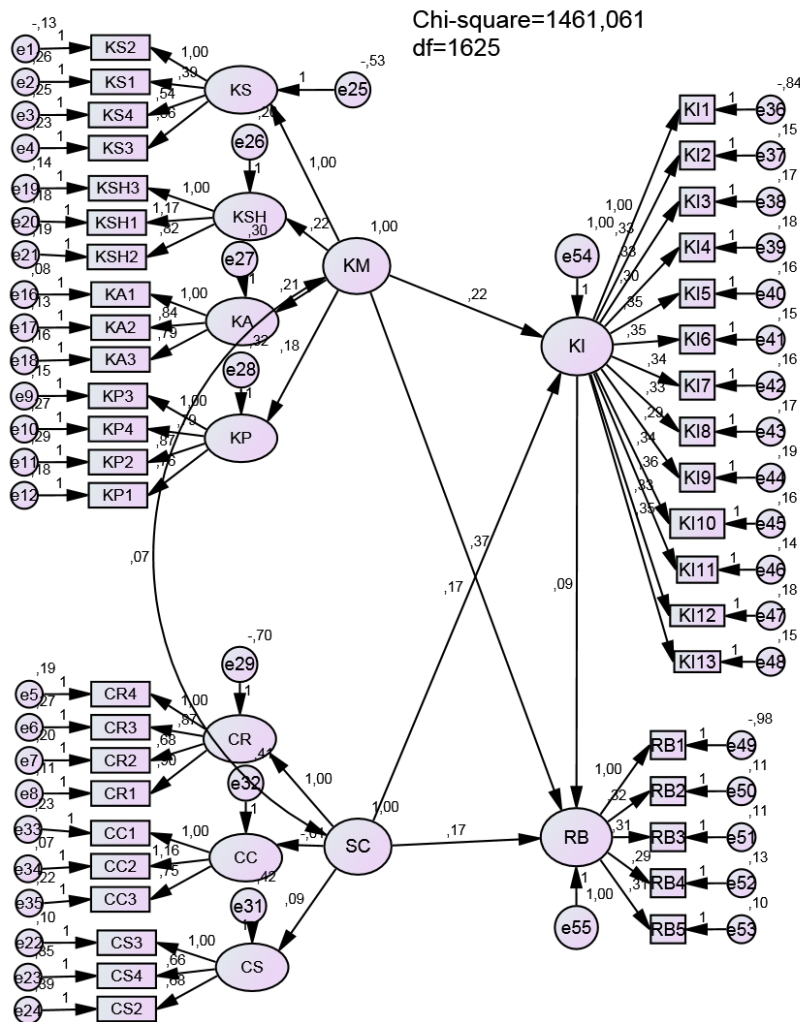
	SC	KM	KI	RB	CC	CS	KSH	KA	KP	CR	KS
KI
RB	.002	.000
CC
CS
KSH
KA
KP
CR
KS
RB5	.002	.000	.002
RB4	.002	.000	.001
RB3	.002	.000	.002
RB2	.002	.000	.002
RB1	.002	.000	.002
KI13	.003	.000
KI12	.003	.000
KI11	.003	.000
KI10	.003	.000
KI9	.003	.000
KI8	.003	.000
KI7	.003	.000
KI6	.003	.000
KI5	.003	.000
KI4	.003	.000
KI3	.003	.000
KI2	.003	.000
KI1	.003	.000
CC3	.010
CC2	.010
CC1	.010
CS2	.064
CS4	.063
CS3	.067
KSH2000
KSH1000

	SC	KM	KI	RB	CC	CS	KSH	KA	KP	CR	KS
KSH3000
KA3000
KA2000
KA1000
KP1062
KP2066
KP4066
KP3065
CR1	.000
CR2	.001
CR3	.001
CR4
KS3004
KS4005
KS1007
KS2

PHỤ LỤC 16: PHÂN TÍCH CẤU TRÚC ĐA NHÓM

1/ Kết quả SEM loại hình DN

Mô hình bất biến



STANDARDIZED REGRESSION WEIGHTS: (DOANH NGHIỆP TƯ NHÂN - DEFAULT MODEL)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KI <--- KM	,211	,125	,294	,000
KI <--- SC	,160	,085	,232	,000
KS <--- KM	1,459	1,257	1,709	,001
KSH <--- KM	,440	,249	,602	,000
KA <--- KM	,357	,182	,516	,000
KP <--- KM	,304	,163	,439	,000

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
CR <--- SC	1,818	1,512	2,392	,000
CS <--- SC	,139	,015	,294	,031
CC <--- SC	-,016	-,114	,095	,768
RB <--- KM	,333	,286	,384	,000
RB <--- KI	,083	,035	,126	,001
RB <--- SC	,156	,100	,213	,001
KS2 <--- KS	1,179	1,024	1,361	,000
KS1 <--- KS	,458	,324	,586	,000
KS4 <--- KS	,591	,480	,697	,000
KS3 <--- KS	,625	,515	,730	,000
CR4 <--- CR	,786	,602	,933	,002
CR3 <--- CR	,678	,543	,811	,000
CR2 <--- CR	,647	,527	,750	,000
CR1 <--- CR	,828	,721	,963	,000
KP3 <--- KP	,832	,726	,930	,000
KP4 <--- KP	,668	,551	,762	,001
KP2 <--- KP	,693	,577	,801	,000
KP1 <--- KP	,721	,598	,825	,001
KA1 <--- KA	,899	,805	1,002	,000
KA2 <--- KA	,807	,700	,898	,000
KA3 <--- KA	,757	,622	,879	,000
KSH3 <--- KSH	,803	,678	,903	,000
KSH1 <--- KSH	,811	,681	,936	,000
KSH2 <--- KSH	,683	,556	,786	,000
CS3 <--- CS	,900	,752	1,086	,000

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
CS4 <--- CS	,585	,405	,711	,001
CS2 <--- CS	,581	,398	,718	,001
CC1 <--- CC	,801	,710	,869	,001
CC2 <--- CC	,943	,881	1,010	,000
CC3 <--- CC	,720	,593	,818	,001
KI1 <--- KI	2,122	1,850	2,468	,001
KI2 <--- KI	,665	,479	,806	,001
KI3 <--- KI	,647	,495	,788	,001
KI4 <--- KI	,599	,397	,774	,001
KI5 <--- KI	,679	,534	,798	,001
KI6 <--- KI	,675	,528	,800	,001
KI7 <--- KI	,663	,508	,802	,001
KI8 <--- KI	,635	,493	,778	,000
KI9 <--- KI	,573	,366	,751	,001
KI10 <--- KI	,666	,525	,799	,001
KI11 <--- KI	,699	,556	,821	,001
KI12 <--- KI	,631	,481	,775	,000
KI13 <--- KI	,694	,561	,818	,000
RB1 <--- RB	2,364	2,113	2,670	,001
RB2 <--- RB	,728	,585	,843	,001
RB3 <--- RB	,721	,562	,845	,001
RB4 <--- RB	,655	,484	,807	,001
RB5 <--- RB	,726	,564	,850	,001

STANDARDIZED REGRESSION WEIGHTS: (DOANH NGHIỆP CỔ PHẦN - DEFAULT MODEL)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KI <--- KM	,206	,123	,286	,000

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KI <--- SC	,156	,084	,224	,000
KS <--- KM	,884	,812	,958	,001
KSH <--- KM	,646	,495	,762	,001
KA <--- KM	,414	,254	,555	,000
KP <--- KM	-,121	-,311	,092	,250
CR <--- SC	1,043	,979	1,131	,000
CS <--- SC	,297	,089	,480	,005
CC <--- SC	,540	,360	,692	,001
RB <--- KM	,320	,274	,370	,000
RB <--- KI	,082	,034	,125	,001
RB <--- SC	,149	,097	,201	,001
KS2 <--- KS	1,083	1,008	1,180	,000
KS1 <--- KS	,885	,802	,940	,001
KS4 <--- KS	,931	,879	,970	,000
KS3 <--- KS	,882	,817	,935	,000
CR4 <--- CR	,951	,904	1,002	,001
CR3 <--- CR	,854	,778	,907	,001
CR2 <--- CR	,881	,814	,927	,000
CR1 <--- CR	,951	,894	,998	,000
KP3 <--- KP	,775	,556	,904	,002
KP4 <--- KP	,852	,737	,926	,000
KP2 <--- KP	,962	,791	1,129	,000
KP1 <--- KP	,751	,618	,839	,001
KA1 <--- KA	,466	,267	,619	,000
KA2 <--- KA	1,008	,830	1,210	,000

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KA3 <--- KA	,970	,793	1,156	,000
KSH3 <--- KSH	,874	,769	,967	,000
KSH1 <--- KSH	,807	,697	,898	,001
KSH2 <--- KSH	,759	,635	,866	,000
CS3 <--- CS	,976	,911	1,019	,001
CS4 <--- CS	,978	,913	1,021	,001
CS2 <--- CS	,919	,816	1,015	,000
CC1 <--- CC	,719	,527	,857	,000
CC2 <--- CC	,870	,758	,975	,000
CC3 <--- CC	,849	,702	,986	,000
KI1 <--- KI	1,774	1,615	1,928	,001
KI2 <--- KI	,958	,931	,979	,000
KI3 <--- KI	,958	,931	,979	,000
KI4 <--- KI	,958	,931	,979	,000
KI5 <--- KI	,958	,931	,979	,000
KI6 <--- KI	,958	,931	,979	,000
KI7 <--- KI	,958	,931	,979	,000
KI8 <--- KI	,958	,931	,979	,000
KI9 <--- KI	,958	,931	,979	,000
KI10 <--- KI	,958	,931	,979	,000
KI11 <--- KI	,958	,931	,979	,000
KI12 <--- KI	,958	,931	,979	,000
KI13 <--- KI	,958	,931	,979	,000
RB1 <--- RB	2,169	2,017	2,308	,001
RB2 <--- RB	1,109	1,060	1,151	,001

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
RB3 <--- RB	1,109	1,060	1,151	,001
RB4 <--- RB	1,109	1,060	1,151	,001
RB5 <--- RB	1,109	1,060	1,151	,001

SQUARED MULTIPLE CORRELATIONS: (DOANH NGHIỆP TƯ NHÂN - DEFAULT MODEL)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KI	,075	,032	,121	,001
RB	,166	,136	,193	,000
CC	,000	,000	,003	,039
CS	,019	,000	,087	,001
KSH	,194	,062	,363	,000
KA	,128	,033	,266	,000
KP	,092	,027	,193	,000
CR	3,305	2,287	5,723	,000
KS	2,130	1,579	2,919	,001
RB5	,528	,318	,722	,001
RB4	,429	,234	,651	,001
RB3	,520	,316	,714	,001
RB2	,530	,342	,711	,001
RB1	5,590	4,464	7,128	,001
KI13	,481	,315	,668	,000
KI12	,398	,231	,600	,000
KI11	,489	,309	,674	,001
KI10	,444	,275	,639	,001
KI9	,328	,134	,564	,001
KI8	,403	,243	,605	,000

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KI7	,439	,258	,643	,001
KI6	,456	,278	,640	,001
KI5	,461	,286	,637	,001
KI4	,359	,157	,599	,001
KI3	,418	,245	,621	,001
KI2	,442	,229	,650	,001
KI1	4,503	3,421	6,093	,001
CC3	,518	,352	,669	,001
CC2	,888	,777	1,019	,000
CC1	,641	,505	,755	,001
CS2	,337	,158	,516	,001
CS4	,342	,164	,506	,001
CS3	,810	,566	1,179	,000
KSH2	,466	,309	,618	,000
KSH1	,657	,464	,877	,000
KSH3	,645	,460	,816	,000
KA3	,573	,386	,773	,000
KA2	,651	,490	,806	,000
KA1	,809	,649	1,003	,000
KP1	,520	,358	,681	,001
KP2	,480	,333	,641	,000
KP4	,446	,303	,581	,001
KP3	,692	,527	,865	,000
CR1	,686	,519	,928	,000
CR2	,418	,278	,563	,000

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
CR3	,459	,295	,657	,000
CR4	,619	,363	,870	,002
KS3	,390	,266	,533	,000
KS4	,349	,231	,485	,000
KS1	,210	,105	,344	,000
KS2	1,391	1,049	1,853	,000

SQUARED MULTIPLE CORRELATIONS: (DOANH NGHIỆP CỔ PHẦN - DEFAULT MODEL)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KI	,117	,054	,186	,001
RB	,231	,198	,265	,000
CC	,291	,129	,479	,001
CS	,088	,008	,230	,001
KSH	,418	,245	,580	,001
KA	,172	,064	,308	,000
KP	,015	,000	,093	,000
CR	1,088	,958	1,278	,000
KS	,782	,659	,917	,001
RB5	1,229	1,123	1,326	,001
RB4	1,229	1,123	1,326	,001
RB3	1,229	1,123	1,326	,001
RB2	1,229	1,123	1,326	,001
RB1	4,703	4,067	5,328	,001
KI13	,918	,866	,959	,000
KI12	,918	,866	,959	,000

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KI11	,918	,866	,959	,000
KI10	,918	,866	,959	,000
KI9	,918	,866	,959	,000
KI8	,918	,866	,959	,000
KI7	,918	,866	,959	,000
KI6	,918	,866	,959	,000
KI5	,918	,866	,959	,000
KI4	,918	,866	,959	,000
KI3	,918	,866	,959	,000
KI2	,918	,866	,959	,000
KI1	3,148	2,607	3,717	,001
CC3	,721	,493	,972	,000
CC2	,757	,575	,951	,000
CC1	,517	,278	,735	,000
CS2	,844	,666	1,030	,000
CS4	,957	,834	1,042	,001
CS3	,952	,829	1,038	,001
KSH2	,576	,404	,750	,000
KSH1	,651	,486	,806	,001
KSH3	,764	,592	,935	,000
KA3	,942	,629	1,336	,000
KA2	1,016	,689	1,465	,000
KA1	,217	,071	,384	,000
KP1	,565	,381	,704	,001
KP2	,926	,626	1,275	,000

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KP4	,725	,543	,858	,000
KP3	,601	,309	,817	,002
CR1	,904	,799	,997	,000
CR2	,776	,663	,860	,000
CR3	,730	,606	,823	,001
CR4	,905	,817	1,004	,001
KS3	,778	,667	,875	,000
KS4	,866	,773	,942	,000
KS1	,784	,643	,884	,001
KS2	1,173	1,017	1,392	,000

MODEL FIT SUMMARY

CMIN

Model	NPAR	CMIN
Default model	181	1461,061
Saturated model	1806	,000
Independence model	84	10867,718
Zero model	0	13353,501

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	,066	,891	,878	,801
Saturated model	,000	1,000		
Independence model	,188	,186	,146	,177
Zero model	,226	,000	,000	,000

BASELINE COMPARISONS

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI

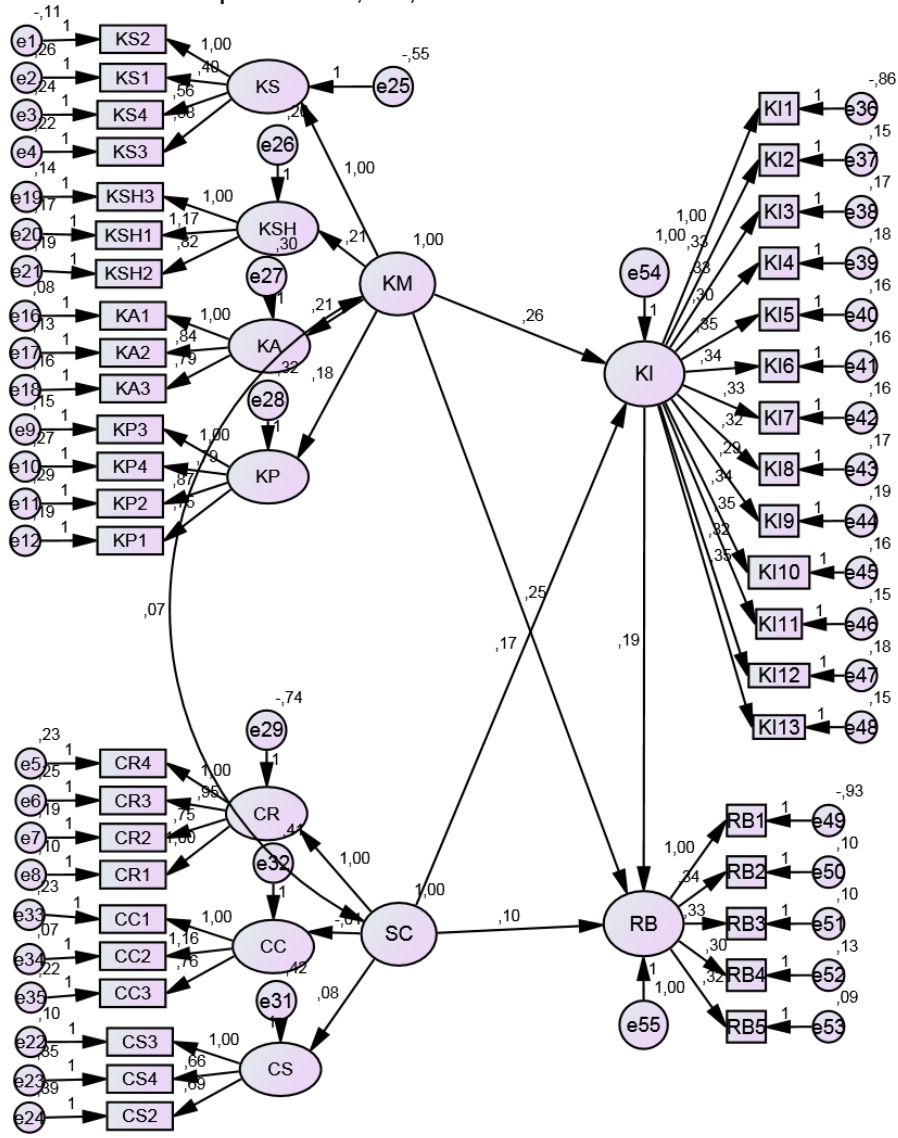
Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	,866	,858			
Saturated model	1,000				
Independence model	,000	,000			

PARSIMONY-ADJUSTED MEASURES

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	,944	,817	
Saturated model	,000	,000	
Independence model	1,000	,000	

Mô hình khả biến_loại hình doanh nghiệp

Chi-square=1436,686; df=1620



Standardized regression weights: (doanh nghiệp tư nhân - default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KI <--- KM	,244	,148	,317	,000
KI <--- SC	,161	,091	,228	,000
KS <--- KM	1,497	1,251	1,989	,001
KSH <--- KM	,433	,168	,611	,000

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KA <--- KM	,356	,134	,522	,000
KP <--- KM	,296	,101	,445	,000
CR <--- SC	1,950	1,562	2,467	,000
CS <--- SC	,124	,003	,287	,045
CC <--- SC	-,017	-,108	,090	,725
RB <--- KM	,233	,146	,298	,000
RB <--- KI	,184	,128	,236	,000
RB <--- SC	,090	,047	,138	,001
KS2 <--- KS	1,150	,876	1,358	,000
KS1 <--- KS	,463	,319	,609	,001
KS4 <--- KS	,607	,479	,746	,001
KS3 <--- KS	,640	,515	,772	,001
CR4 <--- CR	,733	,600	,890	,001
CR3 <--- CR	,695	,552	,823	,000
CR2 <--- CR	,663	,549	,756	,001
CR1 <--- CR	,854	,765	,981	,000
KP3 <--- KP	,835	,730	,934	,000
KP4 <--- KP	,669	,552	,764	,001
KP2 <--- KP	,690	,575	,798	,000
KP1 <--- KP	,720	,597	,825	,000
KA1 <--- KA	,901	,806	1,002	,000
KA2 <--- KA	,806	,697	,897	,001
KA3 <--- KA	,757	,621	,880	,000
KSH3 <--- KSH	,803	,678	,904	,000
KSH1 <--- KSH	,814	,687	,941	,000

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KSH2 <--- KSH	,679	,554	,784	,000
CS3 <--- CS	,898	,744	1,085	,000
CS4 <--- CS	,583	,406	,710	,001
CS2 <--- CS	,585	,401	,723	,001
CC1 <--- CC	,801	,711	,869	,001
CC2 <--- CC	,942	,881	1,008	,000
CC3 <--- CC	,720	,594	,818	,000
KI1 <--- KI	2,141	1,877	2,472	,001
KI2 <--- KI	,660	,477	,794	,001
KI3 <--- KI	,641	,492	,776	,001
KI4 <--- KI	,590	,391	,762	,001
KI5 <--- KI	,673	,530	,789	,001
KI6 <--- KI	,670	,530	,793	,001
KI7 <--- KI	,656	,504	,791	,001
KI8 <--- KI	,630	,490	,767	,001
KI9 <--- KI	,568	,362	,740	,001
KI10 <--- KI	,663	,525	,788	,001
KI11 <--- KI	,692	,552	,811	,001
KI12 <--- KI	,623	,476	,764	,001
KI13 <--- KI	,691	,561	,807	,001
RB1 <--- RB	2,311	2,071	2,592	,001
RB2 <--- RB	,747	,603	,855	,001
RB3 <--- RB	,745	,589	,863	,001
RB4 <--- RB	,675	,505	,820	,001
RB5 <--- RB	,750	,592	,868	,001

Standardized regression weights: (doanh nghiệp cổ phần - default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KI <--- KM	,132	-,055	,309	,161
KI <--- SC	,225	,064	,379	,005
KS <--- KM	,887	,813	,961	,001
KSH <--- KM	,647	,496	,762	,001
KA <--- KM	,414	,251	,554	,000
KP <--- KM	-,120	-,311	,093	,253
CR <--- SC	1,036	,974	1,119	,001
CS <--- SC	,298	,089	,481	,005
CC <--- SC	,539	,358	,690	,001
RB <--- KM	,351	,268	,430	,000
RB <--- KI	,043	-,012	,098	,124
RB <--- SC	,155	,062	,260	,000
KS2 <--- KS	1,080	1,006	1,177	,000
KS1 <--- KS	,887	,803	,941	,001
KS4 <--- KS	,932	,880	,971	,000
KS3 <--- KS	,883	,817	,936	,000
CR4 <--- CR	,958	,916	1,012	,000
CR3 <--- CR	,853	,776	,905	,001
CR2 <--- CR	,879	,811	,925	,001
CR1 <--- CR	,947	,888	,995	,000
KP3 <--- KP	,776	,558	,904	,002
KP4 <--- KP	,852	,737	,927	,000
KP2 <--- KP	,961	,791	1,128	,000
KP1 <--- KP	,751	,615	,839	,001
KA1 <--- KA	,467	,270	,621	,000

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KA2 <--- KA	1,008	,831	1,207	,000
KA3 <--- KA	,970	,794	1,155	,000
KSH3 <--- KSH	,875	,770	,966	,000
KSH1 <--- KSH	,807	,697	,898	,001
KSH2 <--- KSH	,759	,635	,866	,000
CS3 <--- CS	,975	,910	1,018	,001
CS4 <--- CS	,978	,912	1,020	,001
CS2 <--- CS	,920	,817	1,017	,000
CC1 <--- CC	,720	,528	,858	,000
CC2 <--- CC	,870	,756	,974	,000
CC3 <--- CC	,849	,703	,986	,000
KI1 <--- KI	1,772	1,613	1,920	,002
KI2 <--- KI	,962	,941	,978	,000
KI3 <--- KI	,962	,941	,978	,000
KI4 <--- KI	,962	,941	,978	,000
KI5 <--- KI	,962	,941	,978	,000
KI6 <--- KI	,962	,941	,978	,000
KI7 <--- KI	,962	,941	,978	,000
KI8 <--- KI	,962	,941	,978	,000
KI9 <--- KI	,962	,941	,978	,000
KI10 <--- KI	,962	,941	,978	,000
KI11 <--- KI	,962	,941	,978	,000
KI12 <--- KI	,962	,941	,978	,000
KI13 <--- KI	,962	,941	,978	,000
RB1 <--- RB	2,193	2,045	2,329	,001

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
RB2 <--- RB	1,102	1,055	1,145	,001
RB3 <--- RB	1,102	1,055	1,145	,001
RB4 <--- RB	1,102	1,055	1,145	,001
RB5 <--- RB	1,102	1,055	1,145	,001

Squared multiple correlations: (doanh nghiệp tư nhân - default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KI	,091	,041	,135	,001
RB	,127	,073	,171	,000
CC	,000	,000	,003	,024
CS	,015	,000	,082	,001
KSH	,187	,028	,374	,000
KA	,127	,018	,273	,000
KP	,087	,010	,198	,000
CR	3,802	2,439	6,087	,000
KS	2,241	1,565	3,957	,001
RB5	,562	,350	,753	,001
RB4	,455	,255	,672	,001
RB3	,555	,347	,744	,001
RB2	,558	,363	,732	,001
RB1	5,340	4,289	6,721	,001
KI13	,478	,314	,651	,001
KI12	,388	,226	,584	,001
KI11	,479	,304	,658	,001
KI10	,440	,275	,620	,001
KI9	,322	,131	,547	,001

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KI8	,397	,240	,588	,001
KI7	,431	,254	,626	,001
KI6	,449	,281	,628	,001
KI5	,454	,281	,623	,001
KI4	,348	,153	,580	,001
KI3	,411	,242	,602	,001
KI2	,436	,227	,631	,001
KI1	4,582	3,523	6,111	,001
CC3	,519	,353	,669	,000
CC2	,888	,777	1,016	,000
CC1	,641	,505	,755	,001
CS2	,342	,161	,522	,001
CS4	,340	,165	,504	,001
CS3	,806	,553	1,177	,000
KSH2	,461	,307	,614	,000
KSH1	,662	,472	,886	,000
KSH3	,645	,459	,818	,000
KA3	,573	,386	,775	,000
KA2	,649	,486	,804	,001
KA1	,811	,650	1,003	,000
KP1	,518	,357	,681	,000
KP2	,477	,331	,636	,000
KP4	,448	,305	,583	,001
KP3	,697	,532	,872	,000
CR1	,730	,585	,962	,000

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
CR2	,440	,302	,572	,001
CR3	,484	,305	,678	,000
CR4	,538	,360	,791	,001
KS3	,410	,266	,596	,001
KS4	,368	,229	,556	,001
KS1	,214	,102	,370	,001
KS2	1,322	,767	1,845	,000

Squared multiple correlations: (doanh nghiệp cổ phần - default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KI	,115	,043	,189	,001
RB	,248	,211	,284	,000
CC	,291	,128	,476	,001
CS	,089	,008	,231	,001
KSH	,419	,246	,581	,001
KA	,171	,063	,307	,000
KP	,015	,000	,092	,000
CR	1,073	,949	1,251	,001
KS	,787	,662	,923	,001
RB5	1,215	1,114	1,310	,001
RB4	1,215	1,114	1,310	,001
RB3	1,215	1,114	1,310	,001
RB2	1,215	1,114	1,310	,001
RB1	4,808	4,182	5,425	,001
KI13	,925	,886	,956	,000
KI12	,925	,886	,956	,000

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KI11	,925	,886	,956	,000
KI10	,925	,886	,956	,000
KI9	,925	,886	,956	,000
KI8	,925	,886	,956	,000
KI7	,925	,886	,956	,000
KI6	,925	,886	,956	,000
KI5	,925	,886	,956	,000
KI4	,925	,886	,956	,000
KI3	,925	,886	,956	,000
KI2	,925	,886	,956	,000
KI1	3,139	2,602	3,687	,002
CC3	,721	,494	,971	,000
CC2	,756	,572	,949	,000
CC1	,518	,279	,736	,000
CS2	,846	,668	1,034	,000
CS4	,956	,832	1,041	,001
CS3	,951	,828	1,037	,001
KSH2	,575	,404	,750	,000
KSH1	,651	,486	,807	,001
KSH3	,765	,593	,934	,000
KA3	,942	,630	1,334	,000
KA2	1,015	,691	1,458	,000
KA1	,218	,073	,385	,000
KP1	,564	,379	,704	,001
KP2	,924	,625	1,273	,000

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KP4	,726	,544	,859	,000
KP3	,603	,312	,818	,002
CR1	,898	,788	,990	,000
CR2	,773	,658	,855	,001
CR3	,727	,603	,820	,001
CR4	,917	,839	1,023	,000
KS3	,779	,667	,876	,000
KS4	,869	,775	,944	,000
KS1	,786	,644	,886	,001
KS2	1,166	1,012	1,386	,000

MODEL FIT SUMMARY

CMIN

Model	NPAR	CMIN
Default model	186	1436,686
Saturated model	1806	,000
Independence model	84	10867,718
Zero model	0	13353,501

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	,066	,892	,880	,801
Saturated model	,000	1,000		
Independence model	,188	,186	,146	,177
Zero model	,226	,000	,000	,000

BASELINE COMPARISONS

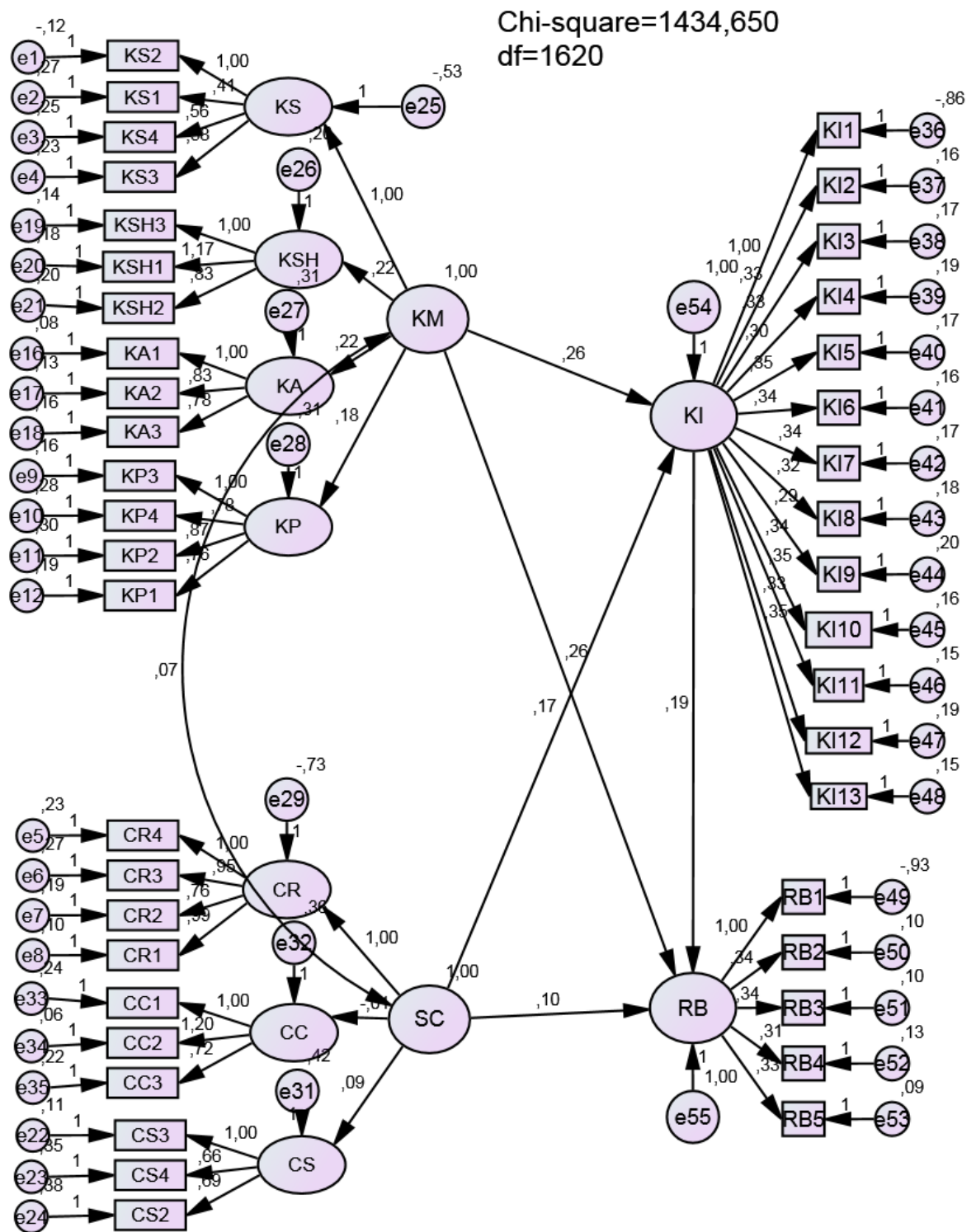
Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	,868	,859			
Saturated model	1,000				
Independence model	,000	,000			

PARSIMONY-ADJUSTED MEASURES

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	,941	,816	
Saturated model	,000	,000	
Independence model	1,000	,000	

2/ Mô hình khả biến quy mô doanh nghiệp



Standardized regression weights: (dưới 30 nhân viên - default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KI <--- KM	,250	,153	,323	,000
KI <--- SC	,164	,094	,234	,000
KS <--- KM	1,460	1,209	1,909	,001
KSH <--- KM	,443	,168	,619	,000
KA <--- KM	,363	,136	,530	,000
KP <--- KM	,304	,115	,463	,000
CR <--- SC	1,916	1,515	2,426	,000
CS <--- SC	,132	,004	,309	,042
CC <--- SC	-,013	-,110	,106	,820
RB <--- KM	,240	,156	,305	,000
RB <--- KI	,185	,131	,240	,000
RB <--- SC	,091	,045	,142	,000
KS2 <--- KS	1,156	,901	1,373	,000
KS1 <--- KS	,473	,326	,612	,001
KS4 <--- KS	,605	,475	,741	,001
KS3 <--- KS	,638	,512	,763	,001
CR4 <--- CR	,735	,604	,902	,001
CR3 <--- CR	,693	,552	,825	,000
CR2 <--- CR	,668	,550	,765	,001
CR1 <--- CR	,852	,763	,979	,000
KP3 <--- KP	,828	,719	,931	,000
KP4 <--- KP	,657	,532	,755	,000
KP2 <--- KP	,685	,565	,794	,001
KP1 <--- KP	,720	,595	,831	,000
KA1 <--- KA	,900	,808	1,003	,000

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KA2 <--- KA	,804	,691	,896	,000
KA3 <--- KA	,756	,619	,883	,000
KSH3 <--- KSH	,802	,681	,909	,000
KSH1 <--- KSH	,811	,677	,936	,000
KSH2 <--- KSH	,687	,559	,790	,001
CS3 <--- CS	,894	,735	1,120	,000
CS4 <--- CS	,590	,404	,717	,001
CS2 <--- CS	,589	,390	,729	,001
CC1 <--- CC	,773	,672	,853	,001
CC2 <--- CC	,943	,869	1,030	,000
CC3 <--- CC	,676	,546	,785	,001
KI1 <--- KI	2,121	1,853	2,460	,001
KI2 <--- KI	,659	,476	,804	,001
KI3 <--- KI	,639	,488	,779	,001
KI4 <--- KI	,586	,390	,764	,001
KI5 <--- KI	,673	,534	,805	,000
KI6 <--- KI	,669	,525	,798	,000
KI7 <--- KI	,655	,500	,793	,001
KI8 <--- KI	,628	,487	,776	,000
KI9 <--- KI	,564	,355	,739	,001
KI10 <--- KI	,662	,530	,788	,001
KI11 <--- KI	,692	,548	,815	,001
KI12 <--- KI	,620	,464	,763	,001
KI13 <--- KI	,691	,555	,807	,001
RB1 <--- RB	2,281	2,025	2,538	,001

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
RB2 <--- RB	,755	,607	,866	,001
RB3 <--- RB	,753	,600	,869	,001
RB4 <--- RB	,681	,511	,831	,000
RB5 <--- RB	,758	,604	,879	,001

Standardized Regression Weights: (TRÊN 30 NHÂN VIÊN - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KI <--- KM	,132	-,052	,319	,157
KI <--- SC	,225	,054	,369	,011
KS <--- KM	,887	,814	,963	,001
KSH <--- KM	,647	,499	,764	,001
KA <--- KM	,414	,259	,553	,000
KP <--- KM	-,120	-,308	,098	,262
CR <--- SC	1,036	,972	1,120	,001
CS <--- SC	,298	,083	,484	,005
CC <--- SC	,539	,355	,689	,001
RB <--- KM	,351	,265	,432	,000
RB <--- KI	,043	-,013	,100	,125
RB <--- SC	,155	,064	,260	,001
KS2 <--- KS	1,080	1,005	1,170	,000
KS1 <--- KS	,887	,806	,942	,001
KS4 <--- KS	,932	,880	,971	,000
KS3 <--- KS	,883	,817	,936	,000
CR4 <--- CR	,958	,916	1,013	,000
CR3 <--- CR	,853	,777	,906	,001
CR2 <--- CR	,879	,815	,926	,001
CR1 <--- CR	,947	,888	,997	,000
KP3 <--- KP	,776	,551	,897	,002
KP4 <--- KP	,852	,734	,928	,000
KP2 <--- KP	,961	,789	1,135	,000
KP1 <--- KP	,751	,623	,840	,001
KA1 <--- KA	,467	,267	,620	,001
KA2 <--- KA	1,008	,838	1,214	,000
KA3 <--- KA	,970	,790	1,158	,000
KSH3 <--- KSH	,875	,763	,961	,001
KSH1 <--- KSH	,807	,691	,896	,001
KSH2 <--- KSH	,759	,635	,865	,000
CS3 <--- CS	,975	,908	1,018	,001
CS4 <--- CS	,978	,912	1,021	,001
CS2 <--- CS	,920	,816	1,019	,000

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
CC1 <--- CC	,720	,527	,859	,000
CC2 <--- CC	,870	,756	,973	,000
CC3 <--- CC	,849	,698	,984	,000
KI1 <--- KI	1,772	1,610	1,925	,001
KI2 <--- KI	,962	,942	,978	,000
KI3 <--- KI	,962	,942	,978	,000
KI4 <--- KI	,962	,942	,978	,000
KI5 <--- KI	,962	,942	,978	,000
KI6 <--- KI	,962	,942	,978	,000
KI7 <--- KI	,962	,942	,978	,000
KI8 <--- KI	,962	,942	,978	,000
KI9 <--- KI	,962	,942	,978	,000
KI10 <--- KI	,962	,942	,978	,000
KI11 <--- KI	,962	,942	,978	,000
KI12 <--- KI	,962	,942	,978	,000
KI13 <--- KI	,962	,942	,978	,000
RB1 <--- RB	2,193	2,040	2,326	,001
RB2 <--- RB	1,102	1,056	1,147	,001
RB3 <--- RB	1,102	1,056	1,147	,001
RB4 <--- RB	1,102	1,056	1,147	,001
RB5 <--- RB	1,102	1,056	1,147	,001

Squared Multiple Correlations: (DƯỚI 30 NHÂN VIÊN - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KI	,095	,045	,143	,000
RB	,132	,079	,178	,000
CC	,000	...	,002	,074
CS	,017	,000	,095	,001
KSH	,196	,028	,383	,000
KA	,132	,019	,280	,000
KP	,092	,013	,214	,000
CR	3,670	2,296	5,884	,000
KS	2,132	1,461	3,643	,001
RB5	,574	,364	,773	,001
RB4	,464	,261	,691	,000
RB3	,567	,360	,755	,001
RB2	,570	,368	,751	,001
RB1	5,203	4,102	6,444	,001
KI13	,478	,308	,652	,001
KI12	,385	,216	,583	,001
KI11	,479	,301	,664	,001
KI10	,439	,281	,620	,001
KI9	,318	,126	,547	,001
KI8	,395	,237	,602	,000

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KI7	,429	,250	,629	,001
KI6	,447	,275	,637	,000
KI5	,453	,285	,648	,000
KI4	,344	,152	,583	,001
KI3	,409	,238	,606	,001
KI2	,434	,226	,646	,001
KI1	4,500	3,435	6,051	,001
CC3	,457	,298	,617	,001
CC2	,889	,756	1,062	,000
CC1	,597	,452	,728	,001
CS2	,347	,152	,531	,001
CS4	,349	,163	,514	,001
CS3	,799	,541	1,254	,000
KSH2	,472	,312	,625	,001
KSH1	,658	,458	,876	,000
KSH3	,644	,464	,826	,000
KA3	,572	,383	,780	,000
KA2	,646	,477	,802	,000
KA1	,811	,654	1,006	,000
KP1	,518	,354	,691	,000
KP2	,470	,319	,630	,001
KP4	,432	,283	,570	,000
KP3	,686	,517	,866	,000
CR1	,726	,582	,959	,000
CR2	,446	,303	,584	,001
CR3	,480	,305	,681	,000
CR4	,540	,364	,814	,001
KS3	,408	,262	,582	,001
KS4	,366	,226	,549	,001
KS1	,224	,106	,375	,001
KS2	1,335	,812	1,885	,000

Squared Multiple Correlations: (TRÊN 30 NHÂN VIÊN - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KI	,115	,046	,193	,001
RB	,248	,213	,285	,000
CC	,291	,126	,475	,001
CS	,089	,007	,234	,001
KSH	,419	,249	,584	,001
KA	,171	,067	,306	,000
KP	,015	,000	,092	,001
CR	1,073	,944	1,254	,001
KS	,787	,662	,927	,001

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
RB5	1,215	1,114	1,316	,001
RB4	1,215	1,114	1,316	,001
RB3	1,215	1,114	1,316	,001
RB2	1,215	1,114	1,316	,001
RB1	4,808	4,161	5,412	,001
KI13	,925	,887	,957	,000
KI12	,925	,887	,957	,000
KI11	,925	,887	,957	,000
KI10	,925	,887	,957	,000
KI9	,925	,887	,957	,000
KI8	,925	,887	,957	,000
KI7	,925	,887	,957	,000
KI6	,925	,887	,957	,000
KI5	,925	,887	,957	,000
KI4	,925	,887	,957	,000
KI3	,925	,887	,957	,000
KI2	,925	,887	,957	,000
KI1	3,139	2,593	3,707	,001
CC3	,721	,487	,968	,000
CC2	,756	,571	,947	,000
CC1	,518	,278	,738	,000
CS2	,846	,666	1,039	,000
CS4	,956	,831	1,042	,001
CS3	,951	,824	1,036	,001
KSH2	,575	,403	,749	,000
KSH1	,651	,477	,803	,001
KSH3	,765	,582	,924	,001
KA3	,942	,625	1,341	,000
KA2	1,015	,703	1,474	,000
KA1	,218	,071	,384	,001
KP1	,564	,388	,706	,001
KP2	,924	,623	1,289	,000
KP4	,726	,538	,861	,000
KP3	,603	,303	,805	,002
CR1	,898	,788	,993	,000
CR2	,773	,664	,858	,001
CR3	,727	,603	,821	,001
CR4	,917	,840	1,025	,000
KS3	,779	,668	,876	,000
KS4	,869	,774	,943	,000
KS1	,786	,650	,887	,001
KS2	1,166	1,011	1,370	,000

Model Fit Summary**CMIN**

Model	NPAR	CMIN
Default model	186	1434,650
Saturated model	1806	,000
Independence model	84	10852,684
Zero model	0	13324,488

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	,066	,892	,880	,800
Saturated model	,000	1,000		
Independence model	,189	,186	,146	,177
Zero model	,227	,000	,000	,000

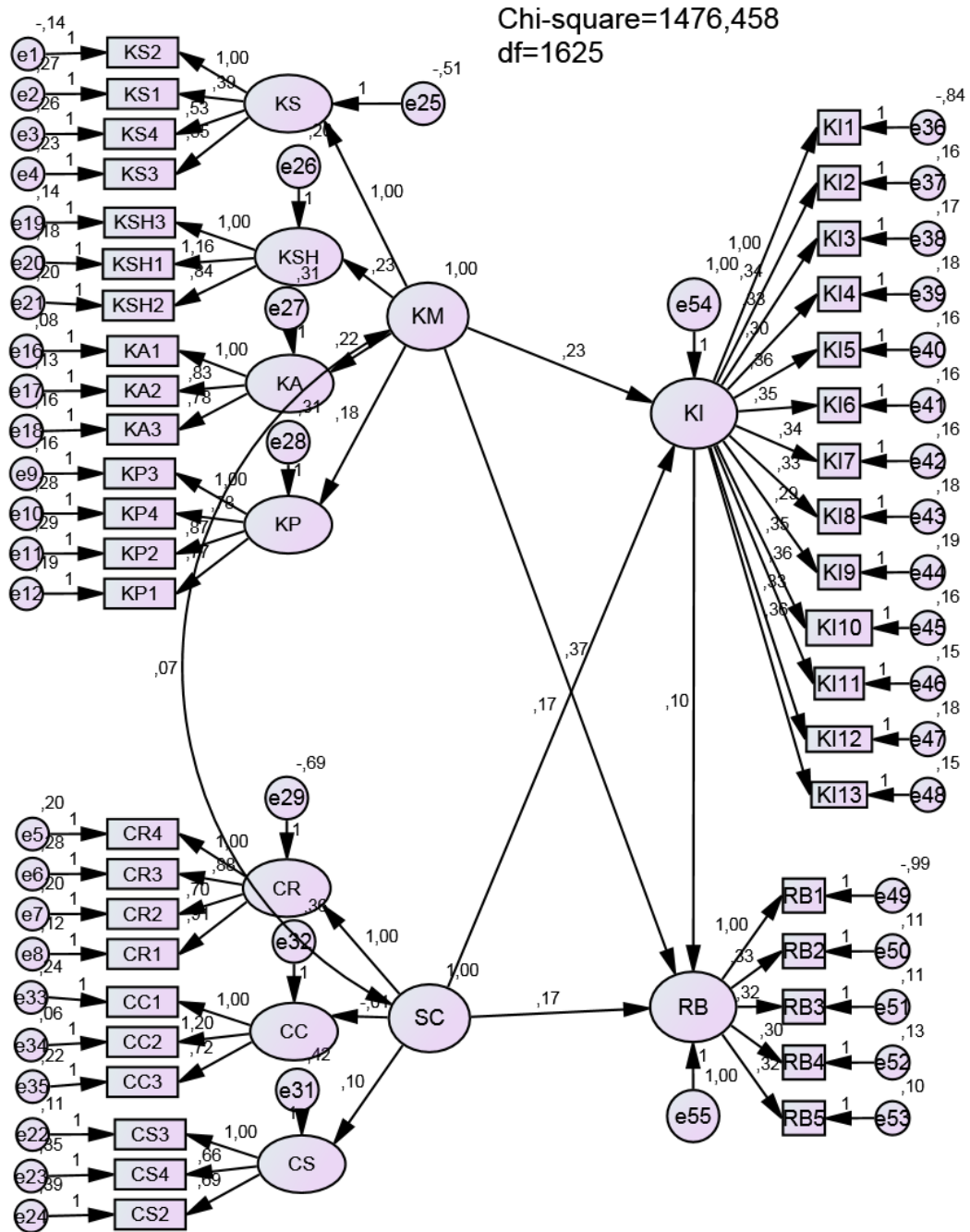
Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	,868	,859			
Saturated model	1,000				
Independence model	,000	,000			

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	,941	,816	
Saturated model	,000	,000	
Independence model	1,000	,000	

Mô hình bất biến _ quy mô doanh nghiệp



Standardized Regression Weights: (DƯỚI 30 NHÂN VIÊN - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KI <--- KM	,220	,128	,300	,000
KI <--- SC	,162	,084	,231	,001
KS <--- KM	1,424	1,214	1,658	,001
KSH <--- KM	,450	,262	,613	,000
KA <--- KM	,365	,198	,528	,000
KP <--- KM	,313	,173	,459	,000
CR <--- SC	1,804	1,509	2,373	,000
CS <--- SC	,145	,017	,301	,032
CC <--- SC	-,011	-,118	,115	,866
RB <--- KM	,338	,294	,387	,000
RB <--- KI	,091	,046	,137	,000
RB <--- SC	,151	,101	,204	,001
KS2 <--- KS	1,185	1,038	1,374	,000
KS1 <--- KS	,468	,332	,590	,001
KS4 <--- KS	,589	,476	,693	,000
KS3 <--- KS	,623	,513	,727	,000
CR4 <--- CR	,781	,604	,926	,002
CR3 <--- CR	,677	,545	,820	,000
CR2 <--- CR	,654	,538	,760	,000
CR1 <--- CR	,830	,729	,962	,000
KP3 <--- KP	,825	,712	,930	,000
KP4 <--- KP	,656	,539	,757	,000
KP2 <--- KP	,687	,560	,795	,001
KP1 <--- KP	,722	,600	,831	,000
KA1 <--- KA	,899	,802	,998	,000
KA2 <--- KA	,805	,693	,895	,001
KA3 <--- KA	,756	,624	,879	,000
KSH3 <--- KSH	,802	,681	,906	,000
KSH1 <--- KSH	,808	,675	,935	,000
KSH2 <--- KSH	,691	,560	,795	,001
CS3 <--- CS	,896	,745	1,093	,000
CS4 <--- CS	,592	,413	,720	,001
CS2 <--- CS	,586	,388	,724	,001
CC1 <--- CC	,772	,671	,851	,001
CC2 <--- CC	,943	,871	1,036	,000
CC3 <--- CC	,676	,539	,785	,001
KI1 <--- KI	2,104	1,819	2,470	,001
KI2 <--- KI	,663	,471	,813	,001
KI3 <--- KI	,645	,493	,791	,001
KI4 <--- KI	,595	,398	,777	,000
KI5 <--- KI	,678	,536	,811	,000
KI6 <--- KI	,674	,525	,814	,000

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KI7 <--- KI	,661	,507	,806	,000
KI8 <--- KI	,633	,486	,775	,001
KI9 <--- KI	,569	,371	,747	,001
KI10 <--- KI	,665	,528	,800	,001
KI11 <--- KI	,698	,549	,826	,001
KI12 <--- KI	,628	,470	,774	,000
KI13 <--- KI	,694	,555	,820	,000
RB1 <--- RB	2,335	2,075	2,629	,001
RB2 <--- RB	,737	,589	,853	,001
RB3 <--- RB	,730	,567	,856	,001
RB4 <--- RB	,662	,493	,824	,000
RB5 <--- RB	,736	,572	,866	,001

Standardized Regression Weights: (TRÊN 30 NHÂN VIÊN - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KI <--- KM	,215	,127	,291	,000
KI <--- SC	,158	,083	,225	,001
KS <--- KM	,899	,824	,968	,001
KSH <--- KM	,644	,497	,758	,001
KA <--- KM	,432	,271	,564	,001
KP <--- KM	-,078	-,257	,135	,493
CR <--- SC	1,067	,997	1,161	,000
CS <--- SC	,290	,089	,485	,003
CC <--- SC	,443	,258	,599	,001
RB <--- KM	,325	,282	,373	,000
RB <--- KI	,089	,045	,136	,000
RB <--- SC	,145	,098	,194	,001
KS2 <--- KS	1,080	1,013	1,171	,000
KS1 <--- KS	,890	,814	,941	,001
KS4 <--- KS	,933	,884	,968	,000
KS3 <--- KS	,885	,820	,935	,000
CR4 <--- CR	,947	,897	,997	,001
CR3 <--- CR	,855	,782	,906	,001
CR2 <--- CR	,882	,817	,926	,001
CR1 <--- CR	,957	,904	1,004	,000
KP3 <--- KP	,809	,617	,919	,001
KP4 <--- KP	,869	,781	,943	,000
KP2 <--- KP	,919	,751	1,054	,000
KP1 <--- KP	,764	,657	,846	,001
KA1 <--- KA	,463	,272	,617	,000
KA2 <--- KA	1,007	,844	1,189	,000
KA3 <--- KA	,974	,808	1,148	,000
KSH3 <--- KSH	,874	,763	,962	,001
KSH1 <--- KSH	,812	,705	,904	,000
KSH2 <--- KSH	,756	,630	,859	,001

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
CS3 <--- CS	,953	,875	1,002	,001
CS4 <--- CS	,971	,901	1,020	,000
CS2 <--- CS	,902	,801	1,005	,000
CC1 <--- CC	,749	,560	,886	,000
CC2 <--- CC	,908	,795	1,022	,000
CC3 <--- CC	,865	,719	1,004	,000
KI1 <--- KI	1,784	1,632	1,929	,001
KI2 <--- KI	,959	,934	,979	,000
KI3 <--- KI	,959	,934	,979	,000
KI4 <--- KI	,959	,934	,979	,000
KI5 <--- KI	,959	,934	,979	,000
KI6 <--- KI	,959	,934	,979	,000
KI7 <--- KI	,959	,934	,979	,000
KI8 <--- KI	,959	,934	,979	,000
KI9 <--- KI	,959	,934	,979	,000
KI10 <--- KI	,959	,934	,979	,000
KI11 <--- KI	,959	,934	,979	,000
KI12 <--- KI	,959	,934	,979	,000
KI13 <--- KI	,959	,934	,979	,000
RB1 <--- RB	2,161	2,018	2,279	,001
RB2 <--- RB	1,108	1,065	1,149	,001
RB3 <--- RB	1,108	1,065	1,149	,001
RB4 <--- RB	1,108	1,065	1,149	,001
RB5 <--- RB	1,108	1,065	1,149	,001

Squared Multiple Correlations: (DƯỚI 30 NHÂN VIÊN - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KI	,080	,037	,127	,001
RB	,172	,145	,199	,000
CC	,000	...	,001	,138
CS	,021	,001	,091	,001
KSH	,203	,069	,375	,000
KA	,133	,039	,279	,000
KP	,098	,030	,211	,000
CR	3,254	2,278	5,631	,000
KS	2,027	1,474	2,750	,001
RB5	,541	,328	,751	,001
RB4	,439	,243	,679	,000
RB3	,533	,322	,733	,001
RB2	,544	,347	,727	,001
RB1	5,452	4,306	6,913	,001
KI13	,481	,308	,672	,000
KI12	,394	,221	,599	,000
KI11	,488	,301	,682	,001
KI10	,443	,279	,640	,001

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KI9	,324	,138	,558	,001
KI8	,400	,236	,600	,001
KI7	,437	,257	,649	,000
KI6	,454	,275	,662	,000
KI5	,460	,287	,658	,000
KI4	,354	,158	,604	,000
KI3	,415	,243	,625	,001
KI2	,440	,222	,660	,001
KI1	4,425	3,310	6,099	,001
CC3	,457	,291	,616	,001
CC2	,890	,758	1,073	,000
CC1	,597	,450	,724	,001
CS2	,343	,150	,525	,001
CS4	,350	,170	,518	,001
CS3	,802	,555	1,194	,000
KSH2	,477	,314	,632	,001
KSH1	,653	,455	,874	,000
KSH3	,643	,464	,820	,000
KA3	,572	,389	,773	,000
KA2	,647	,480	,801	,001
KA1	,809	,643	,995	,000
KP1	,521	,360	,691	,000
KP2	,473	,313	,631	,001
KP4	,430	,291	,573	,000
KP3	,681	,506	,864	,000
CR1	,689	,532	,926	,000
CR2	,427	,289	,578	,000
CR3	,459	,297	,673	,000
CR4	,609	,365	,857	,002
KS3	,388	,263	,528	,000
KS4	,347	,226	,480	,000
KS1	,219	,110	,348	,001
KS2	1,404	1,078	1,887	,000

Squared Multiple Correlations: (TRÊN 30 NHÂN VIÊN - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KI	,124	,060	,192	,001
RB	,235	,207	,266	,000
CC	,196	,067	,359	,001
CS	,084	,008	,235	,000
KSH	,415	,247	,574	,001
KA	,187	,073	,318	,001
KP	,006	,000	,053	,002
CR	1,138	,994	1,347	,000
KS	,807	,679	,937	,001

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
RB5	1,228	1,134	1,321	,001
RB4	1,228	1,134	1,321	,001
RB3	1,228	1,134	1,321	,001
RB2	1,228	1,134	1,321	,001
RB1	4,669	4,071	5,195	,001
KI13	,920	,872	,959	,000
KI12	,920	,872	,959	,000
KI11	,920	,872	,959	,000
KI10	,920	,872	,959	,000
KI9	,920	,872	,959	,000
KI8	,920	,872	,959	,000
KI7	,920	,872	,959	,000
KI6	,920	,872	,959	,000
KI5	,920	,872	,959	,000
KI4	,920	,872	,959	,000
KI3	,920	,872	,959	,000
KI2	,920	,872	,959	,000
KI1	3,181	2,665	3,719	,001
CC3	,748	,517	1,008	,000
CC2	,824	,632	1,044	,000
CC1	,561	,314	,785	,000
CS2	,814	,641	1,011	,000
CS4	,943	,811	1,041	,000
CS3	,907	,766	1,005	,001
KSH2	,571	,397	,738	,001
KSH1	,660	,497	,817	,000
KSH3	,763	,583	,925	,001
KA3	,949	,652	1,319	,000
KA2	1,014	,713	1,413	,000
KA1	,215	,074	,380	,000
KP1	,583	,431	,715	,001
KP2	,844	,564	1,111	,000
KP4	,755	,610	,890	,000
KP3	,654	,381	,845	,001
CR1	,916	,817	1,009	,000
CR2	,777	,668	,857	,001
CR3	,731	,611	,821	,001
CR4	,897	,805	,993	,001
KS3	,784	,672	,873	,000
KS4	,870	,781	,938	,000
KS1	,792	,663	,885	,001
KS2	1,167	1,026	1,371	,000

CMIN

Model	NPAR	CMIN
Default model	181	1476,458
Saturated model	1806	,000
Independence model	84	11112,485
Zero model	0	13597,093

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	,066	,891	,879	,802
Saturated model	,000	1,000		
Independence model	,187	,183	,143	,174
Zero model	,224	,000	,000	,000

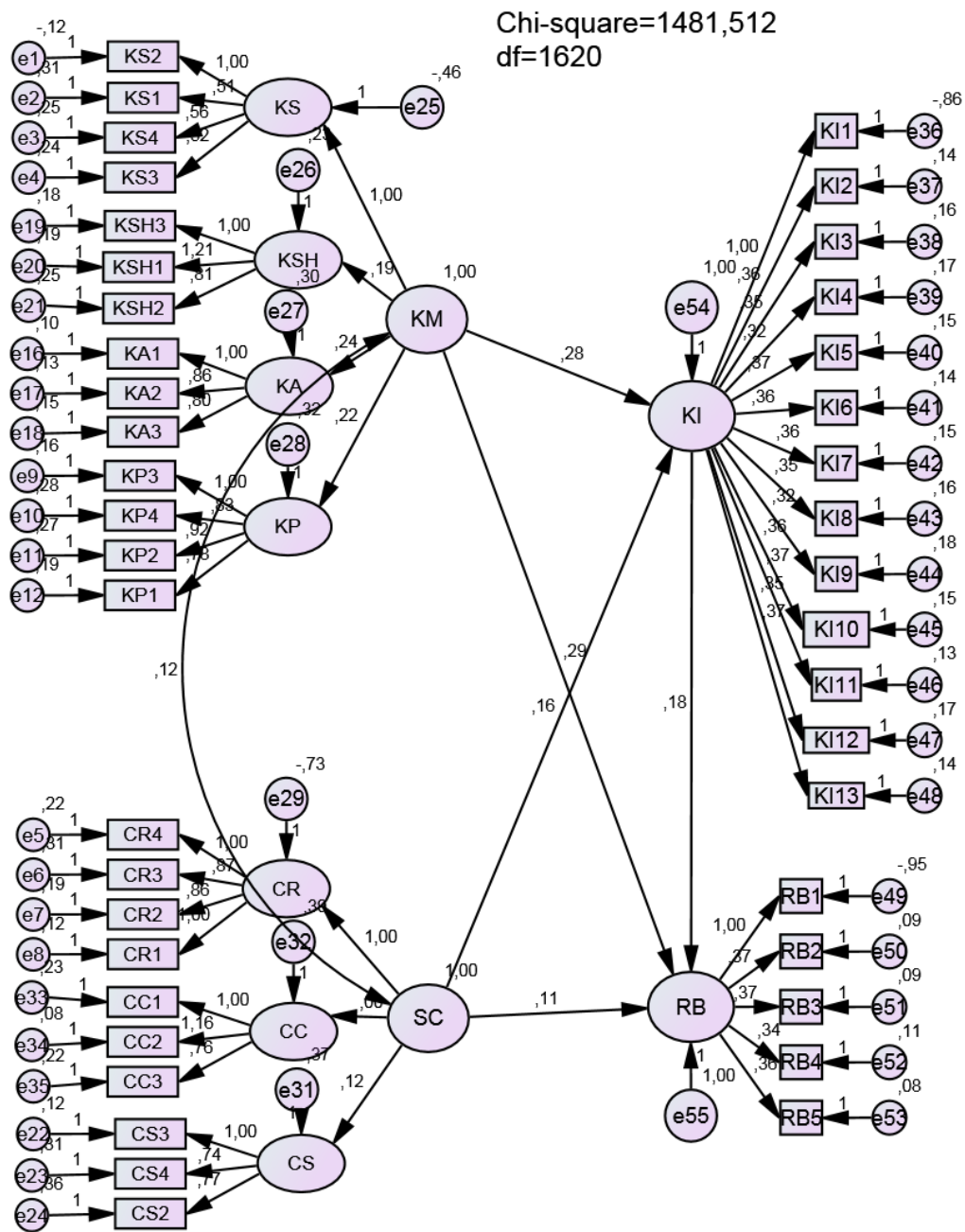
Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	,867	,859			
Saturated model	1,000				
Independence model	,000	,000			

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	,944	,818	
Saturated model	,000	,000	
Independence model	1,000	,000	

3/ mô hình khả biến thời gian thành lập doanh nghiệp



Standardized Regression Weights: (Dưới 5 năm - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KI <--- KM	,266	,187	,334	,000
KI <--- SC	,155	,092	,220	,000
KS <--- KM	1,360	1,191	1,605	,001
KSH <--- KM	,376	,177	,554	,000
KA <--- KM	,403	,231	,543	,001
KP <--- KM	,358	,199	,495	,000
CR <--- SC	1,931	1,515	2,568	,000
CS <--- SC	,195	,071	,387	,001

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
CC <--- SC	-,003	-,096	,109	,946
RB <--- KM	,271	,214	,323	,000
RB <--- KI	,176	,126	,225	,000
RB <--- SC	,104	,062	,155	,000
KS2 <--- KS	1,138	,989	1,302	,000
KS1 <--- KS	,558	,435	,674	,000
KS4 <--- KS	,636	,526	,739	,000
KS3 <--- KS	,615	,509	,710	,001
CR4 <--- CR	,740	,580	,926	,001
CR3 <--- CR	,634	,486	,768	,000
CR2 <--- CR	,711	,613	,806	,000
CR1 <--- CR	,827	,719	,957	,000
KP3 <--- KP	,830	,735	,917	,000
KP4 <--- KP	,689	,587	,778	,000
KP2 <--- KP	,731	,618	,831	,001
KP1 <--- KP	,735	,625	,836	,000
KA1 <--- KA	,886	,788	,983	,000
KA2 <--- KA	,816	,714	,905	,000
KA3 <--- KA	,772	,649	,883	,000
KSH3 <--- KSH	,774	,622	,905	,000
KSH1 <--- KSH	,820	,670	,991	,000
KSH2 <--- KSH	,638	,445	,780	,001
CS3 <--- CS	,871	,768	,992	,000
CS4 <--- CS	,638	,510	,750	,000
CS2 <--- CS	,628	,478	,745	,001
CC1 <--- CC	,793	,706	,863	,001
CC2 <--- CC	,934	,864	1,007	,000
CC3 <--- CC	,709	,583	,806	,001
KI1 <--- KI	2,092	1,861	2,350	,001
KI2 <--- KI	,704	,546	,825	,001
KI3 <--- KI	,685	,552	,804	,001
KI4 <--- KI	,641	,459	,792	,001
KI5 <--- KI	,714	,590	,833	,000
KI6 <--- KI	,712	,588	,826	,001
KI7 <--- KI	,699	,562	,824	,001
KI8 <--- KI	,677	,544	,799	,001
KI9 <--- KI	,620	,433	,777	,001
KI10 <--- KI	,707	,584	,818	,001
KI11 <--- KI	,732	,610	,841	,001
KI12 <--- KI	,667	,528	,797	,001
KI13 <--- KI	,732	,616	,840	,001
RB1 <--- RB	2,247	2,044	2,448	,001
RB2 <--- RB	,809	,695	,899	,001
RB3 <--- RB	,806	,668	,901	,001
RB4 <--- RB	,744	,594	,871	,001

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
RB5 <--- RB	,811	,673	,913	,001

Standardized Regression Weights: (Trên 5 năm - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KI <--- KM	,137	-,086	,334	,239
KI <--- SC	,247	,055	,425	,010
KS <--- KM	,859	,789	,930	,001
KSH <--- KM	,683	,541	,796	,001
KA <--- KM	,433	,268	,577	,001
KP <--- KM	-,130	-,318	,106	,276
CR <--- SC	1,001	,941	1,075	,001
CS <--- SC	,288	,085	,486	,004
CC <--- SC	,548	,361	,699	,001
RB <--- KM	,374	,282	,458	,000
RB <--- KI	,041	-,018	,100	,174
RB <--- SC	,137	,039	,254	,004
KS2 <--- KS	1,073	,997	1,164	,001
KS1 <--- KS	,911	,831	,964	,000
KS4 <--- KS	,949	,902	,985	,000
KS3 <--- KS	,923	,863	,967	,000
CR4 <--- CR	,957	,917	1,012	,000
CR3 <--- CR	,890	,821	,936	,001
CR2 <--- CR	,900	,833	,942	,001
CR1 <--- CR	,967	,914	1,014	,000
KP3 <--- KP	,752	,500	,903	,001
KP4 <--- KP	,851	,704	,937	,001
KP2 <--- KP	,994	,811	1,196	,000
KP1 <--- KP	,742	,580	,838	,001
KA1 <--- KA	,446	,226	,603	,001
KA2 <--- KA	,999	,823	1,208	,000
KA3 <--- KA	,990	,807	1,190	,000
KSH3 <--- KSH	,891	,784	,977	,000
KSH1 <--- KSH	,812	,697	,905	,001
KSH2 <--- KSH	,782	,662	,886	,000
CS3 <--- CS	,972	,891	1,018	,001
CS4 <--- CS	,974	,893	1,020	,001
CS2 <--- CS	,915	,800	1,026	,000
CC1 <--- CC	,739	,531	,878	,001
CC2 <--- CC	,882	,768	,991	,000
CC3 <--- CC	,854	,693	,994	,000
KI1 <--- KI	1,750	1,575	1,906	,002
KI2 <--- KI	,968	,947	,985	,001
KI3 <--- KI	,968	,947	,985	,001
KI4 <--- KI	,968	,947	,985	,001

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KI5 <--- KI	,968	,947	,985	,001
KI6 <--- KI	,968	,947	,985	,001
KI7 <--- KI	,968	,947	,985	,001
KI8 <--- KI	,968	,947	,985	,001
KI9 <--- KI	,968	,947	,985	,001
KI10 <--- KI	,968	,947	,985	,001
KI11 <--- KI	,968	,947	,985	,001
KI12 <--- KI	,968	,947	,985	,001
KI13 <--- KI	,968	,947	,985	,001
RB1 <--- RB	2,175	2,020	2,314	,001
RB2 <--- RB	1,128	1,080	1,170	,001
RB3 <--- RB	1,128	1,080	1,170	,001
RB4 <--- RB	1,128	1,080	1,170	,001
RB5 <--- RB	1,128	1,080	1,170	,001

Squared Multiple Correlations: (Dưới 5 năm - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KI	,105	,059	,147	,001
RB	,156	,109	,194	,000
CC	,000	,868
CS	,038	,005	,150	,001
KSH	,141	,031	,307	,000
KA	,162	,053	,295	,001
KP	,128	,040	,245	,000
CR	3,729	2,295	6,597	,000
KS	1,849	1,418	2,575	,001
RB5	,658	,452	,833	,001
RB4	,553	,353	,758	,001
RB3	,649	,446	,812	,001
RB2	,654	,483	,809	,001
RB1	5,050	4,179	5,995	,001
KI13	,536	,379	,705	,001
KI12	,446	,278	,636	,001
KI11	,536	,372	,707	,001
KI10	,499	,341	,670	,001
KI9	,384	,188	,604	,001
KI8	,458	,296	,638	,001
KI7	,489	,315	,680	,001
KI6	,507	,346	,683	,001
KI5	,510	,348	,693	,000
KI4	,410	,211	,627	,001
KI3	,470	,305	,646	,001
KI2	,496	,298	,680	,001
KI1	4,375	3,462	5,523	,001

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
CC3	,503	,340	,650	,001
CC2	,872	,746	1,014	,000
CC1	,630	,499	,745	,001
CS2	,394	,229	,554	,001
CS4	,407	,260	,562	,000
CS3	,758	,590	,984	,000
KSH2	,407	,198	,609	,001
KSH1	,673	,449	,982	,000
KSH3	,599	,387	,819	,000
KA3	,597	,422	,780	,000
KA2	,666	,509	,819	,000
KA1	,785	,622	,966	,000
KP1	,540	,391	,699	,000
KP2	,534	,382	,690	,001
KP4	,474	,345	,606	,000
KP3	,689	,540	,841	,000
CR1	,684	,517	,917	,000
CR2	,506	,376	,650	,000
CR3	,402	,236	,591	,000
CR4	,548	,336	,858	,001
KS3	,379	,259	,504	,001
KS4	,404	,277	,547	,000
KS1	,311	,189	,454	,000
KS2	1,294	,978	1,695	,000

Squared Multiple Correlations: (Trên 5 năm - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KI	,137	,057	,222	,001
RB	,260	,227	,298	,000
CC	,301	,130	,489	,001
CS	,083	,007	,236	,000
KSH	,467	,292	,634	,001
KA	,187	,072	,333	,001
KP	,017	,000	,097	,001
CR	1,002	,885	1,156	,001
KS	,737	,623	,865	,001
RB5	1,271	1,166	1,370	,001
RB4	1,271	1,166	1,370	,001
RB3	1,271	1,166	1,370	,001
RB2	1,271	1,166	1,370	,001
RB1	4,729	4,080	5,353	,001
KI13	,937	,898	,971	,001
KI12	,937	,898	,971	,001
KI11	,937	,898	,971	,001

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KI10	,937	,898	,971	,001
KI9	,937	,898	,971	,001
KI8	,937	,898	,971	,001
KI7	,937	,898	,971	,001
KI6	,937	,898	,971	,001
KI5	,937	,898	,971	,001
KI4	,937	,898	,971	,001
KI3	,937	,898	,971	,001
KI2	,937	,898	,971	,001
KI1	3,064	2,480	3,633	,002
CC3	,730	,481	,989	,000
CC2	,778	,590	,982	,000
CC1	,546	,282	,772	,001
CS2	,838	,640	1,053	,000
CS4	,949	,797	1,041	,001
CS3	,944	,794	1,035	,001
KSH2	,612	,439	,785	,000
KSH1	,659	,486	,820	,001
KSH3	,794	,615	,954	,000
KA3	,981	,651	1,417	,000
KA2	,997	,677	1,460	,000
KA1	,199	,051	,363	,001
KP1	,551	,337	,702	,001
KP2	,987	,658	1,431	,000
KP4	,724	,496	,878	,001
KP3	,565	,250	,815	,001
CR1	,935	,835	1,028	,000
CR2	,810	,695	,887	,001
CR3	,792	,675	,876	,001
CR4	,916	,842	1,024	,000
KS3	,851	,744	,936	,000
KS4	,901	,813	,970	,000
KS1	,831	,691	,929	,000
KS2	1,152	,994	1,356	,001

Model Fit Summary

CMIN

Model	NPAR	CMIN
Default model	186	1481,512
Saturated model	1806	,000
Independence model	84	11962,372

Model	NPAR	CMIN
Zero model	0	14504,067

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	,068	,898	,886	,805
Saturated model	,000	1,000		
Independence model	,206	,175	,135	,167
Zero model	,244	,000	,000	,000

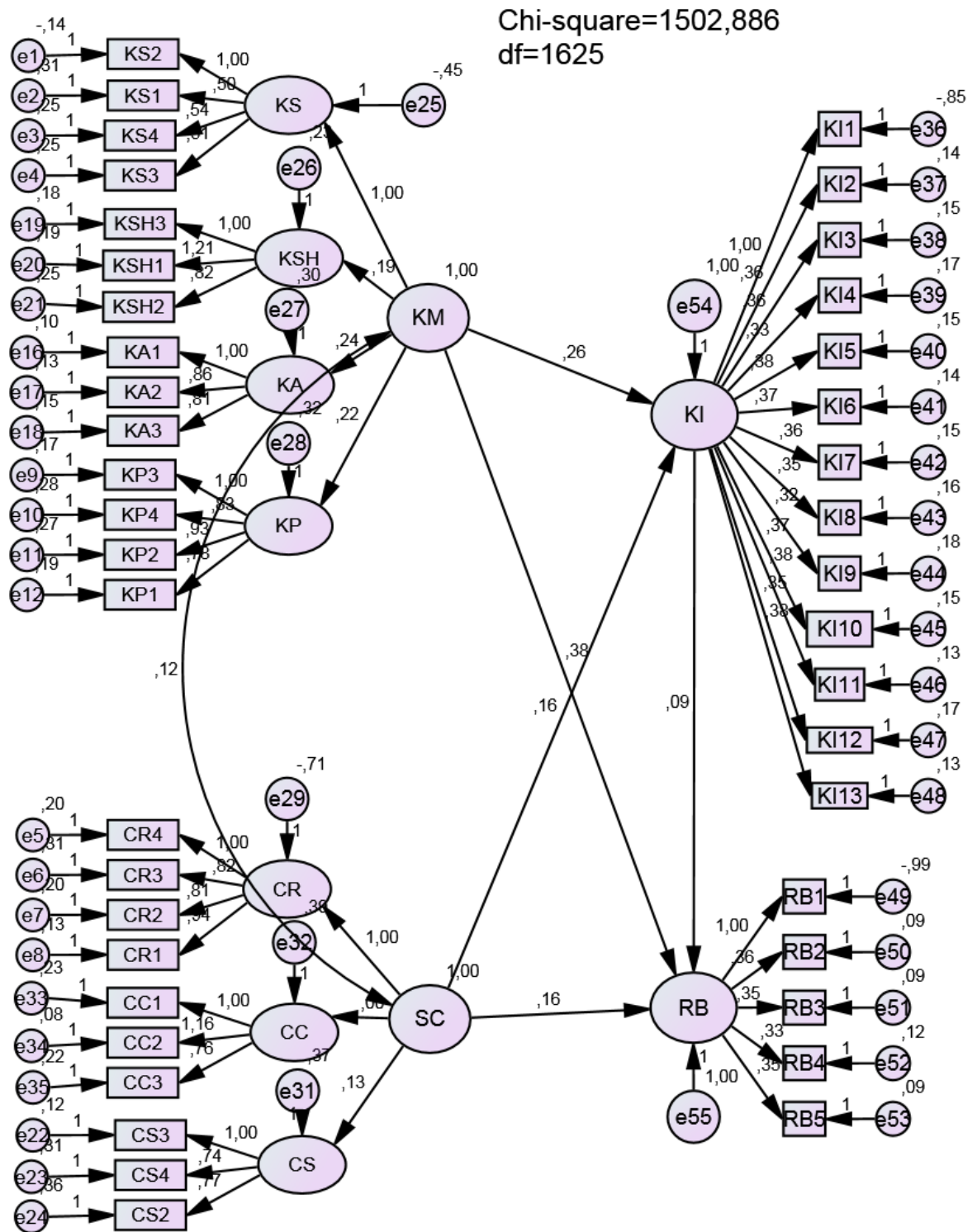
Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	,876	,868			
Saturated model	1,000				
Independence model	,000	,000			

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	,941	,824	
Saturated model	,000	,000	
Independence model	1,000	,000	

Mô hình bất biến – thời gian thành lập



Standardized Regression Weights: (Dưới 5 năm - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KI <--- KM	,244	,152	,320	,000

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KI <--- SC	,155	,081	,230	,001
KS <--- KM	1,343	1,190	1,533	,001
KSH <--- KM	,379	,189	,548	,001
KA <--- KM	,403	,242	,536	,001
KP <--- KM	,361	,221	,490	,000
CR <--- SC	1,847	1,501	2,447	,000
CS <--- SC	,210	,084	,389	,001
CC <--- SC	-,001	-,098	,116	,987
RB <--- KM	,345	,300	,393	,000
RB <--- KI	,090	,043	,133	,000
RB <--- SC	,147	,097	,199	,000
KS2 <--- KS	1,152	1,025	1,297	,000
KS1 <--- KS	,554	,434	,666	,000
KS4 <--- KS	,628	,525	,725	,000
KS3 <--- KS	,609	,507	,699	,000
CR4 <--- CR	,774	,582	,932	,002
CR3 <--- CR	,624	,484	,757	,000
CR2 <--- CR	,699	,601	,800	,000
CR1 <--- CR	,812	,707	,948	,000
KP3 <--- KP	,829	,734	,917	,000
KP4 <--- KP	,688	,586	,779	,000
KP2 <--- KP	,732	,619	,832	,001
KP1 <--- KP	,736	,626	,836	,000
KA1 <--- KA	,885	,787	,982	,000
KA2 <--- KA	,817	,715	,906	,000
KA3 <--- KA	,772	,650	,883	,000
KSH3 <--- KSH	,773	,623	,906	,000
KSH1 <--- KSH	,818	,670	,986	,000
KSH2 <--- KSH	,640	,450	,782	,001
CS3 <--- CS	,870	,768	,990	,000
CS4 <--- CS	,641	,511	,752	,000
CS2 <--- CS	,626	,479	,743	,000
CC1 <--- CC	,793	,706	,863	,001
CC2 <--- CC	,934	,865	1,009	,000
CC3 <--- CC	,709	,583	,806	,001
KI1 <--- KI	2,078	1,831	2,349	,001
KI2 <--- KI	,709	,548	,836	,001
KI3 <--- KI	,691	,555	,813	,001
KI4 <--- KI	,647	,466	,805	,001
KI5 <--- KI	,719	,593	,842	,000
KI6 <--- KI	,717	,589	,836	,001
KI7 <--- KI	,705	,566	,835	,000
KI8 <--- KI	,681	,547	,809	,000
KI9 <--- KI	,625	,441	,785	,001
KI10 <--- KI	,710	,585	,828	,001

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KI11 <--- KI	,738	,613	,851	,001
KI12 <--- KI	,674	,531	,807	,000
KI13 <--- KI	,735	,616	,848	,001
RB1 <--- RB	2,283	2,074	2,504	,001
RB2 <--- RB	,797	,680	,894	,001
RB3 <--- RB	,790	,648	,894	,001
RB4 <--- RB	,732	,576	,863	,001
RB5 <--- RB	,797	,656	,906	,001

Standardized Regression Weights: (Trên 5 năm - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KI <--- KM	,238	,150	,309	,000
KI <--- SC	,151	,080	,221	,001
KS <--- KM	,856	,787	,927	,001
KSH <--- KM	,682	,538	,796	,001
KA <--- KM	,433	,270	,577	,001
KP <--- KM	-,131	-,319	,105	,270
CR <--- SC	1,007	,946	1,088	,000
CS <--- SC	,287	,084	,485	,004
CC <--- SC	,549	,363	,700	,001
RB <--- KM	,331	,288	,379	,000
RB <--- KI	,088	,042	,132	,000
RB <--- SC	,141	,094	,188	,001
KS2 <--- KS	1,077	1,000	1,170	,001
KS1 <--- KS	,910	,832	,963	,000
KS4 <--- KS	,947	,900	,984	,000
KS3 <--- KS	,921	,862	,967	,000
CR4 <--- CR	,952	,905	1,002	,001
CR3 <--- CR	,892	,824	,938	,000
CR2 <--- CR	,901	,837	,943	,001
CR1 <--- CR	,970	,919	1,017	,000
KP3 <--- KP	,751	,499	,902	,001
KP4 <--- KP	,850	,703	,936	,001
KP2 <--- KP	,995	,814	1,198	,000
KP1 <--- KP	,743	,582	,838	,001
KA1 <--- KA	,444	,226	,602	,001
KA2 <--- KA	,999	,823	1,207	,000
KA3 <--- KA	,990	,806	1,192	,000
KSH3 <--- KSH	,890	,783	,976	,000
KSH1 <--- KSH	,812	,698	,905	,001
KSH2 <--- KSH	,783	,663	,887	,000
CS3 <--- CS	,972	,891	1,018	,001
CS4 <--- CS	,975	,894	1,021	,001
CS2 <--- CS	,914	,799	1,024	,000
CC1 <--- CC	,738	,531	,878	,001

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
CC2 <--- CC	,883	,769	,992	,000
CC3 <--- CC	,854	,693	,994	,000
KI1 <--- KI	1,753	1,579	1,914	,001
KI2 <--- KI	,964	,932	,988	,000
KI3 <--- KI	,964	,932	,988	,000
KI4 <--- KI	,964	,932	,988	,000
KI5 <--- KI	,964	,932	,988	,000
KI6 <--- KI	,964	,932	,988	,000
KI7 <--- KI	,964	,932	,988	,000
KI8 <--- KI	,964	,932	,988	,000
KI9 <--- KI	,964	,932	,988	,000
KI10 <--- KI	,964	,932	,988	,000
KI11 <--- KI	,964	,932	,988	,000
KI12 <--- KI	,964	,932	,988	,000
KI13 <--- KI	,964	,932	,988	,000
RB1 <--- RB	2,153	1,989	2,296	,001
RB2 <--- RB	1,132	1,081	1,176	,001
RB3 <--- RB	1,132	1,081	1,176	,001
RB4 <--- RB	1,132	1,081	1,176	,001
RB5 <--- RB	1,132	1,081	1,176	,001

Squared Multiple Correlations: (Dưới 5 năm - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KI	,093	,044	,143	,001
RB	,182	,155	,209	,000
CC	,000
CS	,044	,007	,152	,001
KSH	,144	,036	,300	,001
KA	,162	,058	,288	,001
KP	,131	,049	,240	,000
CR	3,413	2,254	5,989	,000
KS	1,803	1,417	2,350	,001
RB5	,635	,431	,820	,001
RB4	,535	,332	,745	,001
RB3	,624	,420	,799	,001
RB2	,635	,463	,798	,001
RB1	5,212	4,300	6,270	,001
KI13	,541	,379	,719	,001
KI12	,454	,282	,652	,000
KI11	,545	,376	,725	,001
KI10	,504	,342	,686	,001
KI9	,391	,195	,616	,001
KI8	,464	,300	,654	,000
KI7	,497	,320	,697	,000

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KI6	,515	,347	,700	,001
KI5	,517	,351	,709	,000
KI4	,419	,217	,648	,001
KI3	,477	,308	,662	,001
KI2	,502	,301	,699	,001
KI1	4,318	3,351	5,517	,001
CC3	,502	,339	,650	,001
CC2	,873	,749	1,018	,000
CC1	,629	,498	,745	,001
CS2	,392	,230	,552	,000
CS4	,410	,262	,565	,000
CS3	,756	,590	,980	,000
KSH2	,410	,202	,612	,001
KSH1	,670	,449	,973	,000
KSH3	,598	,388	,821	,000
KA3	,597	,423	,779	,000
KA2	,667	,511	,820	,000
KA1	,784	,620	,964	,000
KP1	,542	,392	,700	,000
KP2	,536	,383	,692	,001
KP4	,474	,344	,606	,000
KP3	,687	,539	,841	,000
CR1	,659	,500	,899	,000
CR2	,489	,361	,639	,000
CR3	,390	,234	,574	,000
CR4	,599	,338	,868	,002
KS3	,371	,257	,489	,000
KS4	,394	,276	,526	,000
KS1	,307	,188	,443	,000
KS2	1,328	1,051	1,682	,000

Squared Multiple Correlations: (Trên 5 năm - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
KI	,139	,071	,213	,001
RB	,245	,216	,278	,000
CC	,301	,132	,490	,001
CS	,082	,007	,235	,000
KSH	,465	,289	,634	,001
KA	,187	,073	,333	,001
KP	,017	,000	,098	,001
CR	1,014	,896	1,185	,000
KS	,733	,620	,859	,001

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
RB5	1,281	1,169	1,383	,001
RB4	1,281	1,169	1,383	,001
RB3	1,281	1,169	1,383	,001
RB2	1,281	1,169	1,383	,001
RB1	4,635	3,958	5,270	,001
KI13	,929	,870	,977	,000
KI12	,929	,870	,977	,000
KI11	,929	,870	,977	,000
KI10	,929	,870	,977	,000
KI9	,929	,870	,977	,000
KI8	,929	,870	,977	,000
KI7	,929	,870	,977	,000
KI6	,929	,870	,977	,000
KI5	,929	,870	,977	,000
KI4	,929	,870	,977	,000
KI3	,929	,870	,977	,000
KI2	,929	,870	,977	,000
KI1	3,072	2,492	3,665	,001
CC3	,729	,480	,989	,000
CC2	,779	,591	,984	,000
CC1	,545	,282	,771	,001
CS2	,836	,639	1,050	,000
CS4	,951	,799	1,042	,001
CS3	,945	,795	1,036	,001
KSH2	,612	,440	,786	,000
KSH1	,659	,487	,819	,001
KSH3	,793	,613	,953	,000
KA3	,981	,650	1,421	,000
KA2	,998	,677	1,458	,000
KA1	,197	,051	,362	,001
KP1	,551	,339	,702	,001
KP2	,989	,662	1,435	,000
KP4	,723	,495	,876	,001
KP3	,564	,249	,814	,001
CR1	,941	,845	1,034	,000
CR2	,812	,701	,890	,001
CR3	,795	,679	,879	,000
CR4	,905	,819	1,003	,001
KS3	,849	,744	,935	,000
KS4	,898	,809	,968	,000
KS1	,828	,693	,927	,000
KS2	1,160	1,000	1,368	,001

Model Fit Summary**CMIN**

Model	NPAR	CMIN
Default model	181	1502,886
Saturated model	1806	,000
Independence model	84	11962,372
Zero model	0	14504,067

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	,068	,896	,885	,807
Saturated model	,000	1,000		
Independence model	,206	,175	,135	,167
Zero model	,244	,000	,000	,000

Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	,874	,867			
Saturated model	1,000				
Independence model	,000	,000			

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	,944	,825	
Saturated model	,000	,000	
Independence model	1,000	,000	