

# NGHIÊN CỨU NHÂN TỐ QUYẾT ĐỊNH SỰ THÀNH CÔNG CỦA DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA TẠI TỈNH THANH HOÁ

**Nguyễn Thị Loan**

*Khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Hồng Đức*

*Email: nguyenthiloankt2@hdu.edu.vn*

**Lê Thị Nương**

*Khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Hồng Đức*

*Email: lenuong2604@gmail.com*

Ngày nhận: 24/3/2017

Ngày nhận bản sửa: 20/7/2017

Ngày duyệt đăng: 25/8/2017

## **Tóm tắt:**

*Tại các quốc gia đang phát triển nói chung và Việt Nam nói riêng, doanh nghiệp nhỏ và vừa luôn chiếm một tỷ lệ rất lớn từ 90 - 98% tổng số doanh nghiệp (Bộ Kế hoạch và Đầu tư, 2015). Với tỷ lệ và sự đóng góp to lớn đó, doanh nghiệp nhỏ và vừa được ví như chất xúc tác quan trọng, động lực cho sự phát triển của nền kinh tế quốc dân. Do đó, việc tìm ra các nhân tố chính tác động đến sự thành công và đề xuất giải pháp phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa là rất cần thiết. Trong số 250 phiếu khảo sát được gửi đến giám đốc các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Thanh Hoá chỉ có 198 phiếu trả lời đủ điều kiện đưa vào phân tích. Tác giả đã sử dụng phần mềm SPSS 20.0 để phân tích nhân tố EFA, kiểm định Cronbach's Alpha và phân tích hồi quy. Kết quả cho thấy nhân tố chiến lược kinh doanh, sản phẩm, năng lực lãnh đạo và mối liên kết trong kinh doanh quyết định mạnh nhất đến sự thành công của doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Thanh Hoá.*

**Từ khóa:** Nhân tố quyết định, doanh nghiệp nhỏ và vừa, thành công, Thanh Hoá.

## **Determinant of business success of small and medium enterprises in Thanh Hoa province**

### *Abstract*

*In the developing countries in general and Vietnam in particular, the number of small and medium-sized enterprises (SMEs) always account for a very large proportion (90-98%) in the total of enterprises. SMEs play an important role and are considered as the motivation for economic development. Therefore, studying the determinants of business success of SMEs is very essential for SMEs development. In this research, 198 questionnaires were collected from directors of SMEs in Thanh Hoa. The author conducted EFA, Cronbach's Alpha and regression analyses. The results show that entrepreneur's capability, products and services, business strategy, the cross and line accommodation (linkage) are the most important factors affecting the success of SMEs in Thanh Hoa Province.*

*Key words: Determinant, Success, SMEs, Thanh Hoa province.*

### **1. Đặt vấn đề**

Trong cơ cấu doanh nghiệp tại các nước trên toàn thế giới, doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) luôn chiếm tỷ trọng rất lớn, cụ thể tại các quốc gia phát triển DNNVV chiếm tỷ lệ 85-90%, trong khi đó tại

các nước đang phát triển tỷ lệ này là 90-98% tổng số doanh nghiệp (Bộ Kế hoạch và Đầu tư, 2014). Điều này chứng tỏ, DNNVV đóng vai trò vô cùng quan trọng trong phát triển kinh tế của mỗi quốc gia, khu vực. Tại Việt Nam, tính đến cuối năm 2016 có

**Bảng 1: Tiêu chí phân loại doanh nghiệp nhỏ và vừa trên thế giới**

Tổ chức	Lao động tối đa (người)	Tài sản tối đa (triệu đồng)	Doanh thu tối đa (triệu đồng)
Ngân hàng thế giới (WB)	300	100.000	100.000
Quỹ tiền tệ thế giới (IMF)	100	200.000	Không
Ngân hàng phát triển Châu Phi	50	Không	Không
Ngân hàng phát triển Châu Á (ADB)	Không có tiêu chí cụ thể cho khu vực Châu Á (dựa vào quy định của từng quốc gia)		
Liên hợp quốc (UNDP)	200	Không	Không

Nguồn: Tổ chức tài chính quốc tế - IFC (2009).

khoảng 546.000 doanh nghiệp đang hoạt động, trong đó 98,01% là DNNVV, hàng năm đóng góp gần 50% tổng giá trị cho nền kinh tế quốc dân (VCCI, 2016). Chính vì vai trò quan trọng của loại hình doanh nghiệp này, nhiều nghiên cứu về phân tích, đánh giá các nhân tố tác động đến sự thành công của DNNVV đã được thực hiện. Từ kết quả nghiên cứu đó, nhà quản trị DNNVV có sở cứ khoa học để xây dựng định hướng, chiến lược điều hành và phát triển thành công DNNVV. Trong bài báo này, tác giả tập trung cho nghiên cứu tình huống tại Thanh Hoá, địa phương có đến 98,6% DNNVV với đặc điểm chung là thiếu vốn, quy mô nhỏ và siêu nhỏ, thiếu năng lực cạnh tranh và hội nhập. Bên cạnh đó, trong những năm gần đây tốc độ phát triển doanh nghiệp mới tại Thanh Hoá tăng rất chậm, trung bình 7-8%/năm, trong khi tốc độ bình quân chung cả nước giai đoạn 2011-2015 là 14,8% (Cục Thống kê Thanh Hoá, 2016). Từ đó xác định các nhóm nhân tố quyết định đến sự thành công của DNNVV Thanh Hoá, làm căn cứ đề xuất các giải pháp thúc đẩy sự phát triển của DNNVV địa phương, tạo công ăn việc làm, tăng thu nhập cho nhiều lao động, góp phần thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế, xã hội địa phương.

## 2. Tổng quan chung về doanh nghiệp nhỏ và vừa

Luôn chiếm một tỷ lệ rất lớn, DNNVV được đánh giá là thành phần quan trọng trong cơ cấu doanh nghiệp mỗi quốc gia trên toàn thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng. Tuy nhiên, căn cứ và tiêu chí đánh giá phân loại DNNVV ở mỗi quốc gia, khu vực lại có sự khác biệt. Nếu như tại các quốc gia Châu Âu, DNNVV được phân loại dựa vào số lao động, doanh thu, lợi nhuận và vốn đầu tư, thì tại các nước Châu Mỹ ngoài các tiêu chí về vốn, lao động, doanh thu còn cần thêm tiêu chí về đóng góp vào ngân sách nhà nước để phân loại doanh nghiệp theo quy mô. Tại châu Á, DNNVV được phân loại dựa vào 3 tiêu

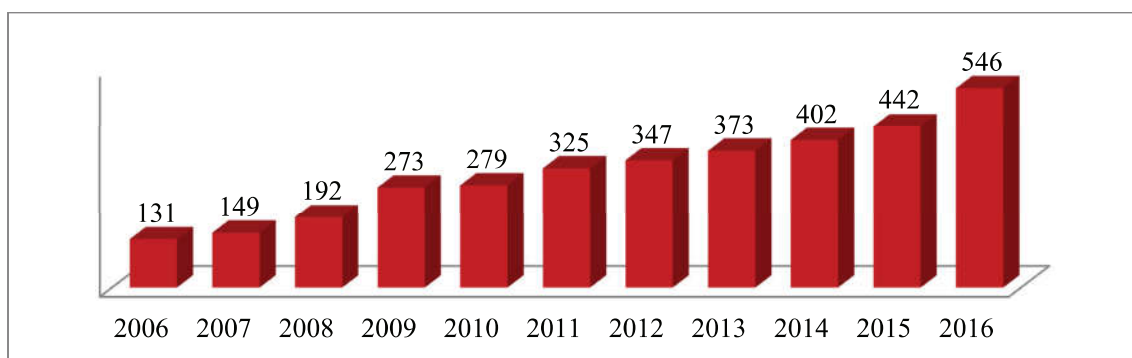
chí cơ bản đó là số lao động, vốn đầu tư và doanh thu hàng năm.

Tại Việt Nam, DNNVV được xác định dựa vào 2 tiêu chí cơ bản là số lượng lao động và vốn đầu tư kinh doanh. Tuy nhiên, giữa các ngành nghề khác nhau như nông nghiệp, công nghiệp và dịch vụ lại có sự khác biệt trong quy ước về số lượng vốn và lao động.

Tuy có sự khác nhau trong cách xây dựng tiêu chí xác định DNNVV nhưng nhìn chung, DNNVV có cùng một số đặc điểm chung đó là quy mô nhỏ, công nghệ không hiện đại, khả năng cạnh tranh yếu và rất dễ bị tổn thương nếu có những biến động tiêu cực của nền kinh tế. Trên thực tế, tỷ lệ DNNVV trong tổng số doanh nghiệp vẫn duy trì ổn định quanh mức 98%, tuy nhiên quy mô về vốn, lao động đang biến động theo hướng thu nhỏ lại. Đơn cử năm 2010 tỷ trọng lao động trong DNNVV là 51,2% thì đến năm 2015 tỷ lệ này giảm còn 40,8% (trong đó doanh nghiệp nhỏ chiếm 32,6%). Tương tự, tỷ trọng vốn giai đoạn 2005-2010 là 40% thì đến gian đoạn 2010-2016 xuống còn 15% năm 2015 (Tổng cục Thống kê, 2016).

Tại Thanh Hoá, theo số liệu thống kê cuối năm 2016 có gần 8.500 doanh nghiệp trong đó DNNVV chiếm 98,2%, hầu hết các DNNVV thuộc thành phần kinh tế ngoài quốc doanh, hàng năm đóng góp 35-45% thu nhập bình quân toàn tỉnh, tạo ra trên 60% tổng cơ hội việc làm, lực lượng chính góp phần thúc đẩy và phát triển doanh nghiệp lớn tại Thanh Hoá (Đỗ Đình Hiệu, 2016). Trong tổng số DNNVV số doanh nghiệp thương mại dịch vụ chiếm tỷ trọng lớn nhất (trên 30%), sau đó đến doanh nghiệp xây dựng, chế biến nông nghiệp, vận tải chiếm tổng tỷ lệ trên 50%. Đa phần DNNVV (chiếm 76%) hoạt động dưới hình thức công ty trách nhiệm hữu hạn

**Hình 1: Số lượng doanh nghiệp hoạt động giai đoạn 2006-2016**



Nguồn: Tác giả tổng hợp số liệu khảo sát của GSO và VCCI (2016).

(TNHH) và doanh nghiệp tư nhân (Cục Thống kê Thanh Hoá, 2016).

### 3. Cơ sở lý luận về sự thành công và các nhân tố quyết định sự thành công của doanh nghiệp nhỏ và vừa

#### 3.1. Sự thành công của doanh nghiệp nhỏ và vừa

Do sự đa dạng và khác biệt trong cách thức phân loại DNNVV của mỗi quốc gia, khu vực trên thế giới nên quan niệm về sự thành công của loại doanh nghiệp này cũng rất đa dạng. Theo quan niệm chung, sự thành công của doanh nghiệp là sự đạt được các mục tiêu đề ra với hiệu quả cao nhất. Brush & Venderwerf (1992) định nghĩa thành công của DNNVV thực chất là hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp hay là việc đạt hiệu quả kinh doanh cao nhất. Tuy nhiên, quan niệm này sẽ rất khó để đo lường cho các công ty kinh doanh đa ngành, vì vậy có nhiều khái niệm mới về sự thành công của doanh nghiệp được hình thành như là sự

phát triển doanh thu và lợi nhuận, sự thỏa mãn nhu cầu của khách hàng và các cổ đông trong doanh nghiệp Jennings & Beaver (1997). Thành công là sự phát triển thị phần và thương hiệu, sự phát triển đội ngũ nhân sự chất lượng cao, ổn định đời sống việc làm cho người lao động, xây dựng văn hóa doanh nghiệp mạnh (Nguyễn Văn Đệ, 2016). Như vậy, chung quy sự thành công của doanh nghiệp được đo lường dựa trên 2 nhóm tiêu chí định lượng khách quan (Objective) gồm doanh thu, lợi nhuận, thị phần, chỉ số thu hồi vốn hoặc/và tiêu chí định tính chủ quan (Subjective) như sự tăng trưởng, hoàn thành mục tiêu, giá trị thương hiệu, sự hài lòng của khách hàng, sự hài lòng của nhân viên, cảm thấy tự hài lòng về kết quả kinh doanh và hoàn thành trách nhiệm với cộng đồng. Trong nghiên cứu này tác giả sử dụng tiêu chí định tính chủ quan để đánh giá sự thành công của doanh nghiệp như sự hài lòng về kết quả hoạt động của chủ doanh nghiệp.

**Bảng 2: Tiêu chí phân loại doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Việt Nam**

	Doanh nghiệp Siêu nhỏ		Doanh nghiệp nhỏ		Doanh nghiệp vừa	
	Số lao động	Tổng số vốn	Số lao động	Tổng số vốn	Số lao động	Tổng số vốn
<b>Nông lâm nghiệp và thủy sản</b>	10 người trở xuống	Dưới 20 tỷ đồng	Từ 10 đến 200 người	Từ 20 tỷ đến 100 tỷ	Từ 200 đến dưới 300 người	Từ 100 tỷ đến 500 tỷ
<b>Công nghiệp và xây dựng</b>	10 người trở xuống	Dưới 20 tỷ đồng	Từ 10 đến 200 người	Từ 20 tỷ đến 100 tỷ	Từ 200 đến dưới 300 người	Từ 100 tỷ đến 500 tỷ
<b>Dịch vụ, thương mại</b>	10 người trở xuống	Dưới 10 tỷ đồng	Từ 10 đến 50 người	Từ 10 tỷ đến 50 tỷ	Từ 50 đến dưới 100 người	Từ 50 tỷ đến 100 tỷ

Nguồn: Chính phủ (2009).

**Bảng 3: Số lượng và tỷ trọng doanh nghiệp Thanh Hoá***Đơn vị: Doanh nghiệp*

Tiêu chí		DN Nhà nước	DN ngoài Nhà nước	DN có vốn đầu tư nước ngoài, FDI	Tổng số
Năm 2011	Số lượng	60	5/212	30	5302
	Tỷ trọng (%)	1%	98%	1%	100%
Năm 2012	Số lượng	49	5/425	24	5498
	Tỷ trọng (%)	1%	99%	0%	100%
Năm 2013	Số lượng	49	5.861	29	5939
	Tỷ trọng (%)	1%	99%	0%	100%
Năm 2014	Số lượng	44	5.959	32	6034
	Tỷ trọng (%)	1%	99%	1%	100%
Năm 2015	Số lượng	43	7.270	36	7349
	Tỷ trọng (%)	0,59%	98,93%	0,49%	100%
Năm 2016	Số lượng	40	8.395	42	8477
	Tỷ trọng (%)	0,47%	99,03%	0,50%	100%

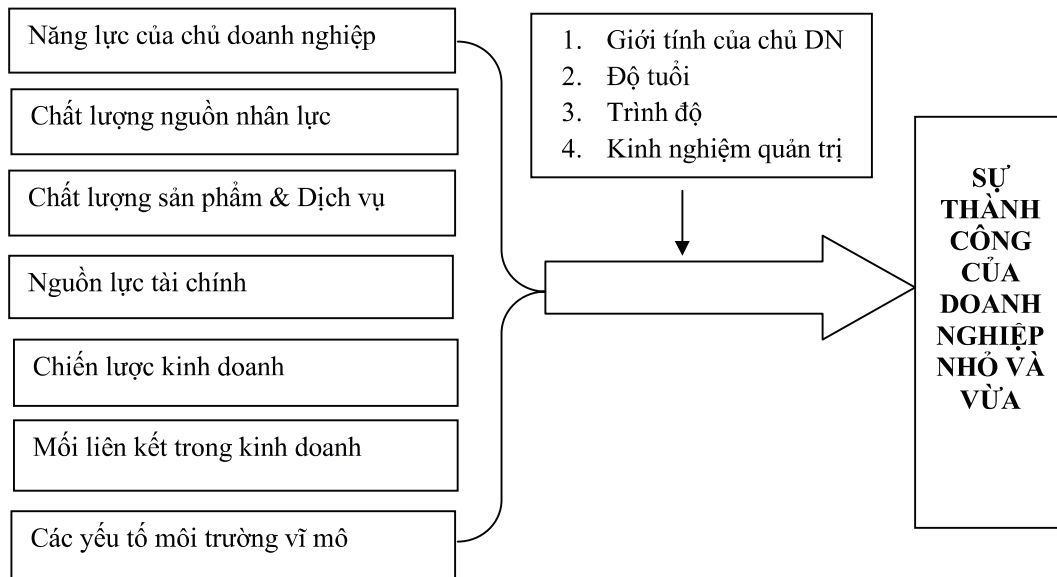
*Nguồn: Cục thống kê Thanh Hoá (2016).***3.2. Các nhân tố quyết định đến sự thành công của doanh nghiệp nhỏ và vừa**

Qua tổng quan tài liệu, tác giả nhận thấy có rất nhiều nghiên cứu, nhiều nhân tố tác động đến sự thành công của một doanh nghiệp, những nhân tố này được chia làm 2 nhóm chính đó là các nhân tố bên ngoài và các nhân tố thuộc môi trường bên trong. Trong đó, năng lực của chủ doanh nghiệp, năng lực tài chính, sản phẩm dịch vụ, khách hàng và thị trường, mối liên kết trong kinh doanh, môi trường vĩ mô là những nhân tố chính tác động đến sự thành công của doanh nghiệp. Trong nghiên cứu này tác giả vận dụng mô hình nghiên cứu của Nurul Indarti & Marja Langenberg (2005) và Chittithawon (2011) nghiên cứu nhân tố quyết định sự thành công của DNNVV tại Indonesia và Thái Lan.

Năng lực của chủ doanh nghiệp là khả năng hoàn thành việc điều hành và lãnh đạo doanh nghiệp, năng lực được đánh giá thông qua kết quả kinh doanh của doanh nghiệp (Đỗ Đức Anh, 2015). Năng lực của giám đốc doanh nghiệp đóng vai trò quan trọng đối với sự thành công của DNNVV (Lê Thị Phương Thảo, 2016). Nurul Indarti & Marja Langenberg (2005) đã đưa ra kết luận, người lãnh đạo và chiến lược là hai nhân tố chính tác động đến sự thành công của DNNVV. Theo nghiên cứu của Gosh & Kwan (1996), nhà lãnh đạo, chính sách, công nghệ có tác động mạnh nhất đến kết quả hoạt động của DNNVV. Bên cạnh đó các nghiên cứu của Kristiansen (2003) cũng khẳng định mối quan hệ giữa năng lực giám đốc

với sự thành công của DNNVV. Nguồn lực tài chính là khả năng đáp ứng về vốn phục vụ sản xuất kinh doanh thông qua nguồn vốn tự có, nguồn huy động ngắn và dài hạn với chi phí thấp. Anwar & Andaleeb (2007) nhận thấy kỹ năng quản trị, trình độ lao động và quản trị tài chính là ba nhân tố quan trọng nhất tác động đến kết quả kinh doanh của DNNVV. Nghiên cứu khác của Chuthamas Chittithaworn (2011) tại các DNNVV Thái Lan năm 2011 chỉ ra rằng đặc tính sản phẩm, thị trường, khách hàng, cách thức quản lý, nguồn vốn, nguồn nhân lực và các yếu tố thuộc môi trường bên ngoài có tác động mạnh nhất đến sự thành công của DNNVV. Môi trường kinh doanh vĩ mô (Macro environment factors) bao gồm các nhân tố không thuộc về doanh nghiệp, doanh nghiệp không thể kiểm soát, điều chỉnh được mà doanh nghiệp phải phân tích để thích nghi hoặc tận dụng cơ hội từ sự vận động của các nhân tố bên ngoài. Các yếu tố nội bộ và các chính sách kinh tế vĩ mô của Nhà nước trực tiếp ảnh hưởng đến kết quả hoạt động của DNNVV (Nguyễn Thị Loan, 2017). Mối liên kết có ảnh hưởng đến sự thành công trong kinh doanh của công ty. Tạo dựng mối liên kết là cách để các doanh nhân, doanh nghiệp giảm rủi ro và chi phí giao dịch cũng như cải thiện khả năng tiếp cận các ý tưởng kinh doanh, kiến thức và vốn kinh doanh. Mối liên kết bao gồm một loạt các mối quan hệ chính thức và không chính thức giữa nhà quản trị và các thành viên khác trong một vòng tròn những doanh nhân, doanh nghiệp và mối quan hệ thông qua

**Hình 2: Mô hình nghiên cứu**



*Nguồn: Tác giả phân tích, tổng hợp và xây dựng.*

đó các doanh nhân được tiếp cận các nguồn lực cần thiết cho việc kinh doanh, tăng trưởng và thành công (Kristiansen, 2003). Sản phẩm và dịch vụ đã được Nurul Indarti & Marja Langenberg (2005) nghiên cứu và chứng minh có mối quan hệ cùng chiều với sự thành công của doanh nghiệp. Khách hàng và thị trường cũng là yếu tố quyết định sự thành công của doanh nghiệp (William G., 2005). Chiến lược kinh doanh được (McMahon, 2001) và E.W. Buck Lawrimore (2011) chứng minh có tác động tích cực đến sự thành công của doanh nghiệp. E.W. Buck Lawrimore (2011) cũng viết trong cuốn sách 5 nhân tố thành công cốt lõi (the 5 key success factors) rằng chiến lược kinh doanh là nhân tố quan trọng số một, nhân sự, marketing, cách thức tổ chức và nguồn lực tài chính đóng vai trò quan trọng đối với sự thành công của doanh nghiệp. Trên cơ sở kế thừa và vận dụng vào thực tế tại Thanh Hoá, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như Hình 2.

#### 4. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu về sự thành công của DNNVV được nhiều các tác giả thực hiện theo cả phương pháp định tính (qualitative) và định lượng (quantitative) cả nghiên cứu khám phá và nghiên cứu nhân quả, cả nghiên cứu tình huống lẫn nghiên cứu tổng thể với mục đích xác định nhân tố chính tác động đến sự thành công của DNNVV từ đó đề xuất giải pháp giúp DNNVV hoạt động tốt hơn, hiệu quả hơn trong môi trường kinh doanh thường xuyên biến động. Trong

nghiên cứu này, tác giả chú trọng phương pháp định lượng nhằm xây dựng mô hình, thang đo, kiểm định giả thuyết, phân tích nhân tố từ đó xác định nhân tố quyết định sự thành công của doanh nghiệp.

##### 4.1. Xây dựng thang đo, phiếu khảo sát

Để thang đo đảm bảo độ tin cậy, phù hợp tác giả đã tiến hành nghiên cứu định tính thông qua phỏng vấn sâu (in-depth interview) đối với 15 chủ DNNVV và thảo luận nhóm với các chủ doanh nghiệp trẻ Thanh Hoá để hiệu chỉnh và chuẩn hoá thang đo chính thức trước khi đưa vào bảng khảo sát. Sau khi thang đo được hoàn thiện tác giả đã tiến hành khảo sát sơ bộ (Preliminary research) 30 phiếu để phân tích sự phù hợp, độ tin cậy của thang đo trước khi tiến hành khảo sát chính thức. Thang đo được xây dựng dựa trên cơ sở kế thừa và vận dụng vào thực tiễn tại Thanh Hoá.

Phiếu khảo sát được thiết kế gồm bốn phần cơ bản: Phần một, giới thiệu về nghiên cứu; Phần hai, thu thập thông tin chung về doanh nghiệp và người trả lời; Phần ba, thu thập thông tin về sự thành công của DNNVV; Phần bốn, thu thập thông tin về nhân tố quyết định sự thành công của DNNVV.

##### 4.2. Chọn mẫu nghiên cứu

Mẫu nghiên cứu được chọn lựa khoa học, đảm bảo tính đại diện tính đa dạng về ngành nghề và loại hình kinh doanh. Kích thước mẫu tối ưu phụ thuộc vào kỳ vọng về độ tin cậy, phương pháp phân tích dữ liệu, phương pháp ước lượng được sử dụng trong nghiên cứu, các tham số cần ước lượng. Để phục vụ

**Bảng 4: Thang đo đề xuất trong nghiên cứu**

<b>Ký hiệu</b>	<b>Thang đo (Items)</b>	<b>Nguồn</b>
<b>BS</b>	<b>Sự thành công của DNNVV (Business success of SME)</b>	
BS1	Tôi nghĩ doanh nghiệp tôi thành công	Nurul Indarti & Marja Langenberg (2005), Owino (2007)
BS2	Tôi nghĩ doanh nghiệp tôi đang phát triển	
BS3	Tôi hài lòng với kết quả kinh doanh	
BS4	Doanh nghiệp đạt được các mục tiêu đề ra	
<b>LC</b>	<b>Năng lực chủ doanh nghiệp (Leader's Capability)</b>	
LC1	Tôi có kỹ năng ra quyết định tốt	Nurul Indarti & Marja Langenberg (2005), Chittithawon (2011), Tác giả đề xuất LC5.
LC2	Tôi có kỹ năng nhân sự và lãnh đạo tốt	
LC3	Tôi có kiến thức chuyên môn tốt	
LC4	Tôi có kỹ năng giao tiếp tốt	
LC5	Tôi có khả năng truyền cảm hứng cho nhân viên	
<b>HR</b>	<b>Nguồn nhân lực (Human Resource)</b>	
HR1	Nhân viên chủ động trong công việc	Chittithawon (2011), Tác giả đề xuất HR2, HR3
HR2	Nhân viên trung thành với công ty	
HR3	Nhân viên có kỹ năng làm việc nhóm tốt	
HR4	Nhân viên có thể sử dụng tiếng Anh thành thạo	
HR5	Nhân viên có kiến thức chuyên môn vững	
<b>PS</b>	<b>Sản phẩm dịch vụ (Product and Service)</b>	
PS1	Sản phẩm đa dạng, phong phú	Nurul Indarti & Marja Langenberg (2005), Owino (2007)
PS2	Giá cả sản phẩm hợp lý (reasonable price)	
PS3	Thương hiệu sản phẩm nổi tiếng trong nước	
PS4	Lượng sản phẩm đủ đáp ứng nhu cầu khách hàng	
<b>FR</b>	<b>Nguồn lực tài chính (Finance Resource)</b>	
FR1	Có khả năng huy động nhanh vốn khi cần	Nurul Indarti & Marja Langenberg (2005) Tác giả đề xuất FR3
FR2	Vốn hiện có đủ đáp ứng nhu cầu	
FR3	Có nhiều nguồn vốn để lựa chọn	
FR4	Nguồn vốn kinh doanh dài hạn	
<b>BS</b>	<b>Chiến lược kinh doanh (Business Strategy)</b>	
BS1	Có chiến lược kinh doanh dài hạn	Cavusgil S. and Zou (1994) Nurul Indarti & Marja Langenberg (2005), Owino (2007)
BS2	Chiến lược được xây dựng thường xuyên	
BS3	Chiến lược công ty rất hợp với thực tiễn	
BS4	Mọi công việc đều được hoạch định tốt	
BS5	Chiến lược được phổ biến đến các nhân viên	
<b>LK</b>	<b>Mối liên kết (Linkage)</b>	
LK1	Có mối quan hệ tốt để điều hành doanh nghiệp	Nurul Indarti & Marja Langenberg (2005), Owino (2007)
LK2	Có nhiều bạn bè, người thân hỗ trợ	
LK3	Có nhiều chuyên gia sẵn sàng hỗ trợ	
LK4	Các tổ chức xã hội nghề nghiệp sẵn sàng hỗ trợ	
<b>ME</b>	<b>Môi trường vĩ mô (Macro Environment)</b>	
ME1	Nhiều chính sách khuyến khích doanh nghiệp	Chittithawon (2011), Tác giả đề xuất ME 3,4,5
ME2	Công nghệ thông tin phát triển hỗ trợ doanh nghiệp	
ME3	Doanh nghiệp dễ tiếp cận thông tin thị trường	
ME4	Thủ tục hành chính được cải tiến	
ME5	Tỷ giá ổn định thuận lợi cho doanh nghiệp phát triển	

*Nguồn: Tác giả tổng hợp và đề xuất.*

cho kiểm định thang đo, các nhà nghiên cứu không đưa ra con số cụ thể về số mẫu cần thiết mà đưa ra tỉ lệ giữa số mẫu cần thiết và số tham số cần ước lượng. Đối với phân tích nhân tố, kích thước mẫu sẽ phụ thuộc vào số lượng biến được đưa trong phân

tích nhân tố, theo Hair & cộng sự (2006) cho rằng số lượng mẫu cần gấp 4-5 lần so với số lượng biến quan sát. Trong nghiên cứu này có tất cả 32 biến quan sát cần tiến hành phân tích nhân tố, vì vậy số kích thước mẫu tối thiểu của nghiên cứu là  $32 \times 5 =$

**Bảng 5: Bảng tỷ lệ chọn mẫu theo địa bàn**

STT	Địa điểm khảo sát	Tỷ lệ (%)	Số phần tử mẫu tương ứng (Doanh nghiệp)
1	Thành phố Thanh Hoá	41	103
2	Bỉm Sơn	13	33
3	Sầm Sơn	11	28
4	Hoàng Hoá	6	15
5	Quảng Xương	8	20
6	Ngọc Lặc, Thọ Xuân	8	20
7	Đông Sơn	5	13
8	Khác	8	20
<b>Tổng</b>		<b>100</b>	<b>250</b>

Nguồn: Tác giả tổng hợp.

**Bảng 6: Đặc điểm nhà quản trị trong mẫu khảo sát**

Nhân tố	Tần suất	Phần trăm	Nhân tố	Tần suất	Phần trăm
<b>Giới tính</b>			<b>Trình độ</b>		
Nam	150	76%	Sơ cấp	18	9%
Nữ	48	24%	Trung cấp, cao đẳng	42	21%
<b>Độ tuổi</b>			Đại học	113	57%
Dưới 25	13	6,6%	Sau đại học	24	12%
Từ 25-35	39	19,7%	<b>Kinh nghiệm quản lý</b>		
Từ 35-45	82	41,4%	Dưới 1 năm	31	15,7%
Từ 45-55	48	24,2%	Từ 1-3 năm	52	26,3%
Trên 55	10	5,1%	Từ 3-5 năm	76	38,4%
			Trên 5 năm	39	19,7%

Nguồn: Kết quả khảo sát và thống kê.

160. Để đảm bảo độ tin cậy trong nghiên cứu, tác giả đã phát ra 250 phiếu khảo sát cho các doanh nghiệp (có liên lạc và xác nhận trước đó) thông qua thư điện tử, Google docs và trực tiếp bằng giấy, kết thúc khảo sát thu về 198 phiếu trả lời đạt yêu cầu đưa vào phân tích.

Theo số liệu thống kê đến ngày 31 tháng 12 năm 2016 Thanh Hoá có 8.477 DNNVV được phân bố chủ yếu tại thành phố Thanh Hoá (41%), Bỉm Sơn (13%), Sầm Sơn (11%), Hoàng Hoá (6%), Quảng Xương (8%), Đông Sơn (5%), Ngọc Lặc, Thọ Xuân (8%) còn lại là các huyện Nông Cống, Tĩnh Gia, Nga Sơn. Dựa trên số liệu thống kê doanh nghiệp tác giả phân chia tỷ lệ lấy mẫu theo địa bàn phân bố tương ứng (Bảng 5).

Bên cạnh đó, để đảm bảo tính khách quan, tin cậy, khoa học trong chọn mẫu và thống kê số liệu, tác giả căn cứ vào loại hình doanh nghiệp để phân bố phần tử mẫu theo tỷ lệ phù hợp với tỷ lệ chung của

tổng thể. Cụ thể, Công ty TNHH 154 phiếu chiếm 61,5%, công ty cổ phần 48 phiếu chiếm 20%, doanh nghiệp tư nhân 32 phiếu chiếm 12,6% còn lại 6,7% là doanh nghiệp nhà nước và các loại hình doanh nghiệp khác.

Từ mô hình nghiên cứu, bằng phương pháp nghiên cứu định lượng kết hợp với sự hỗ trợ của công cụ thống kê SPSS 20.0 phân tích nhân tố, kiểm định Cronbach's Alpha và phân tích hồi quy để đưa ra kết luận về mức độ tác động của các nhân tố đến sự thành công của DNNVV từ đó đề xuất giải pháp phát triển.

### 5. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

Tác giả đã phát ra 250 phiếu khảo sát theo tỷ lệ mô tả lấy mẫu, kết quả thu về 198 phiếu đủ điều kiện đưa vào phân tích theo tỷ lệ tương đối phù hợp với mô tả mẫu nghiên cứu.

Qua bảng 6, có thể nhận thấy rằng đa phần nhà quản trị là nam giới, trình độ học vấn tương đối cao

**Bảng 7: Đặc điểm doanh nghiệp trong mẫu khảo sát**

Nhân tố	Tần suất	Phần trăm	Nhân tố	Tần suất	Phần trăm
<b>Số lao động</b>			<b>Doanh thu hàng năm</b>		
Dưới 10 người	36	18,2%	Dưới 10 tỷ	12	6%
Từ 10 - 50 người	101	51%	Từ 10 - 50 tỷ	85	43%
Từ 50 - 200 người	48	24%	Từ 50 - 100 tỷ	75	38%
Từ 200 - 300 người	14	7%	Từ 100 - 500 tỷ	18	9%
<b>Vốn kinh doanh</b>			<b>Lĩnh vực hoạt động</b>		
Dưới 10 tỷ	61	31%	Thương mại dịch vụ	61	31%
Từ 10 - 20 tỷ	113	57%	Nông nghiệp	12	6%
Từ 20 - 50/100 tỷ	24	12%	Xây dựng	34	17%
<b>Năm hoạt động</b>			<b>Công nghiệp</b>		
Dưới 3 năm	32	16%	Công nghệ TT & TT	38	19%
Từ 3 đến 5 năm	51	26%	Giáo dục, Du lịch	22	11%
Từ 5 đến 10 năm	81	41%	Lĩnh vực khác	20	10%
Trên 10 năm	34	17%			

Nguồn: Kết quả khảo sát và thống kê.

(67% trình độ đại học trở lên), kinh nghiệm quản lý từ 3 năm trở lên chiếm trên 50%, độ tuổi trung bình của giám đốc tương đối trẻ, số người dưới 45 tuổi chiếm gần 70%.

Doanh nghiệp được khảo sát trong nghiên cứu đa phần có quy mô nhỏ và siêu nhỏ với lượng lao động dưới 50 người chiếm đến gần 70%, vốn kinh doanh dưới 10 tỷ Việt Nam đồng (VND) chiếm 31%, dưới 20 tỷ chiếm 88%. Doanh thu hàng năm của doanh nghiệp trung bình đạt từ 10-100 tỷ VND chiếm 80%, thời gian hoạt động của doanh nghiệp từ 3 năm trở lên chiếm tỷ lệ gần 85% (xem Bảng 7).

Để tìm ra kết quả nghiên cứu tác giả tiến hành

phân tích Cronbach's Alpha trong mỗi thang đo và biến quan sát. Kết quả phân tích cho các biến quan sát đều đạt độ tin cậy và có ảnh hưởng đến mô hình nghiên cứu.

#### **Đánh giá giá trị thang đo bằng phân tích EFA:**

Tác giả tiến hành phân tích nhân tố EFA (Exploratory Factor Analysis) để kiểm định giá trị, tính đơn hướng của từng thang đo sau đó kiểm tra đồng thời EFA cho toàn bộ các tiêu chí đo lường với phép quay góc Varimax (tiêu chí eigenvalue >1) để tìm ra các nhân tố đại diện cho các biến. (Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008), Varimax cho phép xoay nguyên góc các nhân tố để tối thiểu hoá số lượng

**Bảng 8: Kết quả kiểm định thang đo các biến nghiên cứu**

STT	Yếu tố	Số biến	Cronbach's Alpha
1	Năng lực của chủ doanh nghiệp	5	0,761
2	Chất lượng nguồn nhân lực	5	0,864
3	Sản phẩm dịch vụ	4	0,785
4	Năng lực tài chính	4	0,677
5	Chiến lược kinh doanh	5	0,824
6	Mối liên kết trong kinh doanh	4	0,637
7	Các yếu tố môi trường vĩ mô	5	0,756
8	Sự thành công của doanh nghiệp	4	0,784

**Bảng 9: Kiểm định KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,766
Approx. Chi-Square		2759,609
Bartlett's Test of Sphericity	df	561
	Sig.	,000



**Bảng 10: Phân tích hồi quy**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Const)	-,462	,197		-2,449	,015		
1							
LC	,179	,025	,303	7,148	,000	,888	1,126
HR	,081	,027	,113	2,644	,009	,872	1,146
PS	,157	,027	,255	6,143	,000	,926	1,080
FR	,090	,025	,130	3,148	,002	,933	1,072
BS	,188	,024	,329	7,879	,000	,913	1,096
LK	,162	,026	,278	6,640	,000	,907	1,103
ME	,076	,023	,099	2,378	,018	,922	1,085

biến có hệ số lớn tại cùng một nhân tố, vì vậy sẽ tăng cường khả năng giải thích các nhân tố. Từ kết quả phân tích nhân tố loại biến quan sát MC3, ME2, các nhóm nhân tố vẫn giữ nguyên và **tiến hành phân tích KMO biến độc lập.**

Kết quả phân tích EFA cho 7 nhân tố được trích tại Eigenvalues = 1,7 > 1 đại diện cho phần biến thiên được giải thích bởi mỗi nhân tố, thì nhân tố rút ra có ý nghĩa tóm tắt thông tin tốt nhất; KMO = 0,766 (đạt yêu cầu phải > 0,6) và tổng phương sai trích/ biến thiên là 66,156% đạt yêu cầu >50%. Điều này chứng tỏ 66,156% biến thiên của dữ liệu được giải thích bởi 7 nhân tố. Sig. (Bartlett's Test) = 0,000 (sig. < 0,05) chứng tỏ các biến quan sát có tương quan với nhau trong tổng thể.

Kết quả phân tích KMO biến phụ thuộc (sự thành công của DNNVV) cũng cho kết quả tin cậy cao, chỉ số KMO = 0,726, Sig (Bartlett's Test) = 0,000 (sig. < 0,05), R bình phương = 0,695 và hiệu chỉnh = 0,683 chứng tỏ các biến độc lập đưa vào chạy hồi quy ảnh hưởng tới 68,3% sự thay đổi của biến phụ thuộc. Sig kiểm định Sig = 0,00 < 0,05, như vậy mô hình hồi quy có ý nghĩa suy rộng ra tổng thể.

Từ kết quả phân tích ta có mô hình hồi quy như sau:

$$Y = -0,462 + 0,179LC + 0,081HR + 0,157 PS + 0,090 FR + 0,188 BS + 0,162 LK + 0,076 ME$$

Như vậy, trong 7 nhân tố quyết định sự thành công của các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Thanh Hoá được nghiên cứu, nhân tố Năng lực quản lý, Chất lượng sản phẩm, Chiến lược kinh doanh và Mối liên kết trong kinh doanh là những nhân tố quyết định mạnh nhất đến sự thành công của doanh nghiệp nhỏ và vừa Thanh Hoá với hệ số tương ứng 0,179; 0,157; 0,188 và 0,162.

## 6. Kết luận và kiến nghị

Trên cơ sở lý thuyết và xây dựng mô hình nghiên cứu, tác giả đã cung cấp thông tin tổng quan về tầm quan trọng của DNNVV đối với sự phát triển kinh tế của các quốc gia và phân tích sơ bộ về tình hình DNNVV ở Việt Nam cũng những đặc điểm cơ bản của DNNVV. Từ các phân tích tổng quan tài liệu, lý thuyết đã nghiên cứu trong và ngoài nước về vấn đề liên quan, tác giả đã xây dựng mô hình nghiên cứu chung về các nhân tố tác động chính (biến độc lập) và các nhân tố tác động gián tiếp (biến trung gian) đến sự thành công của DNNVV (biến phụ thuộc) trên cơ sở đó xây dựng phương trình hồi quy. Kết quả nghiên cứu cho thấy, chiến lược quản trị là quan trọng nhất quyết định 18,8% sự thành công của DNNVV sau đó đến Năng lực quản lý quyết định 19,7%, mối liên kết trong kinh doanh và chất lượng sản phẩm lần lượt quyết định 16,2% và 15,7% sự thành công của doanh nghiệp. Các nhân tố trước đây, được đánh giá cảm quan quyết định sự thành công của doanh nghiệp như năng lực tài chính, nhân sự thì trong nghiên cứu tại DNNVV Thanh Hoá lại xem đây không phải yếu tố quyết định mà chỉ hỗ trợ cho sự thành công của DNNVV, nguyên nhân do hầu hết doanh nghiệp quy mô nhỏ, ngành nghề kinh doanh chủ yếu là dịch vụ, thương mại nên vốn và chất lượng nhân sự không phải yếu tố chính. Vì vậy, các DNNVV cần tập trung cho việc nâng cao chất lượng sản phẩm, xây dựng chiến lược kinh doanh ngắn và dài hạn rõ ràng, tin cậy; xây dựng và phát triển các mối liên hệ hợp tác trong kinh doanh làm tiền đề phát triển và mở rộng kinh doanh; đặc biệt là nâng cao chất lượng và năng lực quản trị, cụ thể là cách thức quản trị (know - how), kỹ năng quản trị để điều hành DNNVV hiệu quả hơn trong bối cảnh thị trường hội nhập và nhiều biến động như hiện nay.

**Lời thừa nhận/cảm ơn:** Xin chân thành cảm ơn Quý cơ quan, doanh nghiệp đã tham gia trả lời phỏng vấn và bảng khảo sát phục vụ viết bài báo này, trân trọng cảm ơn phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam chi nhánh Thanh Hoá; cảm ơn Khoa Kinh tế - QTKD, Trường Đại học Hồng Đức đã tạo điều kiện cung cấp tài liệu, giới thiệu doanh nghiệp cho tác giả trong quá trình nghiên cứu; Cảm ơn các tác giả nghiên cứu trước đó đã nghiên cứu và công bố một số cơ sở lý luận khoa học để tác giả tiếp tục nghiên cứu và hoàn thiện.

### **Tài liệu tham khảo**

- Anwar, S.F. & Andaleeb, S.S. (2007), 'Factors Contributing to Small and Medium Enterprise (SME) Growth: A Theoretical Perspective', *International Review of Business Research Papers*, 3(5), 44-53.
- Bộ Kế hoạch Đầu tư (2015), *Sách trắng doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam 2015*, Nhà xuất bản Thống kê.
- Brush, C.G. & Vanderwerf, P. (1992), 'A Comparison of Methods and Sources of Obtaining Estimates of New Venture Performance', *Journal of Business Venturing*, 7, 157-170.
- Cavusgil S. & Zou, S. (1994), 'The relationship between marketing strategy and business success', *Journal of Marketing*, 58, 1-21.
- Chính phủ (2009), *Nghị định 56/2009/NĐ-CP ngày 30/06/2009 của Chính phủ về trợ giúp phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa*, ban hành ngày 30 tháng 6 năm 2009.
- Chittithaworn, C., Islam, M.A., Keawchana, T. & Yusuf, D.H.M. (2011), 'Factors Affecting Business Success of Small & Medium Enterprises (SMEs) in Thailand', *Asian Social Science*, 7(5), 180-190.
- Cục Thống kê Thanh Hoá (2016), *Niên giám thống kê 2015*, Nhà xuất bản Thống kê.
- Đỗ Đình Hiệu (2016), 'Báo cáo tình hình phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa Thanh Hoá 2015', Báo cáo tại hội nghị *Hội nghị tổng kết công tác năm 2015, phương hướng nhiệm vụ năm 2016*, Hiệp hội doanh nghiệp Thanh Hoá, ngày 20 tháng 12.
- Đỗ Đức Anh (2015), 'Nghiên cứu năng lực lãnh đạo của giám đốc DNNVV trên địa bàn Hà Nội', Luận án tiến sĩ, Đại học Kinh tế Quốc dân.
- E.W. Buck Lawrimore (2011), *The five key success factors*, America express, USA.
- Ghosh, B. & W. Kwan (1996), 'An analysis of key success factors of SMEs: a comparative study of Singapore/Malaysia and Australia/New Zealand', *The 41st ICSB World Conference Proceedings*, Stockholm, Sweden, 1, 215-252.
- Hair J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L. & Black, W.C. (2006), *Multivariate data analysis*, Prentice-Hall, International, Inc.
- Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), *Ứng dụng SPSS trong nghiên cứu*, Nhà xuất bản Thống kê.
- Jennings P.L & Beaver, G. (1997), 'The performance and competitive advantage of small firm: A management perspective', *International Small Business journal*, 15(2), 63-75.
- Kristiansen, S. (2003), 'Linkages and Rural Non-Farm Employment Creation: Changing Challenges and Policies in Indonesia', *ESA Working Paper*, December, 03-22.
- Lê Thị Phương Thảo (2016), 'Nghiên cứu năng lực lãnh đạo của giám đốc doanh nghiệp nhỏ và vừa khu vực Bắc Trung Bộ', Luận văn tiến sĩ, Đại học Huế.
- McMahon, R.G.P. (2001), 'Growth and performance of manufacturing SMEs: The influence of financial management characteristics', *International Small Business Journal*, 19(3), 10-28.
- Nguyễn Thị Loan (2017), 'Nghiên cứu môi trường kinh doanh của doanh nghiệp nhỏ và vừa trong lĩnh vực du lịch', Luận văn thạc sĩ, Đại học Thương Mại.
- Nguyễn Văn Đệ (2016), 'Kết quả năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trong hiệp hội doanh nghiệp Tỉnh Thanh Hoá giai đoạn 2010-2015', *Kỷ yếu hội thảo Nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp nhỏ và vừa Thanh Hoá 2016*, Hiệp hội doanh nghiệp tỉnh Thanh Hoá.
- Nurul Indarti & Marja Langenberg, M. (2004), 'Factors affecting business success among SMEs: Empirical evidences from Indonesia', *Proceeding of second Bi anual European summer University*, University of Twente, Enschede, The Netherlands.

- Owino, O.A. (2007), 'Factors affecting the business success of SMEs - a case of tailoring SMEs, Uhuru market Nairobi', PhD thesis, United States international university-Africa.
- Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam-VCCI (2016), *Báo cáo thường niên doanh nghiệp nhỏ và vừa*, Hà Nội.
- Tổ chức tài chính quốc tế IFC (2009), *Cẩm nang kiến thức Dịch vụ ngân hàng cho doanh nghiệp nhỏ và vừa*, Office of the Publisher of The World Bank, USA.
- Tổng cục Thống kê (2016), *Báo cáo tình hình doanh nghiệp Việt Nam 2015*, Hà Nội.
- William G., James M. & Susan M. (2005), *Fundamentals of Business: Starting a Small Business*, McGraw-Hill/Irwin: New York.