

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC DUY TÂN**

PHẠM ĐÌNH DZU

**NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH
CỦA CÁC CÔNG TY CHO THUÊ TÀI CHÍNH
TẠI VIỆT NAM**

LUẬN ÁN TIẾN SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH

ĐÀ NẴNG, NĂM 2021

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC DUY TÂN

PHẠM ĐÌNH DZU

NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH
CỦA CÁC CÔNG TY CHO THUÊ TÀI CHÍNH
TẠI VIỆT NAM

Chuyên ngành: QUẢN TRỊ KINH DOANH

Mã số: 9340101

LUẬN ÁN TIẾN SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH

Người hướng dẫn khoa học:

- 1. TS. HỒ KỲ MINH**
- 2. TS. NGUYỄN VĂN HÙNG**

ĐÀ NẴNG, NĂM 2021

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan, đây là công trình nghiên cứu của riêng tôi.

Các số liệu và kết quả nghiên cứu trong luận án này là trung thực và không trùng lặp với các đề tài khác.

Tác giả luận án

LỜI CẢM ƠN

Quá trình học tập và nghiên cứu để thực hiện luận án tiến sĩ của tác giả đã trải qua một thời gian dài, với nhiều biến cố từ gia đình đến xã hội. Hoàn thành được luận án này bản thân tác giả đã cố gắng hết sức trong học tập và nghiên cứu, để tìm cho mình kiến thức và đóng góp một chút kết quả trong nghiên cứu khoa học cũng như ứng dụng trong quản lý doanh nghiệp.

Có được thành quả này, ngoài sự nỗ lực và cố gắng của cá nhân thì tác giả cũng nhận được không ít nguồn trợ giúp từ sự giảng dạy, hướng dẫn, đóng góp ý kiến và ủng hộ tinh thần to lớn ở quý giảng viên, nhà khoa học, nhà trường, gia đình và bạn bè.

Nhân đây, tác giả xin được kính gửi lời tri ân sâu sắc đến PGS.TS. Lê Đức Toàn, TS. Hồ Văn Nhân, PGS.TS. Nguyễn Gia Như, TS. Võ Thanh Hải, TS. Nguyễn Hữu Phú, PGS.TS Phan Thanh Hải, TS. Hoàng Thanh Hiền, các giảng viên, nhà khoa học đã tham gia giảng dạy và phản biện. Cảm ơn tập thể cán bộ khoa sau đại học, là những người đại diện trường Đại học DUY TÂN – Đà Nẵng, đã hướng dẫn, giúp đỡ và hỗ trợ tác giả một cách nhiệt tình và đầy trách nhiệm. Xin kính gửi lời tri ân đến TS. Hồ Kỳ Minh, TS. Nguyễn Văn Hùng là hai vị Thầy hướng dẫn và góp ý trực tiếp cho luận án của tác giả qua từng giai đoạn, để có được kết quả sau cùng. Xin được làm món quà mọn kính dâng lên song thân, để tỏ lòng biết ơn sinh thành dưỡng dục. Xin cảm ơn người vợ hiền và con trai, người thân trong gia đình và bạn bè, đã hy sinh và dành nhiều ưu ái cho tôi trong suốt thời gian học tập và nghiên cứu.

Xin trân trọng cảm ơn!

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN	i
LỜI CẢM ƠN	ii
MỤC LỤC	iii
DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT	vii
DANH MỤC CÁC HÌNH	ix
DANH MỤC CÁC BẢNG	xi
MỞ ĐẦU	1
1. Tính cấp thiết của đề tài	1
2. Mục tiêu và câu hỏi nghiên cứu	2
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	4
4. Phương pháp nghiên cứu.....	4
5. Những đóng góp của luận án	6
6. Bố cục luận án.....	7
CHƯƠNG 1. TỔNG QUAN VỀ VẤN ĐỀ NGHIÊN CỨU	9
1.1. Tổng quan các nghiên cứu về nhân tố tác động đến năng lực cạnh tranh nói chung và của công ty cho thuê tài chính.....	9
1.1.1. Những nghiên cứu về nhân tố tác động đến năng lực cạnh tranh.....	9
1.1.2. Những nghiên cứu về các nhân tố bên trong tác động đến năng lực cạnh tranh của công ty cho thuê tài chính.....	18
1.2. Mô hình đo lường các nhân tố tác động đến năng lực cạnh tranh của các công ty và công ty cho thuê tài chính	24
1.2.1. Mô hình các nhân tố tác động đến năng lực cạnh tranh của công ty	24
1.2.2. Mô hình đo lường các nhân tố bên trong tác động đến năng lực cạnh tranh của công ty cho thuê tài chính.....	29

1.3. Nhận xét các nghiên cứu trước và xác định khoảng trống nghiên cứu....	30
Kết luận Chương 1	38
CHƯƠNG 2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VỀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC CÔNG TY CHO THUÊ TÀI CHÍNH TẠI VIỆT NAM.....	39
2.1. Tổng quan về năng lực cạnh tranh và cho thuê tài chính.....	39
2.1.1. Tổng quan lý thuyết về năng lực cạnh tranh.....	39
2.1.2. Công ty cho thuê tài chính	51
2.2. Xác định các nhân tố tác động đến năng lực cạnh tranh của công ty cho thuê tài chính	53
2.3. Mô hình đề xuất và đo lường các biến trong mô hình	65
2.3.1. Mô hình đề xuất	65
2.3.2. Giả thuyết trong nghiên cứu.....	67
2.3.3. Đo lường các biến trong mô hình	68
Kết luận Chương 2	80
CHƯƠNG 3. THIẾT KẾ NGHIÊN CỨU.....	81
3.1. Phương pháp và quy trình nghiên cứu	81
3.1.1. Phương pháp nghiên cứu	81
3.1.2. Quy trình nghiên cứu	81
3.2. Nghiên cứu định tính.....	83
3.2.1. Nguồn dữ liệu và phương pháp thu thập.....	83
3.2.2. Đối tượng khảo sát và mẫu nghiên cứu	84
3.2.3. Quy trình và phương pháp phân tích dữ liệu định tính.....	84
3.3. Nghiên cứu định lượng.....	86
3.3.1. Nguồn dữ liệu và phương pháp thu thập.....	86
3.3.2. Đối tượng khảo sát và mẫu nghiên cứu	86
3.3.3. Quy trình và phương pháp phân tích dữ liệu định lượng.....	88
Kết luận Chương 3	94

CHƯƠNG 4. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN	95
4.1. Kết quả nghiên cứu sơ bộ.....	95
4.1.1. Kết quả nghiên cứu định tính.....	95
4.1.2. Thảo luận kết quả nghiên cứu định tính.....	96
4.2. Kết quả nghiên cứu chính thức	100
4.2.1 Kết quả nghiên cứu định lượng.....	100
4.2.2. Thảo luận kết quả nghiên cứu định lượng	110
4.3. Thực trạng năng lực cạnh tranh của các công ty cho thuê tài chính tại Việt Nam thời gian qua	113
4.3.1. Tổng quan về sự thành lập các công ty cho thuê tài chính Việt Nam	113
4.3.2. Sản phẩm trong cho thuê tài chính tại Việt Nam.....	115
4.3.3. Hợp đồng và những nguyên tắc quan trọng trong cho thuê tài chính	117
4.3.4. Danh sách các công ty cho thuê tài chính tại Việt Nam	118
4.3.5. Tổng hợp và phân tích hiệu quả kinh doanh của các công ty cho thuê tài chính đại diện	118
4.3.6. Vai trò các công ty cho thuê tài chính trong phát triển kinh tế của Việt Nam	120
4.3.7. Nhu cầu vốn của các doanh nghiệp và tiềm năng phát triển cho thuê tài chính tại Việt Nam	126
Kết luận Chương 4	127
CHƯƠNG 5. KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý CHÍNH SÁCH	128
5.1. Những đánh giá và căn cứ cho các hàm ý chính sách	128
5.1.1. Những tác động đến kinh tế Việt Nam	128
5.1.2. Đánh giá tiềm năng ngành cho thuê tài chính tại Việt Nam.....	131

5.1.3. Theo chiến lược phát triển các tổ chức tín dụng đến năm 2025, định hướng 2030 của Chính phủ.....	134
5.1.4. Đánh giá các nhân tố tác động	135
5.2. Các hàm ý chính sách.....	139
5.2.1. Đối với nhân tố Nhân lực (NL).....	140
5.2.2. Đối với nhân tố Tài chính (TC)	141
5.2.3. Đối với nhân tố Quản trị điều hành (QT)	142
5.2.4. Đối với nhân tố Chất lượng phục vụ (CL).....	143
5.2.5. Đối với nhân tố Quy mô – Mạng lưới (QM)	144
5.2.6. Đối với nhân tố Giá cả (GC)	145
5.2.7. Đối với nhân tố Sản phẩm – Dịch vụ (SP).....	146
5.2.8. Đối với nhân tố Thương hiệu (TH).....	147
5.2.9. Đối với nhân tố Marketing (MK).....	148
5.2.10. Đối với nhân tố Quản lý rủi ro (RR).....	149
5.3. Hạn chế của luận án và hướng nghiên cứu tiếp theo	150
KẾT LUẬN	152
DANH MỤC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU CỦA TÁC GIẢ	
TÀI LIỆU THAM KHẢO	
PHỤ LỤC	

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

STT	Chữ viết tắt	Giải nghĩa
1	ACBL	Công ty CTTC TNHH MTV Ngân hàng Á Châu (Asia Commercial Bank Leasing Company Limited)
2	ALC I	(Agribank no.1 Leasing Company) Công ty CTTC I Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam
3	ALC II	(Agribank no.2 Leasing Company) Công ty CTTC II Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam
4	BIDVLC	Công ty cho thuê tài chính Ngân hàng Đầu tư
5	CTTC	Cho thuê tài chính
6	CTTC TNHH MTV	Cho thuê tài chính Trách nhiệm hữu hạn Một thành viên
7	DNNVV	Doanh nghiệp nhỏ và vừa
8	DN	Doanh nghiệp
9	EU	(European Union) Liên minh Châu Âu
10	GCI	(The Global Competitiveness Index) Chỉ số năng lực cạnh tranh toàn cầu
11	GDP	Tổng sản phẩm quốc nội
12	ICBLC	Công ty cho thuê tài chính Ngân hàng Công thương
13	KVLC	Công ty cho thuê tài chính Kexim Việt Nam
14	NHNN	Ngân hàng nhà nước
15	NHTM	Ngân hàng thương mại
	NLCT	Năng lực cạnh tranh
16	ODA	Quỹ hỗ trợ phát triển chính thức
17	OECD	Organization for Economic Cooperation and Development) Tổ chức hợp tác và phát triển kinh tế

STT	Chữ viết tắt	Giải nghĩa
18	ROA	(Return On Assets) Tỷ suất lợi nhuận ròng trên Tài sản
19	ROE	(Return On Equity) Tỷ suất lợi nhuận ròng trên vốn chủ sở hữu
20	SBL	Công ty TNHH MTV CTTC Ngân hàng Sài Gòn Thương Tín (Sacombank Leasing Limited Company)
21	TMCP	Thương mại cổ phần
22	USD	(United States dollar) Đô la Mỹ
23	VAT	Thuế giá trị gia tăng
24	VCBLC	Công ty cho thuê tài chính Ngân hàng Ngoại thương
25	VILC	Công ty TNHH CTTC Quốc tế Việt Nam (100% vốn nước ngoài) (Vietnam International Leasing Company Limited)
26	WCY - IMD	(IMD - World Competitiveness Yearbook) Viện phát triển quản lý – Niên giám cạnh tranh quốc tế
27	WEF	(World Economic Forum) Diễn đàn kinh tế thế giới
28	WTO	(World Trade Organization) Tổ chức Thương mại Thế giới

DANH MỤC CÁC HÌNH

Số hiệu hình	Tên hình	Trang
1.1:	Mô hình sự tương quan về khả năng cạnh tranh của các DN	24
1.2:	Mô hình phân tích năng lực của đối thủ cạnh tranh	25
1.3:	Mô hình khái niệm với giả thuyết đường dẫn	27
1.4:	Mô hình NLCT với 6M của DNNVV Việt Nam – Hồ Đức Hùng	28
1.5:	Mô hình nghiên cứu chính thức về NLCT của DN DL Bến Tre	29
1.6:	Mô hình NLCT của Bank Of Ceylon Leasing-Sri Lanka	29
1.7:	Mô hình các yếu tố nội bộ tác động đến NLCT của công ty CTTC – Theo mô hình đề xuất của Thompson – Strickland (2007)	30
2.1:	Mô hình chuỗi giá trị của một doanh nghiệp – M. Porter (1985)	48
2.2:	Mô hình kim cương của Michael Porter (1990)	49
2.3:	Mô hình năm áp lực cạnh tranh đối với DN	50
2.4:	Mô hình hai thành phần trong NLCT của DN	51
2.5:	Mô hình nghiên cứu NLCT của công ty CTTC tại Việt Nam	66
3.1:	Quy trình nghiên cứu	82
4.1:	Kết quả nghiên cứu CFA	107

Số hiệu hình	Tên hình	Trang
4.2:	Kết quả nghiên cứu SEM	108
4.3:	Sơ đồ quy trình cho thuê của công ty CTTC tại Việt Nam	116
4.4:	Biểu đồ thể hiện tổng dư nợ của 5 công ty lớn (2012 – 2018)	121
4.5:	Biểu đồ tổng mức thuế nộp của 5 công ty lớn (2012 – 2018)	124

DANH MỤC CÁC BẢNG

Số hiệu bảng	Tên bảng	Trang
1.1:	Các yếu tố NLCT của DNNVV tại Baja California	26
2.1:	Tổng hợp các nhân tố thể hiện NLCT một quốc gia	40
2.2:	Tổng hợp các nhân tố thể hiện NLCT một công ty	41
2.3:	Tổng hợp và đề xuất bổ sung các nhân tố tác động đến NLCT áp dụng cho công ty CTTC tại Việt Nam	63
2.4:	Giả thuyết kỳ vọng với các nhân tố bên trong	67
3.1:	Quy trình phân tích dữ liệu định tính	85
3.2:	Tổng hợp số lượng mẫu và cơ cấu đối tượng khảo sát	87
4.1:	Thang đo các nhân tố tác động đến NLCT công ty CTTC	96
4.2:	Kết quả thống kê mô tả (Descriptive Statistics)	100
4.3:	Tổng hợp kết quả Hệ số Cronbach's Alpha (Xem Phụ lục 4)	102
4.4:	Hệ số KMO và Bartlett's Test	103
4.5:	Ma trận của mô hình	104
4.6:	Hệ số KMO và Bartlett's Test	106
4.7:	Giải thích tổng phương sai trích	106
4.8:	Trọng số hồi quy	109
4.9:	Kết quả Bootstrap	109
4.10:	Kết quả kiểm định Independent Samples T-Test	110

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Cho thuê tài chính đã hình thành và phát triển tại Việt Nam một thời gian dài, là một kênh truyền dẫn vốn trung và dài hạn, hỗ trợ nhu cầu đầu tư phát triển kinh tế, giúp nâng cao năng lực sản xuất và hoạt động kinh doanh của các DN tại Việt Nam. Sản phẩm dịch vụ của CTTC đã giúp các DN Việt Nam có cơ hội tiếp cận vốn để có thể sở hữu, áp dụng được những công nghệ, máy móc, thiết bị ở nền khoa học kỹ thuật hiện đại và tiên tiến nhất cho sản xuất kinh doanh. CTTC góp phần làm phát triển và phong phú thêm các sản phẩm dịch vụ ở thị trường tài chính Việt Nam, cùng bắt kịp và hội nhập với thị trường tài chính quốc tế, giúp Việt Nam thuận lợi hơn trong hội nhập nền kinh tế quốc tế.

Nhu cầu phát triển và tiềm năng của CTTC tại Việt Nam là vô cùng cấp thiết và rộng lớn. Chính phủ Việt Nam định hướng phát triển các vùng kinh tế trọng điểm, thu hút đầu tư nước ngoài, cần thiết sự hỗ trợ và đồng hành của các định chế tài chính như ngành CTTC. Nhưng đối với hệ thống khách hàng, so với các nước phát triển trên thế giới, thì Việt Nam còn quá hạn hẹp trong phạm vi khách hàng sử dụng sản phẩm dịch vụ CTTC. Ngành CTTC cần phải mở rộng các nhóm khách hàng thuộc các ngành mới, lĩnh vực kinh doanh mới, để đa dạng hóa các danh mục tài sản cho thuê trong tổ chức hoạt động kinh doanh.

CTTC tại Việt Nam còn nhiều hạn chế, phạm vi hoạt động của các công ty CTTC chưa rộng. Quy mô vốn của các công ty CTTC còn nhỏ, khả năng tài trợ cho các DN bị giới hạn. Việc tiếp cận các kênh huy động vốn của công ty CTTC là từ các tổ chức tín dụng hoặc qua phát hành trái phiếu, nhưng hiện nay uy tín và tiềm lực của các công ty CTTC chưa được nâng lên, điều này là khó khăn trong phát hành trái phiếu. Chi phí huy động vốn cao, buộc

các công ty CTTC nâng mức lãi suất lên cao, khó khăn trong cạnh tranh về giá cả cho thuê. Sản phẩm và dịch vụ là chưa đầy đủ so với CTTC ở các nước phát triển, các tài sản là bất động sản chưa được thực hiện, cho thuê vận hành còn yếu kém. Chất lượng phục vụ trong CTTC chưa đạt yêu cầu, quy trình rườm rà, nhiều bước không cần thiết, nhân lực còn yếu về kỹ năng, khả năng quản lý chưa thật sự tốt. Cơ sở pháp lý, chính sách hỗ trợ ngành CTTC còn nhiều bất cập, dẫn đến nhiều rủi ro cho ngành dịch vụ tài chính này.

Việt Nam là nước đang phát triển, với nền kinh tế trên đà hội nhập quốc tế. Chính phủ luôn kêu gọi tạo mọi điều kiện cho DN phát triển, yêu cầu DN cần nâng cao NLCT trong kinh doanh, để cùng quốc gia nâng cao NLCT của nền kinh tế. Tác giả có quá trình công tác trong ngành CTTC, cũng đã nghiên cứu các công trình nghiên cứu trước về CTTC. Cho thấy các đề tài ở nghiên cứu trước chỉ mới thực hiện các vấn đề chung nhất, và dừng ở mức chỉ ra các nhân tố nội lực cấu thành nên NLCT của công ty CTTC, chứ chưa đi sâu vào nghiên cứu cụ thể về sự tác động của các nhân tố bên trong đến NLCT của các công ty CTTC, để có thể có những giải pháp thích hợp cho ngành CTTC, giúp ngành có những chiến lược, biện pháp để nâng cao NLCT trong hoạt động kinh doanh, vì thế tác giả quyết định chọn đề tài: ***“Nâng cao năng lực cạnh tranh của các công ty cho thuê tài chính tại Việt Nam”***, để làm đề tài cho luận án Tiến sĩ của mình.

2. Mục tiêu và câu hỏi nghiên cứu

2.1. Mục tiêu nghiên cứu

- Nghiên cứu tổng quát:

Nghiên cứu để xác định lại và tìm ra những nhân tố mới, đề xuất ra mô hình mới với các nhân tố bên trong tác động đến NLCT của các công ty CTTC, đồng thời tiến hành thực hiện các bước kiểm định sự tác động này. Căn cứ vào kết quả nghiên cứu đề xuất ra các hàm ý, chính sách, các kiến

ngợi để góp phần giúp nâng cao NLCT của các công ty CTTC tại Việt Nam trong tương lai.

- Nghiên cứu cụ thể:

- Tổng hợp và phân tích các nghiên cứu trước, tổng hợp tham khảo các ý kiến từ chuyên gia, kết hợp phân tích đánh giá thực trạng để tìm ra những khoảng trống trong các nghiên cứu trước. Tập trung nghiên cứu về các nhân tố tác động đến NLCT của các công ty CTTC, đặc biệt là các nhân tố bên trong và tìm ra thêm những nhân tố mới. Từ đó đề xuất ra một mô hình nghiên cứu mới.

- Thực hiện việc bổ sung và hoàn thiện các thang đo của các nhân tố trong mô hình mới tác động đến NLCT của công ty CTTC tại Việt Nam.

- Tiến hành khảo sát và kiểm định mức độ tác động của từng nhân tố đến NLCT của công ty CTTC tại Việt Nam. Đồng thời phân tích thực trạng về NLCT của các công ty CTTC tại Việt Nam, thông qua sự tác động của các nhân tố này.

- Tổng hợp các kết quả phân tích, đo lường từ thực trạng và đánh giá kiểm định, nhằm đề xuất các hàm ý, chính sách và các kiến nghị, góp phần giúp các công ty CTTC tại Việt Nam nâng cao NLCT của mình, trong môi trường cạnh tranh và phát triển hội nhập quốc tế.

2.2. Câu hỏi nghiên cứu

Để giải quyết mục tiêu nghiên cứu đặt ra, yêu cầu trả lời các câu hỏi sau:

Câu hỏi thứ nhất: Những nhân tố bên trong nào tác động đến NLCT của các công ty CTTC tại Việt Nam?

Câu hỏi thứ hai: Các nhân tố tác động đến NLCT của công ty CTTC tại Việt Nam có những thang đo như thế nào?

Câu hỏi thứ ba: Mức độ tác động của các nhân tố đến NLCT của các công ty CTTC tại Việt Nam như thế nào?

Câu hỏi thứ tư: Hàm ý, chính sách và kiến nghị nào để giúp nâng cao NLCT của các công ty CTCT tại Việt Nam, thông qua kết quả nghiên cứu?

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu là các nhân tố bên trong tác động đến NLCT của các công ty CTTC tại Việt Nam.

3.2. Phạm vi nghiên cứu

- Phạm vi nội dung: Với mục tiêu và đối tượng nghiên cứu của đề tài, phạm vi nghiên cứu của luận án sẽ tập trung vào nghiên cứu sự tác động của các nhân tố bên trong đến NLCT của các công ty CTTC, nhằm hoàn thiện các nhân tố này để nâng cao NLCT của công ty CTTC tại Việt Nam.

- Phạm vi không gian: Nghiên cứu của NCS được tiến hành trên phạm vi cả nước Việt Nam.

- Phạm vi thời gian: Đánh giá thực trạng về NLCT của các công ty CTTC tại Việt Nam giai đoạn (2012 – 2018), việc phỏng vấn và lấy ý kiến khảo sát các chuyên gia trong thời gian nghiên cứu đề tài.

4. Phương pháp nghiên cứu

4.1. Thu thập dữ liệu nghiên cứu

Dữ liệu sử dụng trong nghiên cứu đề tài, được thu thập từ hai nguồn:

- *Dữ liệu thứ cấp:*

Số liệu từ các báo cáo thường niên về kết quả hoạt động kinh doanh, báo cáo tài chính của các công ty CTTC tại Việt Nam, các tổ chức tài chính của chính phủ Việt Nam. Thu thập những tài liệu từ các công trình nghiên cứu trước, đã được công bố, các văn bản liên quan, các báo cáo khoa học, kết quả thảo luận với các chuyên gia trong ngành, các nhà quản lý trong lĩnh vực CTTC, nhà khoa học,... Giúp tác giả có được tài liệu tham khảo, làm cơ sở cho việc hình thành các luận điểm, luận chứng về mặt lý thuyết lẫn thực tiễn.

Từ đó, xây dựng khung lý thuyết, khung phân tích, các khái niệm để hình thành nên dàn bài cho các thảo luận. Thông qua kết quả thảo luận nhóm, các ý kiến đóng góp của các nhà chuyên môn, tiến hành nghiên cứu sơ bộ với mục đích điều chỉnh và bổ sung các thang đo, các biến quan sát, hoàn thiện các bảng câu hỏi phục vụ cho quá trình nghiên cứu chính thức.

- *Dữ liệu sơ cấp*

Với dữ liệu sơ cấp, tác giả thu thập bằng phương pháp phỏng vấn trực tiếp, gửi phiếu đánh giá qua thư, email. Phạm vi để lấy số liệu khảo sát ý kiến từ các lãnh đạo, các chuyên gia, chuyên viên ở các công ty CTTC tại Việt Nam, các chuyên gia, thầy giáo giảng dạy trong ngành tài chính đang công tác tại các tổ chức tài chính, các ngân hàng TMCP, các trường Đại học và đã nghỉ hưu nhưng còn hoạt động nghiên cứu khoa học, thông qua bảng câu hỏi chi tiết đã xây dựng cho nghiên cứu. Mục đích là có được số liệu để đo lường sự đánh giá về mức độ tác động của các nhân tố bên trong đến NLCT của các công ty CTTC tại Việt Nam. Qua đó kiểm định mô hình và các giả thuyết đặt ra, liên quan đến mô hình nghiên cứu.

4.2. Phương pháp phân tích xử lý số liệu

- *Phương pháp thống kê mô tả:*

Vận dụng để mô tả tổng quát về các điều kiện và tiềm năng phát triển của ngành CTTC tại Việt Nam, xác định thực trạng ngành CTTC. Đánh giá mức độ cạnh tranh và NLCT của các công ty CTTC tại Việt Nam.

- *Phương pháp chuyên gia:*

Thực hiện tổng hợp các ý kiến của các chuyên gia trong lĩnh vực CTTC cũng như các định chế tài chính tại Việt Nam, về năng lực các công ty CTTC tại Việt Nam. Mục đích giúp tác giả khẳng định bản chất về vấn đề nghiên cứu của đề tài, để có thể thực hiện việc lựa chọn cơ sở lý thuyết, đề xuất mô hình nghiên cứu, xây dựng thang đo, đưa ra các giả thuyết nghiên cứu.

- *Phương pháp điều tra bằng bảng câu hỏi:*

Mục đích nhằm khảo sát và đánh giá kết quả thực trạng về NLCT của các công ty CTTC tại Việt Nam.

- *Phương pháp định lượng:*

Với phương pháp định lượng, giúp khẳng định các thành phần cũng như giá trị và độ tin cậy của thang đo, về các nhân tố tác động đến NLCT của các công ty CTTC tại Việt Nam, thông qua phần mềm SPSS và AMOS, với các bước: Kiểm định độ tin cậy Cronbach's Anpha; Phân tích nhân tố khám phá (EFA); Phân tích nhân tố khẳng định (CFA); Dùng mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) để kiểm định mô hình và các giả thuyết nghiên cứu. Sử dụng Bootstrap để kiểm định tính bền vững của các ước lượng trong mô hình nghiên cứu; Kiểm định T-Test để xác định xem có sự khác biệt về ý kiến của các nhóm chuyên gia đối với NLCT của ngành CTTC.

- *Phương pháp phân tích so sánh:*

Phân tích từ thực trạng và kết quả, so sánh sự ảnh hưởng của các nhân tố đối với NLCT của các công ty CTTC, so sánh năng lực của các nhân tố của các công ty CTTC với các tổ chức tài chính khác như ngân hàng, công ty tài chính. Nhằm làm sáng tỏ hơn NLCT của các công ty CTTC tại Việt Nam.

5. Những đóng góp của luận án

- Trong nghiên cứu, đã thực hiện công việc hệ thống hóa lý thuyết về NLCT, đặc biệt là của một công ty. Tập hợp các mô hình xác định NLCT của công ty nói chung, cũng như các mô hình NLCT của các công ty CTTC. Mục đích tìm ra những khoảng trống trong các nghiên cứu trước về vấn đề các nhân tố tác động đến NLCT của công ty CTTC.

- Nghiên cứu góp phần xác định rõ những nhân tố bên trong tác động đến NLCT của công ty CTTC, từ việc kế thừa kết quả nghiên cứu và kết hợp những ý kiến đánh giá, thảo luận, khảo sát thực tiễn, để bổ sung những nhân

tổ mới cho mô hình nghiên cứu, như: Giá cả, Quản lý rủi ro. Trong đó, Giá cả được tính bởi các yếu tố: Lãi suất, Kỳ quỹ, Giá tài sản; Đối với Quản lý rủi ro cần quản lý được các yếu tố: Thẩm định, Thu hồi nợ, Quản lý tài sản. Giúp thực hiện chiến lược cạnh tranh về giá, đồng thời quản lý được rủi ro để bảo toàn vốn và phát triển với chi phí thấp nhất.

- Nghiên cứu đã đề xuất ra một mô hình về các nhân tố bên trong tác động đến NLCT của công ty CTTC tại Việt Nam, xác định các nhân tố bên trong tác động đến NLCT của công ty CTTC tại Việt Nam. Trong đó có các nhân tố là Giá cả (GC), Quản lý rủi ro (RR), là các nhân tố mới trong mô hình nghiên cứu.

- Để đảm bảo tính đúng đắn, nghiên cứu cũng đã tiến hành thực hiện bước nghiên cứu định lượng với sự đo lường, kiểm tra, khẳng định được chính xác các nhân tố bên trong tác động đến NLCT của các công ty CTTC tại Việt Nam, so với giả thuyết đặt ra.

- Thông qua kết quả và sự thảo luận đánh giá kết quả, phân tích thực trạng, nghiên cứu đã đưa ra các hàm ý, chính sách và các kiến nghị để hoàn thiện các nhân tố bên trong, theo mức độ tác động đến NLCT, nhằm tăng cường nội lực cho các công ty CTTC để nâng cao NLCT của công ty CTTC tại Việt Nam.

- Kết quả nghiên cứu cũng góp phần làm cơ sở khoa học cho các nghiên cứu tiếp theo, trong lĩnh vực CTTC. Tạo ra cơ sở lý luận và nền tảng đầy đủ để các cơ quan ban ngành, các tổ chức cá nhân có liên quan tham khảo, đưa ra các chính sách điều hành, các chiến lược trong phát triển kinh tế cho đơn vị kinh doanh cũng như cho quốc gia.

6. Bố cục luận án

Để giải quyết nội dung của các vấn đề trong nghiên cứu, luận án này được kết cấu thành 5 chương, cụ thể như sau:

Chương 1: Tổng quan về vấn đề nghiên cứu

Chương 2: Cơ sở lý thuyết về năng lực cạnh tranh của các công ty cho thuê tài chính tại Việt Nam

Chương 3: Thiết kế nghiên cứu

Chương 4: Kết quả và thảo luận

Chương 5: Kết luận và hàm ý chính sách

CHƯƠNG 1

TỔNG QUAN VỀ VẤN ĐỀ NGHIÊN CỨU

Mở đầu quá trình nghiên cứu, tác giả từng bước thực hiện việc tìm kiếm, tổng hợp và phân tích, đánh giá một cách tổng quan và có hệ thống đối với các công trình nghiên cứu trước, được cho là nền tảng trong nghiên cứu đối với đề tài của tác giả đặt ra. Nhằm giúp tác giả hệ thống hóa được các vấn đề nghiên cứu trong và ngoài nước liên quan đến đề tài.

1.1. Tổng quan các nghiên cứu về nhân tố tác động đến năng lực cạnh tranh nói chung và của công ty cho thuê tài chính

Quá trình nghiên cứu, tác giả đã tổng hợp nhiều công trình nghiên cứu về NLCT ở các nước cũng như tại Việt Nam. Cho thấy các nhà khoa học đã quan tâm và nghiên cứu đưa ra những quan điểm, những khái niệm, những mô hình cụ thể về NLCT. Trong đó có các nghiên cứu với quan điểm theo các trường phái, theo các cấp và những nghiên cứu cụ thể đối với từng ngành, từng lĩnh vực về các nhân tố tác động đến NLCT của các công ty nói chung và công ty CTTC nói riêng.

1.1.1. Những nghiên cứu về nhân tố tác động đến năng lực cạnh tranh

Các quan điểm về NLCT theo Cổ điển; Tân cổ điển và Hiện đại, đã cho thấy những sự khác biệt về NLCT qua từng giai đoạn và quan điểm của các trường phái nghiên cứu, cụ thể:

- *Theo trường phái cổ điển*

Khái niệm theo thuyết bàn tay vô hình của Adam Smith (Scotland) thì mỗi bên tham gia vào thương mại tự do trên trường quốc tế, có thể có được lợi ích bằng cách chuyên sản xuất hàng hoá mà họ có một lợi thế tuyệt đối. Vì vậy, hãy để mọi quốc gia xuất khẩu những mặt hàng mà họ sản xuất ra với chi phí thấp nhất và nhập khẩu những hàng hoá mà họ sản xuất với chi phí cao nhất. Với David Ricardo (England): Một quốc gia có thể hưởng lợi từ việc

thương mại với các nước, ngay cả khi họ không có lợi thế tuyệt đối so với các đối tác thương mại. Họ chỉ cần có lợi thế tương đối trong các sản phẩm bán ra ở các nước khác. Theo lý thuyết thương mại của Eli Heckscher - Bertil Ohlin (Sweden) thì, một quốc gia sẽ chuyên sản xuất và xuất khẩu những mặt hàng nào đó, đòi hỏi phải sử dụng các yếu tố sản xuất là thuận lợi và phong phú ở các địa phương của quốc gia đó, như lợi thế về vốn hay về lao động.

Như vậy theo trường phái cổ điển, các nhà nghiên cứu cho rằng: Các quốc gia, các DN, các nhà kinh doanh nên xác định lợi thế của mình, như lợi thế về vốn, lợi thế về nhân công, lợi thế về chi phí, đôi khi chỉ là lợi thế có tính tương đối để thực hiện việc sản xuất hoặc thương mại, thì sẽ mang lại hiệu quả và những lợi ích to lớn hơn.

- *Theo trường phái tân cổ điển*

Với lý thuyết cạnh tranh hiệu quả của John M. Clark (USA), lợi thế cạnh tranh là do những đổi mới của công ty. Những sáng kiến, đổi mới đó sẽ thúc đẩy các DN cạnh tranh. Theo lý thuyết về hành vi tiếp thị của Wroe Alderson (USA), có sáu nguồn tiềm năng lợi thế cạnh tranh của một sản phẩm, như: phân khúc thị trường, cách truyền thông (quảng cáo), tiếp cận khách hàng (lựa chọn kênh phân phối), phát triển sản phẩm, cải tiến quy trình và cải tiến sản phẩm. Với học giả trường phái Áo - Ludwig von Mises (Austria) cho rằng: Cạnh tranh thị trường là một quá trình năng động tự động và không phải là một cấu trúc thị trường cụ thể. Xu hướng về cân bằng thị trường là kết quả của hoạt động kinh doanh. Một DN thắng hoặc thua trong cuộc cạnh tranh, tùy thuộc vào sức mạnh từ khả năng của DN và mức độ cung cấp của DN đó phù hợp với nhu cầu của thị trường. Theo kinh tế học tiến hóa của Joseph A. Schumpeter (Austria): Sự sống còn lâu dài của các tập đoàn trên thị trường, là sự điều chỉnh liên tục của họ đối với môi trường thay đổi, chủ yếu là do sự tìm kiếm và sự tái kết hợp sáng tạo ra cái mới của các nguồn

lực đã giành được. Khả năng đổi mới của công ty, là chìa khóa để đạt được lợi thế cạnh tranh so với các đối thủ. Khả năng tạo ra các giải pháp mới và khuynh hướng chấp nhận rủi ro, liên quan đến việc thử nghiệm các giải pháp đó trên thị trường, nhân mạnh quá trình cạnh tranh và tinh thần kinh doanh. Sự khác nhau giữa mức độ năng lực sáng tạo và kết quả kinh doanh, dẫn đến sự khác biệt về vị thế cạnh tranh của bất kỳ một đơn vị kinh tế nào. Theo luồng kinh tế thể chế của Friedrich List Max Weber James Buchanan (USA) thì cho rằng: Ngoài các yếu tố kinh tế, khả năng cạnh tranh của một DN bị ảnh hưởng bởi các định chế xã hội.

Với các nhà nghiên cứu thuộc trường phái Tân cổ điển, đã có những đánh giá chi tiết và xác thực hơn đối với năng lực của các tổ chức kinh doanh. Họ đã đưa ra công việc cụ thể để đo lường mức độ thành công thông qua các công việc đó, như: về nội lực của một đơn vị kinh doanh là phải biết phân khúc thị trường, quảng cáo, phân phối,...Đồng thời tổ chức đó phải có tính sáng tạo, linh động theo các định chế xã hội, như: cơ quan nhà nước, công đoàn, tổ chức tài chính,...Các nhà nghiên cứu còn khuyến cáo các tổ chức kinh doanh phải biết đương đầu các rủi ro, chấp nhận các rủi ro để thử nghiệm các giải pháp, nhằm cải tiến các cách thức trong kinh doanh.

- *Theo trường phái hiện đại*

Khái niệm về khả năng cạnh tranh của Paul R. Krugman (USA): Việc tăng trưởng năng suất là động lực chính cho khả năng cạnh tranh. Khả năng cạnh tranh quốc tế của các nước có liên quan đến mức sống cao của người dân các nước đó. Theo lý thuyết về khả năng cạnh tranh của Michael E. Porter (USA) thì, khả năng cạnh tranh phụ thuộc vào năng suất dài hạn, điều này đòi hỏi môi trường kinh doanh hỗ trợ sự đổi mới liên tục trong sản phẩm, quy trình và quản lý. Bốn điều kiện nhân mạnh làm tăng sức cạnh tranh toàn cầu của các công ty trong nước bao gồm: các yếu tố đầu vào, điều kiện nhu cầu,

các ngành liên quan và hỗ trợ (các cụm), chiến lược, cấu trúc và sự cạnh tranh của tổ chức.

Các quan điểm theo trường phái hiện đại, cũng đã chỉ ra các yếu tố tương đối rõ ràng hơn trong kết quả hoạt động kinh doanh, xác định NLCT thông qua việc đo lường tăng trưởng năng suất lao động, đo lường mức sống người dân của quốc gia. Các nhà nghiên cứu cũng cho rằng năng suất phải dài hạn, mới chứng tỏ được NLCT. Vì thế cần có chiến lược cho kinh doanh, phải cải tiến và đổi mới liên tục.

(Nguồn: Tomasz Siudek - Aldona Zawajska, 2014).

Ngoài các nhóm nghiên cứu theo quan điểm các trường phái, thì các nghiên cứu về NLCT với quan điểm theo từng cấp, như: Quốc gia, công ty cũng đã cho thấy những đặc thù và có phần rõ nét hơn về các nhân tố tác động đến NLCT của một quốc gia, một công ty.

- *Theo cấp quốc gia*

Với Bobba và cộng sự (1971): NLCT là khả năng của các quốc gia, vùng và các công ty, để tạo ra sự giàu có là điều kiện tiền lương cao. Khi người lao động có được tiền lương cao thì chứng tỏ NLCT của quốc gia, của các công ty đó là mạnh mẽ, tốt đẹp. Theo Scott, Lodge (1985): Khả năng cạnh tranh của quốc gia là quốc gia đó tạo ra, sản xuất, phân phối và/hoặc cung cấp các sản phẩm trong thương mại quốc tế, từ tài nguyên của quốc gia mình. Với Tyson D'Andrea (1992), thì khả năng cạnh tranh là khả năng sản xuất hàng hoá và dịch vụ đáp ứng được sự cạnh tranh quốc tế, trong khi công dân của quốc gia được hưởng một tiêu chuẩn sống ngày càng tăng và bền vững. Krugman (1990, 1994), quan niệm: Với bất kỳ nghĩa nào, NLCT chỉ đơn giản là một cách khác để thể hiện năng suất. Khả năng của một quốc gia là có thể cải thiện được mức sống của người dân, phụ thuộc hoàn toàn vào khả năng nâng cao năng suất. M. Porter (1990) đưa ra khái niệm, duy nhất có ý nghĩa

về khả năng cạnh tranh ở cấp quốc gia là năng suất quốc gia. Ở diễn đàn Kinh tế Thế giới - WEF (1996), NLCT được cho là khả năng của một quốc gia để đạt được tỷ lệ tăng trưởng cao về GDP trên đầu người. Theo Barker, Köhler (1998), NLCT của quốc gia là mức độ theo các điều kiện thị trường tự do và công bằng, sản xuất hàng hóa hoặc dịch vụ phải đáp ứng được các yêu cầu của thị trường quốc tế. Đồng thời duy trì và mở rộng vấn đề thu nhập thực tế của người dân thuộc quốc gia đó, trong dài hạn. Michael E. Porter et al. (2000) cho rằng: khả năng cạnh tranh của quốc gia, tương ứng với các cấu trúc kinh tế và thể chế của quốc gia cho sự tăng trưởng kinh tế trong cấu trúc của nền kinh tế toàn cầu.

Theo Kulikov G. (2000), có NLCT thực sự và NLCT danh nghĩa. Với NLCT thực sự đòi hỏi sự công bằng và cởi mở của thị trường, chất lượng và sự đổi mới của sản phẩm, dịch vụ tại nước xuất xứ và sự tăng trưởng liên tục về mức sống của người dân. Do đó, mức độ cạnh tranh thực tế là khả năng các ngành công nghiệp của quốc gia có thị trường hàng hóa và dịch vụ tự do và công bằng, đáp ứng yêu cầu của cả thị trường trong và ngoài nước, đồng thời tăng trưởng thu nhập thực tế. NLCT danh nghĩa có thể đạt được bằng một chính sách cụ thể của chính phủ, tạo ra môi trường kinh tế vĩ mô cho các nhà sản xuất trong nước, thông qua sự trợ cấp trực tiếp của nhà nước và sự hạn chế mức lương. Điều này cho thấy khả năng cạnh tranh thực sự chỉ có thể, nếu các công ty của quốc gia đó thực hiện được việc thiết kế, sản xuất hàng hóa một cách hiệu quả và bán sản phẩm đó với giá cả và chất lượng đáp ứng được nhu cầu của khách hàng bên trong lẫn bên ngoài quốc gia, mà không cần sự trợ cấp trực tiếp việc kiểm soát tiền lương và thất nghiệp. Với Shtaylmann K., Dryahlov M., B. Hartman (2000) - Ukrainian economic Encyclopedia, thì khả năng cạnh tranh về kinh tế của một quốc gia, là việc sử dụng hiệu quả tài nguyên của quốc gia để làm tăng năng suất của nền kinh tế và trên cơ sở đó

làm tăng mức sống của người dân trong quốc gia đó. M. Porter và cộng sự (2008), đã khái niệm định hướng trực quan nhất về tính cạnh tranh là một thị phần của các nước trên thế giới về các sản phẩm của mình. Điều này làm cho khả năng cạnh tranh là một trò chơi bằng không, bởi lợi ích của một quốc gia có ảnh hưởng đến người khác.

Như vậy, đối với nghiên cứu của các tác giả nêu trên đã khẳng định về NLCT của một quốc gia mạnh là làm sao từ tài nguyên của quốc gia, từ khả năng về tổ chức sản xuất, để đưa được sản phẩm và dịch vụ của quốc gia đến thị trường thế giới, đáp ứng được yêu cầu của thị trường, chứng tỏ được vị thế của sản phẩm, dịch vụ của quốc gia mình trên thị trường, nhằm mang lại cuộc sống sung túc cho người dân với mức lương cao cho người lao động, thông qua năng suất lao động hiệu quả. NLCT của một quốc gia được nâng cao với sự phát triển của các thành phần kinh tế, các tổ chức hoạt động kinh doanh, trong đó đặc biệt là các công ty, doanh nghiệp tại quốc gia đó. Những quan điểm, khái niệm từ NLCT được nghiên cứu ở cấp quốc gia cho thấy các yếu tố cần thiết và quan trọng để làm nền tảng, hỗ trợ cho việc tổ chức hoạt động và tăng cao tính cạnh tranh ở các công ty, doanh nghiệp trong quá trình phát triển của nền kinh tế.

- *Theo cấp công ty - doanh nghiệp*

Michael E. Porter (2002), lập luận rằng: Một nền kinh tế không thể cạnh tranh, khi các công ty hoạt động không có cạnh tranh, cho dù họ là công ty trong nước hay công ty con của công ty nước ngoài. Nói như vậy có nghĩa rằng, trong một nền kinh tế của một quốc gia hay cả trên thế giới thì không thể không có sự cạnh tranh giữa các tổ chức kinh doanh, mà sự cạnh tranh là luôn xảy ra và gay gắt, kể cả các công ty trong nước và công ty con từ các công ty nước ngoài. Khái niệm cạnh tranh giữa các công ty được các nhà

nghiên cứu đưa ra với nhiều quan điểm, để tìm hiểu và đánh giá xem các quan điểm thế nào, tác giả xin được giới thiệu một số quan điểm sau:

Theo Flejterski (1984), quan niệm: Khả năng cạnh tranh là năng lực của ngành hay chi nhánh, để thiết kế và bán hàng hoá của mình với giá cả, chất lượng và các tính năng khác, hấp dẫn hơn so với các đặc tính song song của hàng hoá được cung cấp bởi các đối thủ cạnh tranh. Theo, Porter và Vander Linde (1995), xác định: Định nghĩa đúng về NLCT ở cấp độ tổng hợp, là năng suất trung bình của ngành hoặc giá trị được tạo ra trên mỗi đơn vị lao động và mỗi đô la của vốn đầu tư trực tiếp. Với Buckley và cộng sự (1988) cho rằng: NLCT của một công ty có nghĩa là khả năng sản xuất và bán các sản phẩm và dịch vụ có chất lượng cao với chi phí thấp hơn các đối thủ cạnh tranh ở trong nước và quốc tế. Khả năng cạnh tranh là một thành tựu dài hạn của công ty, và có khả năng bù đắp cho nhân viên của công ty, đồng thời mang lại lợi ích cao hơn cho các chủ sở hữu. Theo OECD (2001), thì khả năng cạnh tranh ở cấp độ công ty thường được xác định là khả năng hoặc năng lực của các công ty để cạnh tranh và cụ thể hơn là khả năng cạnh tranh trên thị trường quốc tế của công ty đó, với tỷ lệ lợi nhuận thỏa đáng. Với Adamkiewicz-Drwillo (2002), thì khả năng cạnh tranh của một công ty có nghĩa là sự thích ứng từ các sản phẩm của mình, với các yêu cầu về thị trường và cạnh tranh. Đặc biệt về phạm vi sản phẩm, chất lượng, giá cả cũng như các kênh bán hàng và phương pháp quảng bá tối ưu. Ajitabh, Momaya (2004), đã cho rằng: Khả năng cạnh tranh của một công ty là thị phần của công ty đó trong thị trường cạnh tranh. Với Chao-Hung, Li-Chang (2010), thì khả năng cạnh tranh của một công ty là sức mạnh kinh tế của công ty để chống lại các đối thủ trên thị trường toàn cầu. Sản phẩm, dịch vụ, con người và sự đổi mới di chuyển tự do, bất chấp biên giới về địa lý. Theo Altomonte và cộng sự (2012), thì NLCT của công ty với các công ty quốc tế, là khả năng trao đổi hàng hoá và dịch vụ

ở mức độ phong phú của quốc gia đó với hàng hoá và dịch vụ khan hiếm ở quốc gia khác. Sanchez & Heence (1996, 2014) phát biểu rằng: NLCT của một công ty là khả năng duy trì, triển khai và phối hợp các nguồn lực giúp công ty đạt được mục tiêu.

Qua đó, theo các nghiên cứu của các tác giả việc đưa ra các khái niệm nhằm khẳng định NLCT hay khả năng cạnh tranh của các công ty trên thị trường, đó là: năng lực làm ra sản phẩm hay dịch vụ có chất lượng của công ty và khả năng thực hiện các công việc để phân phối, mang sản phẩm hay dịch vụ của công ty đến thị trường có nhu cầu và đáp ứng nhu cầu đó. Đồng thời chứng tỏ sản phẩm và dịch vụ của công ty có vị thế trên thị trường, để hoạt động bền vững và lâu dài. Cuối cùng là mang lại lợi ích tốt nhất cho các thành phần trong tổ chức thông qua hoạt động kinh doanh của công ty.

Cũng ở quan điểm về NLCT của công ty với Thorne (2004), dựa trên cơ sở lý thuyết thương mại và quản trị thì có ba quan điểm khác nhau về NLCT của công ty. Theo lý thuyết thương mại truyền thống cho rằng: giá cả của hàng hóa - dịch vụ là tiêu chí chính để đo lường NLCT của một công ty. Nhưng với quan điểm của lý thuyết tổ chức công nghiệp, thì công ty có NLCT cao, là những công ty có các chỉ tiêu về hoạt động kinh doanh cao như: chiếm thị phần cao, đạt năng suất lao động cao, với chi phí sản xuất thấp. Trong khi đó, với trường phái quản trị chiến lược thì NLCT giữa các công ty được đo lường và so sánh thông qua 4 nguồn lực, đó là: nhân lực, tài chính, công nghệ và marketing. Đây được xem là trường phái phổ biến và phát triển nhất.

Với WEF (2004), đưa ra hai nhóm nhân tố tác động đến NLCT của công ty, đó là: Nhóm nhân tố bên trong và nhóm nhân tố bên ngoài. Các nhóm nhân tố bên trong, gồm: Năng lực tổ chức quản lý công ty; Năng lực về thiết bị, công cụ; Chất lượng nhân lực; Năng lực tài chính, quy mô công ty; Năng lực marketing; Năng lực nghiên cứu phát triển (R&D). Đối với nhóm

nhân tố bên ngoài, gồm: Thị trường; Thể chế, chính sách; Ngành hỗ trợ; Trình độ nguồn nhân lực; Kết cấu hạ tầng. Theo Momaya & cộng sự (2005) với mô hình APP (Assets – Performance – Process), thì cho rằng có ba nhóm nhân tố tác động đến NLCT của một công ty, bao gồm: các nhân tố thuộc tài sản (Assets); Các nhân tố thuộc hoạt động (Performance); Các nhân tố thuộc quá trình (Process).

Tại Việt Nam, đã có nhiều công trình nghiên cứu về NLCT của doanh nghiệp. Điển hình, như: nghiên cứu của Hồ Đức Hùng (2009), về các mô hình cạnh tranh của DNNVV tại Việt Nam, cho thấy những yếu tố cần thiết cho một DN có NLCT, để có thể cạnh tranh với các đối thủ. Trong nghiên cứu, đã khẳng định khả năng cạnh tranh của DN là dựa vào nội lực của DN, với mô hình 6M: Machinery (Kỹ thuật, công nghệ, máy móc thiết bị), Man-power (Nguồn nhân lực), Money (Vốn, tài chính), Market/Marketing (Thị trường, marketing), Management (Quản lý điều hành). Mô hình nghiên cứu của Trần Thế Hoàng (2011), xác định 10 yếu tố cấu thành NLCT đối với ngành xuất khẩu thủy sản Việt Nam: Năng lực Quản trị; Năng lực nghiên cứu và triển khai; Năng lực công nghệ sản xuất; Năng lực phát triển quan hệ kinh doanh; Nguồn nhân lực; Năng lực tài chính; Năng lực Marketing; Năng lực cạnh tranh về giá; Năng lực cạnh tranh thương hiệu; Năng lực xử lý tranh chấp thương mại. Nghiên cứu của Lê Thị Hằng (2013), đã tổng hợp và kế thừa các tiêu chí đánh giá NLCT của công ty từ các nghiên cứu trước và đưa ra bộ tiêu chí đánh giá về NLCT trong cung ứng dịch vụ thông tin di động của các công ty viễn thông Việt Nam: Chất lượng dịch vụ; Giá cước dịch vụ; Khác biệt hóa dịch vụ; Hệ thống kênh phân phối; Thông tin và xúc tiến thương mại; Thương hiệu và uy tín dịch vụ. Đồng thời tác giả cũng khẳng định về các yếu tố bên trong của công ty nói lên NLCT, đó là: Năng lực tài chính; Năng lực về sản xuất; Nguồn nhân lực; Marketing; Hoạt động nghiên cứu và phát triển; Năng

lực tổ chức và quản trị công ty. Với Nguyễn Văn Thụy (2015), cũng đã nêu ra những yếu tố cấu thành NLCT đối với NHTM, như: (1) Khả năng quản trị; (2) Khả năng Marketing; (3) Khả năng tài chính; (4) Khả năng đổi mới sản phẩm – dịch vụ; (5) Khả năng tổ chức phục vụ; (6) Khả năng quản trị rủi ro. Nghiên cứu về lĩnh vực tài chính, vì thế trong mô hình nghiên cứu, tác giả đã xác định một yếu tố được cho là quan trọng, đó là: Khả năng quản lý rủi ro. Nghiên cứu của Nguyễn Thành Long (2016), nghiên cứu và khẳng định về các yếu tố ảnh hưởng đến NLCT của DN du lịch Bến Tre, với 8 yếu tố: (1) Năng lực Marketing; (2) Thương hiệu; (3) Năng lực tổ chức, quản lý; (4) Trách nhiệm xã hội; (5) Chất lượng sản phẩm, dịch vụ; (6) Nguồn nhân lực; (7) Cạnh tranh về giá; (8) Điều kiện môi trường đi kèm đến.

Đó là những nghiên cứu về các nhân tố tác động đến NLCT của một công ty hay doanh nghiệp, với đặc thù theo từng ngành. Từ đó giúp tác giả có cơ sở cho nghiên cứu rõ ràng hơn về NLCT ở các công ty, trong nhiều ngành nghề và lĩnh vực hoạt động khác nhau tại Việt Nam. Hỗ trợ việc nghiên cứu về các nhân tố bên trong tác động đến NLCT của công ty CTTC tại Việt Nam.

1.1.2. Những nghiên cứu về các nhân tố bên trong tác động đến năng lực cạnh tranh của công ty cho thuê tài chính

Đối với CTTC, số nghiên cứu còn nhiều hạn chế. Trong đó bao gồm các nghiên cứu về tầm quan trọng của ngành CTTC, một số nghiên cứu về các nhân tố tác động đến NLCT của công ty CTTC. Cụ thể được tác giả tổng hợp và giới thiệu tiếp theo dưới đây.

- Nghiên cứu về tầm quan trọng của ngành cho thuê tài chính

Senior lecturer Ph.D. Adrian SIMON (2010), nghiên cứu cho thấy CTTC như một công cụ tài chính, đã khẳng định được tầm quan trọng ở nhiều nước phát triển. CTTC là một trong những cơ chế hiệu quả và dễ tiếp cận nhất để tài trợ cho việc các DN mở rộng và phát triển các phương tiện sản xuất, là

nguồn tài chính cần thiết cho sự phát triển và áp dụng công nghệ mới trong kinh doanh. CTTC là một hình thức tài trợ hiện đại, thông qua đó người thuê được hưởng lợi, khoản thanh toán được trải ra trong suốt thời gian thuê. Chỉ ra được lợi thế so với các hình thức tài trợ khác như việc đảm bảo tài chính với tài sản chỉ là đối tượng thuê.

YANG Jianping (2012), nghiên cứu nói về những khó khăn về mặt tài chính, đó vẫn là “nút thắt cổ chai” làm cho các DNNVV tại Trung Quốc khó thoát ra để phát triển trong kinh doanh. CTTC đã mang lại hiệu quả cho các DNNVV này. Thứ nhất, mở rộng các kênh tài chính của các DN; Thứ hai, giảm áp lực về quỹ của các DN; Thứ ba, thúc đẩy sự đổi mới về công nghệ của các DN; Thứ tư, thúc đẩy sự phát triển thị trường của các DN. Tác giả cũng chỉ ra rằng: Do thiếu kiến thức về CTTC, các chính sách tương ứng không hoàn hảo, thiếu vốn cần thiết, đã ảnh hưởng đến sự phát triển của CTTC. Để thúc đẩy phát triển ngành CTTC, tác giả đề xuất các ý kiến: Trung Quốc cần thiết lập hệ thống quản lý thống nhất, cải thiện chính sách liên quan, mở rộng nguồn tài trợ CTTC.

Helmut Kraemer-Eis and Frank Lang (2012), nghiên cứu chỉ ra lực lượng DNNVV có thể nói là trụ cột của nền kinh tế một quốc gia đang phát triển, hầu hết các DN này sử dụng nguồn vốn bên ngoài như nợ và sự góp vốn cổ phần để tài trợ cho hoạt động kinh doanh. Tuy nhiên việc tiếp cận nguồn vốn của các DNNVV là khó khăn, vì dựa trên thông tin bất đối xứng giữa phía cầu và phía cung. Có rất nhiều nghiên cứu về việc sử dụng và vai trò của các hình thức tài chính thay thế, nhưng khá khan hiếm. Nghiên cứu cũng đã cho thấy, tầm quan trọng của CTTC như là một bộ phận cấu thành của bộ công cụ tài chính cho DNNVV.

Joenne YUAN (2015), theo nghiên cứu ngành CTTC ở Trung Quốc trải qua nhiều thăng trầm, cuối cùng cũng đi vào ổn định, phát triển và được xem

là một trong những ngành quan trọng nhất cho sự phát triển kế hoạch 5 năm lần thứ 12 (2011 – 2015), số dư nợ qua hợp đồng cho thuê tăng gấp 30 lần so với 10 năm trước. Tác giả đưa ra cái nhìn tổng quan của ngành CTTC tại Trung Quốc, cho thấy các chính sách ưu đãi của chính phủ để hỗ trợ cho ngành phát triển.

Umar Bello^{1*}, Hannatu Sabo Ahmad², Almustapha Alhaji Aliyu³ (2016), các tác giả đã đi sâu vào việc nghiên cứu sự tác động của CTTC, vào hoạt động tài chính của ngành công nghiệp dầu khí của Nigeria. Xem xét sự tác động của CTTC đối với tài chính của ngành này, thông qua chỉ số ROA (Return on Asset). Dùng phương pháp phân tích hồi quy OLS (Ordinary Least Squares - Phương pháp bình phương tối thiểu), xem sự tác động của CTTC đối với lợi nhuận trên tài sản ra sao. Kết quả cho thấy sự tác động là đáng kể và khuyến cáo các công ty nên nắm giữ tài chính từ CTTC như một phương pháp tài trợ hoạt động của họ, bằng chứng cho thấy giá trị được bổ sung thông qua việc sử dụng tài chính từ các công ty CTTC.

Mô hình được sử dụng:

$$ROA = \alpha + \beta_1 FL_{it} + \beta_2 OL_{it} + \beta_3 SZ_{it} + \beta_4 DT_{it} + e_{it}$$

Trong đó: FL= Finance lease (finance lease index)

OL = Operating lease (operating lease index)

ROA = Return on Asset (PBIT/Total Assets)

SZ = Size (Natural log of total assets)

DT = Debt (debt to total assets)

α = the constant

β = the coefficient

e = error term

Biến phụ thuộc cho nghiên cứu này là hoạt động tài chính của các công ty trong ngành dầu khí Nigeria theo ROA. Các biến giải nghĩa là CTTC, thuê

vận hành, quy mô và nợ.

Fatjola Lubonja, Blerina Gjylameti, Sllavka Kurti (2019), nghiên cứu cho rằng các DNNVV là trụ cột của nền kinh tế, nhu cầu được cung cấp nguồn vốn cho các SME là chủ đề được bàn thảo nhiều nhất. Nghiên cứu đã cho thấy CTTC tại Albania gặp khó khăn, trong khi nhu cầu và tiềm năng là rất lớn. Tìm hiểu mối quan hệ về khả năng được cấp vốn bằng thuê tài chính và yếu tố nội bộ của công ty. Trong đó, yếu tố nội bộ gồm hai giả thuyết: Một là, Nhu cầu tài chính của công ty ảnh hưởng tích cực đến xu hướng sử dụng vốn của công ty CTTC; Hai là, Các công ty biết được lợi thế của việc sử dụng vốn từ công ty CTTC thì khả năng sử dụng sẽ nhiều hơn.

- *Nghiên cứu về nhân tố bên trong tác động đến năng lực cạnh tranh của các công ty cho thuê tài chính*

Guojin Liu (2010), nghiên cứu xem xét câu hỏi: Pháp luật nước Anh công nhận và khuyến khích việc sử dụng CTTC như thế nào trong thương mại thiết bị. Đề tài cho thấy việc luật pháp nước Anh công nhận tính tài chính của CTTC, bên cho thuê chỉ đơn thuần là nhà tài trợ, còn bán thiết bị là việc xảy ra giữa nhà cung cấp và bên thuê. Trong luật pháp Anh, nhận thấy có hai thỏa thuận giữa các bên: Bên nhà cung cấp và bên cho thuê, hợp đồng CTTC giữa bên thuê và bên cho thuê. Hợp đồng không thể hiện tay ba, nhưng nó cho phép bên thuê quyền đối với nhà cung cấp. Hợp đồng, thể hiện sự cho phép bên cho thuê loại trừ trách nhiệm về chất lượng của tài sản cho thuê, nhưng được bảo vệ lợi ích thương mại bằng cách giữ quyền sở hữu tài sản cho thuê.

R K N D DARSHANI (2013), nghiên cứu đã đi vào phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến lợi thế cạnh tranh, trong ngành tài chính. Đơn vị lựa chọn: Chi nhánh Kahawatta - Ngân hàng của Ceylon Leasing – Srilanka, nơi không có cải thiện về giao dịch trong CTTC của Ngân hàng này. Nghiên cứu đã chỉ ra được các yếu tố quan trọng, như: Chất lượng dịch vụ; Nỗ lực quảng cáo;

Công nghệ mới và Giá cho thuê, là những yếu tố tác động nhiều nhất và ảnh hưởng đến lợi thế cạnh tranh. Sau khi thu thập dữ liệu, khảo sát bằng bảng câu hỏi, tác giả đã phân tích thông qua phương pháp sự tương quan các biến và hồi quy bội, để trả lời các giả thuyết đặt ra. Kết quả cho thấy, hai yếu tố quan trọng đó là: Chất lượng dịch vụ và Giá thuê đã có tác động tích cực đến lợi thế cạnh tranh, còn sự tiến bộ công nghệ mới và nỗ lực quảng cáo không ảnh hưởng nhiều. Cụ thể: Giá thuê là phân đóng góp chính với 81% Co-relation; Chất lượng dịch vụ là 22% Co-relation cho kết quả làm thay đổi lợi thế cạnh tranh.

Liang Wang, Weiguang Gong, Wei Song, Ahmad Newaz Zaheer (2016), theo các tác giả CTTC là một mô hình mới tại tỉnh An Huy – Trung Quốc và là điểm nóng trong ngành tài chính tại đây. Nghiên cứu đã dựa trên tình hình CTTC hiện tại để phân tích, nhằm đưa ra những gợi ý để thúc đẩy sự phát triển ngành CTTC, theo xu hướng nước ngoài và trong nước. Có những biện pháp đối phó với những vấn đề còn khó khăn đối với CTTC.

Ekaterina BLINOVA; Kirill GERASIMOV (2018), nghiên cứu nói về cách thanh toán khi thuê tài chính, cách tính giá cả thuê tài chính, giúp bên cho thuê và bên thuê có sự thỏa thuận nhau về khoản phải trả khi thực hiện hợp đồng cho thuê tài chính.

Công thức tính giá thuê:

$$LP = D + CP + Fee + AS + VAT$$

Trong đó:

LP: là tổng số tiền thanh toán cho thuê; D: là số khấu hao do bên cho thuê sử dụng trong năm hiện tại; CP: là khoản thanh toán cho các nguồn tín dụng đã sử dụng của bên cho thuê để mua tài sản - đối tượng của hợp đồng thuê; Fee: là phí hoa hồng cho bên cho thuê để cung cấp tài sản theo hợp đồng cho thuê; AS: là khoản thanh toán cho bên cho thuê đối với các dịch vụ bổ

sung cho bên thuê cung cấp trong hợp đồng cho thuê; VAT: là thuế giá trị gia tăng bên thuê trả cho các dịch vụ của bên cho thuê.

Tại Việt Nam, các nghiên cứu về lĩnh vực cho thuê tài chính cũng đã tập trung vào các nhân tố tác động đến NLCT của công ty CTTC. Nhằm mục đích giúp các công ty CTTC ngày càng phát triển tốt hơn, đáp ứng nhu cầu vốn cho khách hàng. Những nghiên cứu đó, cụ thể như sau:

Với Đoàn Thanh Hà (2003), Bùi Thị Hồng Đới (2003), Tống Thiện Phước (2005), đã khái quát được lịch sử hình thành và phát triển đối với loại hình CTTC tại Việt Nam. Các tác giả cũng đã phân tích được thực trạng hoạt động ngành, để tìm ra những nguyên nhân thành công và thất bại của các công ty này trong giai đoạn 1997-2005, xác định xu hướng phát triển của ngành tại Việt Nam. Từ đó đề xuất các giải pháp nhằm thúc đẩy hoạt động CTTC tại Việt Nam. Với Lê Thị Kim Nhung (2005), cũng hệ thống hóa lý luận về thị trường CTTC, góp phần rút ngắn khoảng cách giữa lý luận với thực tiễn ở Việt Nam. Khẳng định tính tất yếu và vai trò quan trọng của thị trường này đối với sự phát triển kinh tế của Việt Nam, trong quá trình phát triển và hội nhập. Tác giả hoàn thiện và bổ sung các giải pháp, thúc đẩy sự phát triển đối với thị trường CTTC tại Việt Nam.

Với Hoàng Thị Thanh Hằng (2013), đã có nghiên cứu về định lượng và đưa ra kết quả nhận xét để đề xuất các giải pháp, cụ thể với những đóng góp: Hệ thống hóa khung lý luận về NLCT của các công ty CTTC, nêu hoạt động của các công ty này tại Thành phố Hồ Chí Minh. Tổng hợp các phương pháp đo lường NLCT của các công ty CTTC tại TP. Hồ Chí Minh. Nghiên cứu góp phần giải quyết những câu hỏi: Một là, Các công ty CTTC ở TP. Hồ Chí Minh mạnh hay yếu? Hai là, Các công ty CTTC ở TP. Hồ Chí Minh mạnh yếu ở điểm nào? Ba là, Mức độ ảnh hưởng của các yếu tố môi trường bên ngoài và các yếu tố nội lực đến NLCT của các công ty CTTC tại TP. Hồ Chí

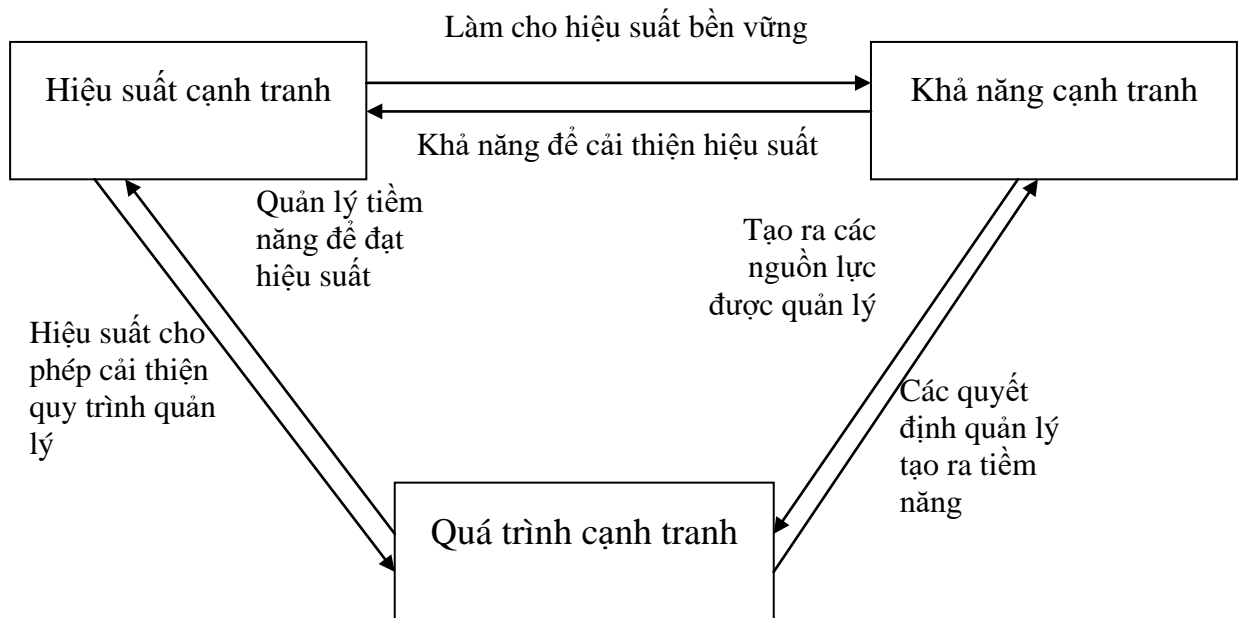
Minh? Từ đó đưa ra nhóm giải pháp để nâng cao NLCT của các công ty CTTC tại TP. Hồ Chí Minh.

1.2. Mô hình đo lường các nhân tố tác động đến năng lực cạnh tranh của các công ty và công ty cho thuê tài chính

1.2.1. Mô hình các nhân tố tác động đến năng lực cạnh tranh của công ty

- Buckley và cộng sự (1992), nghiên cứu sự tương quan về khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp.

Buckley và cộng sự đã quan tâm đến các yếu tố: Hiệu suất cạnh tranh; Khả năng cạnh tranh và Quá trình cạnh tranh. Trong đó các tác giả chỉ ra được: Khả năng cạnh tranh là khả năng để cải thiện hiệu suất, ngược lại hiệu suất bền vững cũng thể hiện cho khả năng cạnh tranh của DN. Mặt khác, hiệu suất giúp cải tiến được quá trình quản lý, ngược lại quản lý tốt thì cho hiệu suất cao. Khả năng cạnh tranh tốt tạo ra nguồn lực để quản lý quá trình cạnh tranh, quá trình cạnh tranh quản lý tốt tạo ra năng lực tiềm năng cho khả năng cạnh tranh.

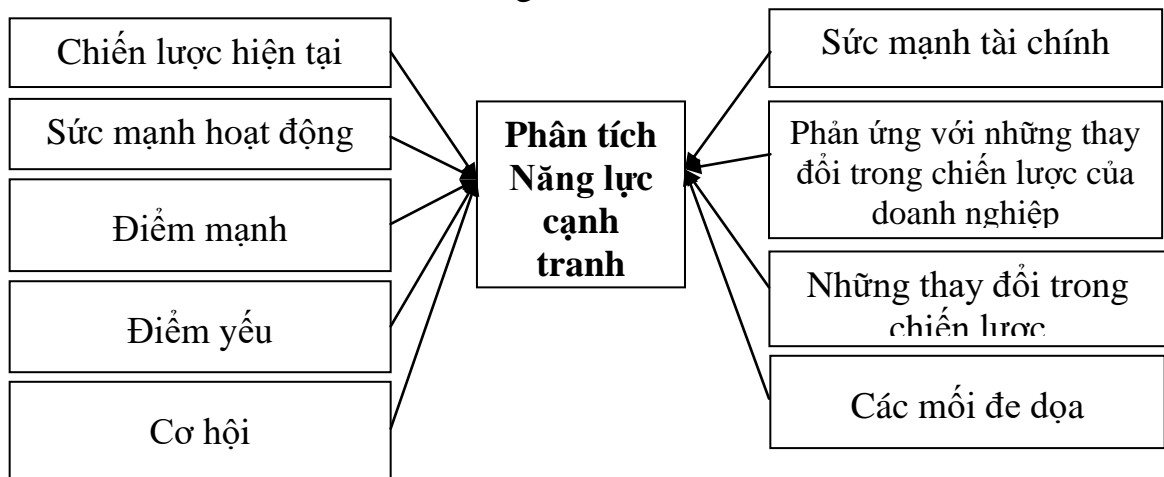


Hình 1.1: Mô hình sự tương quan về khả năng cạnh tranh của các DN

(Nguồn: Buckley và cộng sự, 1992)

- David Aaker (2007), phân tích năng lực của đối thủ cạnh tranh

Tác giả David A.Aaker đã nghiên cứu và đưa ra một mô hình để phân tích NLCT, trong mô hình này tác giả đã phân tích các yếu tố ảnh hưởng, để đánh giá NLCT của các đối thủ. Cụ thể gồm các yếu tố, như: Chiến lược hiện tại; Những phản ứng với những thay đổi trong chiến lược của đối thủ; Những thay đổi trong chiến lược của đối thủ; Các sức mạnh về hoạt động, tài chính; Các điểm mạnh, điểm yếu, nguy cơ và cơ hội của đối thủ. Từ đó mới nhận thấy rõ chiến lược mình cần làm gì để có thể cạnh tranh được trong kinh doanh so với đối thủ trên thị trường.



Hình 1.2: Mô hình phân tích năng lực của đối thủ cạnh tranh

(Nguồn: David A.Aaker, 2007)

Trong giai đoạn mới, cũng có nhiều nhà nghiên cứu đưa ra các mô hình và giả thuyết nghiên cứu về những nhân tố tác động đến NLCT của doanh nghiệp, trong đó có cả nghiên cứu cho DNNVV. Các nghiên cứu cho thấy NLCT của các doanh nghiệp chủ yếu vẫn tập trung vào các nhân tố bên trong của một doanh nghiệp, là nội lực của doanh nghiệp đó.

- Ibarra, M. A., González, L. A. & Demuner, M. del R. (2017),

Nghiên cứu khả năng cạnh tranh trong các DNNVV của ngành sản xuất tại Baja California, với 8 yếu tố phân biệt, đã cho thấy các khía cạnh ảnh hưởng đến NLCT của các nhà sản xuất của Baja California.

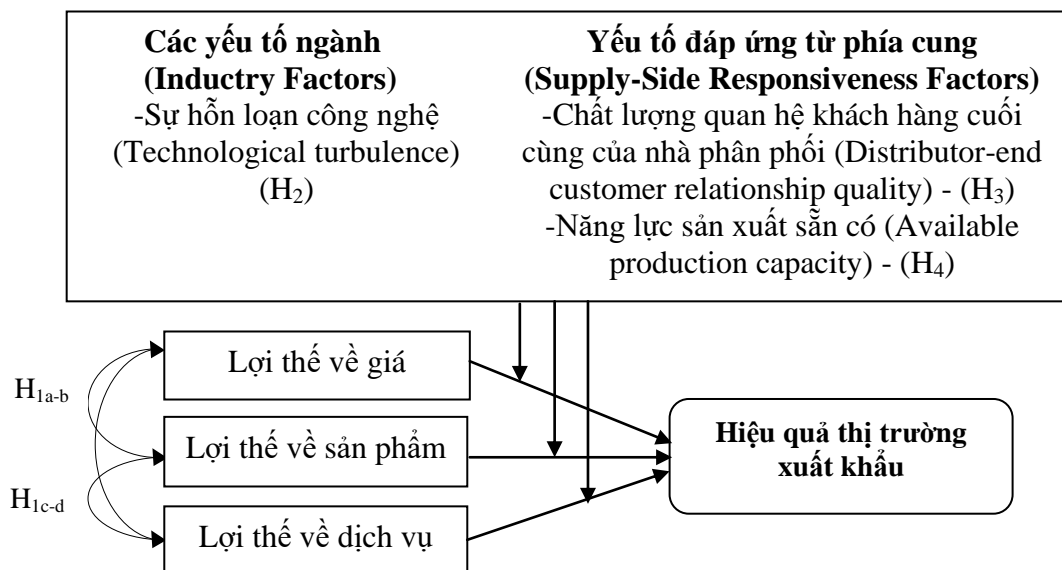
Bảng 1.1: Các yếu tố NLCT của DNNVV tại Baja California

H1: Lập kế hoạch chiến lược (Strategic planning)	<ul style="list-style-type: none"> - Mục tiêu - Những mục tiêu - Chính sách - Phân tích môi trường, Kế hoạch dự phòng
H2: Sản xuất và hoạt động (Production and operations)	<ul style="list-style-type: none"> - Quy trình sản xuất - Giấy chứng nhận - Sản xuất - Phát triển sản phẩm và quy trình mới - Quy hoạch vật tư, vật tư
H3: Đảm bảo chất lượng (Quality assurance)	<ul style="list-style-type: none"> - Quy định - Nhóm làm việc và phản hồi - Quy trình được chứng nhận
H4: Marketing	<ul style="list-style-type: none"> - Chính sách bán hàng - Phân phối - Mối quan hệ giữa nhà cung cấp và bán hàng - Sự hài lòng của khách hàng - Nghiên cứu thị trường
H5: Kế toán và tài chính (Accounting and finance)	<ul style="list-style-type: none"> - Cơ cấu chi phí - Quản lý tài chính - Chiến lược thuế - Nộp thuế - Hàng tồn kho
H6: Nguồn nhân lực (Human resources)	<ul style="list-style-type: none"> - Quy trình tuyển chọn và tuyển dụng - Giáo dục và đào tạo - Thu nhập và môi trường làm việc

	<ul style="list-style-type: none"> - An toàn vệ sinh - Sự đền bù
H7: Quản lý môi trường (Environmental management)	<ul style="list-style-type: none"> - Chương trình quản lý chất thải - Chính sách tái chế - Quy định
H8: Hệ thống thông tin (Information systems)	<ul style="list-style-type: none"> - Công nghệ thông tin - Hệ thống hóa - Kế hoạch dự phòng

(Nguồn: Ibarra, M. A., González, L. A. & Demuner, M. del R - 2017)

- Nghiên cứu của Anna Kaleka and Neil A. Morgan (2017)



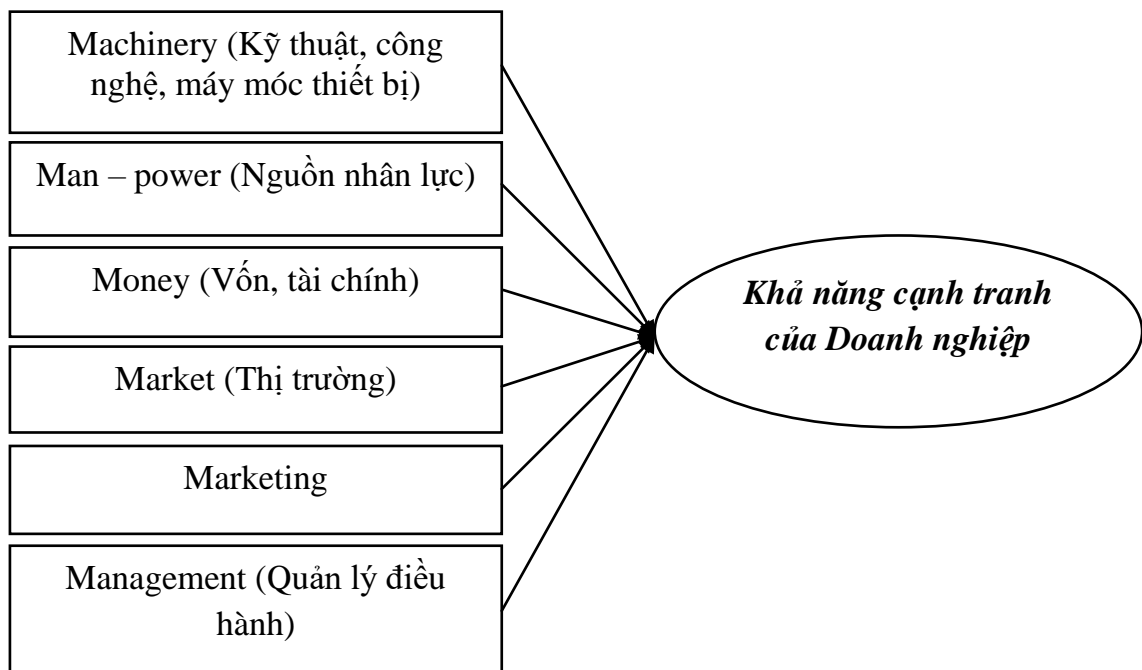
Hình 1.3: Mô hình khái niệm với giả thuyết đường dẫn

(Nguồn: Anna Kaleka and Neil A. Morgan, 2017)

Nghiên cứu này đã xem xét các loại lợi thế cạnh tranh chính, như: lợi thế về giá, sản phẩm, dịch vụ và sự ảnh hưởng đối với hoạt động trên thị trường xuất khẩu của một công ty. Ngoài các mối quan hệ trực tiếp, các nhà nghiên cứu đã kiểm tra các tác động về hiệu suất của tính đối xứng và bất đối xứng, trong việc tạo ra giá trị nhận thức khi ghép ba loại lợi thế riêng biệt

trên. Tiếp đó, các nhà nghiên cứu thảo luận về sự hỗn loạn của công nghệ, trong môi trường rộng lớn hơn, xem sự ảnh hưởng đến nhận thức và hành động về giá trị của khách hàng. Đồng thời tập trung vào việc trao đổi giá trị tiềm năng, nghiên cứu vai trò của hai yếu tố tác động tiềm ẩn: chất lượng của mối quan hệ giữa nhà phân phối cho khách hàng cuối và khả năng của nhà sản xuất, như những nhân tố tiềm ẩn ảnh hưởng đến sự sẵn lòng của khách hàng và khả năng trao đổi. Nghiên cứu có ba đóng góp: Thứ nhất, kết nối các tài liệu về lợi thế cạnh tranh. Thứ hai, chuyển nghiên cứu từ các lợi thế cạnh tranh riêng lẻ sang vai trò của tính đối xứng và bất đối xứng, trong việc đạt được những lợi thế và hiệu quả hoạt động thị trường khi kết hợp đối xứng và bất đối xứng giữa các cặp giá cả, sản phẩm và lợi thế dịch vụ. Thứ ba, xác định vai trò các yếu tố bên ngoài có liên quan đến lợi thế về giá, sản phẩm và dịch vụ.

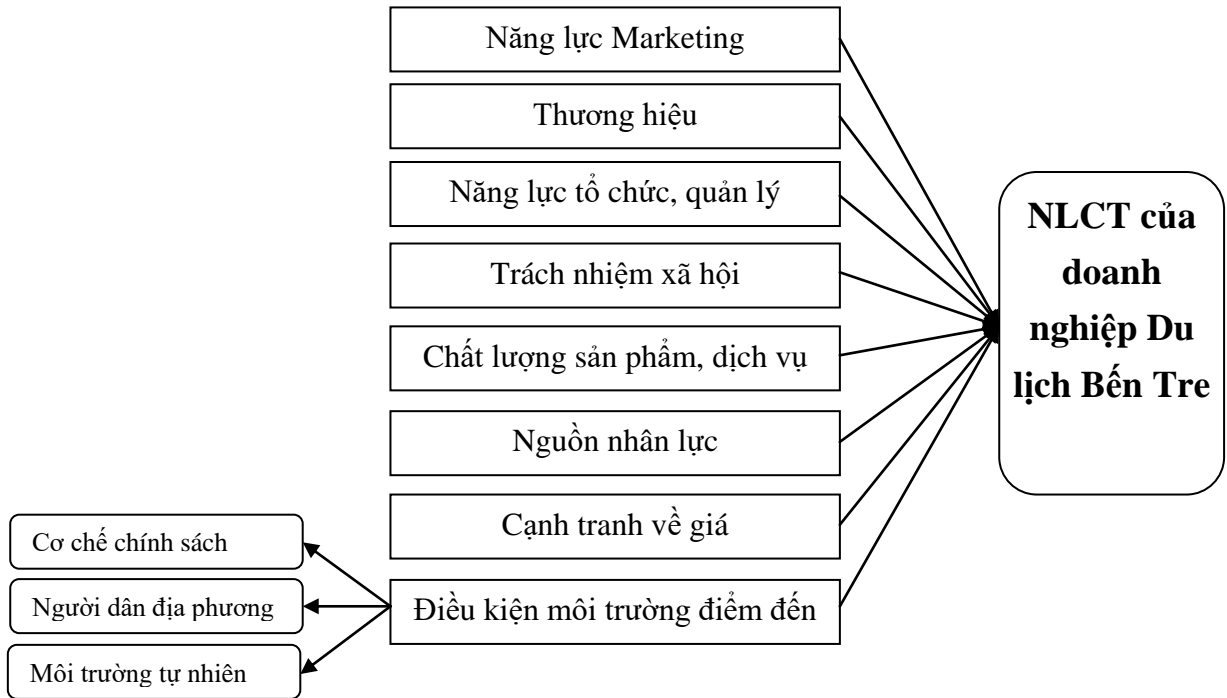
- Tại Việt Nam, các nghiên cứu, như: tác giả Hồ Đức Hùng (2009), đã đưa ra mô hình 6M, với các yếu tố để xác định NLCT cho các doanh nghiệp:



Hình 1.4: Mô hình NLCT với 6M của DNNVV Việt Nam – Hồ Đức Hùng

(Nguồn: Hồ Đức Hùng, 2009)

- Mô hình của tác giả Nguyễn Thành Long (2016), nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến NLCT của doanh nghiệp du lịch Bến Tre:

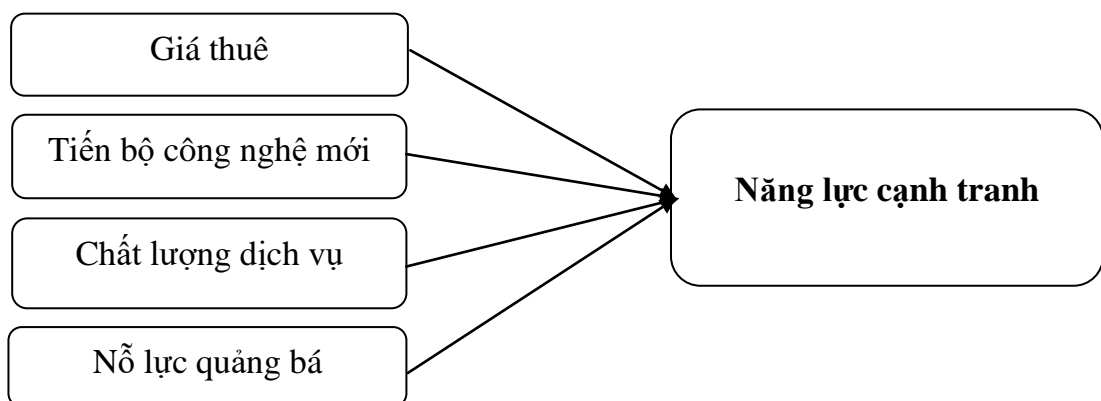


Hình 1.5: Mô hình nghiên cứu chính thức về NLCT của DN DL Bến Tre

(Nguồn: Nguyễn Thành Long, 2016)

1.2.2. Mô hình đo lường các nhân tố bên trong tác động đến năng lực cạnh tranh của công ty cho thuê tài chính

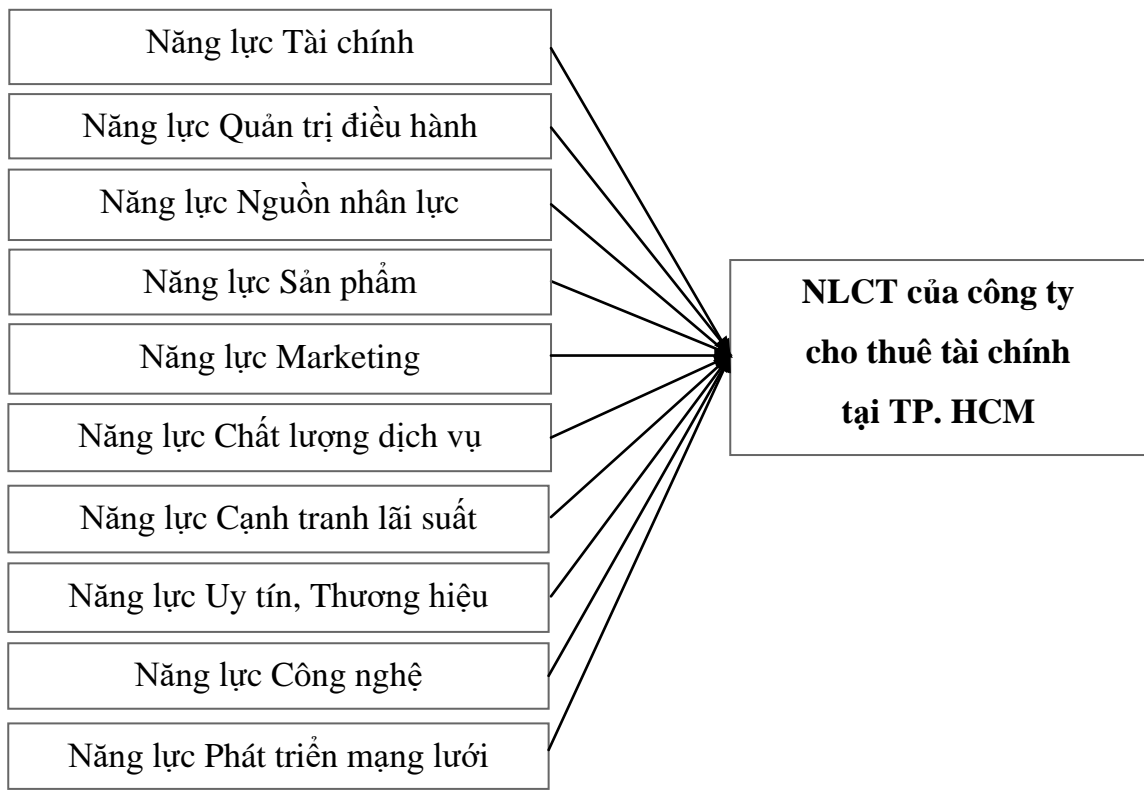
- Với nghiên cứu của R K N D DARSHANI (2013)



Hình 1.6: Mô hình NLCT của Bank Of Ceylon Leasing-Sri Lanka

(Nguồn: R K N D DARSHANI, 2013)

- Mô hình nghiên cứu của Hoàng Thị Thanh Hằng (2013)



Hình 1.7: Mô hình các yếu tố nội bộ tác động đến NLCT của công ty CTTC – Theo mô hình đề xuất của Thompson – Strickland (2007)

(Nguồn: Hoàng Thị Thanh Hằng, 2013)

1.3. Nhận xét các nghiên cứu trước và xác định khoảng trống nghiên cứu

- Đối với các nghiên cứu về năng lực cạnh tranh:

Với các nghiên cứu ở nước ngoài, đã tổng quan các khái niệm, quan điểm về NLCT. Trong đó các quan điểm của các trường phái với cái nhìn đa chiều qua từng giai đoạn, với tư duy các trường phái nghiên cứu trong lĩnh vực kinh tế, đặc biệt là tính chung nhất về NLCT hay khả năng cạnh tranh của cấp quốc gia, cấp công ty. Cũng trong nghiên cứu của các nhà khoa học theo các quan điểm, đã cho thấy những nhân tố quan trọng tác động, hay ảnh hưởng đến NLCT của một quốc gia, một công ty ở các ngành nghề khác nhau. Các nghiên cứu cũng đã khẳng định tính cạnh tranh là tất yếu, đối với các

công ty hoạt động kinh doanh. Từ đó, cần tìm ra những nhân tố bên trong tác động đến NLCT của các công ty là những nhân tố quan trọng nào, đó có thể nói là bản lề cho sự nghiên cứu về NLCT trong đề tài của tác giả. Tuy nhiên, các nghiên cứu chưa thật sự đưa ra cụ thể một mô hình nào có các nhân tố bên trong tác động đến NLCT của DN, để khẳng định tính đầy đủ và cơ bản cho nghiên cứu về NLCT của một DN. Đa số các công trình nghiên cứu chỉ đưa ra những vấn đề chung về các nhân tố, như: Nhân lực, Vốn, Marketing, Chất lượng phục vụ, Chất lượng sản phẩm, Công nghệ, Quản lý,... là những nhân tố nội lực quyết định đến NLCT của các công ty. Nhưng chưa có nhiều và đầy đủ về sự đo lường cụ thể nào cho từng nhân tố này, để xác định mức độ tác động hay khẳng định về độ tin cậy qua đo lường ở các DN trên thực tế. Một sự khác biệt các vấn đề trong các nghiên cứu ở nước ngoài như: Số liệu nghiên cứu, chính sách, pháp lý, hay các yếu tố về cơ chế quản lý, trình độ quản lý, công nghệ, văn hóa,... cho thấy sự đánh giá các nhân tố cũng thật sự có điểm chưa phù hợp cho việc áp dụng đầy đủ đối với những nghiên cứu tại Việt Nam.

Với các nghiên cứu trong nước, các tác giả đã đưa ra các mô hình về NLCT với các nhân tố ảnh hưởng, như nghiên cứu của: Hồ Đức Hùng (2009), nghiên cứu về các mô hình với NLCT của các DNNVV tại Việt Nam. Nghiên cứu này cũng chưa chỉ ra được cụ thể mức độ ảnh hưởng của các nhân tố trong mô hình đối với NLCT của một DN. Nghiên cứu chỉ mang tính phân tích định tính để xây dựng mô hình, chứ chưa đi sâu vào khảo sát và phân tích thực tiễn, để khẳng định tính chắc chắn với kết luận nghiên cứu. Các nghiên cứu còn lại, như: Trần Thế Hoàng (2011); Lê Thị Hằng (2013); Nguyễn Văn Thụy (2015); Nguyễn Thành Long (2016), cũng đã đưa ra với các nhân tố cho NLCT của các công ty thuộc các ngành khác nhau. Vì thế có nhiều tính đặc thù cho các ngành trong nghiên cứu và mức độ đánh giá chưa thật phù hợp

cho nghiên cứu NLCT của công ty CTTC, mặc dù ở các nghiên cứu đó có nhiều điểm chung về các nhân tố tác động đến NLCT của một công ty.

- Đối với các nghiên cứu liên quan cho thuê tài chính:

Nghiên cứu của Đoàn Thanh Hà (2003) với nhiều đóng góp, tuy nhiên ở giai đoạn này CTTC tại Việt Nam cũng chỉ mới hình thành và bước đầu phát triển, tính cạnh tranh chưa thật sự cao, sự hiểu biết về lĩnh vực này của các DN Việt Nam còn hạn chế, chưa có sự thu hút nhiều đối với các nhà đầu tư kinh doanh. Do đó, tác giả cũng chỉ dừng lại ở mức độ phân tích định tính về những nguyên nhân thành công ban đầu, cũng như những thất bại, hay đúng hơn là chưa thành công đối với các công ty CTTC mới ra đời, nhằm giúp cho những ai quan tâm về lĩnh vực này có cái nhìn rõ nét hơn. Từ đó đưa ra một vài giải pháp khẳng định xu hướng phát triển, khả năng cạnh tranh về cung cấp vốn của ngành, để góp phần thúc đẩy ngành CTTC ngày một hoàn chỉnh hơn, trong xu thế kinh tế đất nước từng bước được hội nhập.

Với nghiên cứu của Bùi Thị Hồng Đới (2003), tác giả đã đưa ra được các chỉ tiêu để đánh giá về hiệu quả và các nhân tố tác động đến hiệu quả hoạt động của CTTC. Trong đó, nhân tố về lãi suất được đánh giá là nhân tố có tính tác động rõ nét nhất đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của ngành này. Cũng như đề tài của tác giả Đoàn Thanh Hà, qua đánh giá chung ở thời điểm nghiên cứu này của tác giả, ngành CTTC cũng chưa thật sự được mở rộng, tính phức tạp chưa cao, do đó luận án có nhiều phân tích đánh giá tương tự như các đề tài cùng thời điểm. Tuy nhiên đã đưa ra được những giải pháp góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh ngành CTTC tại Việt Nam.

Nghiên cứu của Tống Thiện Phước (2005), đã đi vào phân tích những nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động của thị trường CTTC tại Việt Nam. Trong đó bao gồm việc phân tích đánh giá tác động của quá trình hội nhập tài chính, tiền tệ của nền kinh tế Việt Nam đối với lĩnh vực này; Phân tích các nhân tố

ngoại lai, như: môi trường pháp lý, môi trường kinh tế vĩ mô; Nhân tố nội sinh với cơ chế hoạt động của ngành. Từ đó đưa ra các giải pháp, kiến nghị đối với Nhà nước, các Bộ, Ngành để tạo điều kiện thúc đẩy sự phát triển của thị trường CTTC tại Việt Nam. Tuy vậy, đề tài cũng chỉ dừng lại ở mức độ phân tích định tính, tác giả chưa đo lường được mức độ tác động của các nhân tố này đối với thị trường cụ thể như thế nào.

Tác giả Lê Thị Kim Nhung (2005), cũng chỉ đi vào phân tích ở mức độ định tính, đánh giá về hoạt động CTTC giai đoạn Việt Nam trong nền kinh tế hội nhập. Đề tài chỉ nêu ra những sự thành công và hạn chế của các giải pháp trước đây, trong quá trình vận hành của các công ty, đề tài chưa thật sự đưa ra mức độ cụ thể về sự thành công cũng như hạn chế, chưa nêu ra được kết quả đó là do ảnh hưởng từ các tác nhân nào và vì sao. Những giải pháp đề ra chủ yếu tập trung vào việc góp phần hoàn thiện khung pháp lý, cho hoạt động của ngành CTTC tại Việt Nam trong tương lai.

Qua đánh giá, cho thấy hạn chế của các nghiên cứu trên là các tác giả dừng lại ở mức nghiên cứu định tính, chưa có mô hình cụ thể về các nhân tố nội lực tác động đến NLCT của công ty CTTC tại Việt Nam. Vì thế chưa khẳng định được tính chính xác trong việc đề ra những giải pháp, hoặc những hàm ý chính sách phù hợp và cụ thể nào.

Với tác giả Hoàng Thị Thanh Hằng (2013), cũng đã tổng hợp được những điểm chung nhất để kế thừa, từ sự tổng quan nghiên cứu và lý thuyết nền về NLCT, về CTTC và NLCT trong CTTC. Tác giả cũng nhìn ra những thiếu sót và tìm ra được khoảng trống từ nghiên cứu trước liên quan đến CTTC tại Việt Nam, đã đề xuất một nghiên cứu ở phạm vi các công ty CTTC tại TP. Hồ Chí Minh. Mô hình đề xuất của nghiên cứu này đưa ra nhóm 10 yếu tố nội lực ảnh hưởng đến NLCT của công ty CTTC tại TP. Hồ Chí Minh, cụ thể: Năng lực tài chính; Năng lực quản trị điều hành; Năng lực nguồn nhân

lực; Năng lực phát triển sản phẩm; Năng lực Marketing; Năng lực chất lượng phục vụ; Năng lực cạnh tranh lãi suất; Năng lực cạnh tranh thương hiệu; Năng lực công nghệ; Năng lực phát triển mạng lưới. Tác giả dựa trên nghiên cứu của Thompson – Strickland (2001) và ý kiến các chuyên gia, để đưa ra mô hình với các yếu tố vừa nêu, tác giả đã loại bỏ các nhân tố: Năng lực huy động vốn và cho vay, vì được cho là đã phản ánh trong năng lực tài chính. Đồng thời cũng loại bỏ năng lực đáp ứng và năng lực phục vụ vì đã được phản ánh trong năng lực chất lượng dịch vụ.

Tuy nhiên, qua phân tích đánh giá thì nghiên cứu của Hoàng Thị Thanh Hằng (2013) còn nhiều điểm hạn chế, mô hình có các nhân tố chưa phù hợp với việc nghiên cứu các nhân tố bên trong tác động đến NLCT của công ty CTTC tại Việt Nam, cụ thể:

Về phạm vi nghiên cứu chỉ tại TP. Hồ Chí Minh, trong khi có rất nhiều công ty CTTC đóng tại Hà Nội, có những điểm khác biệt, vì thế chưa có tính phổ quát trong nghiên cứu về công ty CTTC tại Việt Nam. Đây là khoảng trống thứ nhất của nghiên cứu.

Mô hình nghiên cứu của Hoàng Thị Thanh Hằng (2013), vẫn còn những nhân tố chưa phù hợp, như nhân tố: Cạnh tranh lãi suất. Trong mô hình không đề cập đến nhân tố Giá cả, trong khi giá cả cũng đã được rất nhiều nhà nghiên cứu trước đề cập và cho rằng quan trọng, cụ thể ở các nghiên cứu trước: Khi nghiên cứu NLCT, các trường phái từ Cổ điển đến Hiện đại luôn đề cập đến tiêu chí chi phí. Trong sản xuất hay thương mại, tất cả phải làm sao cho chi phí là thấp nhất, thì cạnh tranh mới dễ dàng; Michael Porter (1990), đưa ra khái niệm khả năng cạnh tranh của cấp quốc gia là năng suất của quốc gia. Đồng nghĩa với việc, chi phí thấp nhất nhưng mang lại hiệu quả cao nhất. Theo Flejterski (1984), khả năng cạnh tranh là năng lực thiết kế và bán hàng với giá cả, chất lượng và các tính năng khác, hấp dẫn hơn so với các

đôi thủ cạnh tranh; Adamkiewicz-Drwillo (2002), khi khẳng định khả năng cạnh tranh của một công ty là có nhân tố giá cả quyết định. Các nghiên cứu gần đây, như: R K N D DARSHANI (2013); Trần Thế Hoàng (2011); Lê Thị Hằng (2013); Nguyễn Thành Long (2016), cũng đều đưa yếu tố khả năng cạnh tranh về giá vào trong mô hình nghiên cứu về NLCT của các tác giả. Trong đó, nhân tố giá bao hàm nhiều yếu tố nhỏ cấu thành nên, không chỉ duy nhất là khoản lãi suất. Do đó, cạnh tranh lãi suất chỉ là một phần trong cạnh tranh về giá cả của sản phẩm hay dịch vụ. Giá cả được hình thành từ nhiều yếu tố, ở các công ty CTTC tại Việt Nam được hình thành chính, từ: Lãi suất, Tiền ký quỹ, Giá tài sản. Trong đó, Lãi suất được tính với lãi thả nổi theo thị trường và lãi cố định được cho với biên độ dao động (2-3%), là khoản cạnh tranh trong các công ty CTTC cũng như các ngân hàng TMCP. Đặc thù ngành CTTC, phải tính đến khoản ký quỹ. Các công ty CTTC xác định khoản này nhằm đảm bảo tính an toàn một phần về nguồn vốn của công ty, bắt buộc người thuê phải chi trước. Khoản ký quỹ thường ở mức dao động từ 10-15% trên tổng giá trị tài sản thuê, có thể tính lãi hoặc không tính lãi. Các công ty CTTC thường có sự cạnh tranh rất lớn trong khoản này, và chính là khoản các khách hàng cân nhắc lựa chọn các công ty CTTC. Đối với giá tài sản, thường căn cứ giá thị trường. Tuy nhiên, khoản này phụ thuộc vào mối quan hệ giữa công ty CTTC và nhà cung cấp. Quản lý khoản giá tài sản là nhằm tránh sự bắt tay giữa người thuê và nhà cung cấp để nâng mức giá cao hơn giá thực trên thị trường, gây thiệt hại đối với công ty CTTC. Điều đó cho thấy đây là một khoảng trống thứ hai trong mô hình nghiên cứu của Hoàng Thị Thanh Hằng (2013).

Theo nghiên cứu của Hoàng Thị Thanh Hằng (2013), không đề cập đến nhân tố quản lý rủi ro. Trong khi ở nhiều nghiên cứu trước về NLCT các DN luôn đề cập đến nhân tố này, cụ thể: Các nhà nghiên cứu theo trường phái Tân

cổ điển cũng đã khuyến khích các DN phải biết đương đầu với các rủi ro, chấp nhận các rủi ro để có thể thử nghiệm các giải pháp. Michael Porter (1990), cũng đề cập tính bền vững, tránh rủi ro để không phải chỉ cạnh tranh và phát triển trong ngắn hạn với khả năng cạnh tranh của một quốc gia, khi cung cấp cho cư dân một mức sống tăng cao với nhiều việc làm. Với mô hình 5 áp lực cạnh tranh của Michael Porter (1990), cho thấy các DN luôn đối mặt với những áp lực, rủi ro luôn rình rập xung quanh và có thể xuất hiện bất cứ lúc nào đối với những hoạt động của DN. David Aaker (2007), với mô hình phân tích NLCT của đối thủ cũng đề cập đến: Các mối đe dọa, đối với đối thủ cạnh tranh. Qua đó có thể xác định những điểm yếu, những rủi ro có thể dẫn đến sự thất bại của đối thủ. Các nghiên cứu về NLCT với các DN thuộc các ngành nghề cụ thể tại Việt Nam, cũng có nhiều mô hình đề cập nhân tố quản lý rủi ro, phòng tránh rủi ro cho DN. Như: Trần Thế Hoàng (2011), nói về NLCT của DN xuất khẩu thủy sản, tác giả đưa vào mô hình nhân tố Năng lực xử lý tranh chấp thương mại, nhằm nâng khả năng giải quyết những bất trắc, những tranh chấp, những rủi ro có thể xảy ra trong quá trình thực thi hợp đồng xuất khẩu; Nguyễn Văn Thụy (2015), khi nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng đến NLCT của một ngân hàng TMCP, thì nhân tố Khả năng quản trị rủi ro đã được xác định là một trong các nhân tố quan trọng trong mô hình nghiên cứu của tác giả. Qua tổng hợp các nghiên cứu, quản lý rủi ro luôn được các nhà khoa học đề cập đến trong các nghiên cứu về NLCT của một tổ chức.

Với ngành dịch vụ tài chính, vấn đề quản lý rủi ro được chính phủ và NHNN quan tâm và lưu ý, thường xuyên có những chỉ đạo và quy định chặt chẽ trong công việc quản lý rủi ro. Theo thông tư số 13/2018/TT-NHNN, Ngày 18/05/2018, đã có những quy định về hệ thống kiểm soát các Ngân hàng thương mại. Trong nội dung đã có đưa ra những rủi ro trọng yếu cần kiểm soát: a) Rủi ro tín dụng, rủi ro hoạt động, rủi ro thị trường, rủi ro lãi suất

trên sổ ngân hàng theo quy định của Ngân hàng Nhà nước về tỷ lệ an toàn vốn đối với ngân hàng thương mại, chi nhánh ngân hàng nước ngoài; b) Rủi ro thanh khoản, rủi ro tập trung; c) Rủi ro khác phát sinh từ hoạt động trọng yếu.

Quản lý rủi ro trong ngành CTTC, Chính phủ đã ban hành Nghị định 39/2014/NĐ-CP về hoạt động của công ty tài chính và công ty CTTC, trong đó có quy định các trường hợp chấm dứt trước hạn hợp đồng cho thuê, như: khi thuê không thanh toán tiền thuê hoặc vi phạm một trong các điều khoản, điều kiện: bên thuê bị tuyên bố phá sản, giải thể, tài sản cho thuê bị mất, hỏng không thể phục hồi sửa chữa.

Như vậy, quản lý rủi ro trong CTTC được xem là tối quan trọng. Thực tế Quản lý rủi ro ở công ty CTTC cần quản lý chặt chẽ với các yếu tố: Thẩm định; Thu hồi nợ; Quản lý tài sản. Bởi tài sản đảm bảo trong CTTC chính là động sản cho thuê, mà người thuê sử dụng. Phần này tác giả đã có một nghiên cứu đăng trên tạp chí có chỉ số khoa học, cụ thể: Những yếu tố quyết định trong quản lý rủi ro của các công ty cho thuê tài chính tại Việt Nam – Tạp chí Kinh tế Châu Á Thái Bình Dương, số 506, Tháng 11/2017, ISSN: 0868 – 3808. Đây là khoảng trống thứ ba trong nghiên cứu của Hoàng Thị Thanh Hằng (2013) nêu trên.

Với Hoàng Thị Thanh Hằng (2013), đã có bước thực hiện phương pháp nghiên cứu định lượng, nhưng chỉ thực hiện các bước, như: Thống kê mô tả; Đánh giá độ tin cậy Cronbach's Alpha, kiểm định thang đo bằng EFA. Như vậy chưa có bước phân tích CFA, hay thực hiện mô hình tuyến tính SEM và kiểm định mô hình nghiên cứu bằng Bootstrap, để khẳng định tính tất yếu, tính chặt chẽ đối với các nhân tố ảnh hưởng đến NLCT của công ty CTTC, cũng như độ lệch của các biến trong mô hình. Đó cũng chính là một điểm hạn chế nữa ở nghiên cứu này.

Tác giả sẽ kế thừa những thành quả của các nghiên cứu trước, đồng thời cố gắng khắc phục những khoảng trống của các nghiên cứu trước, đặc biệt là nghiên cứu của Hoàng Thị Thanh Hằng (2013), góp phần xây dựng một kết quả nghiên cứu có giá trị thiết thực trong ứng dụng quản lý và cho các nghiên cứu tiếp theo.

Kết luận Chương 1

Chương này, tác giả đã tiến hành tổng hợp, phân tích và hệ thống hóa lại những nghiên cứu trước về NLCT, cũng như các nghiên cứu liên quan đến NLCT của ngành CTTC. Tổng quan các nghiên cứu, cho thấy các nghiên cứu liên quan đến các nhân tố tác động đến NLCT của công ty CTTC, tác giả có thể kế thừa để tiếp tục nghiên cứu theo đề tài.

Tuy nhiên, tác giả cũng đã tìm ra được những khoảng trống trong các nghiên cứu trước về các nhân tố nội lực tác động đến NLCT của các công ty CTTC tại Việt Nam. Các kết quả nghiên cứu ở chương này sẽ làm cơ sở cho việc thực hiện ở các chương tiếp theo, trong quá trình nghiên cứu cho đề tài Luận án của tác giả.

CHƯƠNG 2

CƠ SỞ LÝ THUYẾT VỀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC CÔNG TY CHO THUÊ TÀI CHÍNH TẠI VIỆT NAM

Bước tổng quan các nghiên cứu trước, đã hệ thống hóa các công trình nghiên cứu và tìm ra được những khoảng trống trong các nghiên cứu liên quan đề tài. Tác giả tiếp tục thực hiện việc xác định các cơ sở lý thuyết nền cho nghiên cứu, từ đó giúp tác giả xây dựng nên một mô hình nghiên cứu dựa trên một số kết quả đã có và có bổ sung những nhân tố mới cho mô hình, với các nhân tố bên trong tác động đến NLCT của công ty CTTC tại Việt Nam.

2.1. Tổng quan về năng lực cạnh tranh và cho thuê tài chính

2.1.1. Tổng quan lý thuyết về năng lực cạnh tranh

Những thuật ngữ có chung nội dung như: Năng lực cạnh tranh hay khả năng cạnh tranh, đã có nhiều nhà khoa học nghiên cứu, đưa ra những khái niệm, những quan điểm, những nhận xét,... Mặc dù cho đến nay, những thuật ngữ này được sử dụng khá phổ biến trên thế giới, tuy nhiên vẫn là thuật ngữ với những khái niệm chưa chắc chắn, chưa đầy đủ vì sự đo lường khó khăn và kết quả chưa thật sự có tính thuyết phục cao. Theo M. Porter và Rivkin (2012) thì, sự hiểu lầm về khái niệm NLCT sẽ dẫn đến những hệ quả nguy hiểm trong các cuộc thảo luận về chính trị, các lựa chọn về chính sách của một quốc gia và cũng như sự lựa chọn chiến lược của các công ty kinh doanh.

Lý thuyết về NLCT theo các trường phái: Cổ điển; Tân cổ điển và Hiện đại (như đã nêu ở phần tổng quan), cũng đã cho thấy các quốc gia và DN cần xác định các lợi thế, sức mạnh nội lực, đồng thời phải sáng tạo và năng động, vận dụng các sự hỗ trợ từ bên ngoài, để giúp các quốc gia và doanh nghiệp hoạt động với hiệu suất cao, mang lại lợi ích cho những thành phần liên quan. Như vậy theo quan điểm các trường phái này đã khẳng định nội lực là những nhân

tổ gần như quyết định NLCT của tổ chức, dù ở cấp quốc gia hay cấp công ty.

Ngoài các quan niệm về NLCT, hay khả năng cạnh tranh theo trường phái thì còn có các nghiên cứu về NLCT được xét theo từng cấp. Từ tổng quan nghiên cứu trước, cho thấy NLCT với cấp quốc gia và cấp công ty có những khẳng định về các nhân tố bên trong (nội lực) tác động đến NLCT, tác giả tổng hợp thành bảng, cụ thể như sau:

- *Tổng hợp các nghiên cứu ở cấp quốc gia*

Bảng 2.1: Tổng hợp các nhân tố thể hiện NLCT một quốc gia

Stt	Các nhân tố thể hiện NLCT, khả năng cạnh tranh của quốc gia	Tác giả nghiên cứu
1	Khả năng nâng cao năng suất, tạo ra sản xuất, phân phối, cung cấp sản phẩm/dịch vụ trong thương mại quốc tế, từ tài nguyên của quốc gia. Cải thiện thu nhập và mức sống của người dân có tiêu chuẩn sống tốt, bền vững	Bobba và cộng sự (1971); Scott, Lodge (1985); Tyson D'Andrea (1992); Krugman (1990, 1994); M. Porter (1990), WEF (1996); Köhler (1998); Shtaylmann K., Dryahlov M., B. Hartman (2000)
2	Cấu trúc kinh tế, thể chế quốc gia, thị phần của quốc gia	Michael E. Porter et al. (2000 – 2008)
3	<ul style="list-style-type: none"> - NLCT thực sự: công bằng thị trường, chất lượng và đổi mới sản phẩm/dịch vụ, tăng trưởng mức sống người dân - NLCT danh nghĩa: chính sách, thiết kế sản xuất hàng hóa hiệu quả, giá và chất lượng hàng hóa đáp ứng nhu cầu khách hàng 	Kulikov G. (2000)

(Nguồn: Tổng hợp nghiên cứu của tác giả)

Với kết quả tổng hợp ở Bảng 2.1, các nghiên cứu cho thấy NLCT hay khả năng cạnh tranh một quốc gia chính là dựa vào những tài nguyên của quốc gia, những chính sách và thể chế, cấu trúc nền kinh tế của quốc gia, đồng thời vận dụng nội lực của quốc gia để có thể sản xuất, phân phối và cung cấp hàng hóa/dịch vụ có chất lượng trong thị trường nội địa cũng như trên trường quốc tế, đáp ứng nhu cầu khách hàng và mang lại lợi nhuận, nâng cao thu nhập của người dân, thể hiện qua sự giàu có và sung túc của người dân thuộc quốc gia đó một cách bền vững.

- *Tổng hợp các nghiên cứu ở cấp công ty – doanh nghiệp*

Bảng 2.2: Tổng hợp các nhân tố thể hiện NLCT một công ty

Stt	Các nhân tố thể hiện NLCT, khả năng cạnh tranh của công ty	Tác giả nghiên cứu
1	Thiết kế, bán hàng với giá, chất lượng, chi phí thấp và tính năng khác tốt hơn so với đối thủ, mang lại lợi ích cho người liên quan	Flejterski (1984); Buckley và cộng sự (1988)
2	Năng suất trung bình hay giá trị tạo ra trên mỗi đơn vị lao động và mỗi 1 đồng vốn đầu tư trực tiếp, tỷ lệ lợi nhuận thỏa đáng	Porter và Van der Linde (1995); OECD (2001)
3	Sự thích ứng, hay lợi thế từ các sản phẩm trên thị trường thông qua: chất lượng, giá cả, kênh bán hàng, phương pháp quảng bá, con người và sự đổi mới, di chuyển tự do không biên giới trên thị trường	Adamkiewicz-Drwiłło (2002); Chao-Hung, Li-Chang (2010); Abdel và Romo (2004)
4	Thị phần trên thị trường cạnh tranh	Ajitabh, Momaya (2004),
5	Khả năng cung cấp hàng hóa/dịch vụ cho quốc gia khan hiếm so với công ty khác	Altomonte và cộng sự (2012)

Stt	Các nhân tố thể hiện NLCT, khả năng cạnh tranh của công ty	Tác giả nghiên cứu
6	Khả năng duy trì, triển khai và phối hợp các nguồn lực giúp công ty đạt mục tiêu (khả năng quản trị công ty)	Sanchez & Heence (1996, 2014)
7	Đo lường NLCT - Theo hoạt động: chú trọng những chỉ tiêu cơ bản gắn với thực tế hoạt động kinh doanh, như: thị phần, giá cả, chi phí, năng suất lao động. - Theo khai thác và sử dụng tài sản: Dựa trên nguồn nhân lực, công nghệ. - Theo quá trình: Quản lý chiến lược, sử dụng nguồn nhân lực, quá trình tác nghiệp trong sản xuất, quản lý chất lượng.	Momaya (2002), Henricson và cộng sự (2004), Ambastha và cộng sự (2005)
8	Công nghệ, Con người, Tài chính, Thị trường, Marketing, Điều hành, R&D, Quan hệ, Giá cả, Thương hiệu, Tranh chấp, Chất lượng, Kênh phân phối, Thông tin, Đổi mới sản phẩm, Tổ chức phục vụ, Quản lý rủi ro, Trách nhiệm xã hội, Môi trường kinh doanh	Hùng (2009) – Mô hình 6M; Trần Thế Hoàng (2011); Lê Thị Hằng (2013); Nguyễn Văn Thụy (2015); Nguyễn Thành Long (2016)

(Nguồn: Tổng hợp nghiên cứu của tác giả)

Qua tổng hợp kết quả ở Bảng 2.2, NLCT của một công ty được các nhà khoa học nghiên cứu và cho rằng: Các công ty cần có một nguồn nội lực thật sự vững mạnh, như Tài chính, con người, công nghệ, với sự thuận lợi của môi trường kinh doanh tốt, chính sách và cơ chế của quốc gia hỗ trợ tốt, để làm ra sản phẩm/dịch vụ có chất lượng tốt với chi phí thấp và giá cả cạnh tranh.

Đồng thời phải tổ chức quản trị điều hành tốt để xây dựng một thương hiệu có giá trị, từ đó tổ chức phân phối đáp ứng cho nhu cầu khách hàng, thông qua công việc Marketing đúng cách. Bên cạnh đó, cần sự quản lý rủi ro chặt chẽ trong quá trình tổ chức kinh doanh, để mang lại lợi ích cho tổ chức với một trách nhiệm xã hội cao nhất trong môi trường kinh doanh.

Cũng đã có rất nhiều quan điểm về NLCT của cấp công ty – doanh nghiệp, nhưng để làm cơ sở lý thuyết vững chắc cho nghiên cứu về NLCT hơn có thể nói quan điểm về NLCT doanh nghiệp của Flanagan và cộng sự (2007), cũng như một số tác giả khác, cụ thể như sau:

- Dựa vào lợi thế cạnh tranh và mô hình chiến lược cạnh tranh: Theo tác giả Flanagan và cộng sự (2007), đã nghiên cứu, đánh giá và cho rằng các tiêu chí chính yếu đánh giá về lợi thế cạnh tranh và NLCT, đó là 5 áp lực cạnh tranh đối với công ty, gồm: Các đối thủ tiềm ẩn; Nhà cung ứng; Sản phẩm thay thế; Khách hàng; Các đối thủ cạnh tranh trong ngành (Michael Porter – 1990). Với 3 chiến lược cạnh tranh: Chiến lược chi phí thấp; Chiến lược khác biệt hóa sản phẩm – dịch vụ; Chiến lược tập trung vào một phân khúc thị trường nhất định. Đồng thời với nghiên cứu về Chuỗi giá trị của Michael Porter (1985): Trong chuỗi giá trị này được M. Porter cho rằng có 5 hoạt động cơ bản và 4 hoạt động hỗ trợ.

- Dựa vào nguồn lực và cách tiếp cận cốt lõi: Theo quan điểm này, các nhà nghiên cứu cho rằng các DN phải cần sở hữu các năng lực cốt lõi, sử dụng hiệu quả các nguồn lực để tạo dựng khả năng cạnh tranh của mình. Theo Man, Lau và Chan (2002), cho rằng các yếu tố được phân tích từ nguồn lực hữu hình và nguồn lực vô hình. Nguồn lực hữu hình bao gồm các tài sản về vật chất, như: tài chính, tổ chức, vật chất, công nghệ. Nguồn lực vô hình bao gồm: giá trị tri thức, mức độ trung thành, khả năng quản lý, sự đổi mới, danh tiếng, thương hiệu công ty. Với Bartlett và Ghoshal (1989), Doz và Prahalad

(1987), Prahalad và Hamel (1990), thì cho rằng các yếu tố nội bộ như: chiến lược công ty, cơ cấu tổ chức, năng lực quản lý, khả năng sáng tạo, đóng một vai trò hết sức quan trọng cho NLCT của công ty. Cũng đồng quan điểm này, có các tác giả: Grant (1991), Barney (2001), Peteraf (1993), dựa trên nguồn lực để tạo ra NLCT cho các DN. Theo Johnson (1992), Hammer và Champy (1993), thì các DN phải hiệu quả về chi phí, đảm bảo về chất lượng, nhằm cung cấp cho khách hàng những giá trị tốt và tạo sự hài lòng của khách hàng hơn so với các đối thủ cạnh tranh. Theo quan điểm này, các tác giả khác lại quan tâm cụ thể từng nhân tố, như: Corbett và Wassenhove (1993), quan tâm đến nhân tố Marketing; Với Ross, Beath, và Goodhue (1995) thì quan tâm nghiên cứu đến nhân tố Công nghệ thông tin; Tác giả Swann và Tahhavi (1994), chú trọng đến chất lượng sản phẩm; Nhóm của Grupp và cộng sự (1997), luôn quan tâm đến khả năng sáng tạo của DN. Theo tác giả Pratten (1991), thì các nguồn lực ảnh hưởng nhiều đến NLCT của DN, bao gồm: khả năng phát triển sản phẩm, hiệu quả trong sản xuất, chất lượng dịch vụ khách hàng và năng lực làm marketing. Cùng quan điểm này, các tác giả Chaston và Mangles (1997), Stoner (1987) cho rằng, nguồn lực bên trong DN như: tài chính, nhân lực, công nghệ, cơ cấu tổ chức, sự đổi mới, chất lượng sản phẩm dịch vụ, hình ảnh và danh tiếng, sự linh hoạt, là các nhân tố có ảnh hưởng mạnh đến NLCT của DN. Ngoài ra còn có quan điểm về nguồn năng lực động, được hiểu là khả năng tích hợp, xây dựng và định dạng lại những tiềm năng của DN, nhằm đáp ứng sự thay đổi không ngừng của môi trường kinh doanh. Các DN cần xác định, xây dựng phát triển và sử dụng nguồn năng lực động này để thích ứng với thị trường, mang lại hiệu quả trong kinh doanh. Các yếu tố tạo nên năng lực động của DN bao gồm: định hướng học hỏi, định hướng thị trường, năng lực sáng tạo, chất lượng mối quan hệ, hợp tác quốc tế, định hướng toàn cầu, tri thức về thị trường quốc tế, khả năng phản ứng với thị

trường quốc tế của một DN. Các chuyên gia của Diễn đàn Kinh tế thế giới, như Peter K. Cornelius, Mache Levinson và Klaus Schwab (Nguồn: Viện nghiên cứu quản lý TW (2003), thì cho rằng các yếu tố nội lực tác động đến NLCT của DN, bao gồm: Quy mô DN; Khả năng tham gia cạnh tranh và rút khỏi thị trường sản phẩm; Năng lực quản lý; Năng suất lao động; Trình độ công nghệ và lao động; Ngoài ra còn có các yếu tố bên ngoài tác động NLCT, như: Môi trường, và các thể chế, chính sách của nhà nước.

- Dựa trên quản trị chiến lược: Theo tác giả Thompson và Trickland (Nguồn: Nguyễn Vĩnh Thanh, 2005), với quan điểm theo trường phái chiến lược, luôn chú trọng đến nguồn lực bảo đảm cho NLCT. Trong đó các nguồn được các tác giả này quan tâm, như: Nhân lực; Vốn; Công nghệ; Marketing. Hay theo quan điểm về “chiến lược đại dương xanh” của Chan Kim và Renée Mauborgne (Nguồn: Học viện INSEAD), là chiến lược không tạo ra cạnh tranh, làm cho cạnh tranh không còn hoặc trở nên không cần thiết. Theo các tác giả, thì chiến lược này được xác lập bởi những khoảng thị trường chưa được khai thác, với những nhu cầu mới được tạo ra cho sự tăng trưởng có lợi nhuận cao cho DN. Chiến lược này, thực hiện với phương pháp cạnh tranh tốt nhất là làm cho đối thủ không cạnh tranh nữa. DN sẽ đi tìm những khoảng trống ở các thị trường tiềm năng để khai thác, tính hiệu quả chắc chắn sẽ cao hơn cho các DN. Phương pháp này cũng giúp DN thực hiện được chiến lược cạnh tranh với chi phí thấp và khác biệt hóa so với đối thủ cạnh tranh.

- Dựa trên định hướng thị trường và Quan điểm dựa trên quá trình: Thì NLCT phải xuất phát từ thị trường, làm sao phải thỏa mãn được nhu cầu khách hàng, lấy khách hàng làm trọng tâm. Gray và Hooley (2002) đã phát biểu: Việc định hướng thị trường là thực hiện một chiến lược hay một triết lý của DN, nhằm mục đích thu thập, phổ biến và có cách ứng phó với các thông tin phản ánh từ khách hàng, từ đối thủ cạnh tranh và từ môi trường, để tạo ra

thêm giá trị cho khách hàng, cũng như mang lại lợi nhuận cho các cổ đông và các bên liên quan khác của DN. Theo Kohli và Jaworski (1990), chiến lược định hướng thị trường được xem là một nguồn tiềm năng rất quan trọng về lợi thế cạnh tranh. Đó được xem như một chủ đề thường xuyên quan tâm của các nghiên cứu trong tiếp thị, bán hàng, quản lý và khả năng cạnh tranh (Dobni và Luffman, 2003; Kırca và cộng sự, 2005). Với Darroch và Naughton (2003), thì NLCT theo định hướng thị trường phụ thuộc vào các nhân tố, như: Thông tin về nhu cầu khách hàng; Khả năng tiếp nhận và phản ứng của DN về thông tin phản hồi của khách hàng; Mức độ tiếp nhận thông tin này của từng nhân viên trong DN. Theo Dobni và Luffman (2003); Jaworski và Kohli (1993), NLCT theo định hướng thị trường thường liên quan đến hiệu quả hoạt động trong ngắn hạn và dài hạn của DN, theo các điều kiện môi trường khác nhau. Với Narver và Slater (1990), NCLT theo định hướng thị trường gồm có ba thành phần chính: Thứ nhất là, định hướng về khách hàng, dựa vào nhu cầu của khách hàng và làm thế nào để khách hàng hiểu về DN. Thứ hai là, định hướng về đối thủ cạnh tranh, DN cần hiểu rõ khả năng cạnh tranh ngắn hạn cũng như dài hạn và chiến lược của đối thủ cạnh tranh hiện tại và trong tương lai, để tìm cách tạo ra những giá trị nào đó vượt trội so với đối thủ. Thứ ba là, dựa trên việc sử dụng các nguồn lực của DN để tạo ra sự phối hợp đa chức năng một cách hiệu quả, nhằm tạo ra giá trị cho khách hàng. Với Michael và Matthew (2006), nói về sự kết hợp định hướng thị trường và tiêu chuẩn cạnh tranh, nghiên cứu cho thấy tầm quan trọng của định hướng thị trường đối với lợi ích của DN. Thông qua khách hàng trong thị trường kinh doanh, DN có thể xác định được về thực lực của các đối thủ cạnh tranh với mình. Trên cơ sở các thông tin về khách hàng, thông tin về đối thủ cạnh tranh, DN có thể cải thiện chiến lược của mình theo định hướng thị trường và đối phó với đối thủ cạnh tranh trong hoạt động kinh doanh. Theo Narver và Slater (1990), nhằm

giúp cho sự hiểu biết về chiến lược định hướng thị trường đã góp phần vào hiệu quả hoạt động của DN như thế nào, cần kiểm tra mối quan hệ giữa định hướng thị trường và khả năng cạnh tranh. Sự thành công không chỉ phụ thuộc vào hiệu quả hoạt động tức thời mà nó phụ thuộc sự phát triển lâu dài. Theo các tác giả: Deng và Dart (1994), Gatignon và Xuereb 1997; Han và cộng sự (1998), Pelham và Wilson (1996), thì định hướng thị trường cho phép các DN sản xuất theo yêu cầu của khách hàng, yêu cầu xuất phát từ đối thủ cạnh tranh cần phải tạo ra sản phẩm mang lại giá trị cao hơn, đổi mới hơn hay dẫn đầu về chất lượng.

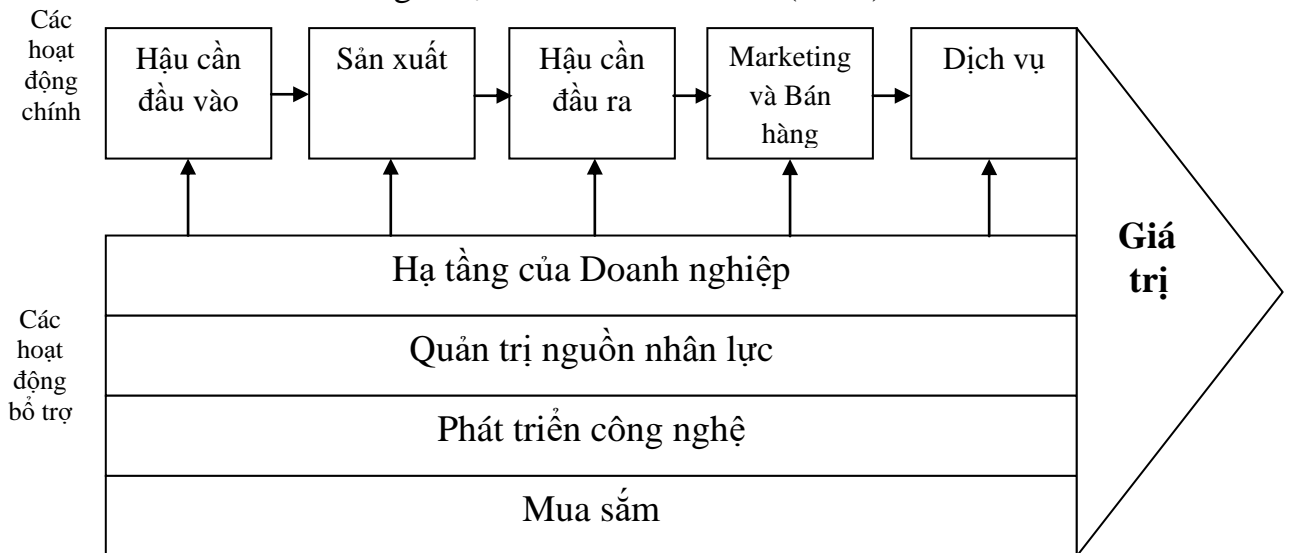
Vận dụng các cơ sở lý thuyết nền tảng về NLCT cho DN của các tác giả: Michael E. Porter, về 5 áp lực cạnh tranh cho DN; Thompson và Trickland, các nguồn lực bảo đảm cho DN; Cùng các nghiên cứu của các nhà khoa học về quan điểm và khái niệm cho NLCT của DN như đã nêu trên, tác giả cũng có thể đi đến một khẳng định về NLCT của DN cần phải chú trọng đến những yếu tố quan trọng từ nội lực của DN, hay nói rõ hơn là các yếu tố bên trong của DN, bao gồm các nguồn lực: Nhân lực, Tài chính, Thương hiệu, Dịch vụ, Sản phẩm, Giá cả, Trình độ quản lý, Quy mô hoạt động quan hệ,... để giúp các DN đủ khả năng cạnh tranh với các đối thủ trong quá trình hoạt động kinh doanh. Đồng thời cũng dựa vào các yếu tố bên ngoài như: Cơ sở hạ tầng, chính sách, cơ chế nền kinh tế của chính phủ, các tài nguyên hỗ trợ,... sẽ giúp các DN tốt hơn trong mọi chiến lược kinh doanh. Nâng cao NLCT là yêu cầu cần thiết và thường xuyên liên tục để giúp DN nắm bắt và kịp thời trong quá trình cạnh tranh cho DN phát triển.

- *Các mô hình nghiên cứu nền tảng về năng lực cạnh tranh của công ty*

Nhằm bổ trợ và làm sáng tỏ hơn các quan điểm và khái niệm về NLCT ở các nghiên cứu trước, xác định các nhân tố quan trọng tác động đến NLCT của công ty, tác giả tổng hợp và giới thiệu các mô hình tiêu biểu, đồng thời

phân tích các nhân tố trong các mô hình lý thuyết cơ bản đó để làm nền tảng cho sự phát triển trong nghiên cứu của đề tài, cụ thể:

- Mô hình chuỗi giá trị của Michael Porter (1985)



Hình 2.1: Mô hình chuỗi giá trị của một doanh nghiệp – M. Porter (1985)

(Nguồn Michael Porter, 1985)

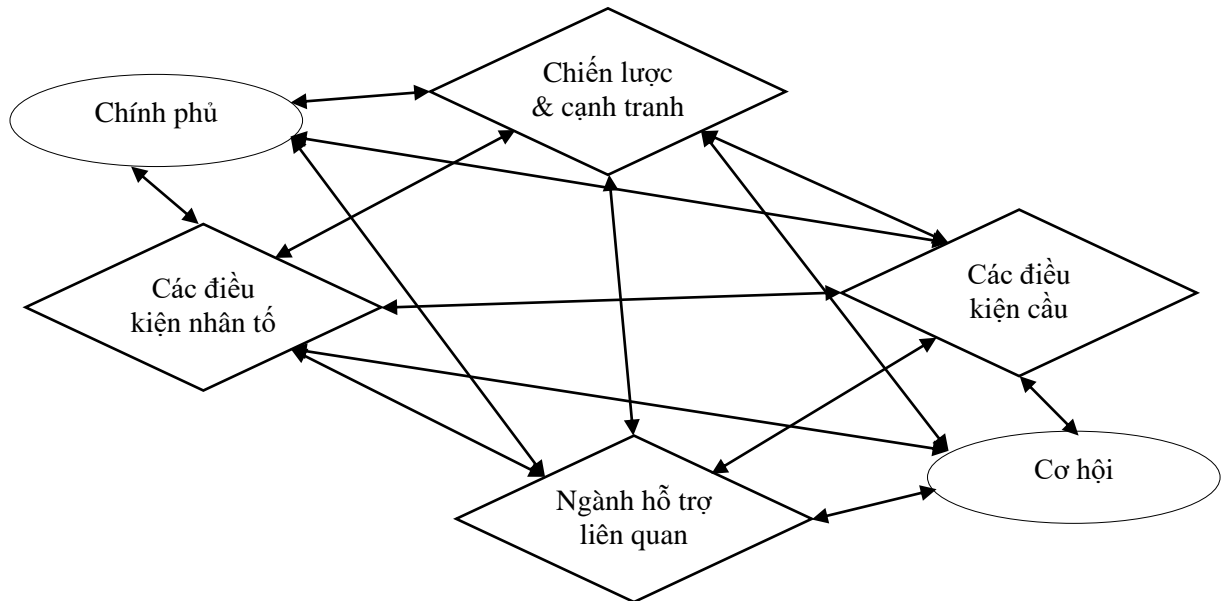
Theo M. Porter (1985), đưa ra mô hình chuỗi giá trị gồm các thành phần như các hoạt động chính và các hoạt động hỗ trợ.

Các hoạt động chính thể hiện những công việc: từ việc cung cấp nguyên vật liệu đầu vào, tiến hành sản xuất, chế biến, đến việc lo đầu ra cho sản phẩm. Tổ chức Marketing bán hàng, dịch vụ hậu mãi, với mục đích đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng đối với sản phẩm của DN.

Hoạt động hỗ trợ, tham gia vào quá trình để tạo ra các giá trị hoạt động chính của chuỗi, giúp các hoạt động chính thực hiện tốt hơn các công việc. Hoạt động mua sắm kiểm soát nguyên vật liệu đầu vào đến quá trình sản xuất, tổ chức phân phối. Áp dụng các công nghệ tiên tiến, giúp chi phí sản xuất thấp hơn, chất lượng sản phẩm được nâng lên. Hoạt động quản trị nhân lực, giúp công ty phân công lực lượng lao động hợp lý, đúng vị trí, khai thác và nâng cao năng suất lao động. Hạ tầng DN giúp quản lý chung cả DN hoạt

động tốt, với cơ cấu tổ chức, văn hóa DN, kiểm tra kiểm soát. Vì vậy những hoạt động trong chuỗi trên sẽ là những hoạt động ảnh hưởng đến NLCT của DN, cần thực hiện tốt các công việc hỗ trợ, nhằm giúp DN nâng cao NLCT của mình so đối thủ.

- Michael Porter (1990), với mô hình kim cương



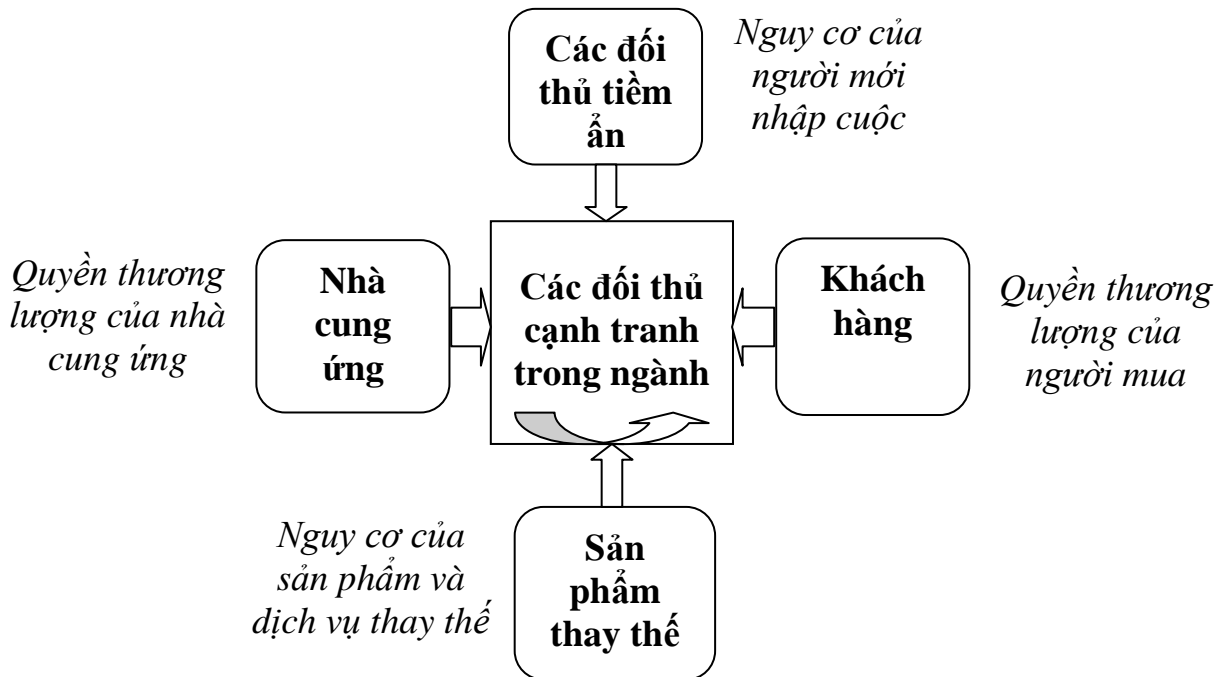
Hình 2.2: Mô hình kim cương của Michael Porter (1990)

(Nguồn: Michael Porter, 1990)

Qua nghiên cứu, Michael Porter đã đưa ra mô hình kim cương bao gồm các yếu tố quyết định đến NLCT của một quốc gia, hay vùng lãnh thổ có môi trường kinh doanh vi mô lành mạnh hay không.

Trong đó, các yếu tố như: Chiến lược và cạnh tranh; Các điều kiện nhân tố đầu vào; Các điều kiện cầu; Các ngành hỗ trợ và liên quan. Các yếu tố đó có sự hỗ trợ và quản lý từ chính phủ, các cơ hội của thị trường, từ các môi ban giao với các quốc gia trên thế giới, nhằm nâng NLCT của quốc gia, vùng lãnh thổ với môi trường vi mô lành mạnh để thực hiện các chính sách của chính phủ đề ra, tạo ra hiệu quả cho nền kinh tế.

- Michael Porter (2007), với mô hình 5 áp lực cạnh tranh



Hình 2.3: Mô hình năm áp lực cạnh tranh đối với DN

(Nguồn: Michael Porter, 2007)

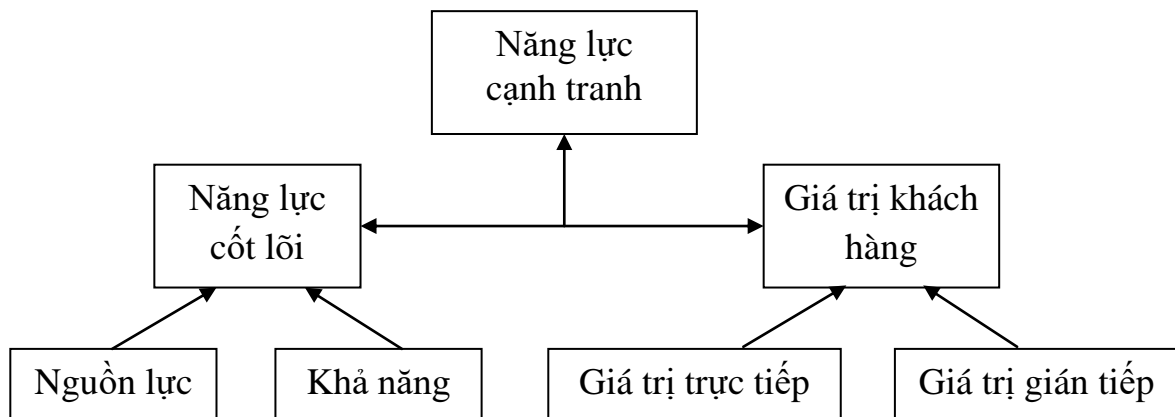
Với mô hình 5 áp lực cạnh tranh, Michael Porter cho thấy đa số các DN đều phải luôn đối mặt với những áp lực này.

Với đối thủ cạnh tranh: luôn phải biết đối phó với các phản ứng xảy ra của đối thủ, nhằm giữ vững thị phần trên thị trường cạnh tranh. Tất cả những thay đổi của đối thủ trong ngành ảnh hưởng đến công ty, phải được xem xét và cân nhắc vận dụng nguồn lực với mọi biện pháp đối phó, tìm cơ hội và tránh bất lợi; Với khách hàng: Cần phải làm sao để duy trì và phát triển. Mở rộng tìm kiếm khách hàng tiềm năng, phục vụ và cung cấp đáp ứng nhu cầu khách hàng với sản phẩm/dịch vụ có chất lượng tốt nhất. Tạo điều kiện cho khách hàng trung thành với thương hiệu công ty; Với nhà cung cấp: Tạo và giữ quan hệ sao cho hiệu quả, đảm bảo nguồn cung cấp từ nguyên vật liệu,... luôn đầy đủ, chất lượng và giá rẻ cho công ty;

Sản phẩm thay thế và Đối thủ tiềm ẩn là những vấn đề khó lường. Công ty cần phải nhạy bén để đối phó khi thị trường có những sản phẩm thay thế sản phẩm chính, khách hàng dịch chuyển xu hướng tiêu dùng. Cũng như đối thủ tiềm ẩn xuất hiện khi nào, quy mô ra sao, xuất phát từ quan hệ nào của các công ty, sức mạnh các đối thủ này ra sao.

- Gelei (2004), xác định 2 thành phần trong NLCT của doanh nghiệp

Gelei xác định NLCT của DN gồm hai thành phần: Một là những giá trị mà DN đó đáp ứng cho khách hàng từ sản phẩm và dịch vụ của DN; Hai là nguồn lực (Năng lực cốt lõi, Prahalad và Hamel-1990) giúp DN thực hiện việc mang giá trị đó đến cho khách hàng.



Hình 2.4: Mô hình hai thành phần trong NLCT của DN

(Nguồn: Gelei, 2004)

Như vậy theo nghiên cứu của Gelei (2004), đưa ra với mô hình trên thể hiện NLCT của một DN phải dựa vào 2 thành phần cơ bản, đó là: Năng lực cốt lõi của DN, trong đó gồm Nguồn lực của DN và Khả năng vận dụng nguồn lực đó. Thành phần thứ hai là: Giá trị khách hàng, trong đó có giá trị trực tiếp và giá trị gián tiếp.

2.1.2. Công ty cho thuê tài chính

- Các khái niệm
- Cho thuê tài chính (Finance Leasing)

Theo Ủy ban tiêu chuẩn kế toán quốc tế (IASB) - 1982, đã ban hành tiêu chuẩn về cho thuê tài chính. Theo quy định của IASB, giao dịch được xem là cho thuê tài chính phải thỏa mãn một trong các tiêu chuẩn sau: một là, khi thời hạn thuê chấm dứt, quyền sở hữu tài sản có thể được chuyển giao cho bên thuê tùy theo sự thỏa thuận của các bên trong hợp đồng, hai là, hợp đồng có quy định quyền mặc cả mua lại sản của bên thuê; ba là, thời hạn thuê chiếm phần lớn thời gian hữu ích của tài sản; bốn là, giá trị hiện tại của các khoản tiền thuê phải lớn hơn hoặc tương đương với giá trị của tài sản.

Tại Việt Nam, ngành cho thuê tài chính lần đầu tiên được pháp luật ghi nhận bằng Quyết định số: 149/QĐ-NH ngày 27/5/1995 của Thống đốc Ngân hàng nhà nước. Trong Quyết định này, cho thuê tài chính được gọi là tín dụng thuê mua.

Khái niệm cho thuê tài chính: Cho thuê tài chính là một hoạt động tín dụng trung, dài hạn thông qua việc cho thuê máy móc - thiết bị và các động sản khác. Bên cho thuê cam kết mua máy móc - thiết bị và động sản theo yêu cầu của bên thuê và nắm giữ quyền sở hữu đối với tài sản cho thuê. Bên thuê sử dụng tài sản thuê và thanh toán tiền thuê trong suốt thời hạn thuê đã được hai bên thỏa thuận và không được hủy bỏ hợp đồng trước hạn. Khi kết thúc thời hạn thuê, bên thuê được chuyển quyền sở hữu, mua lại hoặc tiếp tục thuê tài sản đó theo các điều kiện đã thỏa thuận trong hợp đồng thuê (*Nghị định 64/1995/NĐ-CP*).

- Công ty cho thuê tài chính tại Việt Nam

Công ty cho thuê tài chính là một loại Công ty tài chính, hoạt động chủ yếu là cho thuê máy móc, thiết bị và các động sản khác (*Nghị định 64-CP*)

Công ty CTTC được thành lập và hoạt động tại Việt Nam dưới các hình thức như sau: Công ty CTTC cổ phần; Công ty CTCTC trực thuộc tổ chức tín

dụng; Công ty CTTC liên doanh; Công ty CTCT 100% vốn nước ngoài (*Nghị định 39/2014/NĐ-CP*).

- *Những đặc điểm của cho thuê tài chính*

Một là, CTTC là một dạng cho thuê tài sản, nhưng khác về căn bản so với các loại cho thuê tài sản khác là có sự chuyển dịch cơ bản các rủi ro và các lợi ích, gắn liền với quyền sở hữu tài sản thuê.

Hai là, Xét dưới hình thức cấp vốn, CTTC là một hoạt động tín dụng trung, dài hạn trên cơ sở hợp đồng cho thuê tài sản (tài sản là: máy móc, thiết bị, phương tiện vận chuyển, động sản khác,...) giữa bên cho thuê là công ty CTTC với khách hàng thuê (khách hàng có nhu cầu thuê thường là: các doanh nghiệp, các đối tác trong liên kết kinh tế).

Ba là, Trong thời hạn thuê, các bên không đơn phương hủy bỏ hợp đồng cho thuê.

Bốn là, Công ty CTTC giữ quyền sở hữu tài sản cho thuê, bên thuê có nghĩa vụ nộp tiền thuê (tiền trích khấu hao tài sản cho thuê) cho công ty CTTC. Khi kết thúc thời hạn thuê, khách hàng mua lại hoặc tiếp tục thuê tài sản đó theo các thỏa thuận trong hợp đồng thuê.

Năm là, Loại hình CTTC có lợi thế cho người đi thuê, là người thuê không cần bỏ toàn bộ số tiền ra một lúc để có máy móc, thiết bị, đồng thời cũng không cần phải thế chấp tài sản như trong các giao dịch vay vốn khác; Bên đi thuê tài chính không phải chịu những rủi ro do sự mất giá của tài sản, hao mòn tự nhiên (*Nguồn: Nghị định 16/2001/NĐ-CP*).

2.2. Xác định các nhân tố tác động đến năng lực cạnh tranh của công ty cho thuê tài chính

- Căn cứ để xác định các nhân tố tác động đến năng lực cạnh tranh của công ty cho thuê tài chính

Với những quan điểm được tổng hợp trên đây, là những khái niệm về

NLCT hay khả năng cạnh tranh của DN mà các nhà nghiên cứu đưa ra. Các quan điểm được nhóm chung theo các trường phái như: cổ điển, tân cổ điển, hiện đại, hoặc theo các quy mô tổ chức ở các cấp như quốc gia, cấp công ty trên các quan điểm khác nhau. Đã giúp người tác giả hiểu rõ ràng hơn khái niệm về NLCT đối với một quốc gia, một tổ chức hoạt động kinh doanh qua các giai đoạn phát triển của nền kinh tế trên toàn cầu. Đó cũng là cơ sở lý thuyết để vận dụng trong việc nghiên cứu, phân tích, đánh giá các kết quả nghiên cứu về NLCT và xác định các nhân tố tác động đến NLCT. Từ đó, định hướng cho sự khẳng định và đề xuất một mô hình có các nhân tố bên trong tác động đến NLCT đối với các công ty CTTC nói chung và công ty CTTC tại Việt Nam nói riêng, trong đề tài nghiên cứu của tác giả.

Với nghiên cứu về ngành CTTC tại Việt Nam của tác giả Hoàng Thị Thanh Hằng (2013), cũng đã dựa vào những lý thuyết nền cơ bản để xây dựng nên các mô hình nghiên cứu, xác định các yếu tố nội lực (bên trong) tác động đến NLCT của công ty CTTC. Trong nghiên cứu, được tác giả đánh giá lựa chọn các lý thuyết của Thompson - Strickland và các phương pháp đánh giá NLCT của công ty CTTC tại TP. Hồ Chí Minh, như: sử dụng ma trận SWOT để đánh giá điểm mạnh yếu, cơ hội và thách thức; Mô hình kim cương của Michael Poretr; Mô hình hình ảnh cạnh tranh. Tác giả Hoàng Thị Thanh Hằng cũng lý giải mô hình SWOT chỉ phù hợp cho nghiên cứu xây dựng chiến lược cạnh tranh, không phù hợp cho nghiên cứu NLCT; Với mô hình kim cương của Michael Porter, thì chỉ phù hợp cho phân tích NLCT của quốc gia hoặc một địa phương, nếu dùng cho phân tích NLCT của DN sẽ có những hạn chế, khi bỏ sót nhiều yếu tố bên trong DN. Đối với mô hình hình ảnh cạnh tranh là cho biết NLCT tuyệt đối của DN so với đối thủ. Tuy nhiên, theo tác giả Hoàng Thị Thanh Hằng thì khi áp dụng sẽ gặp khó khăn, bởi sự giới hạn về số lượng đối thủ cạnh tranh có thể so sánh. Tác giả Hoàng Thị Thanh Hằng cũng

xác định các đối thủ cạnh tranh của công ty CTTC tại Việt Nam, không chỉ là các công ty trong ngành, mà là còn ở các định chế tài chính khác và cả các công ty trên thế giới. Vì thế điều này rất khó khăn trong công tác thu thập thông tin và số liệu để áp dụng phương pháp này trong việc so sánh. Cuối cùng tác giả Hoàng Thị Thanh Hằng đã sử dụng phương pháp của Thompson – Strickland (2001), về sự lựa chọn mô hình phân tích đánh giá các yếu tố bên trong, tức sử dụng ma trận đánh giá các yếu tố nội bộ của công ty. Từ đó, tác giả Hoàng Thị Thanh Hằng đưa ra mô hình về các yếu tố nội bộ cấu thành NLCT của công ty CTTC tại TP. Hồ Chí Minh, gồm: Năng lực tài chính; Năng lực quản trị điều hành; Năng lực nguồn nhân lực; Năng lực sản phẩm; Năng lực Marketing; Năng lực chất lượng dịch vụ; Năng lực cạnh tranh lõi suất; Năng lực uy tín thương hiệu; Năng lực công nghệ; Năng lực phát triển mạng lưới.

Cũng trong các nghiên cứu trước, trong đó nghiên cứu của Hoàng Thị Thanh Hằng (2013) đề cập đến các nhân tố bên ngoài tác động đến NLCT của công ty nói chung và công ty CTTC. Tuy nhiên trong nghiên cứu này tác giả chỉ tập trung đi vào nghiên cứu các nhân tố bên trong tác động đến NLCT của công ty CTTC, dựa trên nền tảng lý thuyết cơ bản về NLCT và kế thừa các kết quả nghiên cứu đã đưa ra những nhân tố bên trong tác động đến NLCT của một công ty ở các ngành, trong đó có công ty thuộc ngành CTTC.

- *Phân tích thực trạng các nhân tố bên trong tác động đến NLCT của công ty CTTC tại Việt Nam*

➤ ***Nhân tố Nhân lực (NL)***

Theo khảo sát và đánh giá thực tế qua ý kiến từ các chuyên gia, nguồn nhân lực các công ty CTTC tại Việt Nam hiện nay thật sự chưa tốt. Các công ty CTTC luôn trong tình trạng thiếu nhân viên kinh doanh, số nhân viên kinh doanh của mỗi công ty CTTC tại Việt Nam là không quá 100 người. Nguyên

nhân dẫn đến vấn đề khó khăn này là bởi vì, nhân viên kinh doanh tại các công ty CTTC đòi hỏi phải là người thông thạo về nghiệp vụ CTTC, khả năng phân tích đánh giá năng lực đối với các công ty, các DN là khách hàng đi thuê tài chính, khả năng thẩm định dự án đầu tư, phương án kinh doanh, thẩm định giá tài sản, kỹ năng giao tiếp đàm phán, kỹ năng phục vụ khách hàng,...Ngoài ra, đối với các công ty CTTC 100% vốn nước ngoài đòi hỏi phải có trình độ ngoại ngữ tốt. Tuy nhiên, yêu cầu về năng lực là thế, nhưng mức lương được chi trả tại các công ty CTTC thật sự là chưa hấp dẫn và không cao hơn tại các tổ chức kinh doanh tài chính khác như: ngân hàng, công ty tài chính, quỹ đầu tư, công ty bảo hiểm, khi ở cùng vị trí là nhân viên kinh doanh. Mặt khác không kém phần quan trọng, đó là nguồn khách hàng tiềm năng cho các công ty CTTC luôn ở trong tình trạng khan hiếm và nhiều sự tranh giành. Việc tìm kiếm, lập mối quan hệ, lựa chọn, tư vấn, thuyết phục các khách hàng sử dụng dịch vụ CTTC là thật sự khó khăn và cam go đối với các nhân viên. Hiện nay còn rất nhiều DN, tổ chức chưa am hiểu về lĩnh vực CTTC và cũng chưa thật sự tin tưởng vào nguồn cung cấp vốn trung và dài hạn, từ các công ty CTTC tại Việt Nam. Đó thật sự là những rào cản, đối với các nhân sự muốn tìm đến làm việc và cống hiến tại các công ty CTTC ở Việt Nam.

➤ ***Nhân tố Tài chính (TC)***

Đánh giá thực tế về tài chính của các công ty CTTC tại Việt Nam: Đối với các công ty CTTC thuộc các ngân hàng tại Việt Nam, thì nguồn vốn chủ yếu được các ngân hàng tài trợ. Năng lực tài chính của các công ty CTTC này được xem là tương đối vững mạnh, có thể đảm bảo nhu cầu tài trợ cho khách hàng, với điều kiện tổng thể của ngân hàng mẹ hoạt động hiệu quả. Nhưng, khi xác định lợi nhuận để tái đầu tư thì bắt buộc phải tuân thủ theo phân bổ vốn của các ngân hàng (công ty mẹ). Đồng thời khi xảy ra việc, một trong các thành viên khác trong hệ thống ngân hàng thua lỗ, thì công ty CTTC cũng

phải gánh chịu chung rủi ro, việc phân bổ vốn sẽ thay đổi, vì công ty không tự quyết toàn bộ vốn đầu tư này. Do đó, vấn đề này cũng gây không ít khó khăn cho các công ty CTTC trực thuộc các ngân hàng. Đối với các công ty 100% vốn nước ngoài, nguồn vốn phụ thuộc vào nguồn lực tài chính và sự phân bổ đầu tư của các công ty mẹ ở nước ngoài, hoặc dựa vào sự vay mượn, huy động vốn từ các quỹ đầu tư, các tổ chức tài chính nước ngoài. Chính điều này, các công ty CTTC phải gánh chịu áp lực từ mức lãi suất vay, sự biến động về lãi suất và diễn biến của kinh tế toàn cầu. Ngoài ra, các công ty CTTC còn gánh chịu những rủi ro khi nợ xấu tăng cao, việc thu hồi nợ khó, thanh lý tài sản sau khi thu hồi chậm (tính thanh khoản tài sản không cao), sẽ dẫn đến mất vốn trong đầu tư kinh doanh. Một vấn đề quan trọng trong việc huy động vốn của các công ty CTTC, với việc NHNN chỉ cho phép phát hành trái phiếu để huy động thì các công ty CTTC chưa có giải pháp nào khác. Tuy nhiên với năng lực, tầm ảnh hưởng như hiện nay của các công ty này thì khả năng huy động vốn bằng phương pháp là hết sức khó khăn và có thể cho rằng chưa một công ty nào thực hiện được.

➤ ***Nhân tố Quản trị điều hành (QT)***

Quản trị là vấn đề sống còn của một doanh nghiệp và luôn phải được đề cao. Hiện nay, trình độ quản trị của các doanh nghiệp tại Việt Nam cũng đã thay đổi và nâng cao, tính chuyên nghiệp của các nhà quản trị đã thể hiện rõ tại các doanh nghiệp. Sự hội nhập, công nghệ phát triển, nhà quản lý được trẻ hóa và được đào tạo kỹ càng hơn, giúp cho các doanh nghiệp có được đội ngũ quản trị tốt hơn. Tuy nhiên, trong lĩnh vực CTTC quản trị của các công ty thuộc các ngân hàng quốc doanh vẫn là vấn đề cần xem xét. Đội ngũ quản lý các công ty này vẫn còn tư tưởng bao cấp, chờ đợi sự hỗ trợ, sự chỉ đạo và sắp xếp từ cấp lãnh đạo là người chủ quản, đội ngũ nhân viên đầu đó ở tình trạng sắp xếp nhằm vị trí. Các nhà quản trị ở đó còn chút lúng túng trong cách tổ

chức mô hình kinh doanh được hợp lý và linh động, chiến lược kinh doanh chưa rõ ràng, sự phân bổ nguồn lực chưa thật sự tốt, thiếu thông tin và sự hỗ trợ để nhà quản trị ra quyết định chính xác và đúng lúc. Đối với các công ty CTTC 100% vốn nước ngoài thì lợi thế hơn về nhân tố này, nhưng cũng gặp phải chút ít rào cản về văn hóa, ngôn ngữ, và chênh lệch kiến thức ở các cấp quản trị điều hành.

➤ ***Nhân tố Chất lượng phục vụ (CL)***

Đối với các công ty CTTC tại Việt Nam, thực trạng về chất lượng dịch vụ trong CTTC là cần thiết phải nhìn nhận và điều chỉnh cho hiệu quả hơn, chuyên nghiệp hơn. Các công ty CTTC thuộc các ngân hàng cổ phần thương mại thường lợi thế hơn trong công việc này, bởi đã có được sự đào tạo từ phương cách dịch vụ tài chính từ ngân hàng, các vấn đề hỗ trợ khách hàng, sự hoàn tất các thủ tục trong hồ sơ cho thuê tài chính là nhanh gọn và rõ ràng. Tuy nhiên, còn không ít số nhân viên tại các công ty CTTC này vẫn thật sự mang tính ỷ lại và sự dựa dẫm, vì thế chưa thật sự tốt, đó là tình trạng ở các công ty CTTC thuộc các ngân hàng quốc doanh. Đối với các công ty CTTC 100% vốn nước ngoài cũng có được ý thức dịch vụ tương đối tốt, khi các nhân viên ở các công ty này có mặt bằng kiến thức tương đối cao, đồng thời với chế độ lương bổng tốt hơn so với các nhân viên cùng vị trí tại các công ty khác, đó cũng là yếu tố tâm lý giúp các nhân viên tập trung hơn trong công việc dịch vụ khách hàng.

➤ ***Nhân tố Sản phẩm (SP)***

Đối với công ty cho thuê tài chính, sản phẩm là sản phẩm dịch vụ, là các hình thức trong nghiệp vụ cho thuê tài chính, tuy nhiên sản phẩm khách hàng sử dụng trực tiếp lại là một sản phẩm hữu hình. Do đó, các công ty cho thuê tài chính phải thực hiện công việc nối kết, hướng dẫn các thủ tục, hồ sơ và điều kiện để khách hàng có được một sản phẩm hữu hình và sử dụng hiệu

quả trong hoạt động kinh doanh, thông qua các sản phẩm dịch vụ của công ty cho thuê tài chính. Đó cũng là tầm quan trọng về nhân tố sản phẩm của các công ty cho thuê tài chính tại Việt Nam. Hiện tại các công ty CTTC có các sản phẩm dịch vụ chính, như: Cho thuê tài chính, cho thuê vận hành, mua và cho thuê lại. Trong đó cho thuê tài chính được xem là sản phẩm có số dư nợ chiếm hơn 80% trên tổng dư nợ, trong sản phẩm dịch vụ này việc đáng chú trọng là cách thức giúp các khách hàng có nhu cầu thực hiện được việc thuê mua qua công ty CTTC để được một sản phẩm cụ thể, như: máy móc, thiết bị, công nghệ, phương tiện vận tải,...phù hợp sử dụng kinh doanh của doanh nghiệp. Đối với thuê vận hành, hiện các công ty CTTC tại Việt Nam vẫn chưa triển khai mạnh, vì đây là sản phẩm dịch vụ khó quản lý tài sản cho thuê. Riêng sản phẩm mua và cho thuê lại thì các công ty CTTC đã giúp được các doanh nghiệp có được một khoản vốn lưu động sử dụng trong hoạt động kinh doanh, sau khi bán tài sản đã mua (máy móc thiết bị, dây chuyền công nghệ,...) và thuê lại chính tài sản của mình đã bán. Đối với sản phẩm CTTC của các công ty CTTC là chưa thật sự phong phú, chưa thực hiện tốt công việc phát triển sản phẩm.

➤ ***Nhân tố Thương hiệu (TH)***

Quá trình hoạt động kinh doanh của một công ty, hình thành nên một thương hiệu với nhiều yếu tố. Một công ty có thương hiệu tốt và uy tín sẽ tạo ra một lợi thế cạnh tranh của công ty đó, các công ty cho thuê tài chính cũng không ngoại lệ. Cho thuê tài chính với sản phẩm là dịch vụ, việc xác định thương hiệu không thông qua sản phẩm hữu hình, chủ yếu thông qua sản phẩm dịch vụ. Cho thuê tài chính tại Việt Nam từ khi bắt đầu cho đến nay đã trải qua một khoảng thời gian trên 20 năm, một số công ty có thương hiệu nổi bật hơn thường dựa vào thương hiệu của các ngân hàng chủ quản, các công ty 100% vốn nước ngoài cũng được một số các khách hàng quen thuộc

quan tâm. Tuy nhiên nhìn chung về thương hiệu của các đơn vị trong ngành CTTC tại Việt Nam là chưa thật sự nổi bật, chưa thật sự được định vị rõ ràng trong lòng khách hàng. Sự hiểu biết về CTTC chỉ gói gọn trong số ít khách hàng là doanh nghiệp, với tỷ lệ rất nhỏ so với số lượng doanh nghiệp hiện có tại Việt Nam. Có thể nói tính truyền thông, quảng bá, hay chất lượng dịch vụ,...của các công ty CTTC chưa thật sự thu hút các khách hàng, hoặc cũng có thể sản phẩm CTTC chưa thật sự là điểm đến của các doanh nghiệp khi có nhu cầu.

➤ ***Nhân tố Quy mô-Mạng lưới (QM)***

Đối với các công ty CTTC tại Việt Nam, quy mô – mạng lưới chưa thể phủ kín hay hiện diện rộng khắp trên phạm vi cả nước, thực tế chỉ tập trung ở các khu vực trung tâm của quốc gia. Mặc dù quan niệm và sự mong muốn phục vụ của các công ty là cả nước, nhưng đối với các công ty trực thuộc các ngân hàng thì dựa vào mạng lưới chi nhánh ngân hàng để thực hiện sản phẩm chéo (phục vụ và giới thiệu chéo cho nhau giữa dịch vụ ngành ngân hàng và CTTC), còn lại các công ty khác thì chỉ có vài chi nhánh tại các thành phố lớn trong nước, như Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh, Cần Thơ, Đà Nẵng. Điều này cũng gây không ít khó khăn và bất lợi cho cả các công ty CTTC của Việt Nam và các khách hàng.

➤ ***Nhân tố Marketing (MK)***

Đối với các công ty CTTC tại Việt Nam, công việc marketing được thực hiện bởi những nhân viên bán hàng (nhân viên giới thiệu và hỗ trợ khách hàng thực hiện hợp đồng cho thuê tài chính). Chiến lược marketing tại các công ty này là chưa thật sự rõ ràng, chưa đúng với yêu cầu thực tế. Công việc phân tích thị trường, lựa chọn thị trường mục tiêu, khách hàng tiềm năng là yếu kém. Về sản phẩm thì marketing chưa giúp khách hàng nhận biết và hiểu rõ sự khác biệt và lợi ích khác biệt so với sản phẩm dịch vụ tài chính khác; Về

giá, marketing của các công ty chưa làm rõ từng khoản mục, khách hàng còn nghi ngờ các chi phí, lo sợ mức giá chưa phù hợp; Đối với phân phối, thì mạng lưới còn thừa thớt và chưa thật sự đáp ứng kịp thời; Về chiêu thị, thì các công ty CTTC chưa làm được những yêu cầu tối thiểu, như: hội nghị khách hàng, hội chợ triển lãm, quảng cáo truyền thông, quan hệ công chúng,...thương hiệu chưa được xây dựng và định vị trong lòng khách hàng.

➤ ***Nhân tố Giá cả (GC)***

Như đã lý giải trên, với nghiên cứu thực tế tại các công ty cho thuê tài chính, giá cả bao gồm nhiều khoản cộng lại, trong đó bao gồm: số tiền gốc và lãi phải trả hàng tháng, tiền ký quỹ, tiền đặt cọc, phạt trễ hạn, tất cả những khoản phí này nói lên giá của người đi thuê phải trả cho công ty cho thuê tài chính. Tuy nhiên, phải xác định giá trị tài sản thuê là khoản quyết định số tiền đầu tư của công ty cho thuê tài chính và là khoản tiền để công ty cho thuê tài chính tính ra các khoản phí nói trên.

➤ ***Nhân tố Quản lý rủi ro (RR)***

Thực trạng về quản lý rủi ro tại các công ty CTTC tại Việt Nam là chưa thật sự tốt, các công tác thẩm định chỉ quan tâm nhiều đến hồ sơ và quy trình. Đối với việc thẩm định năng lực của các khách hàng là chưa kỹ, chưa đánh giá đúng thực tế. Vấn đề này liên quan đến năng lực của nhân viên thẩm định và sự kê khai không minh bạch của khách hàng. Nhân viên thẩm định thường bỏ sót những chi tiết quan trọng, khách hàng thường che giấu những điểm yếu, những vấn đề bất lợi. Bên cạnh việc phân tích các phương án kinh doanh của khách hàng thuê cũng là yếu tố quan trọng không kém. Nhiều nhân viên của công ty cho thuê tài chính cũng như các ngân hàng là không biết đánh giá đúng mức độ hiệu quả của phương án kinh doanh, hoặc không nhận thấy tiềm năng, hoặc cố tình đánh giá cao hơn mức độ hiệu quả kinh doanh của phương án. Vì thế có khi lại đánh mất khách hàng tốt và cũng có khi chấp nhận những

khách hàng xấu. Khách hàng thường viết phương án quá sự thật, quá khả năng, hoặc trong phương án đưa ra viễn cảnh tốt hơn nhiều so thực tế năng lực của khách hàng, nhưng nhân viên thẩm định khó nhận ra. Ngoài ra ở các công ty CTTC hay các ngân hàng tại Việt Nam, việc thẩm định chỉ là hoàn thiện thủ tục, tất cả làm theo chỉ đạo cấp trên và làm sao để có thể hợp thức hóa được các khoản thuê, các khoản vay cho khách hàng mà thôi. Điều này đã gây ra không ít hệ lụy và rủi ro cho các công ty CTTC và cho cả ngành tài chính Việt Nam.

Đối với nhân tố Công nghệ trong mô hình của tác giả Hoàng Thị Thanh Hằng (2013), sẽ không có trong mô hình nghiên cứu về NLCT của công ty CTTC tại Việt Nam. Bởi vì, hiện nay Công nghệ ứng dụng trong quản lý, là cơ sở hạ tầng chung cho các công ty CTTC tại Việt Nam, tất cả được trang bị để hỗ trợ cho hoạt động kinh doanh của các công ty. Với công nghệ về thiết bị máy móc, công nghệ ứng dụng cho khách hàng thuê thì được xem là nằm trong tài sản cho thuê. Vấn đề này thì công ty CTTC không thể có biện pháp quản lý và điều chỉnh, chỉ phụ thuộc vào nhu cầu khách hàng, sự quan hệ với các nhà cung ứng, sự đánh giá lựa chọn của các chuyên viên của công ty cũng như của khách hàng, khi tiến hành khảo sát chọn lựa để mua về sử dụng cho hoạt động kinh doanh của người thuê.

Từ những phân tích, đánh giá và căn cứ lý thuyết tác giả đi đến tổng hợp và đề xuất bổ sung các nhân tố bên trong tác động đến NLCT, được áp dụng cho nghiên cứu đối với công ty CTTC tại Việt Nam, cụ thể như sau:

Bảng 2.3: Tổng hợp và đề xuất bổ sung các nhân tố tác động đến NLCT áp dụng cho công ty CTTC tại Việt Nam

Nhân tố	Tên các tác giả đã nghiên cứu ở các công ty	Ghi chú
Nhân lực	Hò Đức Hùng (2009); Trần Thế Hoàng (2011); Hoàng Thị Thanh Hằng (2013); Nguyễn Thành Long (2016); Ibarra, M. A., González, L. A. & Demuner, M. del R. (2017);	
Tài chính	Hò Đức Hùng (2009); Trần Thế Hoàng (2011); Hoàng Thị Thanh Hằng (2013); Nguyễn Văn Thụy (2015); Ibarra, M. A., González, L. A. & Demuner, M. del R. (2017)	
Quản trị điều hành	Hò Đức Hùng (2009); Trần Thế Hoàng (2011); Hoàng Thị Thanh Hằng (2013); Nguyễn Văn Thụy (2015); Nguyễn Thành Long (2016);	
Chất lượng phục vụ	R K N D DARSHANI (2013); Hoàng Thị Thanh Hằng (2013); Razvan Voinescu, Cristan Moisoiu (2014); Nguyễn Văn Thụy (2015); Ibarra, M. A., González, L. A. & Demuner, M. del R. (2017).	

Nhân tố	Tên các tác giả đã nghiên cứu ở các công ty	Ghi chú
Sản phẩm – Dịch vụ	Hò Đức Hùng (2009); Hoàng Thị Thanh Hằng (2013); Nguyễn Văn Thụy (2015); Nguyễn Thành Long (2016); Ibarra, M. A., González, L. A. & Demuner, M. del R. (2017).	
Giá cả	Trần Thế Hoàng (2011); Hoàng Thị Thanh Hằng (2013); R K N D DARSHANI (2013); Razvan Voinescu, Cristan Moisoiu (2014); Nguyễn Thành Long (2016).	Bổ sung mới của tác giả; Phan Thị Thanh Hằng (2013) chỉ nói Lãi suất ảnh hưởng đến giá cả
Thương hiệu	Hò Đức Hùng (2009); Trần Thế Hoàng (2011); Hoàng Thị Thanh Hằng (2013); Nguyễn Thành Long (2016).	
Quy mô – Mạng lưới	Hò Đức Hùng (2009); Hoàng Thị Thanh Hằng (2013).	
Marketing	Hò Đức Hùng (2009); Trần Thế Hoàng (2011); R K N D DARSHANI (2013); Hoàng Thị Thanh Hằng (2013); Razvan Voinescu, Cristan Moisoiu (2014); Nguyễn Văn Thụy (2015); Nguyễn Thành Long (2016); Ibarra, M.	

Nhân tố	Tên các tác giả đã nghiên cứu ở các công ty	Ghi chú
	A., González, L. A. & Demuner, M. del R. (2017).	
Quản lý rủi ro	Với O. A. Saenko (2011); Hoàng Thị Thanh Hằng (2013); Nguyễn Văn Thụy (2015); Elmira A. Asyaeva và cộng sự (2016).	Bổ sung mới của tác giả; Phan Thị Thanh Hằng (2013): Chỉ nói chung trong quản lý

(Nguồn: Tổng hợp nghiên cứu của tác giả)

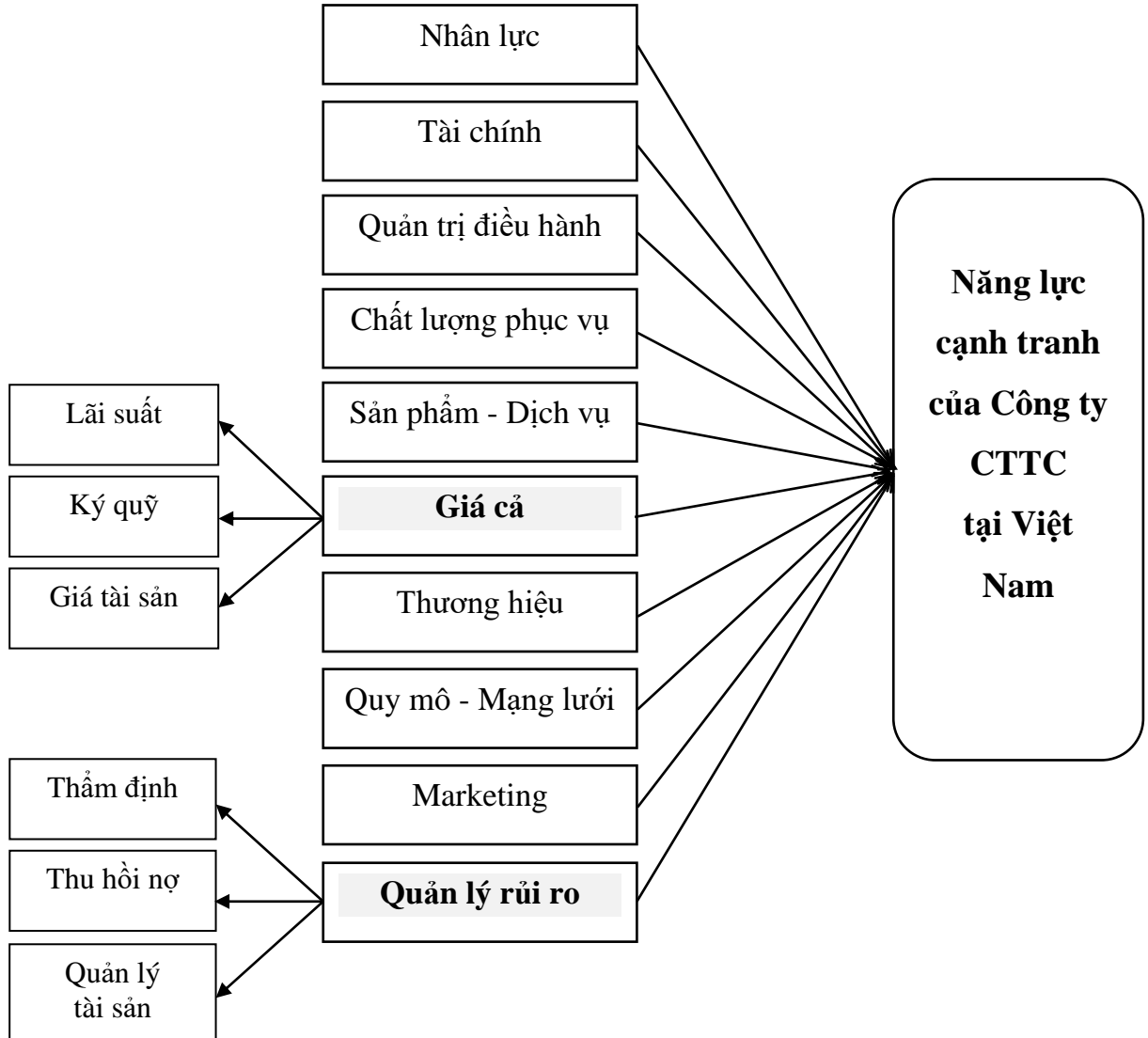
Bảng tổng hợp trên, đã tổng hợp tất cả những nhân tố được xác định là những nhân tố bên trong tác động đến NLCT của các công ty nói chung, theo các nghiên cứu trước. Đồng thời từ sự tổng hợp và phân tích, đánh giá của tác giả, cũng như sự kế thừa có phân tích chọn lọc, tác giả đưa ra các nhân tố phù hợp với hướng nghiên cứu về các nhân tố tác động đến NLCT của các công ty CTTC tại Việt Nam, nhằm có những giải pháp giúp cải thiện các nhân tố này tốt hơn trong hiện tại ở các công ty CTTC, để nâng cao NLCT của các công ty CTTC tại Việt Nam trong giai đoạn sắp tới.

2.3. Mô hình đề xuất và đo lường các biến trong mô hình

2.3.1. Mô hình đề xuất

Từ những tổng hợp và kế thừa kết quả các nghiên cứu trước, vận dụng các cơ sở lý thuyết nền, các mô hình nghiên cứu về các nhân tố tác động đến NLCT đối với các công ty nói chung và các công ty CTTC, tổng hợp các ý kiến đóng góp từ các chuyên gia trong quá trình nghiên cứu, tác giả đề xuất

một mô hình nghiên cứu về các nhân tố bên trong tác động đến NLCT của công ty CTTC tại Việt Nam:



Hình 2.5: Mô hình nghiên cứu NLCT của công ty CTTC tại Việt Nam

(Nguồn: Tác giả phát triển)

Như đã phân tích và trình bày trên, trong mô hình đề xuất của tác giả có những nhân tố: Giá cả, Quản lý rủi ro, là những nhân tố mới, được hình thành từ sự nghiên cứu và phát hiện những khoảng trống của các nghiên cứu trước. Với tất cả các nhân tố, có những thang đo cụ thể đã được lý giải và trình bày

chi tiết. Đo lường các biến trong mô hình, để hoàn chỉnh các thang đo cho các biến (các biến quan sát).

2.3.2. Giả thuyết trong nghiên cứu

Bảng 2.4: Giả thuyết kỳ vọng với các nhân tố bên trong

Stt	Ký hiệu	Tên nhân tố	Giả thuyết
1	H1	Nhân lực (NL)	Nhân tố NL có tác động dương đến NLCT của công ty CTTC
2	H2	Tài chính (TC)	Nhân tố TC có tác động dương đến NLCT của công ty CTTC
3	H3	Quản trị điều hành (QT)	Nhân tố QT có tác động dương đến NLCT của công ty CTTC
4	H4	Chất lượng phục vụ (CL)	Nhân tố CL có tác động dương đến NLCT của công ty CTTC
5	H5	Sản phẩm – Dịch vụ (SP)	Nhân tố SP có tác động dương đến NLCT của công ty CTTC
6	H6	Giá cả (GC)	Nhân tố GC có tác động dương đến NLCT của công ty CTTC
7	H7	Thương hiệu (TH)	Nhân tố TH có tác động dương đến NLCT của công ty CTTC
8	H8	Quy mô – Mạng lưới (QM)	Nhân tố QM có tác động dương đến NLCT của công ty CTTC
9	H9	Marketing (MK)	Nhân tố MK có tác động dương đến NLCT của công ty CTTC
10	H10	Quản lý rủi ro (RR)	Nhân tố RR có tác động dương đến NLCT của công ty CTTC

(Nguồn: Tác giả phát triển)

Trên cơ sở mục tiêu nghiên cứu và các câu hỏi nghiên cứu, với mô hình đề xuất nghiên cứu các nhân tố bên trong tác động đến NLCT của các công ty

CTTC tại Việt Nam, tác giả kỳ vọng và đặt ra các giả thuyết là tất cả các Nhân tố đều có tác động dương đến NLCT của công ty CTTC.

2.3.3. Đo lường các biến trong mô hình

- Thang đo Nhân lực (NL):

Khi đánh giá nguồn nhân lực, M. Porter (1980) phát biểu rằng, chất lượng của nguồn nhân lực trong một DN sẽ tác động đến năng suất làm việc của nguồn nhân lực đó. Với Duffey (1988), người lao động của một tổ chức cần có khả năng hiểu và sử dụng được công nghệ mới, đặc biệt là công nghệ thông tin và nhanh chóng thích ứng với sự thay đổi của tổ chức. Theo Bueno (1999), nguồn lực con người là yếu tố trung tâm trong việc đạt được khả năng cạnh tranh. Với Brian và cộng sự (2001), xác định nguồn nhân lực là một tài sản của DN, vì các tác giả cho rằng nguồn lực luôn đóng một vai trò then chốt trong việc thực hiện mục tiêu, chiến lược và cũng là một yếu tố quan trọng tạo ra khả năng cạnh tranh cho một DN. Với David (2001), lý giải rằng quản lý nguồn nhân lực là một phần không thể tách rời của chiến lược duy trì và phát triển của một DN. Theo Wayne (2010), nếu không có con người thì các tổ chức không thể tồn tại được. Với Manmohan (2013), cho rằng nguồn nhân lực của một tổ chức, là bao gồm những nỗ lực, những khả năng và kỹ năng của tất cả những người làm việc trong tổ chức đó. Các nhân viên sẽ làm tốt công việc của mình, vì lợi ích của tổ chức cũng như lợi ích của chính mình, nếu như họ được quản lý một cách hợp lý và hiệu quả. Các nghiên cứu tại Việt Nam cũng đánh giá về tầm quan trọng của nguồn lực, như: Theo Lê Văn Tâm, Ngô Kim Thanh (2008): Nhân lực theo nghĩa rộng được hiểu như nguồn lực con người; Nhân lực theo nghĩa hẹp được hiểu: Nhân lực xã hội (nguồn lao động xã hội) là dân số trong độ tuổi có khả năng lao động và nhân lực DN là lực lượng lao động của từng DN. Với Đỗ Minh Cường, Nguyễn Thị Doan (2001), Nhân lực là những cá nhân có nhân cách, có khả năng lao động sản

xuất. Như vậy, nhân lực là yếu tố tối quan trọng và không thể thiếu trong các tổ chức, các DN. Nhân lực là yếu tố giúp DN nâng cao NLCT trong hoạt động kinh doanh. Để có nhân lực giỏi cho DN, chắc chắn các tổ chức phải chú trọng đến công tác tuyển dụng nguồn nhân lực tốt, có chiến lược phát triển và đào tạo, chuẩn bị nguồn nhân lực để có được những nhân lực đủ tiêu chuẩn đáp ứng nhu cầu phát triển của DN. Theo Lê Thị Mỹ Linh (2009), nguồn nhân lực (humans resources) của một tổ chức bao gồm tất cả những người lao động làm việc trong một tổ chức đó, có sức khỏe và trình độ khác nhau, họ có thể tạo thành một sức mạnh để hoàn thành tốt mục tiêu của tổ chức, nếu họ được động viên, khuyến khích phù hợp. Với Trần Xuân Cầu & Mai Quốc Chánh (2008), nguồn nhân lực là nguồn lực con người có khả năng sáng tạo ra của cải vật chất và tinh thần cho xã hội, được biểu hiện qua số lượng và chất lượng nhất định tại một thời điểm nhất định. Hồ Đức Hùng (2009), xác định Nguồn nhân lực là một trong 6 yếu tố (trong mô hình 6M) về khả năng cạnh tranh của DN. Theo tác giả Hoàng Thị Thanh Hằng (2013), đã nghiên cứu yếu tố Nhân lực tác động đến NLCT của công ty CTTC, dựa trên mô hình của Thompson Strickland. Tuy nhiên cũng chỉ đánh giá qua các chỉ số từ tham khảo các chuyên gia tài chính. Rất nhiều định nghĩa khác nhau về nhân lực, nguồn nhân lực, tùy theo góc độ tiếp cận, tuy nhiên những điểm chung cơ bản qua các định nghĩa về nguồn nhân lực đó là: Số lượng nhân lực: Số lao động cho một tổ chức theo nhu cầu của tổ chức; Chất lượng nhân lực: Gồm các yếu tố như trí tuệ, trình độ, sự hiểu biết, đạo đức, kỹ năng, sức khỏe của người lao động; Cơ cấu về nhân lực: trình độ đào tạo, giới tính, độ tuổi.

Qua kết quả nghiên cứu, thang đo này có các biến quan sát:

- (1) Nguồn nhân lực đủ đáp ứng nhu cầu công việc
- (2) Nhân viên mặn cán với công việc
- (3) Nhân viên được đào tạo chuyên môn phù hợp

(4) Nhân viên có khả năng sáng tạo

(5) Nhân viên tuân thủ văn hóa doanh nghiệp và đạo đức nghề nghiệp

- Thang đo Tài chính (TC):

Các hoạt động của một DN luôn cần đến một nguồn tài chính nhất định, DN không có tài chính hoặc không đủ nguồn tài chính thì mọi hoạt động sẽ hết sức khó khăn và đôi khi không thể thực hiện được. Như vậy năng lực tài chính của DN là khả năng đảm bảo nguồn lực tài chính hay khả năng đảm bảo nguồn vốn cho các hoạt động của DN đó, nhằm thực hiện được mục tiêu. Các công ty cho thuê tài chính cũng cần nguồn tài chính như các ngân hàng, khả năng tài chính là thước đo sức mạnh của các ngân hàng, các công ty CTTC cũng tương tự như thế. Để đánh giá năng lực tài chính và hiệu quả của một ngân hàng, thường sử dụng tiêu chí CAMEL, trong đó C (Capital Adequacy Ratio: Hệ số an toàn vốn), A (Asset Quality: Chất lượng tài sản có), M (Management competence: Năng lực quản trị), E (Earnings strength: Khả năng sinh lời), L (Liquidity risk: Rủi ro thanh khoản). Theo Lamarque (2005), phát biểu: Gia tăng vốn là hoạt động nền tảng nhằm mang lại giá trị lợi nhuận cho tổ chức kinh doanh tài chính (ngân hàng, công ty tài chính, công ty CTTC), vì thế cần quản lý cho an toàn nguồn vốn. Tài sản có của ngân hàng hoặc các công ty CTTC nằm ở các khoản cho vay, các khoản đầu tư. Nếu tỷ lệ nợ tăng cao, trích lập dự phòng nhiều là thể hiện chất lượng tài sản thấp. Mức sinh lời phản ánh kết quả hoạt động kinh doanh, phản ánh sự cạnh tranh với các đối thủ. Đánh giá qua các hệ số như ROA, ROE, ROI. Khả năng thanh khoản của các tài sản, thể hiện qua các chỉ tiêu: khả năng thanh toán hiện thời, khả năng thanh toán ngay, khả năng quản lý rủi ro thanh khoản. Theo Phạm Thị Vân Anh (2012), khi xét đến năng lực tài chính của DN cần xác định hai khả năng, đó là: Khả năng huy động vốn và khả năng đảm bảo an toàn tài chính của DN. Cũng theo tác giả này, năng lực tài chính của DN được xét trên

hai góc độ đó là năng lực tài chính tổng thể và năng lực tài chính cho sự tăng trưởng. Đối với năng lực tài chính tổng thể bao gồm: năng lực tài chính chủ sở hữu DN và năng lực tài chính từ nợ vay; Đối với năng lực tài chính cho sự tăng trưởng bao gồm: năng lực tài chính nội sinh (phần lợi nhuận để lại tái đầu tư), năng lực tài chính ngoại sinh (nguồn tài chính có khả năng huy động để đáp ứng nhu cầu vốn cho tăng trưởng). Hồ Đức Hùng (2009), cũng xác định Vốn, Tài chính là một trong 6 yếu tố (trong mô hình 6M) về khả năng cạnh tranh của DN. Hoàng Thị Thanh Hằng (2013), yếu tố Tài chính có trong 10 yếu tố cấu thành NLCT của công ty CTTC.

Qua kết quả nghiên cứu, thang đo này có các biến quan sát:

- (1) Việc huy động vốn của công ty dễ dàng
- (2) Công ty có lợi nhuận hàng năm tăng
- (3) Công ty đảm bảo khả năng thanh khoản cao
- (4) Công ty có nguồn tài trợ mạnh mẽ
- (5) Vòng quay vốn của công ty nhanh
 - Thang đo Quản trị điều hành (QT)

Quản trị là quản lý cho các tổ chức ổn định, hoạt động đúng quy định, đồng thời lãnh đạo để có sự dẫn dắt, kèm cặp, động viên và kiểm tra kiểm soát điều chỉnh kịp thời các hoạt động của toàn DN, làm sao thực hiện mục tiêu đề ra một cách hiệu quả nhất. Theo AIM (Australian Instituted of Management: Viện quản trị Úc - 2013), nói về khái niệm khả năng quản trị, đã đưa ra các vấn đề mà nhà lãnh đạo, quản trị DN phải có, đó là: Tầm nhìn chiến lược; Lãnh đạo hiệu quả trong tổ chức; Lãnh đạo con người trong tổ chức; Năng lực tổ chức. Theo nghiên cứu của Cameli và Tishler (2004), cho rằng khả năng quản trị có tác động tích cực đến kết quả hoạt động của các tổ chức hành chính. Với Kivipõld và Vadi (2013), nghiên cứu năng lực lãnh đạo của các tổ chức tài chính tại Estonia, chỉ ra rằng năng lực lãnh đạo có tác

động tích cực đến kết quả hoạt động kinh doanh của DN. Theo Ngô Kim Thanh, Lê Văn Tâm (2013), Quản trị DN là một quá trình tác động liên tục, có tổ chức, có hướng đích của chủ DN, sử dụng một cách tốt nhất tiềm năng và cơ hội để thực hiện những hoạt động sản xuất – kinh doanh nhằm đạt được mục tiêu đề ra theo đúng luật định và thông lệ xã hội. Theo khái niệm của quản trị học thì, quản trị là tiến trình hoạch định, tổ chức, lãnh đạo và kiểm soát hoạt động của các thành viên trong tổ chức, sử dụng các nguồn lực nhằm đạt đến sự thành công trong các mục tiêu đề ra của DN. Trong nghiên cứu của Hồ Đức Hùng (2009), với mô hình 6M, các mô hình về khả năng cạnh tranh của các DN, đã xác định yếu tố Quản trị là một trong các yếu tố quyết định NLCT của DN. Hoàng Thị Thanh Hằng (2013), cũng đưa yếu tố Quản trị điều hành vào mô hình NLCT của công ty CTTC.

Qua kết quả nghiên cứu, thang đo này có các biến quan sát:

- (1) Mô hình tổ chức của công ty hợp lý
 - (2) Đội ngũ lãnh đạo công ty có trình độ và năng lực tốt
 - (3) Công ty bố trí lao động hợp lý
 - (4) Chiến lược kinh doanh của công ty tốt
 - (5) Chính sách phúc lợi cho nhân sự tốt
 - (6) Lãnh đạo công ty ra quyết định nhanh chóng và chính xác
- Thang đo Chất lượng phục vụ (CL)

Theo nghiên cứu của các nhà khoa học, Gronroos (1984), Parasuraman và cộng sự (1985), Cronnin và Taylor (1992), Sweeney và cộng sự (1997), Dabholka và cộng sự (2000), đã phát triển các khung phân tích đánh giá chất lượng dịch vụ với nhiều yếu tố cấu thành khác nhau. Với Gronroos (1984), cho rằng để đo lường chất lượng dịch vụ cần ba tiêu chí: Chất lượng kỹ thuật (mô tả dịch vụ được cung cấp là gì và chất lượng mà khách hàng nhận được từ dịch vụ), chất lượng chức năng (mô tả dịch vụ được cung cấp như thế nào,

hay làm thế nào để khách hàng nhận được kết quả chất lượng kỹ thuật) và hình ảnh (là yếu tố quan trọng được xây dựng dựa trên chất lượng kỹ thuật và chất lượng chức năng của dịch vụ); Parasuraman và cộng sự (1985), chất lượng dịch vụ là khoảng cách giữa sự mong đợi của khách hàng và nhận thức của họ khi đã sử dụng qua dịch vụ; Cronin và Taylor (1992), qua nghiên cứu đã đưa ra kết luận: yếu tố nhận thức là công cụ dự báo tốt hơn về chất lượng dịch vụ; Sweeney và cộng sự (1997), cho rằng: giá trị là sự so sánh giữa những gì khách hàng nhận được và những gì công ty cung cấp; Dabholka và cộng sự (2000), đưa ra mô hình xem xét các yếu tố tiền đề, trung gian và kết quả của chất lượng dịch vụ, yếu tố tiền đề (sự tin cậy, sự quan tâm tới cá nhân, sự thoải mái, điểm đặc trưng) giúp chất lượng dịch vụ tốt hơn và mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ với sự hài lòng của khách hàng và ý định hành vi của khách hàng. Theo ISO, thì chất lượng dịch vụ là tập hợp các đặc tính của một đối tượng, tạo cho đối tượng có khả năng thỏa mãn những yêu cầu đã nêu ra hoặc tiềm ẩn.

Với cơ sở lý thuyết, sự kế thừa các nghiên cứu trước và các nghiên cứu gần nhất của Hoàng Thị Thanh Hằng (2013) về yếu tố chất lượng dịch vụ, tác giả phân tích thực tế và chọn các biến quan sát ảnh hưởng đến yếu tố chất lượng dịch vụ với các thành phần sau:

- (1) Nhân viên công ty luôn ứng xử tốt khi giao tiếp với khách hàng
 - (2) Thủ tục đơn giản và thực hiện nhanh gọn
 - (3) Nhân viên luôn hỗ trợ và đáp ứng nhanh yêu cầu khách hàng
 - (4) Công ty luôn có chế độ chăm sóc khách hàng tốt
- Thang đo Sản phẩm – Dịch vụ (SP)

Sản phẩm của mỗi công ty, là một trong những yếu tố có tác động trực tiếp để khách hàng lựa chọn công ty. Nhiều tác giả nghiên cứu đã cho rằng xác định yếu tố sản phẩm, dịch vụ để xác định NLCT của DN. Viện nghiên

cứu Trung ương (2002), NLCT của sản phẩm – dịch vụ được đo bằng thị phần của sản phẩm – dịch vụ đó. Vấn đề nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới cũng được các nhà nghiên cứu đánh giá là quan trọng. Damanpour (1991), cho rằng đề xuất sản phẩm mới, ý tưởng mới sẽ tạo ra giá trị mới cho DN, nhằm làm tăng khả năng cạnh tranh của DN đó. Với cùng quan điểm này, Deshpandé và Farley (2004) cho rằng nếu đưa sản phẩm – dịch vụ mới vào thị trường, sẽ phản ánh được năng lực sáng tạo của một DN. Một tác giả khác cũng cho rằng, để trở thành người tiên phong và đáp ứng được nhu cầu của khách hàng trong thị trường thì DN phải không ngừng cải tiến và phát triển các sản phẩm – dịch vụ mới (Szeto, 2000). Theo Anabel và cộng sự (2013), khả năng sáng tạo của DN nào cao hơn đối thủ trong ngành thì sẽ có năng lực cạnh tranh cao hơn và khẳng định khả năng đổi mới sản phẩm – dịch vụ có ảnh hưởng tích cực đến kết quả hoạt động kinh doanh của DN đó. Trong nghiên cứu của: Nguyễn Văn Thụy (2015), Nguyễn Thành Long (2016), Hoàng Thị Thanh Hằng (2013), cho rằng sản phẩm của công ty CTTC là yếu tố trực tiếp tác động đến quyết định lựa chọn công ty CTTC của các khách hàng. Tác giả khẳng định rằng năng lực sản phẩm của công ty CTTC thể hiện qua các yếu tố: Sự đa dạng và phong phú của sản phẩm; Sự thuận tiện, nhanh chóng và an toàn của sản phẩm; Thông tin đầy đủ về sản phẩm. Qua kết quả nghiên cứu, thang đo này có các biến quan sát:

- (1) Công ty có nhiều hình thức cho thuê
- (2) Công ty có nhiều phương thức tính toán tiền thuê
- (3) Sản phẩm phù hợp nhu cầu khách hàng
- (4) Sản phẩm cho thuê của công ty là đa dạng và phong phú
- (5) Công ty đầu tư cho việc phát triển sản phẩm rất tốt
 - Thang đo Giá cả (GC)

Trong mô hình nghiên cứu về Khả năng cạnh tranh của DN, M. Porter (1985) quan tâm đến nhân tố giá cả. Yếu tố này được cho là một trong 9 nhân tố tác động trực tiếp đến NLCT của DN. Theo R K N D DARSHANI (2013), giá thuê là phân đóng góp chính với 81% cho kết quả. Hồ Đức Hùng (2009), Nguyễn Thành Long (2016), đánh giá yếu tố giá cả là quan trọng và cũng đưa ra yếu tố giá trong mô hình tài chính của DN. Hoàng Thị Thanh Hằng (2013), xác định giá cho thuê là giá tài sản với yếu tố lãi suất trong cho thuê tài chính là quyết định, tác giả Hằng chưa đưa ra cụ thể các thành phần cấu thành giá của sản phẩm thuê tài chính tại các công ty CTTC ở Việt Nam.

Qua kết quả nghiên cứu, thang đo này có các biên quan sát:

(1) Yếu tố Giá cả – Lãi suất (GCIs)

- Lãi suất thấp hơn đối thủ cạnh tranh
- Lãi suất phù hợp với thị trường
- Vốn huy động có lãi suất thấp

(2) Yếu tố Giá cả – Ký quỹ (GCkq)

- Ký quỹ có tính lãi suất cho khách hàng
- Ký quỹ với tỷ lệ trên tổng giá trị hợp lý
- Thủ tục và thời gian hoàn trả ký quỹ nhanh gọn

(3) Yếu tố Giá cả – Giá tài sản (GCts)

- Giá tài sản phù hợp với thị trường
- Giá theo sự thương lượng của các bên tham gia
- Chứng từ thể hiện giá đúng quy định pháp luật

▪ **Thang đo thương hiệu (TH)**

Theo Philip Kotler: Thương hiệu có thể được hiểu như là tên gọi, thuật ngữ, biểu tượng, hình vẽ hay sự phối hợp giữa chúng được dùng để xác nhận sản phẩm của người bán và để phân biệt với sản phẩm của đối thủ cạnh tranh.

Với Hiệp hội Marketing Mỹ thì, Thương hiệu là tên gọi, biểu tượng, dấu hiệu, kiểu dáng hoặc sự phối hợp tất cả các yếu tố này để có thể nhận biết hàng hóa hoặc dịch vụ của một người bán cũng như phân biệt nó với hàng hóa hay dịch vụ của những người bán khác. Tác giả Victor Smith (2002), khi nghiên cứu khả năng cạnh tranh của các ngân hàng thương mại, tác giả cho rằng khả năng này phải chịu tác động của một số nhóm nhân tố, trong đó có nhân tố giá trị Thương hiệu, chất lượng dịch vụ,... Trong các nghiên cứu trước, yếu tố thương hiệu đã được đề cập trong mô hình cạnh tranh, như: Hồ Đức Hùng (2009), Trần Thế Hoàng (2011), Nguyễn Thành Long (2016), Hoàng Thị Thanh Hằng (2013), tác giả kế thừa và phân tích để đưa ra các vấn đề quyết định nên thương hiệu của công ty CTTC tại Việt Nam như sau:

- (1) TH dễ dàng được nhận biết qua logo của công ty
- (2) TH được nhận biết qua màu sắc đặc trưng của công ty
- (3) TH là thân thiết với khách hàng
- (4) TH thân thiện và đóng góp lớn cho nền kinh tế quốc gia
- (5) TH tạo được sự tin cậy từ khách hàng
 - Thang đo Quy mô – Mạng lưới (QM)

Quy mô-mạng lưới thể hiện tầm mở rộng thị trường và chiếm thị phần của một công ty, tạo điều kiện thuận lợi cho việc triển khai các sản phẩm dịch vụ đến tay khách hàng, mang lại hiệu quả cho công ty.

Theo nghiên cứu của Kumon, 1992 (trích dẫn trong nghiên cứu của Zhao và Aram, 1995) thì, mạng lưới kinh doanh là một tập thể, nơi những người tham gia chia sẻ thông tin, tri thức hữu ích với các thành viên khác và phát triển DN dựa trên niềm tin lẫn nhau, dẫn đến sự cộng tác để đạt được những mục tiêu cá nhân và mục tiêu tập thể. Với Koka và Prescott (2002) cho rằng, ở cấp độ DN mạng lưới kinh doanh có thể đại diện cho vốn xã hội, dựa vào những chức năng: Phương tiện dẫn truyền thông tin, thiết lập những nghĩa

vụ và kỳ vọng dựa trên những chuẩn mực của tất cả các thành viên. Về vai trò, theo nghiên cứu của Snehota và Hakansson (1995) đã xác định được ba lớp vai trò của mạng lưới kinh doanh: Lớp hoạt động (các mối quan hệ giúp duy trì, phát triển hoạt động nội bộ và hoạt động tương tác giữa các thành viên); Lớp tài nguyên (các tài nguyên được kết nối và chia sẻ thông qua mạng lưới); Lớp chủ thể (giúp kết nối các bên và tác động lên hành vi mỗi chủ thể).

Trong các kết quả nghiên cứu trước của các tác giả, Hồ Đức Hùng (2009) xác định quy mô là một trong các yếu tố quyết định năng lực cạnh tranh của DN, Hoàng Thị Thanh Hằng (2013) đã đề cập yếu tố về năng lực phát triển mạng lưới là quan trọng, để DN chiếm lĩnh thị phần đưa sản phẩm đến gần khách hàng hơn. Qua kết quả nghiên cứu, thang đo này có các biến quan sát:

- (1) Công ty có chi nhánh, phòng giao dịch hợp lý
 - (2) Công ty có liên kết với nhiều tổ chức tín dụng khác
 - (3) Công ty đầu tư tập trung các thành phố lớn
 - (4) Công ty phục vụ khách hàng khắp các tỉnh thành
- Thang đo Marketing (MK)

Hoạt động marketing là bao phủ toàn bộ hoạt động của DN, dưới góc nhìn của khách hàng (P.F. Drucker – 1954: 38, 39). Marketing là chuỗi những công việc, xác định dự báo những nhu cầu, thông qua đó tạo lợi nhuận cho mình (Viện marketing của Anh). Với Kotler & Armstrong (2012), thì marketing là như quá trình mà công ty tạo ra giá trị cho các khách hàng và xây dựng mối quan hệ với khách hàng chặt chẽ, để thu được những giá trị từ khách hàng. Theo Vorhies & Harker (2000), khả năng marketing là quá trình tích hợp được những kiến thức, kỹ năng và nguồn lực của DN để đáp ứng nhu cầu thị trường, tạo điều kiện cho DN tăng giá trị sản phẩm, dịch vụ của mình và đủ năng lực để cạnh tranh với đối thủ.

Tuy nhiên đối với các nước nói tiếng Anh thì chữ marketing đã thể hiện hàm ý, còn đối với Việt Nam thì sự hiểu về chữ marketing là khó khăn, xuất phát từ chữ Market là một cái chợ, là nơi trao đổi giữa nhu cầu và các giải pháp, vậy marketing là làm cho nhu cầu và giải pháp gắn lại với nhau và việc trao đổi và nhu cầu xảy ra. Làm marketing là làm cho sản phẩm được tiêu thụ, có người mua. Marketing trong DN là bộ phận đưa sản phẩm đến với khách hàng, mang lại lợi ích theo mục tiêu đề ra của DN, như vậy cho thấy marketing là một yếu tố vô cùng quan trọng cho một DN. Ở các nghiên cứu trước về các mô hình khả năng cạnh tranh, các tác giả như: M. Porter (1995), đưa nhân tố khuyến mãi là một trong 9 nhóm nhân tố có tác động trực tiếp đến năng lực cạnh tranh của DN; Ibarra, M. A., González, L. A. & Demuner, M. del R. (2017), Hồ Đức Hùng (2009), Trần Thế Hoàng (2011), Lê Thị Hằng (2013), Nguyễn Văn Thụy (2015), Nguyễn Thành Long (2016), Hoàng Thị Thanh Hằng (2013), cũng đã xác định yếu tố này trong mô hình cạnh tranh của các DN, các công ty CTTC. Qua kết quả nghiên cứu, thang đo này có các biến quan sát:

- (1) Chiến lược marketing của công ty tốt
- (2) Công ty có chương trình quảng cáo tốt
- (3) Đội ngũ marketing của công ty tốt
- (4) Công ty luôn phản ứng kịp thời với các đối thủ cạnh tranh
- (5) Quan hệ công chúng của công ty tốt
 - Thang đo Quản lý rủi ro (RR)

Đối với yếu tố rủi ro, trong các nghiên cứu trước với các mô hình năng lực cạnh tranh chưa được đề cập đầy đủ, chưa làm rõ và chưa xem đó là một yếu tố chính để xây dựng trong mô hình NLCT của DN, yếu tố rủi ro được các tác giả đưa vào trong công tác quản lý chung của công ty. Tuy nhiên yếu tố rủi ro phải cần được xác định, đánh giá và có chiến lược quản lý một cách

chặt chẽ, đảm bảo cho sự hoạt động và phát triển của các DN, đặc biệt các tổ chức kinh doanh dịch vụ tài chính như các công ty CTTC. Qua kết quả nghiên cứu, thang đo này có các biến quan sát:

(1) Yếu tố Quản lý rủi ro – Thẩm định (RRtd)

- Kiểm tra chặt chẽ hồ sơ cần thẩm định
- Đánh giá kỹ năng lực khách hàng
- Thẩm định tính hiệu quả phương án kinh doanh của khách hàng

(2) Yếu tố Quản lý rủi ro – Thu hồi nợ (RRthn)

- Hồ sơ pháp lý đối với món nợ cần thu đầy đủ
- Môi quan hệ hỗ trợ cho việc thu hồi nợ thuận lợi
- Quy trình thu hồi nợ được thực hiện chặt chẽ

(3) Yếu tố Quản lý rủi ro – Quản lý tài sản (RRts)

- Thực hiện tốt việc kiểm tra tài sản cho thuê theo định kỳ
- Thực hiện ngay việc thu hồi tài sản thuộc món nợ
- Thanh lý tài sản sau thu hồi đúng quy định

▪ **Thang đo năng lực cạnh tranh (NLCT)**

Theo phân tích thang đo NLCT của Hoàng Thị Thanh Hằng (2013), cũng như kết quả nghiên cứu của Christos Sigalas & Victoria Pekka Economou & Nikolaos B. Georgopoulos (2013). Việc đo lường các lợi thế cạnh tranh hay NLCT của công ty, là nhằm xác định và đánh giá việc công ty có khai thác hết nguồn lực của công ty hay không, nhằm khai thác hết mọi cơ hội của thị trường trong thị trường cạnh tranh với các đối thủ. Đánh giá các công ty có khả năng phản ứng và chống chọi lại những áp lực và có thể vô hiệu hóa được những rủi ro, những mối đe dọa từ các áp lực ngành cũng như các áp lực trong tổ chức hoạt động kinh doanh. Công ty cũng đã có những biện pháp tiết giảm các chi phí một cách tốt nhất trong quá trình kinh doanh, nhằm tạo mọi lợi thế trong chiến lược chi phí thấp để có được chiến lược giá

tốt nhất so với các đối thủ. Các biến đo lường của NLCT của công ty CTTC được xác định như sau:

- (1) Công ty đang cạnh tranh và khai thác tốt mọi cơ hội thị trường so với các đối thủ
- (2) Công ty vận dụng tốt các yếu tố nội lực và vô hiệu hóa được các mối đe dọa đến với mình
- (3) Công ty giảm được tổng chi phí so với đối thủ và tiếp tục phát triển trong tương lai

Kết luận Chương 2

Trong chương này, tác giả hệ thống hóa các lý thuyết cơ bản về NLCT và CTTC, thông qua các khái niệm, quan điểm về NLCT nói chung và NLCT của CTTC. Các mô hình nghiên cứu NLCT tiêu biểu được thể hiện từ các nhà nghiên cứu trước, với căn cứ trên một nền tảng lý thuyết cơ bản và những lý thuyết mới phù hợp với các nghiên cứu về NLCT và các nhân tố tác động đến NLCT của các DN cũng như các công ty CTTC, trong đó có các công ty CTTC tại Việt Nam. Kế thừa các nền tảng lý thuyết đó, tác giả xác định các nhân tố phù hợp cho nghiên cứu về NLCT các công ty CTTC tại Việt Nam. Tác giả đề xuất một mô hình nghiên cứu và đặt ra các giả thuyết kỳ vọng và đo lường các biến trong mô hình qua các thang đo cụ thể. Từ đó có những bước thực hiện tiếp theo trong nghiên cứu.

CHƯƠNG 3

THIẾT KẾ NGHIÊN CỨU

Để tiến hành thực hiện việc nghiên cứu cho đề tài có trình tự và khoa học, tác giả đã thiết kế phương pháp và quy trình nghiên cứu một cách rõ ràng, cụ thể. Trong đó nêu các bước nghiên cứu từ sơ bộ đến chính thức, có nghiên cứu định tính và định lượng, các công cụ và cách thức thực hiện.

3.1. Phương pháp và quy trình nghiên cứu

3.1.1. Phương pháp nghiên cứu

Trong đề tài này, tác giả thực hiện với ba bước nghiên cứu, đó là: Tổng hợp, nghiên cứu các tài liệu; Nghiên cứu sơ bộ và nghiên cứu chính thức.

- Tổng hợp, nghiên cứu tài liệu, công trình nghiên cứu: Thực hiện tổng quan các công trình nghiên cứu, tổng quan lý thuyết nền; Phân tích thực trạng vấn đề nghiên cứu; Tìm ra các khoảng trống của nghiên cứu trước; Đề xuất mô hình cho nghiên cứu và đặt ra các giả thuyết.

- Nghiên cứu sơ bộ: Được thực hiện bằng phương pháp nghiên cứu định tính. Với mục đích nhằm khám phá, thực hiện điều chỉnh và bổ sung các biến quan sát, dùng để đo lường các khái niệm trong nghiên cứu. Việc nghiên cứu sơ bộ này được thực hiện thông qua các buổi thảo luận, lấy ý kiến của các chuyên gia, phỏng vấn các đối tượng nghiên cứu.

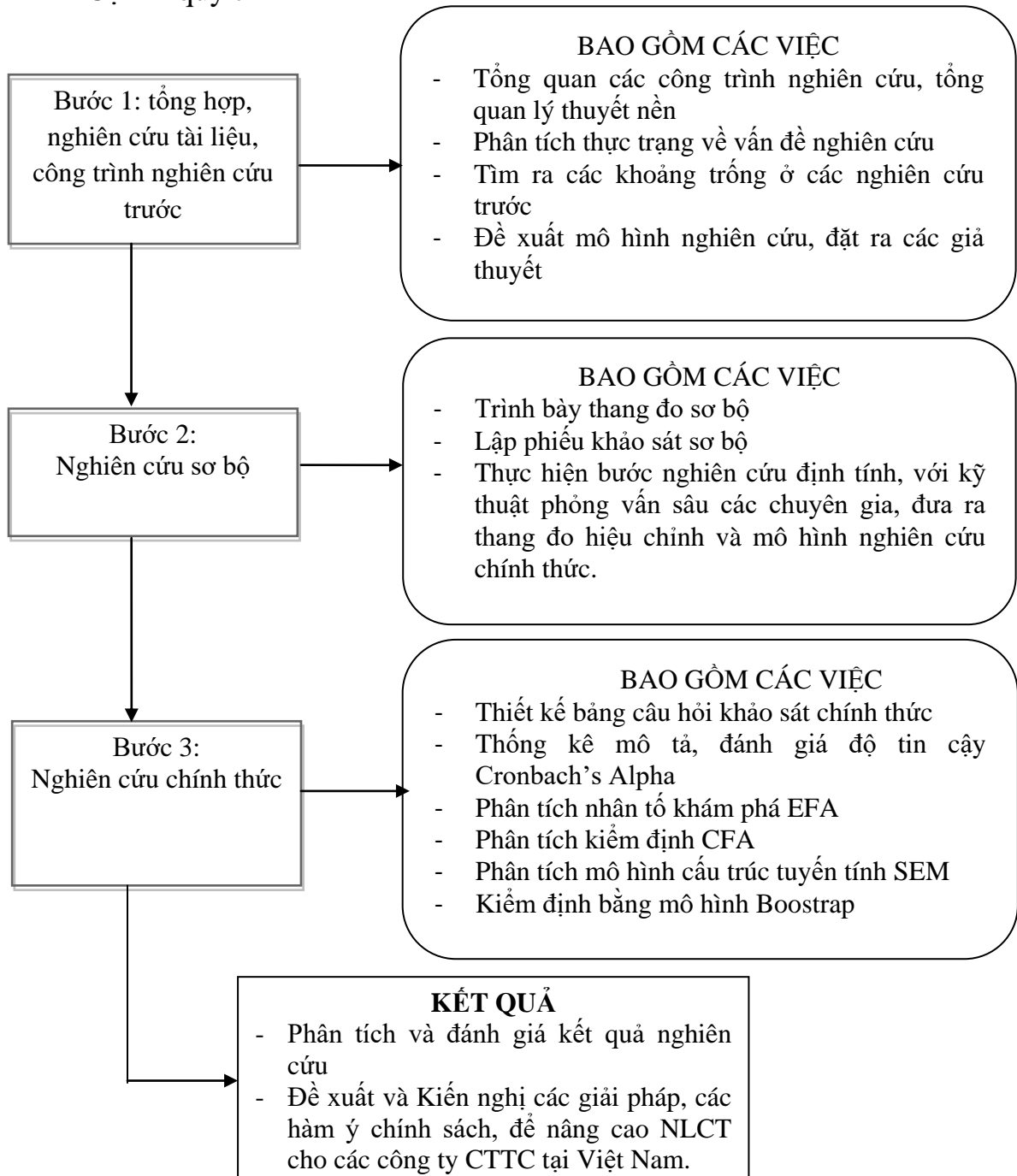
- Nghiên cứu chính thức: Sẽ được thực hiện sau khi đã điều chỉnh, sửa đổi, loại bỏ, bổ sung các biến quan sát, dựa trên kết quả bước nghiên cứu sơ bộ. Nghiên cứu chính thức được thực hiện bằng phương pháp định lượng, thực hiện kiểm định, đo lường mô hình lý thuyết nghiên cứu.

3.1.2. Quy trình nghiên cứu

Để thực hiện quá trình nghiên cứu một cách có trình tự và hiệu quả, tác giả đã thiết lập và thực hiện một quy trình nghiên cứu đầy đủ qua 3 giai đoạn:

- Bước 1: Tổng hợp nghiên cứu tài liệu, công trình nghiên cứu trước
- Bước 2: Nghiên cứu sơ bộ
- Bước 3: Nghiên cứu chính thức

Cụ thể quy trình như sau:



Hình 3.1: Quy trình nghiên cứu

(Nguồn: Tác giả phát triển)

3.2. Nghiên cứu định tính

3.2.1. Nguồn dữ liệu và phương pháp thu thập

Dữ liệu liên quan đến vấn đề nghiên cứu gồm dữ liệu thứ cấp và sơ cấp, được thu thập từ các nguồn:

- Với dữ liệu thứ cấp: Thu thập và tổng hợp từ các báo cáo tổng kết, các trang tạp chí, các công trình nghiên cứu trước, các luận án tiến sĩ đã được kiểm định và công bố.

- Với dữ liệu sơ cấp: Thu thập và phân tích, tổng hợp thông qua các buổi hội thảo, phỏng vấn và trao đổi trực tiếp với các chuyên gia nhiều kinh nghiệm trong lĩnh vực: Ngân hàng, Cho thuê tài chính. Cơ sở từ các câu hỏi, đề cương thảo luận với các chuyên gia, tập trung về các nhân tố tác động đến NLCT của công ty nói chung và NLCT của các công ty CTTC tại Việt Nam.

- ❖ Nguồn dữ liệu thu thập từ tài liệu:

Tác giả tiếp cận dưới dạng của các Báo cáo tổng kết hoạt động thường niên của các công ty CTTC, các Ngân hàng CPTM; Các Báo cáo của Bộ tài chính qua 5-10 năm; Ngân hàng nhà nước; Các báo cáo theo nhiệm kỳ của Hiệp hội CTTC Việt Nam. Đồng thời thu thập thông qua các tài liệu nghiên cứu ở nước ngoài, tại Việt Nam về NLCT và lĩnh vực CTTC, thông qua các công trình nghiên cứu khoa học, các luận án. Tất cả được tổng hợp và sắp xếp theo các chủ đề, thời gian nghiên cứu. Từ đó, tác giả đúc rút được các cơ sở lý thuyết về NLCT, khái quát và giải thích các vấn đề liên quan đến các nhân tố tác động đến NLCT của các DN, các nhân tố tác động đến NLCT của các công ty CTTC theo chủ đề nghiên cứu.

- ❖ Nguồn dữ liệu thu thập từ kết quả thảo luận và phỏng vấn: Tác giả đã ghi chép, thu âm và hệ thống lại theo từng chủ đề, nội dung thảo luận. Thực hiện việc tổng hợp, theo các nhóm chuyên gia đã được phỏng vấn và xác nhận. Từ đó có sự rút trích đối với các nội dung liên quan đến đề tài nghiên

cứu. Trong quá trình thực hiện các bước phỏng vấn và thảo luận cũng gặp không ít khó khăn. Tuy nhiên vì tác giả có thời gian công tác trong lĩnh vực tài chính ngân hàng và đặc biệt là 6 năm ở lĩnh vực CTTC, vì thế khả năng trao đổi về chuyên môn, cũng như am hiểu về những thuật ngữ chuyên ngành, những nguyên tắc hoạt động trong lĩnh vực tài chính, đã giúp ích rất nhiều cho tác giả khi làm việc với các chuyên gia trong lĩnh vực này.

3.2.2. Đối tượng khảo sát và mẫu nghiên cứu

Trước khi tiến hành bước phỏng vấn sâu các chuyên gia về tài chính và CTTC, tác giả dự kiến một danh sách độ 30 chuyên gia ở các công ty CTTC, các ngân hàng CPTM, các công ty tài chính, các trường Đại học. Tác giả có sự sắp xếp, lên hoạch cho việc tiếp xúc với các chuyên gia đồng ý trao đổi, trả lời phỏng vấn về các chủ đề theo đề tài nghiên cứu. Các chuyên gia được lựa chọn là lãnh đạo các công ty CTTC, ngân hàng CPTM; Các giảng viên, các nhà nghiên cứu trong lĩnh vực tài chính đang giảng dạy và về hưu nhưng còn tham gia thỉnh giảng và nghiên cứu (Xem Phụ lục 1 và Phụ lục 2).

3.2.3. Quy trình và phương pháp phân tích dữ liệu định tính

Theo (Strauss & Corbin, 1997), thì phân tích dữ liệu định tính là tìm kiếm những tuyên bố tổng quát về các mối quan hệ, về những chủ đề cơ bản, nhằm khám phá, mô tả và xây dựng nên những lý thuyết nền cho nghiên cứu. Việc nghiên cứu định tính là quá trình sắp xếp theo thứ tự, cấu trúc và thực hiện diễn giải các vấn đề với khối dữ liệu khổng lồ, nhưng lộn xộn và đầy phức tạp, chưa rõ ràng, cần sự sáng tạo và kiên trì (Marshall và Rossman, 2015). Vì thế cần có một quy trình thực hiện cụ thể và rõ ràng.

- Quy trình thực hiện phân tích định tính

Áp dụng quy trình với 7 bước phân tích định tính của Cresswell (2003), với sự phát triển của tác giả Phan Văn Dũng (2013) cụ thể:

Bảng 3.1: Quy trình phân tích dữ liệu định tính

Bước 1: Chuẩn bị dữ liệu	Ghi chép và phân tích dữ liệu thu thập được từ các cuộc phỏng vấn.
Bước 2: Đọc dữ liệu	Được thực hiện nhiều lần, ghi nhận các ý tưởng hình thành từ nội dung phỏng vấn.
Bước 3: Mã hóa dữ liệu	Tổ chức tài liệu theo ý tưởng và gắn vào một khái niệm, thuật ngữ. Sắp xếp các khái niệm, thuật ngữ theo từng chủ đề tương ứng với các nhân tố trong mô hình nghiên cứu được áp dụng. Các nhân tố này sẽ được mã hóa và bố trí vào các cột tương ứng với mức độ khái quát: yếu tố giải thích cho nhân tố, nhóm nhân tố.
Bước 4: Tổng hợp nhân tố	Tổng hợp các nhân tố từ dữ liệu đã được mã hóa.
Bước 5: Kết nối nhân tố	Trình bày các ý kiến, nhằm kết nối các nhân tố được khám phá để thiết lập mô hình.
Bước 6: Phân tích và giải thích ý nghĩa nhân tố trong mô hình	Giải thích ý nghĩa các nhân tố, so sánh các phát hiện với thông tin từ dữ liệu thu được, so sánh với các nghiên cứu trước và kết quả từ quá trình nghiên cứu thực tế.
Bước 7: Kiểm tra độ tin cậy của kết quả nghiên cứu	Kiểm tra tính chính xác của kết quả nghiên cứu định tính bằng bảng câu hỏi khảo sát, đánh giá bằng phương pháp thống kê với số lượng mẫu lớn thuộc nhiều đối tượng trong lĩnh vực CTTC.

(Nguồn: Tác giả phát triển)

- Phương pháp phân tích dữ liệu định tính

Theo King, N. (2004), với phương pháp phân tích dữ liệu định tính theo mẫu (theo dạng thức), đây là một phương pháp tương đối mới có thể thay thế

phương pháp phân tích theo IPA (phân tích hiện tượng diễn dịch). Phân tích mẫu được mô tả như là một cách tiếp cận liên quan đến việc áp dụng một khuôn mẫu, dựa trên quan điểm lý thuyết và nghiên cứu trước đó. Phân tích mẫu là phân tích theo chủ đề dữ liệu định tính (Miles & Huberman, 1994). Theo phương thức này, thì tùy thuộc vào thông tin của dữ liệu được cung cấp và tính chất của các nhân tố, các dữ liệu sẽ được sắp xếp để rút trích, phân loại và mã hóa. Giúp xác định các nhân tố theo cách có hệ thống để đánh giá vai trò và mối quan hệ của các nhân tố.

3.3. Nghiên cứu định lượng

3.3.1. Nguồn dữ liệu và phương pháp thu thập

Sau khi thảo luận cùng thầy hướng dẫn, tác giả hoàn thiện thang đo, điều chỉnh bảng câu hỏi cho nghiên cứu chính thức (Xem phụ lục 3 - Bảng câu hỏi khảo sát nghiên cứu). Nguồn dữ liệu cho định lượng này được thu thập trực tiếp qua việc gửi thư, email. Với kết quả từ các bảng khảo sát thu về, sau đó sàng lọc dữ liệu loại bỏ những phiếu khảo sát không đạt yêu cầu do trả lời không đầy đủ, sai quy cách,...

3.3.2. Đối tượng khảo sát và mẫu nghiên cứu

Trong hệ thống ngành CTTC tại Việt Nam có 10 công ty đang hoạt động, trong đó có 3 công ty thuộc 100% vốn nước ngoài, và các công ty còn lại thuộc các ngân hàng TMCP tại Việt Nam. Vì thế mối liên hệ giữa các công ty CTTC với các lãnh đạo, các chuyên gia thuộc ngành ngân hàng, các công ty tài chính là gần bó và hiểu rất rõ về bản chất, nghiệp vụ cũng như sự quản lý, điều hành hoạt động của các công ty CTTC. Ngoài ra các chuyên gia tại các trường Đại học, các chuyên gia thuộc Hiệp hội CTTC tại Việt Nam cũng đặc biệt quan tâm và có mối liên hệ trong quá trình nghiên cứu, tư vấn hoạt động đối với lĩnh vực này. Do đó, khi nghiên cứu, các đối tượng khảo sát sẽ là: Ban Giám đốc các công ty CTTC, các chuyên viên cấp quản lý, các

chuyên gia ngành tài chính, thuộc các đơn vị như: Ngân hàng TMCP, công ty tài chính, các giảng viên thuộc các trường Đại học giảng dạy, các chuyên gia trong Hiệp hội CTTC tại Việt Nam, các chuyên gia nghiên cứu trong lĩnh vực tài chính đã nghỉ hưu. Tổng số phiếu khảo sát phát đi là 355, số phiếu thu về là 335. Vì như đã nêu trên, tác giả là người có thời gian công tác tại một số đơn vị trong ngành tài chính, ngân hàng, và đang tham gia công tác giảng dạy tại một trường Đại học. Do đó, việc gửi phiếu khảo sát và thu thập về là tương đối thuận lợi. Tuy nhiên, số mẫu nghiên cứu trong lĩnh vực này là không thể có được số lượng lớn.

Bảng 3.2: Tổng hợp số lượng mẫu và cơ cấu đối tượng khảo sát

STT	Đối tượng được khảo sát	Tổng số	Tỷ lệ khảo sát (%)	Số lượng mẫu khảo sát	Tỷ lệ trên tổng mẫu (%)
1	Ban Giám đốc các công ty CTTC	40	100	40	12
2	Các chuyên viên quản lý tại các công ty CTTC	150	100	150	45
3	Giảng viên, nhà khoa học các trường Đại học (10 trường)	70	86	60	18
4	Ban Giám đốc các ngân hàng TMCP, các công ty Tài chính	80	87	70	21
5	Các chuyên gia trong Hiệp hội CTTC Việt Nam	15	100	15	4
	Tổng cộng	355	94	335	100

(Nguồn: Tổng hợp của tác giả)

3.3.3. Quy trình và phương pháp phân tích dữ liệu định lượng

Nghiên cứu định lượng nhằm đo lường mức độ tác động của các nhân tố đến NLCT của các công ty CTTC tại Việt Nam. Trong nghiên cứu này, tác giả sử dụng bộ thang đo Likert (Likert, 1932), thang đo Likert thường sử dụng để đo lường tập các ý kiến phát biểu về một khái niệm nào đó, với số đo là tổng điểm cho từng phát biểu. Theo lý thuyết thì thang đo này là thang đo thứ tự và dùng để đo lường mức độ đồng ý của đối tượng nghiên cứu. Trong đó có các điểm biên thiên từ: Hoàn toàn không đồng ý đến Hoàn toàn đồng ý, thang điểm từ 1 đến 5.

Phương pháp này thực hiện theo quy trình, cụ thể:

- Thiết kế bảng câu hỏi khảo sát chính thức

Qua bước nghiên cứu định tính, sự hoàn thiện các nhân tố và điều chỉnh thang đo qua tổng hợp trả lời của đối tượng khảo sát. Bảng câu hỏi khảo sát chính thức được thiết kế và phát đi cho bước nghiên cứu định lượng.

- Thực hiện phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên, với đối tượng khảo sát và kích thước mẫu như ở phần trên.

- Gửi phiếu khảo sát và nhận kết quả trực tiếp, hoặc gửi thư bưu điện, qua Email, qua các phương tiện trên mạng.

- Xử lý dữ liệu thô: Kiểm tra các phiếu khảo sát nhận về, loại bỏ số phiếu không hợp lệ. Với số phiếu nhận về là 335, số phiếu không hợp lệ là 30, số phiếu còn lại cho nhập liệu là 305 phiếu. Sử dụng phần mềm IBM SPSS Statistics 22 để khai báo các biến và nhập liệu trực tiếp.

- Xử lý trên phần mềm SPSS và AMOS để thực hiện các bước:

- ***Thống kê mô tả, đánh giá độ tin cậy Cronbach's Alpha***

Thống kê mô tả: Được sử dụng để mô tả những đặc tính cơ bản của dữ liệu thu thập được từ nghiên cứu thực nghiệm, qua các cách thức khác nhau.

Thống kê mô tả tạo ra nền tảng của mọi phân tích định lượng về số liệu, biểu diễn dữ liệu thành các bảng số liệu tóm tắt.

Đánh giá độ tin cậy Cronbach's Alpha: Độ tin cậy của các nhân tố trong thang đo, được sử dụng công cụ hệ số tin cậy Cronbach's Alpha trong SPSS để đánh giá và đo lường. Khi chạy Cronbach's Alpha là nhằm loại các biến không phù hợp hay còn gọi là các biến rác trong tập hợp biến (Churchill, 1979). Nếu không các biến rác sẽ tạo ra các nhân tố giả và có thể sẽ làm sai lệch đi cấu trúc của mô hình nghiên cứu. Trong SPSS, hệ số tương quan (corrected item), tổng hiệu chỉnh (total correlation) được sử dụng lấy tương quan của các biến đo lường xem xét với tổng các biến kia trong thang đo. Nếu biến đo lường có hệ số tương quan biến tổng $\geq 0,3$ thì biến đó được xem là đạt yêu cầu (Nguyễn Đình Thọ, 2011). Theo Nunnally và Burnstein (1994), trong một nhân tố có hai biến trùng nhau hoàn toàn thì các biến đo lường này chỉ thực hiện chung một việc, vì thế chỉ xem là một.

Bảng câu hỏi được thiết kế theo dạng thang đo Likert, để kiểm tra sự tương quan giữa các mục hỏi cần sử dụng việc tính hệ số Alpha (α) của Cronbach's, kiểm định thống kê về mức độ chặt chẽ mà các mục hỏi trong thang đo tương quan với nhau. Hay nói cách khác, hệ số Cronbach's Alpha là công cụ để kiểm định mức độ tương quan chặt chẽ giữa các biến quan sát với nhau trong cùng một nhân tố.

Theo cơ sở lý thuyết, có công thức tính hệ số Cronbach's α :

$$\alpha = Np/[1 + p(N-1)]$$

Trong đó:

P (Prô): là hệ số tương quan trung bình giữa các mục hỏi.

N: là số mục hỏi

Cũng theo lý thuyết thì mức hệ số Cronbach's Alpha được quy định:

- Từ 0.8 đến gần bằng 1: thang đo lường rất tốt

- Từ 0.7 đến gần bằng 0.8: thang đo lường sử dụng tốt
- Từ 0.6 trở lên: Thang đo lường đủ điều kiện

(Nguồn: Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008)

Hệ số Cronbach's Alpha có giá trị biến thiên trong đoạn $[0,1]$, về mặt lý thuyết thì hệ số này càng cao càng tốt, tức là thang đo có độ tin cậy cao. Tuy nhiên cũng không hoàn toàn chính xác, vì nếu hệ số Cronbach's Alpha mà quá lớn (khoảng từ 0.95 trở lên) thì cho thấy có nhiều biến trong thang đo không có khác biệt gì nhau, hiện tượng này gọi là trùng lặp trong thang đo.

(Nguồn: Nguyễn Đình Thọ, 2011)

- **Phân tích nhân tố khám phá EFA**

Phân tích khám phá EFA (Exploratory Factor Analysis), giúp đánh giá hai loại giá trị quan trọng của thang đo, đó là: giá trị hội tụ và giá trị phân biệt. Phân tích EFA là thuộc nhóm phân tích đa biến phụ thuộc lẫn nhau (Interdependence techniques), có nghĩa là không có biến phụ thuộc và có biến độc lập, mà dựa vào mối tương quan giữa các biến với nhau.

EFA dùng để rút gọn một tập k biến quan sát thành một tập F (Với $F < k$) các nhân tố có ý nghĩa hơn (Bùi Thị Thanh và Nguyễn Xuân Hiệp, 2012).

Theo các tác giả Mayers, L.S., Gamst, G., Guarino A.J. (2000), cho rằng: Trong phân tích nhân tố khám phá EFA, phương pháp trích Principal Components Analysis cùng với phép xoay Varimax, là hai cách thức được sử dụng phổ biến nhất. Theo Hair và Cộng sự (1998): Hệ số tải nhân tố hay còn gọi trọng số nhân tố (Factor loading) là chỉ tiêu để đảm bảo mức ý nghĩa thiết thực của EFA:

- Factor loading $> 0,3$ được xem là đạt mức tối thiểu
- Factor loading $> 0,4$ được xem là quan trọng
- Factor loading $> 0,5$ được xem là có ý nghĩa thực tiễn

Điều kiện để phân tích nhân tố khám phá (EFA) phải thỏa các yêu cầu:

- Hệ số tải nhân tố (Factor loading) phải $> 0,5$
- Hệ số $0,5 \leq \text{KMO} \leq 1$: KMO (Kaiser – Meyer – Olkin) là chỉ số dùng để xem xét sự thích hợp của phân tích nhân tố.
- Kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê (Sig $< 0,05$): là đại lượng thống kê dùng để xem xét giả thuyết các biến không có tương quan trong tổng thể. Nếu kiểm định có ý nghĩa thống kê (Sig. $< 0,05$) thì các biến quan sát có mối tương quan với nhau trong tổng thể.
- Phần trăm tổng phương sai trích (Percentage of variance) phải $> 50\%$, nó thể hiện phần trăm biến thiên của các biến quan sát.
- Đối với tính hội tụ và phân biệt: Tính tương quan trong tổng thể chính là tính hội tụ (tức là các biến quan sát có mối tương quan với nhau và gom thành một nhân tố); Tính phân biệt, là các nhân tố này khác biệt với các nhân tố khác. Nếu biến quan sát nào vừa tải cho nhân tố này và cũng tải cho nhân tố khác thì cần xem xét vấn đề sau: Biến nào cùng tải trên hai nhân tố nhưng hệ số chênh lệch > 0.3 thì vẫn sử dụng và gom về nhân tố có giá trị lớn. Nếu mức chênh lệch < 0.3 thì phải loại biến này (Jabnoun & Al-Tamini, 2003).

Phương pháp phân tích khám phá (EFA), được sử dụng để khám phá cấu trúc cơ bản của một tập hợp các biến có sự tương quan với nhau, giúp xác định được bản chất của các cấu trúc cơ bản, nhằm đáp ứng một nội dung cụ thể, xác định được mối liên kết giữa các biến trong một tập hợp. Đồng thời xác định được những tính năng quan trọng nhất khi phân loại một nhóm các biến và tạo ra được trọng số của các nhân tố đại diện cho giá trị trong cấu trúc cơ bản. Phân tích nhân tố khám phá (EFA) còn được dùng để đánh giá thang đo và đo lường tính tương thích của các nhân tố, bao gồm: các biến quan sát, các khái niệm được dùng trong phân tích (Theo: Jensen, 1998). Phân tích nhân tố khám phá (EFA) cũng sẽ loại được các biến quan sát có hệ số tải nhân tố (Factors Loading) $< 0,50$ (Theo: Anderson và Gerbing, 1988) và kiểm tra

tổng phương sai trích phải $\geq 50\%$ với các phép quay. Phân tích nhân tố khám phá (EFA) sẽ loại bỏ các biến quan sát không đạt yêu cầu, đối với các biến còn lại sẽ được đưa vào bảng câu hỏi, dùng cho việc nghiên cứu chính thức sau đó (Nguyễn Đình Thọ, 2011).

- ***Phân tích kiểm định CFA***

Bước Phân tích nhân tố khẳng định CFA, sử dụng phần mềm AMOS, được thực hiện trên mô hình đo lường nhằm để loại bỏ các biến có hệ số tải nhân tố tiềm ẩn thấp. Kiểm định Chi – Square (Khi bình phương X^2) biểu thị mức độ phù hợp tổng quát của toàn bộ mô hình tại mức ý nghĩa $p\text{-value} = 0.05$ (Joserkog & Sorbom, 1989), nhưng vấn đề này rất khó xảy ra, nên thường dùng Chi – Square/df để đánh giá, nhằm đo mức độ phù hợp một cách chi tiết hơn của mô hình. Theo Hair và cộng sự (1998), thì: $1 < X^2/df < 3$, thì mô hình được xem là phù hợp. RMSEA (Root mean square errors of approximation – Xác định mức độ phù hợp của mô hình so với tổng thể), $RMSEA < 0.05$ là mô hình phù hợp (Taylor, Sharland, Cronin và Bullard, 1993). Các chỉ số liên quan: GFI (goodness of fix Index – đo độ phù hợp tuyệt đối, dao động từ: 0.0 – 1.0), AGFI (Adjusted Goodness of Fix – Điều chỉnh giá trị GFI theo bậc tự do trong mô hình, dao động từ: 0.0 – 1.0), CFI (Comparative fix Index – So sánh độ phù hợp của các mô hình), có giá trị > 0.9 là tốt, giá trị $> 0,8$ là đạt, mô hình được xem là phù hợp. Nếu các giá trị = 1, thì mô hình là hoàn hảo (Segar & Grover, 1993) & (Chin & Todd, 1995).

- ***Phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính SEM***

Qua kết quả kiểm định CFA, cho thấy mức độ phù hợp với dữ liệu của bộ thang đo trong mô hình nghiên cứu, thông qua các chỉ tiêu về giá trị hội tụ và giá trị phân biệt, cũng như độ tin cậy và phương sai trích. Do đó, các giả thuyết đặt ra trong mô hình nghiên cứu chính thức không có sự thay đổi. Tiếp theo là sử dụng mô hình cấu trúc tuyến tính SEM, cho phép các nhà nghiên

cứu khám phá những sai số trong đo lường và hợp nhất những khái niệm mang tính trừu tượng. Phương pháp này SEM có ưu điểm hơn so với các phương pháp hồi quy đa biến, do tính được sai số đề xuất. Theo Hulland và cộng sự (1996), phương pháp SEM còn cho phép sự kết hợp giữa các khái niệm tiềm ẩn với mô hình lý thuyết cùng một lúc. Phương pháp được xem là hợp lý tối đa sử dụng cho ước lượng các tham số trong mô hình nghiên cứu, nếu dữ liệu có phân phối chuẩn. Phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính SEM nhằm kiểm định mô hình nghiên cứu bao gồm các khái niệm trong mô hình nghiên cứu và bảng khảo sát chính thức.

Có 2 loại SEM, đó là: CB-SEM (Covariance-Based), chủ yếu được sử dụng để xác nhận hoặc từ chối các giả thuyết và PLS-SEM (Partial Least Squares SEM), chủ yếu sử dụng để phát triển các lý thuyết trong nghiên cứu thăm dò khám phá. Có hai cách tiếp cận chính để ước tính các mối quan hệ trong mô hình phương trình cấu trúc (Hair và cộng sự, 2014). Cách tiếp cận: CB-SEM là dựa trên hiệp phương sai, sử dụng với phần mềm AMOS, EQS, Mplus; còn PLS-SEM là dựa trên bình phương nhỏ nhất một phần, tập trung vào phân tích phương sai và thực hiện với phần mềm SmartPLS hay WarpPLS, VisualPLS, PLS-Graph. Trong nghiên cứu này, tác giả sử dụng CB-SEM với phần mềm AMOS.

- ***Kiểm định bằng mô hình Bootstrap***

Phương pháp kiểm định Bootstrap sử dụng để ước lượng lại các tham số trong mô hình lý thuyết đã được ước lượng bằng phương pháp ước lượng tối ưu. Theo Gerbing & Anderson (1988), nhằm đánh giá độ tin cậy của các ước lượng, trong các phương pháp nghiên cứu định lượng bằng phương pháp lấy mẫu, thông thường phải dùng cách chia mẫu thành hai mẫu con, một mẫu dùng để ước lượng các tham số mô hình và một mẫu dùng để đánh giá lại. Một cách khác nữa là lặp lại sự nghiên cứu bằng một mẫu khác. Tuy nhiên cả

hai cách trên là không thực tế vì đòi hỏi phải là mẫu lớn. Theo Schumacker & Lomax (1996), phương pháp Bootstrap phù hợp cho việc thay thế cho cách trên, Bootstrap là phương pháp lấy mẫu lặp lại có thay thế, với mẫu ban đầu có vai trò là đám đông. Nghiên cứu này tác giả thực hiện Bootstrap bằng cách lấy mẫu lặp lại với kích thước $N = 1000$. Kết quả ước lượng bằng Bootstrap được tính trung bình, độ chệch (bias) nhỏ, các ước lượng trong mô hình nghiên cứu có thể tin cậy được.

- ***Kiểm định Independent Sample T-Test***

Phương pháp này nhằm kiểm định sự khác biệt trung bình với biến định tính có hai giá trị. Với Sig T-Test ≥ 0.05 , kết luận không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về mức độ đánh giá của 2 nhóm khảo sát trong nghiên cứu. Ngược lại sẽ kết luận có sự khác biệt (Nguyễn Đình Thọ, 2011).

Trong nghiên cứu, khi thực hiện khảo sát và tổng kết số phiếu nhập liệu, tác giả đã phân được 2 nhóm đối tượng theo phiếu khảo sát lấy ý kiến về NLCT của công ty CTTC. Trong đó nhóm thuộc ngành CTTC gồm: 190 người; Nhóm thuộc các ngân hàng CPTM Việt Nam, các công ty tài chính, chuyên gia các trường Đại học, gồm: 115 người. Thực hiện kiểm định T-Test để kiểm định xem có sự khác biệt về ý kiến đánh giá đối với NLCT của công ty CTTC tại Việt Nam, thông qua kết quả bảng câu hỏi khảo sát.

Kết luận Chương 3

Trong Chương 3: Tác giả nêu phương pháp và quy trình nghiên cứu. Đặc biệt là nêu rõ phương pháp phân tích định tính, định lượng trong nghiên cứu. Cho thấy sự kết hợp hai phương pháp là cần thiết để có được kết quả nghiên cứu tốt nhất. Trong nghiên cứu định lượng tác giả nêu rõ mục đích các bước xử lý trên phần mềm SPSS và AMOS để có được kết quả hỗ trợ trong kết luận từ phân tích định tính. Từ đó giúp tác giả thực hiện các bước nghiên cứu tiếp theo có trình tự và chính xác hơn.

CHƯƠNG 4

KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

Sau khi thực hiện các bước tổng hợp từ các nghiên cứu trước để tìm ra khoảng trống trong nghiên cứu, xác định các nhân tố bên trong tác động đến NLCT và tìm ra những lý thuyết nền tảng cũng như các mô hình cơ bản để kế thừa, bổ sung nhân tố mới, nhằm xây dựng ra một mô hình nghiên cứu về các nhân tố tác động đến NLCT của công ty CTTC tại Việt Nam. Đồng thời đã có chương “Thiết kế nghiên cứu”, tác giả tiến hành thực hiện nghiên cứu theo trình tự để có được kết quả. Dựa vào cơ sở lý thuyết, thực trạng, quy định kỹ thuật trong nghiên cứu, tiến hành thảo luận và đánh giá kết quả nghiên cứu.

4.1. Kết quả nghiên cứu sơ bộ

4.1.1. Kết quả nghiên cứu định tính

Dựa vào các bước thực hiện trong quy trình nghiên cứu, bước nghiên cứu sơ bộ thực hiện bằng phương pháp nghiên cứu định tính, có kết quả cụ thể như sau:

Tác giả thực hiện thông qua việc phỏng vấn sâu đối với các chuyên gia trên cơ sở nội dung dàn bài được soạn cho thảo luận. Từ đó phân tích, đánh giá và tổng hợp các ý kiến của các chuyên gia. Đối tượng khảo sát, phỏng vấn là các chuyên gia thuộc 2 nhóm đối tượng: Nhóm thứ nhất bao gồm các chuyên gia làm việc bên trong các công ty CTTC, như các lãnh đạo, quản lý các công ty CTTC; Nhóm thứ hai là nhóm bao gồm các chuyên gia bên ngoài công ty CTTC, như các chuyên gia đã nghỉ hưu và đang nghiên cứu tại các viện, trường đại học, các công ty tài chính, các ngân hàng thương mại.

Dự kiến cho các cuộc phỏng vấn, tác giả chuẩn bị nội dung dàn bài phỏng vấn (Xem Phụ lục 1), dự kiến số danh sách với 30 chuyên gia, tuy nhiên sau khi liên hệ tác giả có được 25 (Xem Phụ lục 2) chuyên gia đồng ý

gặp gỡ và cho thực hiện các cuộc phỏng vấn, trao đổi và thảo luận trực tiếp. Quá trình phỏng vấn tác giả thực hiện với 10 chuyên gia, tác giả thu nhận được đủ dữ liệu với các ý kiến đóng góp và phân tích, đánh giá từ các chuyên gia đối với các nhân tố bên trong tác động đến NLCT của công ty CTTC tại Việt Nam. Như vậy các chuyên gia còn lại tác giả xin đề gửi câu hỏi cho bước khảo sát nghiên cứu chính thức, mà không tiếp tục phỏng vấn trong bước nghiên cứu sơ bộ.

Qua các cuộc phỏng vấn sâu và thảo luận, tác giả thu được dữ liệu đáp ứng được mục tiêu nghiên cứu định tính ở bước nghiên cứu sơ bộ, với quy trình nghiên cứu theo phương pháp dạng thức của King (2004) và quy trình phân tích của Cresswell (2003). Từ việc tổng hợp các nghiên cứu trước và rút trích từ các ý kiến của các chuyên gia, cho thấy số nhân tố tác động đến NLCT công ty CTTC tại Việt Nam, được các chuyên gia đồng tình trong các câu hỏi khảo sát và dàn bài phỏng vấn. Cụ thể gồm các nhân tố: (1) Nhân lực; (2) Tài chính; (3) Quản trị điều hành; (4) Chất lượng phục vụ; (5) Sản phẩm – Dịch vụ; (6) Giá cả; (7) Thương hiệu; (8) Quy mô – Mạng lưới; (9) Marketing; (10) Quản lý rủi ro.

4.1.2. Thảo luận kết quả nghiên cứu định tính

Theo mô hình nghiên cứu đề xuất và kết quả nghiên cứu định tính, trong nghiên cứu sơ bộ điều chỉnh lại thang đo các biến theo ý kiến các chuyên gia, được tổng hợp cụ thể như sau:

Bảng 4.1: Thang đo các nhân tố tác động đến NLCT công ty CTTC

STT	Nhân tố	Các thang đo (biến quan sát)
1	Nhân lực (NL)	<ul style="list-style-type: none"> - Nguồn nhân lực đủ đáp ứng nhu cầu công việc - Nhân viên được đào tạo chuyên môn phù hợp - Nguồn nhân lực công ty có trình độ chuyên môn cao - Nhân viên có khả năng sáng tạo

STT	Nhân tố	Các thang đo (biến quan sát)
		<ul style="list-style-type: none"> - Nhân viên tuân thủ văn hóa doanh nghiệp và đạo đức nghề nghiệp
2	Tài chính (TC)	<ul style="list-style-type: none"> - Việc huy động vốn của công ty là dễ dàng - Công ty có lợi nhuận hàng năm tăng - Công ty đảm bảo khả năng thanh khoản cao - Vòng quay vốn của công ty nhanh - Tình hình tài chính lành mạnh minh bạch
3	Quản trị điều hành (QT)	<ul style="list-style-type: none"> - Mô hình tổ chức của công ty hợp lý - Đội ngũ lãnh đạo công ty có trình độ và năng lực tốt - Công ty bố trí lao động hợp lý - Chiến lược kinh doanh của công ty tốt - Chính sách phúc lợi cho nhân sự tốt - Lãnh đạo công ty ra quyết định nhanh chóng và chính xác
4	Chất lượng phục vụ (CL)	<ul style="list-style-type: none"> - Nhân viên công ty luôn ứng xử tốt khi giao tiếp với khách hàng - Thủ tục đơn giản và thực hiện nhanh gọn - Nhân viên luôn hỗ trợ và đáp ứng nhanh yêu cầu khách hàng - Công ty luôn có chế độ chăm sóc khách hàng tốt
5	Sản phẩm – Dịch vụ (SP)	<ul style="list-style-type: none"> - Công ty có nhiều hình thức cho thuê - Công ty có nhiều phương thức tính toán tiền thuê - Sản phẩm cho thuê của công ty là đa dạng và phong phú - Công ty có đội ngũ nghiên cứu phát triển sản phẩm - Công ty đầu tư cho việc phát triển sản phẩm rất tốt
6	Giá cả (GC)	
6.1	<i>Giá cả - Lãi suất (GCLs)</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Lãi suất thấp hơn đối thủ cạnh tranh - Lãi suất phù hợp với thị trường - Vốn huy động có lãi suất thấp
6.2	<i>Giá cả - Ký quỹ</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Ký quỹ có tính lãi suất cho khách hàng - Ký quỹ với tỷ lệ trên tổng giá trị hợp lý - Thủ tục và thời gian hoàn trả ký quỹ nhanh gọn

STT	Nhân tố	Các thang đo (biến quan sát)
	<i>(GCkq)</i>	
6.3	<i>Giá cả - Giá tài sản (GSts)</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Giá tài sản phù hợp với thị trường - Giá theo sự thương lượng của các bên tham gia - Chứng từ thể hiện giá đúng quy định pháp luật
7	Thương hiệu (TH)	<ul style="list-style-type: none"> - TH tạo được sự tin cậy từ khách hàng - TH dễ dàng được nhận biết qua logo của công ty - TH được nhận biết qua màu sắc đặc trưng của công ty - TH là thân thiết với khách hàng - TH thân thiện và đóng góp lớn cho nền kinh tế quốc gia
8	Quy mô – Mạng lưới (QM)	<ul style="list-style-type: none"> - Công ty có chi nhánh, phòng giao dịch hợp lý - Công ty có liên kết với nhiều tổ chức tín dụng khác - Công ty đầu tư tập trung các thành phố lớn - Công ty phục vụ khách hàng khắp các tỉnh thành
9	Marketing (MK)	<ul style="list-style-type: none"> - Chiến lược marketing của công ty tốt - Công ty có chương trình quảng cáo tốt - Đội ngũ marketing của công ty tốt - Công ty luôn phản ứng kịp thời với các đối thủ cạnh tranh
10	Quản lý rủi ro (RR)	
10.1	<i>Quản lý rủi ro – Thẩm định (RRtd)</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Kiểm tra chặt chẽ hồ sơ cần thẩm định - Đánh giá kỹ năng lực khách hàng - Thẩm định tính hiệu quả phương án kinh doanh của khách hàng
10.2	<i>Quản lý rủi ro - thu hồi nợ (RRthn)</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Hồ sơ pháp lý đối với món nợ cần thu đầy đủ - Mọi quan hệ hỗ trợ cho việc thu hồi nợ thuận lợi - Quy trình thu hồi nợ được thực hiện chặt chẽ
10.3	<i>Quản lý rủi ro – Tài sản (RRts)</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Thực hiện tốt việc kiểm tra tài sản cho thuê theo định kỳ - Thực hiện ngay việc thu hồi tài sản thuộc món nợ - Thanh lý tài sản sau thu hồi đúng quy định

STT	Nhân tố	Các thang đo (biến quan sát)
11	Năng lực cạnh tranh (NLCT)	<ul style="list-style-type: none"> - Công ty đang cạnh tranh và khai thác tốt mọi cơ hội thị trường so với các đối thủ - Công ty vận dụng tốt các yếu tố nội lực và vô hiệu hóa được các mối đe dọa đến với mình - Công ty giảm được tổng chi phí so với đối thủ và tiếp tục phát triển tốt trong tương lai

(Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả)

Bảng tổng hợp cho thấy các nhân tố bên trong tác động đến NLCT của công ty CTTC tại Việt Nam, với các thang đo được điều chỉnh theo ý kiến đóng góp của các chuyên gia. Như vậy gồm có 10 nhân tố bên trong là các biến độc lập, với 58 biến quan sát là các thang đo của các biến. Đồng thời với 1 biến phụ thuộc là NLCT với 3 biến quan sát.

Trong đó, nhân tố Quản lý rủi ro (RR) tác giả đã phát hiện và đề xuất là nhân tố mới trong mô hình, các chuyên gia và nhóm thảo luận đã góp ý, thống nhất bổ sung vào trong mô hình, với các thành phần để quyết định thuộc tính của nhân tố đó. Đối với nhân tố Quản lý rủi ro, bao gồm các biến quan sát: Thẩm định; Thu hồi nợ; Quản lý tài sản. Với nhân tố Giá cả (GC) cũng được bổ sung các thành phần mới cho đầy đủ và chính xác hơn, bao gồm các biến quan sát: Lãi suất, Ký quỹ, Giá tài sản. Như vậy, cho thấy cơ sở lý thuyết và mô hình đề xuất là phù hợp với điều kiện tại Việt Nam, khi đánh giá về NLCT của công ty CTTC đối với các đối thủ cạnh tranh. Mô hình đề xuất được bổ sung đầy đủ các nhân tố với các thang đo như đề xuất trên. Từ đó thiết lập bảng câu hỏi chính thức để tiến hành khảo sát cho nghiên cứu chính thức bằng phương pháp định lượng.

4.2. Kết quả nghiên cứu chính thức

4.2.1 Kết quả nghiên cứu định lượng

❖ Thông kê mô tả

Bảng 4.2: Kết quả thống kê mô tả (Descriptive Statistics)

Nhân tố	Mẫu (N)	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
NL1	305	1	5	2.70	.791
NL2	305	1	5	2.60	.788
NL3	305	1	5	2.68	.766
NL4	305	1	5	2.67	.774
NL5	305	1	5	2.66	.829
TC1	305	1	5	2.23	.882
TC2	305	1	5	2.35	.985
TC3	305	1	5	2.28	.910
TC4	305	1	4	2.51	.644
TC5	305	1	5	2.30	.915
QT1	305	1	5	2.71	.829
QT2	305	1	5	2.76	.872
QT3	305	1	5	2.77	.846
QT4	305	1	5	2.75	.817
QT5	305	1	5	2.76	.813
QT6	305	1	5	2.78	.863
CL1	305	1	5	3.85	1.091
CL2	305	1	5	3.81	1.111
CL3	305	1	5	3.81	1.084
CL4	305	1	5	3.75	1.123
SP1	305	1	5	3.27	.848
SP2	305	1	5	3.30	.896
SP3	305	2	5	3.16	.710
SP4	305	1	5	3.27	.877
SP5	305	1	5	3.18	.876
GC1	305	1	5	2.76	.855
GC2	305	1	5	2.76	.770
GC3	305	1	5	2.78	.841
GC4	305	1	5	2.72	.750

Nhân tố	Mẫu (N)	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
GC5	305	1	5	2.73	.811
GC6	305	1	5	2.73	.794
GC7	305	1	5	2.87	.806
GC8	305	1	5	2.84	.843
GC9	305	1	5	2.84	.862
TH1	305	1	5	2.64	.980
TH2	305	1	5	2.68	.940
TH3	305	1	5	2.69	.927
TH4	305	1	5	2.62	.932
TH5	305	1	5	2.64	.990
QM1	305	1	5	3.69	.834
QM2	305	1	5	3.70	.879
QM3	305	1	5	3.71	.853
QM4	305	1	5	3.65	.894
MK1	305	1	5	2.88	.824
MK2	305	1	5	2.84	.800
MK3	305	1	5	2.79	.813
MK4	305	1	5	2.81	.801
MK5	305	1	5	2.79	.771
RR1	305	1	5	3.35	.826
RR2	305	1	5	3.35	.819
RR3	305	1	5	3.42	.835
RR4	305	1	5	3.41	.850
RR5	305	1	5	3.31	.802
RR6	305	1	5	3.32	.801
RR7	305	1	5	3.34	.799
RR8	305	1	5	3.31	.838
RR9	305	1	5	3.31	.835
NLCT1	305	1	5	2.53	.573
NLCT2	305	1	5	2.52	.580
NLCT3	305	1	5	2.54	.578
Valid N (listwise)	305				

(Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả)

Giá trị trung bình của các biến quan sát thuộc nhóm: CL; SP; QM; RR là trên 3, các đáp viên đa số đều đồng ý ở mức cao với các tiêu chí trong bảng câu hỏi. Còn lại các biến quan sát khác thuộc các nhóm: NL; TC; QT; GC; TH; NLCT, có mức trung bình trên 2 và có nhóm xấp xỉ 3, cho thấy khoảng 50% đồng ý với các tiêu chí.

❖ *Tổng hợp đánh giá độ tin cậy thang đo Cronbach's Alpha*

Bảng 4.3: Tổng hợp kết quả Hệ số Cronbach's Alpha (Xem Phụ lục 4)

Các nhân tố	Hệ số Cronbach's Alpha	Hệ số tương quan biến tổng nhỏ nhất	Số biến quan sát ban đầu	Số biến quan sát còn lại
Nhân lực (NL)	.838	.657	5	4
Tài chính (TC)	.828	.603	5	5
Quản trị điều hành (QT)	.895	.696	6	6
Chất lượng phục vụ (CL)	.818	.593	4	4
Sản phẩm – Dịch vụ (SP)	.859	.552	5	5
Giá cả (GC)	.906	.626	9	9
Thương hiệu (TH)	.875	.683	5	5
Quy mô – Mạng lưới (QM)	.884	.733	4	4
Marketing (MK)	.867	.658	5	5
Quản lý rủi ro (RR)	.918	.603	9	9
Năng lực cạnh tranh (NLCT)	.829	.662	3	3

(Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả)

▪ **Đánh giá kết quả về kiểm tra độ tin cậy Cronbach's Alpha**

Kiểm tra độ tin cậy, có các thành phần là biến quan sát không phù hợp, tác giả tiến hành loại bỏ các biến: NL2 (Nhân viên mãn cán với công việc). Tiếp tục thực hiện các bước chạy kiểm tra sau khi loại bỏ các biến nói trên, kết quả có độ tin cậy ở mô hình nghiên cứu.

- Tất cả các hệ số Cronbach's Alpha đều > 0.6 , không có hệ số vượt qua 0.95.

- Tất cả các hệ số tương quan biến tổng đều > 0.3

Căn cứ cơ sở lý thuyết quy định nêu trên, cho thấy độ tin cậy Cronbach's Alpha đối với các biến độc lập trong mô hình nghiên cứu có kết quả tốt và đều đạt yêu cầu theo quy định.

❖ **Kết quả kiểm định thang đo bằng EFA (Xem Phụ lục 5)**

- *Biến độc lập*

Kết quả chạy lần 1: Có biến TC4 cần loại bỏ, vì biến này tải lên cả hai nhân tố. Loại biến SP3 do biến này có hệ số tải nhỏ hơn 0.5. Tiếp tục thực hiện chạy lại lần 2, cho kết quả:

Bảng 4.4: Hệ số KMO và Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.876
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	8948.058
	df	1431
	Sig.	.000

(Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả)

- $KMO = 0.876$ nên phân tích nhân tố là phù hợp
- 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 trên cho thấy các biến độc lập đều đảm bảo hai loại giá trị hội tụ và phân biệt, các hệ số của KMO đều đạt yêu cầu.

Tổng phương sai trích: Rotation Sums of Squared Loadings (Cumulative %) = 58.148% > 50 %. Điều này chứng tỏ 58.148% biến thiên của dữ liệu được giải thích bởi 10 nhân tố.

Bảng 4.5: Ma trận của mô hình

Pattern Matrix ^a										
	Factor									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
RR6	.830									
RR5	.797									
RR9	.758									
RR2	.754									
RR8	.744									
RR1	.739									
RR3	.720									
RR7	.705									
RR4	.606									
GC8		.777								
GC7		.744								
GC3		.736								
GC9		.735								
GC1		.725								
GC2		.717								
GC5		.687								
GC4		.674								
GC6		.604								
QT3			.782							
QT6			.776							
QT1			.759							
QT4			.744							
QT5			.742							
QT2			.741							
TH2				.795						
TH4				.788						
TH1				.783						
TH5				.715						
TH3				.696						

Pattern Matrix ^a										
	Factor									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
MK4					.781					
MK2					.769					
MK1					.766					
MK3					.750					
MK5					.694					
QM2						.819				
QM4						.811				
QM1						.806				
QM3						.748				
SP4							.776			
SP1							.773			
SP5							.771			
SP2							.761			
NL4								.779		
NL1								.750		
NL5								.741		
NL3								.702		
CL4									.768	
CL3									.734	
CL1									.729	
CL2									.585	
TC5										.695
TC2										.694
TC3										.679
TC1										.678
Extraction Method: Principal Axis Factoring.										
Rotation Method: Promax with Kaiser Normalization.										
a. Rotation converged in 7 iterations.										

(Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả)

Trong Ma trận mô hình (Pattern Matrix) thể hiện với các Factor loading > 0.5 , do đó các biến trong mô hình có ý nghĩa thực tiễn.

- *Biến phụ thuộc*

Bảng 4.6: Hệ số KMO và Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.720
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	341.433
	df	3
	Sig.	.000

(Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả)

- $KMO = 0.720 > 0.5$ nên phân tích nhân tố là phù hợp
- Sig. (Bartlett's Test) = 0.000 (sig. < 0.05) chứng tỏ các biến quan sát có tương quan với nhau trong tổng thể.

Bảng 4.7: Giải thích tổng phương sai trích

Total Variance Explained						
Factor	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.237	74.563	74.563	1.858	61.948	61.948
2	.416	13.854	88.418			
3	.347	11.582	100.000			
Extraction Method: Principal Axis Factoring.						

(Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả)

- Kết quả ma trận xoay cho thấy, có một nhân tố được trích từ các biến quan sát đưa vào phân tích EFA. Phương sai trích được giải thích là 61.948%.

-

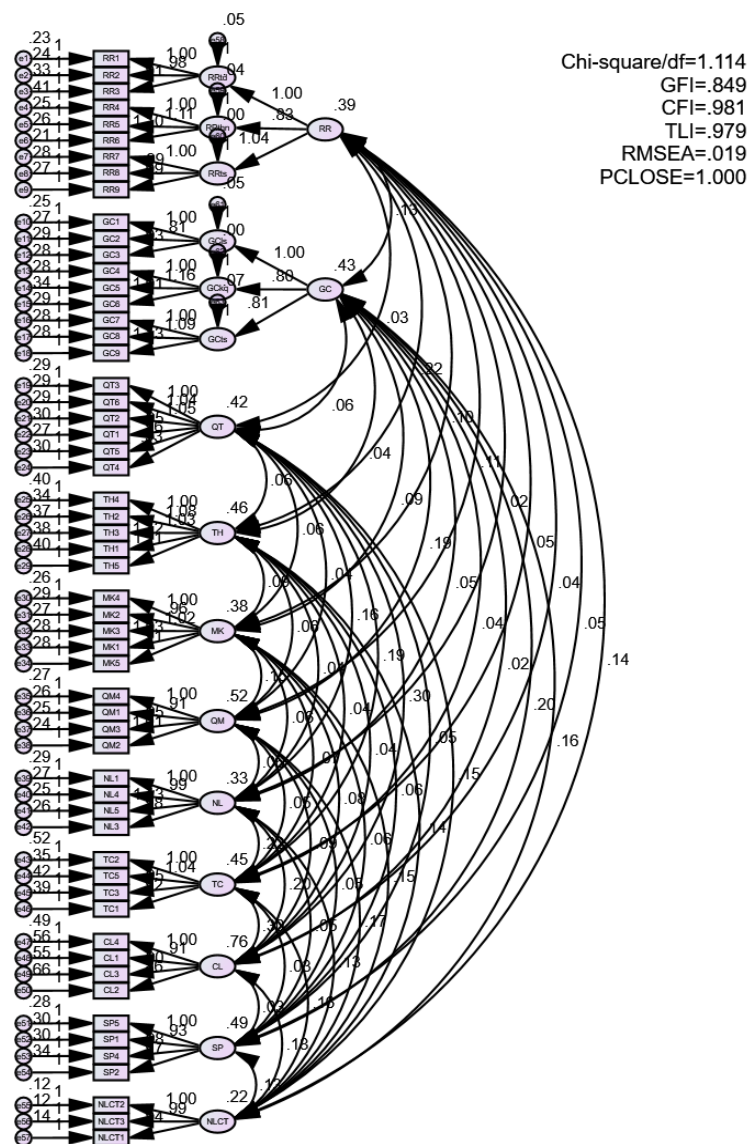
❖ **Kết quả phân tích CFA (Xem Phụ lục 6)**

Các chỉ số Model Fit đều nằm trong mức tốt:

CMIN/DF = 1.114 < 2; GFI = 0.849 > 0.8; CFI = 0.981 > 0.9; TLI = 0.979 > 0.9; RMSEA = 0.019 < 0.06; PCLOSE = 1.000 > 0.05.

Kết luận mô hình phù hợp với dữ liệu.

Tất cả các trọng số chuẩn hóa đều lớn hơn 0.5. Như vậy các biến quan sát đều có ý nghĩa trong CFA.

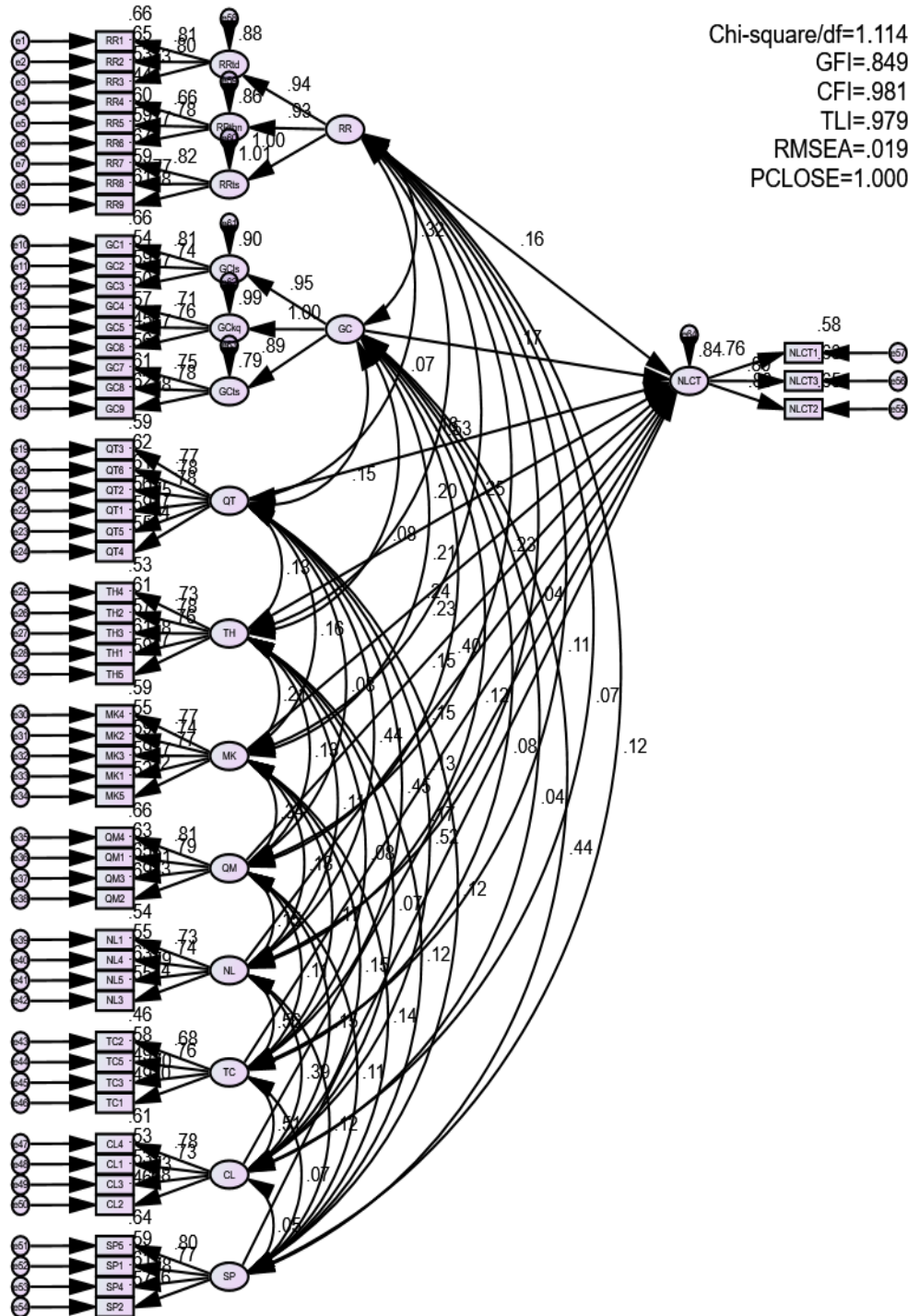


Hình 4.1: Kết quả nghiên cứu CFA

(Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả)

❖ *Kết quả phân tích bằng mô hình cấu trúc tuyến tính SEM*

(Xem Phụ lục 7)



Hình 4.2: Kết quả nghiên cứu SEM

(Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả)

Bảng 4.8: Trọng số hồi quy

			Estimate	S.E.	C.R.	P
NLCT	<---	RR	.117	.039	2.989	.003
NLCT	<---	GC	.118	.039	3.056	.002
NLCT	<---	QT	.116	.038	3.069	.002
NLCT	<---	TH	.137	.035	3.891	***
NLCT	<---	MK	.160	.035	4.578	***
NLCT	<---	QM	.145	.031	4.656	***
NLCT	<---	NL	.124	.045	2.783	.005
NLCT	<---	TC	.107	.042	2.547	.011
NLCT	<---	CL	.068	.030	2.272	.023
NLCT	<---	SP	.115	.031	3.660	***

(Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả)

Tất cả các biến đều không loại do sig đều nhỏ hơn 0.05

❖ **Kiểm định mô hình nghiên cứu bằng Bootstrap (Xem Phụ lục 8)**

Bảng 4.9: Kết quả Bootstrap

Parameter			SE	SE-SE	Mean	Bias	SE-Bias	C.R
NLCT	<---	RR	0.065	0.001	0.158	0	0.002	0
NLCT	<---	GC	0.063	0.001	0.169	0.003	0.002	1.5
NLCT	<---	QT	0.062	0.001	0.159	-0.003	0.002	-1.5
NLCT	<---	TH	0.057	0.001	0.201	0	0.002	0
NLCT	<---	MK	0.049	0.001	0.215	0.003	0.002	1.5
NLCT	<---	QM	0.046	0.001	0.227	0.001	0.001	1
NLCT	<---	NL	0.052	0.001	0.154	0	0.002	0
NLCT	<---	TC	0.065	0.001	0.155	0	0.002	0
NLCT	<---	CL	0.061	0.001	0.129	0.001	0.002	0.5
NLCT	<---	SP	0.042	0.001	0.174	0.001	0.001	1

(Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả)

❖ **Kiểm định Independent Samples T-Test**

Kiểm định sự khác biệt giữa 2 nhóm khảo sát :

- Bên trong công ty CTTC: 190 mẫu
- Bên ngoài công ty CTTC: 115 mẫu

Bảng 4.10: Kết quả kiểm định Independent Samples T-Test

Group Statistics					
	Group	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
NLCT	1.00	190	2.5667	.51314	.03723
	2.00	115	2.4783	.46960	.04379

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		T-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
NLCT	Equal variances assumed	.460	.498	1.505	303	.133	.08841	.05874	-.02719	.20400
	Equal variances not assumed			1.538	257.269	.125	.08841	.05748	-.02478	.20159

(Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả)

Sig = 0.498 > 0.05 → Kết luận giữa 2 nhóm chưa có sự khác biệt về NLCT của các công ty CTTC tại Việt Nam

4.2.2. Thảo luận kết quả nghiên cứu định lượng

❖ Kết quả kiểm định

Kết quả sau khi chạy kiểm định CFA chuẩn hóa, cụ thể: Các chỉ số Model Fit đều nằm trong mức tốt:

CMIN/DF = 1.114 < 2; GFI = 0.849 > 0.8; CFI = 0.981 > 0.9; TLI = 0.979 > 0.9; RMSEA = 0.019 < 0.06; PCLOSE = 1.000 > 0.05.

Như vậy mô hình phù hợp với dữ liệu, qua đánh giá kết quả phân tích nhân tố khẳng định CFA cho thấy các thang đo phù hợp tính đơn hướng. Các trọng số chuẩn hóa cao hơn 0.5, các biến quan sát đều có ý nghĩa trong kiểm

định CFA.

Giá trị CR đều lớn hơn 0.7 và AVE đều lớn hơn 0.5, như vậy các thang đo đều đảm bảo tính hội tụ.

Căn bậc hai của AVE lớn hơn các tương quan giữa các biến tiềm ẩn với nhau (hệ số tương quan nằm ở phần dưới đường chéo in đậm), giá trị MSV nhỏ hơn AVE, do vậy tính phân biệt được đảm bảo.

Sau bước CFA, tác giả tiếp tục thực hiện bước kiểm định giả thuyết bằng mô hình cấu trúc tuyến tính SEM, cho kết quả:

Tất cả các biến đều có ý nghĩa trong mô hình, không loại biến nào do sig đều nhỏ hơn 0.05. (Trong AMOS, giá trị sig hay p-value xấp xỉ 0.000 sẽ được ký hiệu là ***. Estimate là độ lớn hệ số hồi quy, hệ số này dương chứng minh biến tác động thuận, hệ số âm chứng minh biến tác động nghịch).

Trong Bảng 4.8: Trọng số hồi quy, với cột Estimate chính là cột thể hiện giá trị trọng số hồi quy của mỗi quan hệ. Mỗi quan hệ được giải thích như sau: Khi NLCT tăng 1 thì RR tăng 0.117, thể hiện mức độ tác động của biến độc lập là Quản lý rủi ro (RR) đến biến phụ thuộc NLCT. Tương tự cho mỗi quan hệ của các biến khác đối với biến NLCT.

Thứ tự hệ số hồi quy chuẩn hóa cho thấy thứ tự các biến độc lập tác động đến biến phụ thuộc với mức độ từ cao đến thấp, lần lượt: MK, QM, TH, NL, GC, RR, QT, SP, TC, CL. Điều này cũng chỉ ra mức độ ưu tiên, để các nhà quản lý các công ty CTTC tại Việt Nam phải tập trung giải quyết các vấn đề quan trọng nào trước theo mức độ tác động của từng nhân tố, với kết quả nghiên cứu đưa ra.

Với hồi quy của biến phụ thuộc là 0.845. Vậy các biến độc lập có ý nghĩa thống kê giải thích được 84.5% sự biến thiên của biến Phụ thuộc.

Như vậy, theo kết quả kiểm định với các giá trị như trên, thì mô hình lý thuyết thích hợp với dữ liệu điều tra nghiên cứu. Kết quả ước lượng đã cho

thấy các mối quan hệ đều có tác động đến nhân tố NLCT của các công ty CTTC tại Việt Nam. Các giả thuyết đặt ra đều đảm bảo, với các nhân tố là các biến độc lập đều có tác động dương đến biến NLCT.

Trong bảng phân tích hồi quy với mô hình SEM, mối quan hệ nhân quả của các biến đều có giá trị P value < 0.05 .

Kiểm định bằng Bootstrap với $N = 1000$, giá trị tuyệt đối C.R ở tất cả các mối liên hệ nhỏ hơn 1.96, như vậy độ chệch bằng 0 có ý nghĩa thống kê ở mức tin cậy 95%, mô hình ước lượng có tính tin cậy cao.

Kiểm định sự khác biệt bằng Independent T-Test, cho kết quả: Sig = $0.498 > 0.05$. Kết luận giữa 2 nhóm đối tượng khảo sát, không có sự khác biệt ý kiến về NLCT của các công ty CTTC tại Việt Nam.

❖ **Kiểm định các giả thuyết**

- Giả thuyết H1: Nhân tố NL có giá trị $P = 0.005 < 0.05$, hệ số hồi quy chuẩn hóa mang dấu dương. Kết luận nhân tố này có tác động dương đến biến phụ thuộc là NLCT của công ty CTTC tại Việt Nam.

- Giả thuyết H2: Nhân tố TC, có giá trị $P = 0.011 < 0.05$, hệ số hồi quy chuẩn hóa mang dấu dương. Kết luận nhân tố TC có tác động dương đến biến NLCT, thỏa giả thuyết đặt ra.

- Giả thuyết H3: Nhân tố QT có giá trị $P = 0.002 < 0.05$, hệ số hồi quy chuẩn hóa mang dấu dương. Kết luận chấp nhận giả thuyết, có tác động dương đến biến NLCT.

- Giả thuyết H4: Nhân tố CL có giá trị $P = 0.023 < 0.05$, hệ số hồi quy chuẩn hóa mang dấu dương. Kết luận chấp nhận giả thuyết, có tác động dương đến biến NLCT.

- Giả thuyết H5: Nhân tố SP có giá trị $P = 0.000 < 0.05$ rất nhiều, hệ số hồi quy chuẩn hóa mang dấu dương. Kết luận chấp nhận giả thuyết đặt ra, có tác động dương và rất mạnh đến biến NLCT.

- Giả thuyết H6: Nhân tố GC có giá trị $P = 0.002 < 0.05$, hệ số hồi quy chuẩn hóa mang dấu dương. Kết luận chấp nhận giả thuyết, có tác động dương đến biến NLCT.

- Giả thuyết H7: Nhân tố TH có giá trị $P = 0.000 < 0.05$ rất nhiều, hệ số hồi quy chuẩn hóa mang dấu dương. Kết luận chấp nhận giả thuyết đặt ra, có tác động dương và rất mạnh đến biến NLCT.

- Giả thuyết H8: Nhân tố QM có giá trị $P = 0.000 < 0.05$ rất nhiều, hệ số hồi quy chuẩn hóa mang dấu dương. Kết luận chấp nhận giả thuyết đặt ra, có tác động dương và rất mạnh đến biến NLCT.

- Giả thuyết H9: Nhân tố MK cũng có giá trị $P = 0.000 < 0.05$ rất nhiều, hệ số hồi quy chuẩn hóa mang dấu dương. Kết luận chấp nhận giả thuyết đặt ra, có tác động dương và rất mạnh đến biến NLCT.

- Giả thuyết H10: Nhân tố RR có giá trị $P = 0.003 < 0.05$, hệ số hồi quy chuẩn hóa mang dấu dương. Kết luận chấp nhận giả thuyết.

4.3. Thực trạng năng lực cạnh tranh của các công ty cho thuê tài chính tại Việt Nam thời gian qua

Sau khi thực hiện các bước theo quy trình nghiên cứu, tác giả tiến hành đánh giá lại thực trạng NLCT của các công ty CTTC tại Việt Nam thông qua số liệu thứ cấp. Xác định năng lực hiện tại của các công ty CTTC, đối chiếu với mức độ quan trọng của các nhân tố đã nghiên cứu theo mô hình. Từ đó nhận rõ các vấn đề cần khắc phục, cần điều chỉnh, cần có những giải pháp thông qua các hàm ý quản trị và chính sách để giúp các công ty thực hiện nhằm nâng cao NLCT cho ngành CTTC tại Việt Nam.

4.3.1. Tổng quan về sự thành lập các công ty cho thuê tài chính Việt Nam

Tại Việt Nam, hoạt động CTTC chính thức được cho phép triển khai sau khi, trong đó quy định về thể lệ tín dụng thuê mua, cho phép các tổ chức tín dụng thực hiện nghiệp vụ tín dụng thuê mua. Các tổ chức bao gồm: các

Ngân hàng thương mại quốc doanh, Ngân hàng thương mại cổ phần, các công ty tài chính. Chính phủ và NHNN ban hành các nghị định, như: Nghị định 64/CP ngày 09-10-1995, thông tư số 03/TT-NHNN, là những văn bản pháp quy, làm căn cứ về pháp lý cho việc tổ chức hoạt động CTTC tại Việt Nam.

Công ty CTTC Quốc tế Việt Nam (VILC), là công ty được cấp phép hoạt động đầu tiên tại Việt Nam, vào tháng 10 năm 1996. VILC được thành lập với sự liên doanh giữa các đơn vị, như: Ngân hàng công thương Việt Nam, Công ty tài chính quốc tế, Ngân hàng ngoại thương của Pháp, Công ty cho thuê công nghiệp của Hàn Quốc và Ngân hàng tín dụng của Nhật Bản. Số vốn điều lệ của VILC lúc này là 5 triệu USD. Tiếp theo sau VILC, có nhiều công ty CTTC khác cũng được thành lập và hoạt động tại Việt Nam.

Quy định cho các hoạt động của các công ty CTTC, tiếp tục được chính phủ và NHNN Việt Nam điều chỉnh và ban hành với luật NHNN số 01/1997/QH10 và Luật các tổ chức tín dụng (TCTD) số 02/1997/QH10 có hiệu lực thi hành từ ngày 10/10/1998, vì thế các công ty CTTC bị chi phối bởi 2 luật này. Các nghị định trực tiếp cho ngành CTTC, có Nghị định số 16/2001/NĐ-CP ngày 2-5-2001, về tổ chức và hoạt động của các công ty CTTC; Nghị định số 65/2005/NĐ-CP, quy định về việc sửa đổi bổ sung một số điều của Nghị định 16/2001/NĐ-CP. Nghị định số 95/2008/NĐ-CP quy định việc sửa đổi bổ sung một số điều của Nghị định 16/2001/NĐ-CP.

Quá trình hoạt động, các công ty CTTC đạt được nhiều kết quả, góp phần làm phong phú và vững mạnh hơn cho hệ thống tài chính tại Việt Nam. CTTC là kênh dẫn vốn, trung và dài hạn cho các DN kinh doanh tại Việt Nam, đóng góp thêm lợi ích cho nền kinh tế Việt Nam phát triển. Tuy nhiên, trong quá trình hoạt động các công ty CTTC cũng gặp không ít những khó khăn, rủi ro và không tránh khỏi những cạnh tranh gay gắt trong giai đoạn kinh tế hội nhập của Việt Nam.

4.3.2. Sản phẩm trong cho thuê tài chính tại Việt Nam

Các sản phẩm dịch vụ của các công ty CTTC, như sau:

➤ Cho thuê tài chính (*Financial lease*)

- Các đối tượng cho thuê là tất cả các tổ chức hoạt động, các cá nhân sinh sống và làm việc tại Việt Nam, trực tiếp sử dụng tài sản thuê cho mục đích hoạt động của mình, bao gồm: Cá nhân, hộ gia đình; DN; Các tổ chức khác thuộc đối tượng vay của các tổ chức tín dụng.

- Tài sản cho thuê bao gồm như: máy móc thiết bị thi công; Phương tiện vận chuyển; Dây chuyền sản xuất; Thiết bị gắn liền với bất động sản; Các động sản khác không bị pháp luật cấm.

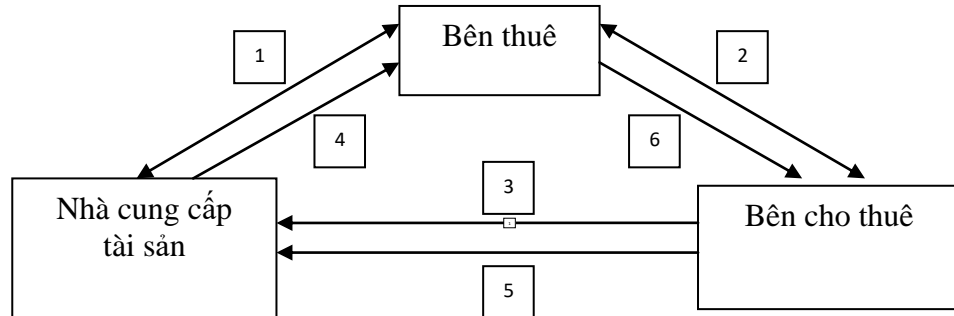
- Về điều kiện để được thuê: Người thuê phải có năng lực pháp luật dân sự, năng lực hành vi dân sự theo quy định của pháp luật; Có dự án đầu tư sản xuất, kinh doanh, dịch vụ phục vụ cho đời sống rõ ràng, mang tính khả thi và hiệu quả; Có khả năng đảm bảo thanh toán đầy đủ tiền thuê theo đúng thời hạn cam kết trong hợp đồng; Tại thời điểm thuê, bên thuê không có nợ xấu tại các tổ chức tín dụng nào; Bên thuê phải có báo cáo tài chính và cung cấp các thông tin theo yêu cầu của bên cho thuê; Phải có mức tham gia (đặt cọc) tối thiểu theo quy định của từng công ty (khoảng 20% trên tổng giá trị tài sản).

- Giá trị của tài sản cho thuê bằng: Giá mua và các chi phí liên quan đến việc hình thành tài sản cho thuê.

- Thời hạn cho thuê tùy thuộc vào quy định các công ty, nhưng thông thường thì không quá 10 năm (đối với tài sản mới), không quá 5 năm (đối với tài sản đã qua sử dụng).

- Lãi suất cho thuê tùy thuộc từng công ty, nhìn chung tất cả đều theo nguyên tắc: Áp dụng theo phương thức thả nổi (thay đổi của lãi suất) đối với VND, đối với ngoại tệ thì dựa trên cơ sở lãi suất của thị trường trong nước và quốc tế.

▪ Hồ sơ cho thuê tài chính: Có bộ hồ sơ cho các đối tượng khác nhau, cho doanh nghiệp và cho cá nhân.



Hình 4.3: Sơ đồ quy trình cho thuê của công ty CTTC tại Việt Nam

(Nguồn: Tổng hợp ở các công ty CTTC tại Việt Nam)

Trong đó:

- 1: Sự thỏa thuận về tài sản thuê
- 2: Hợp đồng cho thuê tài chính
- 3: Sự đặt mua tài sản
- 4: Giao nhận hàng hóa, lắp đặt, chạy thử
- 5: Thanh toán tiền mua hàng hóa
- 6: Thanh toán tiền thuê định kỳ

➤ **Cho thuê vận hành (Operating lease)**

Đây là một hình thức mà bên thuê sử dụng tài sản cho thuê của bên cho thuê trong khoảng thời gian nhất định, bên thuê sẽ trả lại tài sản đó cho bên cho thuê khi kết thúc thời hạn thuê. Về đối tượng, điều kiện thuê, tài sản thuê, lãi suất, hồ sơ trong thuê vận hành, cũng tương tự như thuê tài chính.

➤ **Mua và cho thuê lại (Hay bán và tái thuê – Sale and lease-back)**

Là nghiệp vụ mà bên cho thuê mua lại tài sản đang thuộc sở hữu của bên thuê, sau đó cho bên thuê thuê lại chính tài sản đó theo đúng hình thức CTTC, để bên thuê tiếp tục được sử dụng tài sản đó phục vụ cho hoạt động kinh doanh. Các điều kiện và vấn đề liên quan thực hiện tương tự như CTTC, sau khi bên cho thuê đã mua lại và tiến hành CTTC đối với bên thuê.

Trên đây là 3 sản phẩm dịch vụ chính của các công ty CTTC, các sản phẩm dịch vụ khác như: Huy động vốn; Hoạt động ngoại hối; Bán các khoản phải thu; Cho vay vốn lưu động bên thuê.

4.3.3. Hợp đồng và những nguyên tắc quan trọng trong cho thuê tài chính

a- Các thành phần liên quan trong hợp đồng cho thuê tài chính

Các thành phần và đối tượng liên quan trong cho thuê tài chính, bao gồm: Tài sản (Assets); Người cho thuê (Lessor); Người thuê (Lessee) và Nhà cung cấp (Supplier).

Tài sản (Assets): Các loại tài sản cho thuê có thể từ vật dụng nhỏ cho đến máy bay và cả vệ tinh. Hầu hết, những người cho thuê thường đưa ra phạm vi về một số sản phẩm dịch vụ cho thuê rõ ràng, bên thuê cũng có thể cho thuê lại hoặc bán cho người sử dụng thứ hai đối với các tài sản sau khi họ thu hồi.

Người cho thuê (Lessor): Là người chủ của tài sản, thường là các công ty cho thuê tài chính.

Người thuê (Lessee): Là các tổ chức và cá nhân hoạt động tại Việt Nam, trực tiếp sử dụng tài sản cho thuê cho mục đích hoạt động của mình.

Nhà cung cấp (Supplier): Có thể là các đơn vị trực tiếp sản xuất ra tài sản hoặc các thương mại trung gian, thực hiện việc bán các tài sản để cho thuê.

b- Quy định về quản lý và sử dụng tài sản trong hợp đồng CTTC

- Đối với nhà cung cấp

Chịu trách nhiệm về chất lượng tài sản, đảm bảo tính năng hoạt động của thiết bị, máy móc theo cam kết. Bảo trì, bảo dưỡng vận hành.

- Đối với người cho thuê

Là người đứng tên chủ tài sản cho thuê, thu phí hàng tháng đối với người thuê, có quyền kiểm tra định kỳ tài sản, thực hiện đăng ký giao dịch đảm bảo đối với tài sản cho thuê, chịu trách nhiệm mua bảo hiểm đối với tài sản cho thuê. Được quyền thu hồi tài sản trước thời hạn hợp đồng nếu bên

thuê vi phạm hợp đồng, thực hiện các vấn đề có liên quan đã ký kết trong hợp đồng cho thuê tài chính.

- Đối với người thuê

Được sử dụng tài sản, vận hành tài sản theo đúng quy trình và sử dụng đúng mục đích đã cam kết. Chịu trách nhiệm thanh toán đúng hạn các khoản phí theo quy định, thực hiện đúng các quy định trong hợp đồng CTTC.

4.3.4. Danh sách các công ty cho thuê tài chính tại Việt Nam

Hiện nay số công ty CTTC tại Việt Nam gồm 10 công ty, trong đó có 3 công ty 100% vốn nước ngoài, 6 công ty trực thuộc các công ty mẹ và ngân hàng Việt Nam. 1 công ty là Ngân hàng Việt Nam liên doanh với tập đoàn nước ngoài (Xem Phụ lục 9).

Các công ty CTTC đa số đã là thành viên của Hiệp hội CTTC của Việt Nam, cũng đã có sự liên kết tương trợ nhau trong hợp tác cho vay hợp vốn và hỗ trợ quản lý tài sản trong kinh doanh.

4.3.5. Tổng hợp và phân tích hiệu quả kinh doanh của các công ty cho thuê tài chính đại diện

Qua bảng tổng hợp hiệu quả kinh doanh của các công ty CTTC đại diện (Xem phụ lục 10), cho thấy khả năng tài chính các công ty thông qua tổng số vốn các công ty. Điều này thể hiện nội lực về tài chính các công ty CTTC tại Việt Nam hiện nay là còn hạn chế. Dư nợ hàng năm thể hiện khả năng kinh doanh các công ty CTTC lớn, đó cũng là điều cho thấy tiềm năng CTTC tại Việt Nam còn quá rộng, nhu cầu còn quá lớn, đang trông chờ sự khai thác. Mức độ lợi nhuận theo các năm cũng đánh giá hiệu quả kinh doanh của các công ty, thể hiện NLCT các công ty CTTC tại Việt Nam còn yếu kém, cần được nâng cao để kịp cạnh tranh và đáp ứng nhu cầu thị trường. Một khoản đáng quan tâm nữa đó là Thuế, khoản thuế đóng góp thể hiện khả năng kinh doanh và trách nhiệm với xã hội. Các công ty CTTC tại Việt Nam rất tích cực

và luôn tuân thủ mọi quy định, tuy nhiên số tiền đóng góp qua khoản thuế cho thấy ngành CTTC tại Việt Nam còn quá hạn chế và chưa xứng tầm với quy mô kinh tế Việt Nam đang đà phát triển và hội nhập quốc tế, cần có sự thúc đẩy phát triển hơn nữa đối với ngành này trong tương lai.

Dựa vào số liệu báo cáo, tác giả phân tích các hệ số tài chính như: ROA, ROE của các công ty CTTC qua các năm (Xem phụ lục 11).

Hệ số ROA (Return On Assets): Lợi nhuận sau thuế trên Tổng tài sản (LNST/Tổng TS), là tỷ suất sinh lời trên tổng tài sản hay bình quân 1 đồng tài sản sẽ tạo ra bao nhiêu đồng lợi nhuận. Hệ số ROE (Return On Equity): Lợi nhuận sau thuế trên Vốn chủ sở hữu (LNST/VCSH), là khả năng sinh lời trên mỗi đồng vốn của cổ đông thường.

Trong bảng đánh giá các hệ số ROA và ROE của 2 nhóm công ty CTTC tại Việt Nam, có 2 công ty VILC và KEXIM LEASING, đại diện cho các công ty 100% vốn nước ngoài, và 2 công ty SCBL và ViettinBank Leasing đại diện cho các công ty CTTC thuộc các ngân hàng TMCP Việt Nam. Do hạn chế trong việc thu thập số liệu thứ cấp từ các công ty CTTC, vì thế tác giả chỉ có được số liệu các công ty đại diện để tính toán các hệ số tài chính, nhằm hỗ trợ và làm sáng tỏ thêm trong quá trình phân tích đánh giá thực trạng các công ty CTTC tại Việt Nam.

Với hệ số ROA của nhóm công ty 100% vốn nước ngoài qua các năm chỉ ở mức 1-2%, nhưng nhóm công ty CTTC thuộc các NHTM cổ phần Việt Nam luôn đạt mức 3-5%. Như vậy chứng tỏ nhóm công ty 100% vốn nước ngoài này có tỷ suất lợi nhuận trên tổng tài sản là rất thấp và kém hiệu quả so với nhóm các công ty thuộc các NHTM Việt Nam. Tuy nhiên với hệ số ROE, cho thấy tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu của 2 nhóm công ty này là tương đương nhau, các công ty luôn đạt mức từ 7% đến trên 15%. Khi ROE càng cao, chứng tỏ các công ty khai thác tốt các lợi thế cạnh tranh của mình

trên thị trường, ngược lại các công ty có hệ số ROE thấp, chứng tỏ các công ty chưa có sức cạnh tranh tốt nhất đối với các đối thủ. Theo CANSLIM của William O'Neil thì ROE của DN phải đạt mức 15% trở lên mới được xem là hiệu quả. Như vậy qua phân tích cho thấy rất cần cho sự nâng cao NLCT cho các công ty này trong thị trường dịch vụ CTTC.

4.3.6. Vai trò các công ty cho thuê tài chính trong phát triển kinh tế của Việt Nam

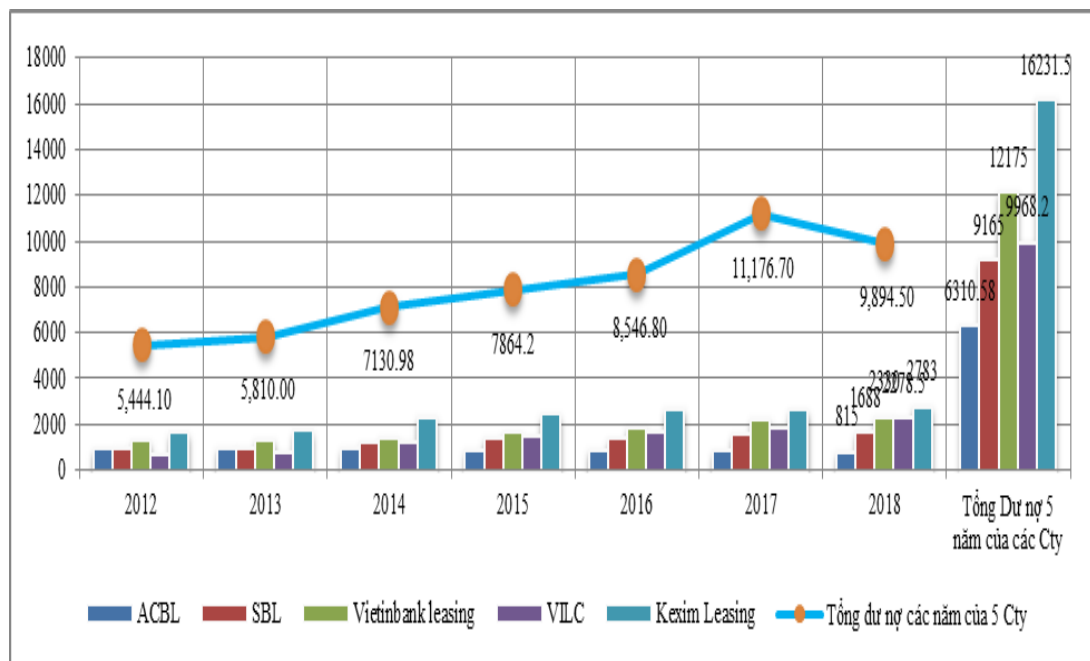
- Hỗ trợ vốn trung và dài hạn cho các doanh nghiệp Việt Nam

Tính đến cuối năm 2018, Việt Nam có hơn 700.000 DN, số lượng DN này đã tăng 70% so với năm 2012. Trong đó DNNVV chiếm hơn 98% (Nguồn: Tổng cục thống kê). Điều này cho thấy DNNVV đóng một vai trò quan trọng trong nền kinh tế của Việt Nam. Sự phát triển kinh tế tập trung đặc biệt vào các ngành công nghiệp, xây dựng, vận tải và viễn thông. Nhờ vào sự hỗ trợ tích cực từ chính phủ, các tổ chức tín dụng đã tập trung lực lượng hỗ trợ những khách hàng trong lĩnh vực này.

Nhiều năm qua, song song với những kênh huy động vốn chính thống như các ngân hàng, quỹ đầu tư, công ty tài chính, thì các công ty CTTC cũng đã góp phần không nhỏ vào việc hỗ trợ, giải quyết khó khăn về nguồn vốn trung và dài hạn cho các doanh nghiệp tại Việt Nam. Các DNNVV đã thực hiện việc trang bị máy móc, thiết bị, phương tiện, phục vụ cho hoạt động kinh doanh sản xuất cho DN thông qua CTTC. Trong các lĩnh vực công nghiệp, xây dựng, vận tải và viễn thông được biết là những ngành sử dụng nhiều nhất với các loại xe cộ, máy móc, thiết bị, để vận hành. Tuy nhiên, các DNNVV khó tiếp cận được các nguồn vốn vay của ngân hàng, vì họ khó đáp ứng được các điều kiện, tiêu chuẩn của các ngân hàng đặt ra. Các DNNVV bắt buộc phải tìm cách thay đổi kênh huy động vốn, trong đó kênh huy động từ CTTC là một trong những kênh được ưu tiên trước nhất và đó cũng là cơ hội cho

các công ty CTTC tại Việt Nam. Mặt khác, ngành công nghiệp – sản xuất luôn được chính phủ Việt Nam quan tâm và chú trọng hỗ trợ, nhất là trong giai đoạn công nghiệp hóa – hiện đại hóa đất nước. Rất nhiều DN tiến hành ký hợp đồng thuê tài chính về trang thiết bị, phương tiện vận tải với các công ty CTTC, giúp dễ dàng thay đổi những công nghệ mới nhất, nhằm phục vụ kịp thời và dễ cạnh tranh hơn trong việc tổ chức sản xuất kinh doanh. Đây là một lợi thế cho các công ty CTCT tại Việt Nam.

Qua những phân tích trên, cho thấy công ty CTTC đóng một vai trò vô cùng quan trọng trong việc cấp vốn cho các DNNVV tại Việt Nam, thể hiện kết quả hoạt động qua các năm, như sau:



Hình 4.4: Biểu đồ thể hiện tổng dư nợ của 5 công ty lớn (2012 – 2018)

(Nguồn: Tổng hợp báo cáo của các công ty CTTC tại Việt Nam)

Do tình hình báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của các công ty CTTC là không đầy đủ, tác giả cũng chỉ có thể đưa ra được kết quả của các công ty có quy mô và dư nợ tương đối lớn, qua các năm. Cụ thể, tổng dư nợ trong 7 năm (2012 – 2018) của các công ty: Công ty ACBL: 6.310 tỷ; Công ty SBL: 9.165 tỷ; Công ty Vietinbank Leasing: 12.175 tỷ; Công ty VILC: 9.968

tỷ; Công ty Kexim Leasing: 16.231 tỷ. Đồng thời trong biểu đồ cũng thể hiện tổng dư nợ các năm của 5 công ty CTTC.

Việc hỗ trợ vốn trung và dài hạn qua các năm của các công ty CTTC tại Việt Nam đối với các DN thể hiện qua dư nợ theo cơ cấu vốn cho các ngành của các công ty (chủ yếu các NDNVV tại Việt Nam), trên tổng dư nợ, diễn hình như:

Công ty ACBL, Năm 2012, danh mục tài sản cho thuê gồm: Máy móc thiết bị: 55,24%, Dây chuyền sản xuất: 35,86%, Tàu thuyền: 0,44%, Thiết bị y tế: 3,63%, Ô tô các loại: 4,83%. Năm 2013, cơ cấu tài sản năm này như sau: Máy móc thiết bị: 61,84%, Dây chuyền sản xuất: 28,7%, Tàu thuyền: 0,26%, Thiết bị y tế: 3,73%, Ô tô các loại: 5,47%. Cơ cấu tài sản cho thuê tập trung nhiều nhất là máy móc thiết bị và dây chuyền sản xuất, chiếm hơn 90% trong tổng danh mục tài trợ của công ty cho thuê tài chính ACBL. Năm 2014: Với cơ cấu như năm trước, nhưng tình hình chung do ảnh hưởng từ sự khó khăn trong hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp tại Việt Nam, lợi nhuận thấp hơn so các năm trước, công ty ACBL vẫn có mức độ tăng trưởng thị phần của năm 2014 đạt 6,92% và cao hơn năm 2013 là 0,3%. Năm 2015, cơ cấu dư nợ cho thuê tài chính theo ngành: Kinh doanh, sửa chữa ô tô, xe máy và xe có động cơ: 34%, Công nghiệp chế biến chế tạo: 27%, Vận tải, kho bãi: 7%, Sản xuất, Phân phối điện khí đốt, nước nóng, hơi nước và điều hòa không khí: 4%, Ngành khác: 28%. Năm 2016, Danh mục ngành, lĩnh vực kinh doanh thực hiện cho thuê trong năm 2016 của công ty ACBL cụ thể: Công nghiệp chế biến, chế tạo: 24%, Vận tải, kho bãi: 9%, Xây dựng: 8%, Bán buôn và bán lẻ: 40%, Hoạt động khác: 19%. Năm 2017: Tổng số tiền giải ngân đạt 369 tỷ đồng, lợi nhuận trước thuế đạt 16,3 tỷ đồng. ACBL tiếp tục phát triển khách hàng thuộc các nhóm ngành có tiềm năng tốt, tài sản cho thuê chính có tính thanh khoản cao, tình hình tài chính tốt. Năm 2018: Công ty tập trung

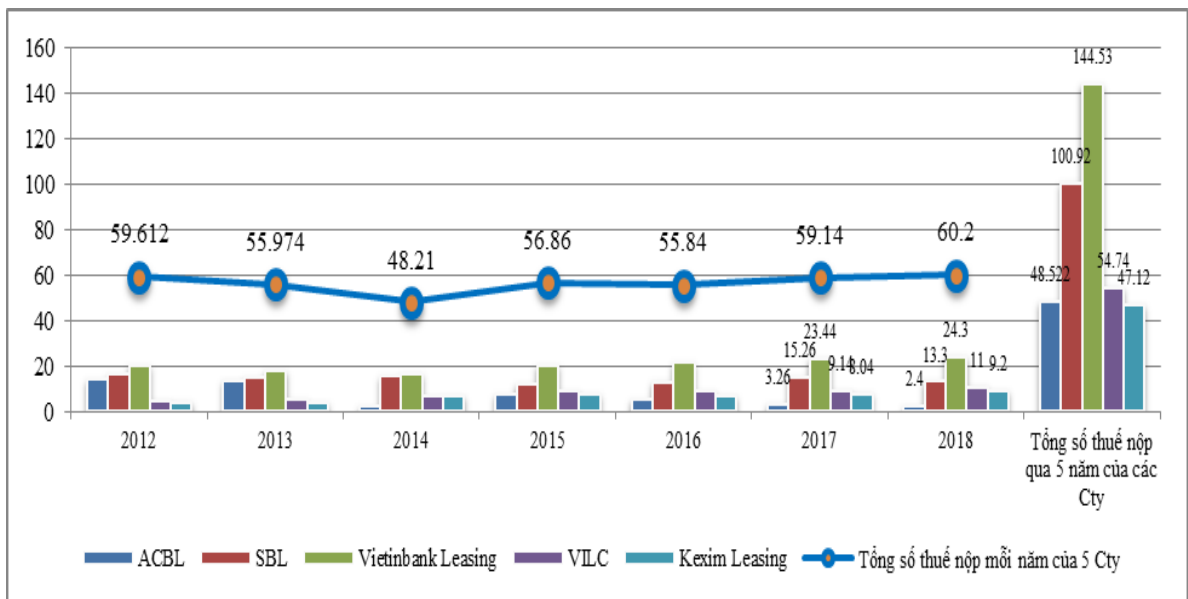
vào các tài sản cho thuê có tính thanh khoản tốt của các khách hàng doanh nghiệp, cá nhân. Các yêu cầu cho thuê thỏa tiêu chí về đối tượng khách hàng, ngành nghề và các chính sách tín dụng của ACBL.

Công ty SBL, Năm 2012, dư nợ đầu tư thuần CTTC theo ngành kinh tế: Công nghiệp chế biến, chế tạo: 56,6%, Vận tải, kho bãi: 20,3%, Xây dựng: 5,9%, Bán buôn, bán lẻ, sửa chữa ô tô, mô tô, xe máy và xe có động cơ khác: 7,7%, Khai khoáng: 6,2%, Y tế và hoạt động trợ giúp xã hội: 1,5%, Hoạt động tài chính ngân hàng và bảo hiểm: 0,7%, Sản xuất và phân phối điện, khí đốt, nước nóng, hơi nước và điều hòa không khí: 0,5%, Thông tin và truyền thông: 0,2%, Dịch vụ lưu trú và ăn uống: 0,1%, Nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản: 0,1%, Hoạt động dịch vụ khác: 0,2%. Năm 2013, trong năm này dư nợ đầu tư thuần CTTC theo ngành kinh tế có sự thay đổi như sau: Công nghiệp chế biến, chế tạo: 49,1%, Vận tải, kho bãi: 33,2%, Xây dựng: 5,1%, Bán buôn, bán lẻ, sửa chữa ô tô, mô tô, xe máy và xe có động cơ khác: 4,8%, Khai khoáng: 3,5%, Y tế và hoạt động trợ giúp xã hội: 2,0%, Hoạt động tài chính ngân hàng và bảo hiểm: 0,7%, Sản xuất và phân phối điện, khí đốt, nước nóng, hơi nước và điều hòa không khí: 0,3%, Thông tin và truyền thông: 0,1%, Dịch vụ lưu trú và ăn uống: 0,0%, Nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản: 0,0%, Hoạt động dịch vụ khác: 1,2%. Năm 2014, phân bổ như sau: Cho thuê các tổ chức kinh tế, Với các Công ty nhà nước: gần 37 tỷ đồng, Công ty cổ phần: 365,67 tỷ đồng, Công ty TNHH: 755,58 tỷ đồng, Doanh nghiệp tư nhân: 32,2 tỷ đồng; Cho thuê cá nhân: 13,03 tỷ đồng; Cho thuê khác: 2,58 tỷ đồng. Lợi nhuận trước thuế trong năm này là: 78,1 tỷ đồng. Năm 2015, cho thuê các Công ty nhà nước: 40,5 tỷ đồng, Công ty cổ phần: 394,1 tỷ đồng, Công ty TNHH: 931 tỷ đồng, Doanh nghiệp tư nhân: 39,37 tỷ đồng, Cho thuê khác: 2,27 tỷ đồng. Năm 2016, cho thuê các Công ty nhà nước: 22,47 tỷ đồng, Công ty cổ phần: 507,28 tỷ đồng, Công ty TNHH: 971,15 tỷ đồng, Doanh

ng nghiệp tư nhân: 46,07 tỷ đồng, Cho thuê cá nhân: 5,109 tỷ đồng, Cho thuê khác: 1,24 tỷ đồng. Năm 2017, Công ty CP: 584,04 tỷ, Công ty TNHH: 968,44 tỷ, Doanh nghiệp tư nhân: 24,67 tỷ, Cho thuê cá nhân: 2,4 tỷ, cho thuê khác: 583 triệu. Năm 2018, Công ty CP: 638 tỷ, Công ty TNHH: 1.031 tỷ, Doanh nghiệp tư nhân: 8,5 tỷ, Kinh tế tập thể: 209 triệu, cá nhân: 10,6 tỷ.

- Đóng góp nguồn ngân sách cho chính phủ:

Số thuế các công ty CTTC đóng góp cho nền kinh tế của quốc gia là đáng kể qua mỗi năm, có thể thấy với 5 công ty đại diện đã có tổng số thuế đóng qua các năm, trung bình là trên 50 tỷ đồng. Góp phần không nhỏ cho tổng thu ngân sách nhà nước. CTTC đã thực sự là ngành dịch vụ quan trọng trong hệ thống tài chính tại Việt Nam.



Hình 4.5: Biểu đồ tổng mức thuế nộp của 5 công ty lớn (2012 – 2018)

(Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo của các công ty CTTC tại Việt Nam)

- Làm phong phú sản phẩm trong các định chế tài chính

Với các lợi ích trong CTTC, như: Một là, CTTC không yêu cầu tài sản đảm bảo; Hai là, tăng thêm nguồn tài chính linh hoạt mà vẫn không sử dụng vốn vay ngân hàng; Ba là, tiền thuê cố định và thời hạn thuê dài giúp hoạt động tài chính linh động hơn; Bốn là, mở được tín dụng thư để nhập khẩu tài

sản thuê cho khách hàng; Năm là, thủ tục thuê đơn giản và thời gian thẩm định nhanh chóng; Sáu là, hạn chế rủi ro lạm phát và giảm áp lực nguồn vốn; Bảy là, bên thuê có thể sở hữu tài sản sau khi thuê.

(Theo: www.chailease.com.vn – *Chailease International Leasing*)

Tất cả những vấn đề trên đã giúp ngành CTTC có được lợi thế và thuận lợi, khi hỗ trợ các DN có được nguồn vốn trung và dài hạn trong kinh doanh, thông qua các sản phẩm của các công ty CTTC, như: Cho thuê tài chính, Cho thuê vận hành, Bán và thuê lại. Tất cả các nghiệp vụ ở CTTC là đơn giản, nhanh chóng và thuận lợi cho khách hàng, nhưng đảm bảo an toàn. Điều này cũng đã làm phong phú thêm sản phẩm trong dịch vụ tài chính của ngành đầu tư tài chính tại Việt Nam.

- Góp phần thu hút các nhà đầu tư nước ngoài vào Việt Nam

Với việc quy định của Quỹ tiền tệ quốc tế IMF (International Monetary Fund), là không tính khoản nợ từ tài sản CTTC quốc tế vào khoản nợ nước ngoài của một quốc gia, điều này giúp CTTC trở thành một kênh hấp dẫn thu hút vốn đầu tư nước ngoài. Đặc biệt, Việt Nam là một quốc gia đang phát triển, với thị trường chứng khoán là chưa thật hoàn thiện, thiếu hụt nguồn vốn cho các DN, thì kênh dẫn vốn trung và dài hạn cho các DN như CTTC là vô cùng quan trọng. Ngoài việc thu hút các nhà đầu tư tài chính đầu tư vào lĩnh vực CTTC (hiện có 3 công ty CTTC 100% vốn nước ngoài), thì các đầu tư khác tại Việt Nam cũng tăng cao khi ngành CTTC phát triển, bởi nhà đầu tư nước ngoài xem CTTC là nguồn tài trợ tài chính thuận tiện để hỗ trợ trong kinh doanh của các DN này. Nguồn vốn rót vào các công ty CTTC tại Việt Nam ngày càng tăng cao, thông qua vốn điều lệ, qua tăng trưởng dư nợ hàng năm. Giúp các công ty CTTC phát triển, tăng đóng góp cho ngân sách quốc gia, góp phần giải quyết công ăn việc làm.

4.3.7. Nhu cầu vốn của các doanh nghiệp và tiềm năng phát triển cho thuê tài chính tại Việt Nam

Ngoài những yếu tố khác để cạnh tranh thì yếu tố vốn là đặc biệt quan trọng cho các DN Việt Nam. Tại hội thảo hội nhập “Những vấn đề cốt lõi cho DN Việt Nam”, tại khách sạn CONTINENTAL, ngày 14/7/2006 (Theo TS. Nguyễn Đình Quế) cho thấy: DN có số lượng vốn 50 tỷ đồng trở lại chiếm 90,25% trên tổng số DN; DN có vốn từ 50 đến 500 tỷ là 9,75%; DN có lượng vốn trên 500 tỷ là 0,48%. Hội thảo kết luận rằng DN Việt Nam đi vào hoạt động với số lượng vốn quá thấp kém so với các nước trong khu vực. Như vậy nhu cầu vốn cho các DN là rất lớn, không chỉ vốn lưu động mà là vốn cho trang thiết bị là khoản vốn thật sự khó khăn đối với các DN Việt Nam.

Khát vốn vẫn là bài toán nan giải cho DN Việt Nam, mặc dù chính phủ đã có không ít những biện pháp hỗ trợ, giúp đỡ, kêu gọi đầu tư,... để giúp các DN Việt Nam dần tháo gỡ khó khăn này. Trong đó có cả việc cụ thể hóa bằng luật Hỗ trợ DNNVV, được Quốc hội thông qua ngày 12/6/2017, nhưng vẫn còn 70% DNNVV chưa tiếp cận được vốn tín dụng (theo VCCI, 2018). Điều này cho thấy nguồn vốn từ các tổ chức tín dụng đến các DN có nhu cầu vẫn còn quá ít, trong khi đó đến 2018 thì dư nợ của CTTC mới ở mức: 9.630.788 triệu đồng, cũng chỉ đạt 0,27% trên tổng tín dụng cả nền kinh tế; Tổng tài sản là: 11.167.617 triệu đồng; Vốn điều lệ: 2.995.627 triệu đồng; Lãi trước thuế là: 312.434 triệu đồng (Theo: Báo cáo của Hiệp hội CTTC tại đại hội nhiệm kỳ 2019-2022, 12/4/2019). Cho thấy CTTC vẫn là một quy mô tương đối nhỏ so với quy mô của hệ thống các tổ chức tín dụng. Tiềm năng và dư địa cho CTTC là còn rất lớn để phát triển trong thời gian tới (Theo chuyên gia kinh tế: Cán Văn Lực, trả lời trong bài phỏng vấn “Gỡ khó tiếp cận vốn trung, dài hạn cho doanh nghiệp” của Thời báo Tài chính - 2020). Với số liệu của cục thống kê: năm 2018 giá trị máy móc thiết bị nhập khẩu lên tới 35 tỷ USD, quý I năm

2019 là 9 tỷ USD và sẽ còn có nhu cầu tăng cao trong tương lai. Trong khi đó tăng trưởng tín dụng tại các Ngân hàng ngày càng siết chặt và tỷ lệ vốn ngắn hạn cho vay trung - dài hạn phải đảm bảo mức dưới 40%, vậy thị trường ngách và thị trường vốn trung – dài hạn chuyên biệt là của CTTC (Theo nhận định của Tổng Giám đốc Công ty cho thuê tài chính BIDV- SuMi TRUST).

Kết luận Chương 4

Chương này thực hiện các bước kiểm tra các kết quả nghiên cứu định tính và thực hiện bước nghiên cứu định lượng. Từ đó thảo luận và đánh giá các kết quả nghiên cứu, dựa trên nguyên tắc lý thuyết và các chỉ số quy định trong các phần mềm hỗ trợ thực hiện phương pháp nghiên cứu định lượng. Kiểm định lại các giả thuyết đặt ra đối với các nhân tố trong mô hình nghiên cứu. Dựa trên kết quả của chương này, tiếp tục thực hiện chương đề xuất các hàm ý chính sách, kiến nghị đối với công việc nâng cao NLCT cho các công ty CTTC tại Việt Nam, theo đúng mục tiêu đề tài nghiên cứu.

CHƯƠNG 5

KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý CHÍNH SÁCH

Qua kiểm định và thảo luận về kết quả của quá trình nghiên cứu đề tài, tác giả đánh giá lại để đưa ra những căn cứ từ nghiên cứu và đối chiếu với thực trạng của các vấn đề trong nghiên cứu. Từ đó có những hàm ý chính sách và kiến nghị cho phù hợp, nhằm giải quyết các vấn đề đã đặt ra ở các câu hỏi nghiên cứu cũng như mục tiêu nghiên cứu.

5.1. Những đánh giá và căn cứ cho các hàm ý chính sách

5.1.1. Những tác động đến kinh tế Việt Nam

- Sự tác động của toàn cầu hóa

Với vị trí thuận lợi về địa kinh tế và địa chính trị, Việt Nam đã tạo ra sức hấp dẫn đối với các nhà đầu tư nước ngoài. Dòng vốn đầu tư từ nước ngoài vào Việt Nam tăng lên trong những năm qua. Kinh tế thế giới có những suy giảm nhất định, nhưng Việt Nam có phần ít bị ảnh hưởng, bởi vẫn có những mặt hàng xuất khẩu đáp ứng được nhu cầu thiết yếu của các nước. Các quốc gia phát triển có nhu cầu chuyển nhượng công nghệ để tạo điều kiện ứng dụng công nghệ tăng cao, do có sự tái cơ cấu kinh tế ở các nước. Đó được xem là cơ hội cho Việt Nam tiếp cận các công nghệ hiện đại. Việt Nam đã ngày càng hội nhập sâu hơn vào nền kinh tế thế giới, với sự ký kết được 12 Hiệp định thương mại tự do (FTA) và sẽ tiếp tục thực hiện ký kết, giúp Việt Nam có thể tăng cường thu hút các nguồn lực. Việt Nam được xem là nước hưởng lợi nhiều từ xu hướng toàn cầu hóa. Tỷ lệ thương mại so với GDP năm 2019 đạt 201,4%, Việt Nam tăng trưởng trung bình 7% trên năm trong nhiều thập kỷ qua, tỷ lệ hộ nghèo giảm từ 37,4% năm 1998 xuống còn 5,8% năm 2016 (Nguồn: Ngân hàng Thế giới, tính từ 1960). Vì thế, yếu tố toàn cầu hóa

và sự hội nhập kinh tế quốc tế có vai trò quan trọng trong tăng trưởng của Việt Nam.

Ngoài những thuận lợi, thì khó khăn đối với Việt Nam thông qua toàn cầu hóa cũng không nhỏ. Bởi Việt Nam là nước đang phát triển, tăng trưởng kinh tế đã và đang phụ thuộc rất nhiều về: Hoạt động thương mại (Với những sản phẩm xuất khẩu do yếu kém trong năng lực cạnh tranh. Phụ thuộc với những nguyên vật liệu nhập khẩu do tuân thủ quy định các ký kết trong hội nhập, chấp nhận nguồn hàng giá rẻ vào Việt Nam cạnh tranh cùng hàng nội địa); Phụ thuộc vào Đối tác (Mỹ và Trung Quốc là hai đối tác lớn về thương mại, sự thay đổi về mặt chính sách của họ sẽ ảnh hưởng rất lớn đến Việt Nam); Phụ thuộc vào nguồn đầu tư nước ngoài (Các DN có vốn FDI chiếm 70% giá trị xuất khẩu của Việt Nam).

- Sự tác động từ cuộc cách mạng công nghiệp 4.0

Cách mạng công nghiệp 4.0, dựa trên nền tảng của công nghệ số. Sự kết nối vạn vật thông qua Internet, phương pháp trí tuệ nhân tạo (AI: Artificial Intelligence), cách thức ứng dụng và xử lý dữ liệu lớn (Big Data), ứng dụng điện toán đám mây (Cloud Computing),...để thực hiện kết nối nhanh chóng. Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 tác động đến tất cả các lĩnh vực, như: kinh tế, chính trị, văn hóa, xã hội, đến con người và an ninh quốc gia. Làm thay đổi các phương thức trong quản lý, điều hành và những vấn đề liên quan. Cần nắm bắt, tận dụng, nâng tầm khả năng nếu không muốn nhận lãnh sự tụt hậu.

Nền tảng trình độ công nghệ Việt Nam là thấp so các nước, để bắt kịp với công nghiệp 4.0 là đầy khó khăn. Tuy nhiên, Việt Nam có những lợi thế nhất định, như: trên 50% dân số trẻ, cập nhật và sử dụng Internet tốt, tạo tiền đề cho sự phát triển và ứng dụng công nghệ theo nền công nghiệp 4.0, thu hẹp khoảng cách với các nước phát triển trên thế giới.

- Sự tác động từ biến đổi khí hậu

Theo dự báo của UNDP (Tổ chức Phát triển của Liên hiệp quốc), Việt Nam là một trong những quốc gia bị ảnh hưởng rất nặng nề nhất từ sự biến đổi khí hậu. Việt Nam có bờ biển trải dài dọc theo lãnh thổ quốc gia với 3260 km, là nước có nền nông nghiệp chủ đạo và đánh bắt thủy hải sản. Vì thế, đây được cho là một thách thức và khó khăn đối với Việt Nam trong vài thập kỷ tới. Theo dự báo, đến năm 2100 Việt Nam sẽ mất khoảng 10% GDP do hậu quả của sự tác động từ biến đổi khí hậu (Theo: Viện Nghiên cứu Quản lý Trung Ương phối hợp với Viện Nghiên cứu phát triển Thế giới và Đại học Copenhagen – Đan Mạch, 2012). Các hiện tượng: Nước biển dâng, hạn hán, lũ lụt, xâm nhập mặn,...đang ngày càng xuất hiện với tần suất nhiều và dày hơn. Theo phân tích, đánh giá của Viện Tài nguyên Thế giới (WRI), nếu mực nước biển dâng cao thêm 1 mét, thì: khoảng 40% diện tích đất thuộc đồng bằng sông Cửu Long, 11% diện tích đất đồng bằng sông Hồng và 3% diện tích đất ở các tỉnh khác thuộc vùng ven biển Việt Nam sẽ bị ngập, không thể canh tác. Đây là thiệt hại vô cùng lớn cho quốc gia, nếu không có biện pháp phòng ngừa hữu hiệu.

- Tác động của đại dịch Covid - 19

Đại dịch nổ ra trên toàn cầu, tất cả các quốc gia đều gánh chịu nhiều thiệt hại, rủi ro đến sức khỏe con người và sự mất mát khó tiên lượng, nếu không có thuốc trị, Vaccine khống chế và phòng ngừa. Ảnh hưởng từ dịch bệnh này, làm giảm sút tất cả các nền kinh tế trên thế giới. Cầu của nền kinh tế giảm so với nhiều năm trước, từ đó kéo theo suy giảm trong hoạt động sản xuất, sự đầu tư các nước cũng dè chừng và chậm lại. Đầu tư trực tiếp từ nước ngoài giảm 3,8% (Theo: Tổng cục Thống kê, 2020). Bên cạnh đó, tỷ lệ nghèo đói tăng lên, kết quả khảo sát của UNDP và UN WOMEN (2020), tỷ lệ hộ cận nghèo tăng từ 3,8% vào tháng 12 năm 2019 lên 6,5% vào tháng 4 năm 2020.

Những tác động về nhiều mặt đến các nước cũng như Việt Nam trong giai đoạn hiện nay và dự kiến tương lai, thông qua các dự báo của các tổ chức, các nhà khoa học. Tuy nhiên Việt Nam, được xem là nước đang phát triển, có sự ổn định và an toàn về an ninh, chính trị, kiểm soát chặt chẽ về phòng chống dịch bệnh, sự tiếp cận công nghệ mới và ban giao hội nhập ngày càng sâu rộng. Từ đó có thể được đánh giá Việt Nam tiếp tục phát triển, thu hẹp mức độ giàu và nghèo, sự lạc hậu và hiện đại so các nước phát triển. Điều này đòi hỏi chính phủ và các ngành nghề luôn cần phải phối hợp để nâng năng lực cạnh tranh để phát triển. Đối đầu mọi thách thức, phòng chống mọi rủi ro, giữ vững sự phát triển ổn định, an toàn và bền vững cho nền kinh tế.

5.1.2. Đánh giá tiềm năng ngành cho thuê tài chính tại Việt Nam

Tổng hợp các thông tin về thực trạng ngành CTTC Việt Nam trong những năm gần đây và hiện nay, để nhìn nhận cho xu thế phát triển ngành. Phối hợp kết quả nghiên cứu thực nghiệm, để có những chiến lược, mục tiêu rõ ràng và cụ thể, nhằm đề xuất các hàm ý, chính sách giúp nâng cao NLCT cho các công ty CTTC Việt Nam trong thời gian tới.

Theo tổng kết của Hiệp Hội CTTC Việt Nam, Tổng dư nợ của CTTC Việt Nam năm 2016 là: 600 triệu USD, trong khi Trung Quốc đạt 540 tỷ USD, Nhật Bản đạt 50 tỷ USD, Hàn Quốc đạt 17 tỷ USD, Thái Lan đạt 3 tỷ USD, theo các chuyên gia, đến nay con số này càng có sự chênh lệch cao hơn. Cũng theo tổng kết, Nhật Bản: có 240 công ty CTTC, và đặc biệt là có gần 97% các DN sử dụng dịch vụ này. Các nhà thầu Nhật Bản không ưu tiên việc bỏ tiền mặt ra để đầu tư máy móc thiết bị, mà luôn ưu tiên phương án CTTC để có được công cụ trong hoạt động kinh doanh. Họ đưa ra 3 lý do chính cho việc lựa chọn phương án CTTC: (1) Không cần vốn ban đầu khi đầu tư thiết bị; (2) Tiết kiệm nguồn lực cho các việc quản lý hành chính; (3) Dễ dàng nắm được chi phí, cập nhật công nghệ thi công, thiết bị mới, hiện đại với chi phí

hợp lý. Tại Trung Quốc: có tới 3.200 công ty CTTC, gần 65% DN sử dụng dịch vụ tài chính này. Mỹ có khoảng 80% các DN lớn có thuê một phần hoặc toàn bộ máy móc trong hoạt động sản xuất, từ dịch vụ CTTC (Nguồn: Tạp chí kinh tế xây dựng, số 4/2019). Như vậy, với một nước đang phát triển như Việt Nam, chính sách cho xu thế mở rộng ban giao và hội nhập, sẽ thu hút không ít nhà đầu tư trên thế giới vào Việt Nam. Ngoài ra, ngay cả các DN Việt Nam cũng ngày càng nhìn nhận việc sử dụng dịch vụ tài chính này là hữu ích, với thuận lợi, như thế chắc chắn sẽ làm gia tăng tiềm năng cho ngành CTTC tại Việt Nam phát triển trong tương lai.

Những thị trường tiềm năng với nhu cầu vốn cho sự phát triển các ngành nghề được Chính phủ xác định cần hỗ trợ cho phát triển từ các nguồn vốn trung – dài hạn của các tổ chức tài chính. Qua tổng hợp đánh giá về nhu cầu thực tiễn về nguồn vốn cho trang thiết bị của các DN Việt Nam, với ngành cơ điện tử Việt Nam. Đối với ngành cơ khí chế tạo: từ nay đến 2030, tổng nhu cầu máy móc, thiết bị trong nước có giá trị lên tới khoảng 350 tỷ USD (Theo dự báo Hiệp hội DN cơ khí Việt Nam – VAMI). Đối với ngành điện: theo quy hoạch thì từ năm 2012 – 2030 có khoảng 40 nhà máy nhiệt điện than công suất 1.200 MW, được xây dựng với giá trị thiết bị và xây lắp khoảng 64 tỷ USD (Theo Quyết định số 1791/QĐ-TTg ngày 29/11/2012 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt cơ chế thực hiện thí điểm thiết kế, chế tạo trong nước thiết bị các nhà máy nhiệt điện trong giai đoạn 2012 - 2025 và Quyết định số 1670/QĐ-TTg ngày 08/11/2012 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án phát triển lưới điện Thông minh tại Việt Nam). Đối với ngành đóng tàu: Theo Tổng công ty Công nghiệp tàu thủy (SBIC), năm 2017, giá trị lĩnh vực đóng tàu đạt hơn 3.071 tỷ đồng, bằng 69% kế hoạch, như vậy nhu cầu là đang còn rất lớn cho ngành này. Đối với ngành Chế tạo thiết bị y tế: Theo số liệu của Bộ Y tế, tổng vốn đầu tư vào trang thiết bị y tế tại Việt Nam

năm 2010 ước đạt 515 triệu USD, đến năm 2016 tổng vốn đầu tư là 950 triệu USD và đến năm 2017 con số này tăng lên 1,1 tỉ USD. Tính đến năm 2016, cả nước có khoảng 1.346 bệnh viện, đây là một thị trường đầy tiềm năng cho các thiết bị cơ điện tử ứng dụng trong y tế. Đối với ngành chế tạo ô tô, xe máy: Số lượng robot được sử dụng trên các dây chuyền công nghệ là rất lớn (VINFAST sử dụng 1.200 robot). Theo thống kê của Hiệp hội Robot quốc tế (IFR), trên thế giới robot được sử dụng trong ngành chế tạo ô tô chiếm khoảng 33,2%. Việt Nam chú trọng phát triển trong giai đoạn đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2035, dự định thị trường các sản phẩm cơ điện tử cho ngành chế tạo ô tô xe máy là rất lớn.

Tất cả những xu hướng phát triển của các ngành với nhu cầu trang thiết bị như đã nêu, thì ngành CTTC sẽ là một lựa chọn tốt nhất cho các nhà đầu tư mua sắm các trang thiết bị và máy móc, công nghệ để triển khai các hoạt động này. Nếu thực hiện các bước quan hệ, tiếp cận nhu cầu đầy tiềm năng này, các công ty có sự hợp tác trong việc hợp vốn cho thuê và nâng cao năng lực trong kinh doanh, CTTC sẽ là nơi cấp vốn và hợp tác tốt cho các bên cùng phát triển. Ngoài ra, một số ưu điểm của CTTC so với các tổ chức tín dụng khác cũng cho thấy ưu thế để ngành phát triển. Cụ thể: Khi một DN muốn tiếp cận số vốn của Ngân hàng, thì chắc chắn phải có tài sản thế chấp, đặc biệt tài sản đó phải là bất động sản có giá trị lớn, nếu DN muốn có một nguồn tiền lớn. Tuy nhiên việc giải ngân cũng phải theo tiến độ, không để cho các DN chủ động toàn bộ nguồn vốn trên tổng vốn vay. Tài sản thế chấp cũng được đánh giá và cho vay khoảng 70% trên tổng giá trị tài sản, phần 30% giá trị còn lại chỉ để làm đảm bảo mức độ an toàn cho khoản vay, mà người sở hữu hoàn toàn khó sử dụng. Trong khi đó, CTTC thì không cần phải thế chấp tài sản khi tiến hành cấp vốn trung-dài hạn cho việc DN mua một dây chuyền máy móc, thiết bị, công nghệ hiện đại, có thể lên đến hàng trăm tỷ đồng. Tài sản thế

chấp chính là động sản mà DN có nhu cầu thuê mua để vận hành trong kinh doanh. Nếu thực hiện việc thuê tài chính theo nghiệp vụ bán thuê lại (sale and lease - back) thì sẽ giúp DN có được khoảng tiền để làm vốn lưu động, nhưng vẫn có dây chuyền và máy móc thiết bị, công nghệ cho hoạt động kinh doanh. Đây là là một nghiệp vụ mà có thể nói là sản phẩm đặc biệt của CTTC, mà không thể nào ngân hàng hay các tổ chức tín dụng khác có thể thực hiện được để giúp DN. CTTC còn giúp DN chia nhỏ khoản tiền để thanh toán trong quá trình thuê tài sản, giải quyết được bài toán thanh toán ngay một khoản quá lớn khi trang bị máy móc thiết bị cho kinh doanh.

(Theo: <https://www.chailease.com.vn>)

5.1.3. Theo chiến lược phát triển các tổ chức tín dụng đến năm 2025, định hướng 2030 của Chính phủ

Khẳng định hệ thống tiền tệ, ngân hàng và hoạt động của các tổ chức tín dụng là huyết mạch của nền kinh tế, giữ vai trò trọng yếu trong tổng thể hệ thống tài chính Việt Nam. Vì vậy việc thực hiện chiến lược để ổn định hoạt động của hệ thống các tổ chức tín dụng, đóng vai trò chủ chốt trong ổn định tiền tệ và ổn định tài chính. Đó cũng là điều kiện tiên quyết để ổn định kinh tế vĩ mô và tăng trưởng bền vững cho quốc gia.

Chính phủ cũng đề ra quan điểm và mục tiêu, thực hiện chiến lược để phát triển hệ thống các tổ chức tín dụng, theo hướng các tổ chức tín dụng trong nước đóng vai trò chủ lực; hoạt động minh bạch, cạnh tranh, an toàn, hiệu quả bền vững; cấu trúc đa dạng về sở hữu, quy mô, loại hình; dựa trên nền tảng công nghệ, quản trị tiên tiến, phù hợp với chuẩn mực hoạt động theo thông lệ quốc tế, hướng tới đạt trình độ phát triển của nhóm 4 nước dẫn đầu khu vực ASEAN vào năm 2025; năng động, sáng tạo để thích ứng với quá trình tự do hóa và toàn cầu hóa; đáp ứng nhu cầu về dịch vụ tài chính, ngân hàng ngày càng gia tăng của nền kinh tế, tiến tới tài chính toàn diện vào năm

2030, bảo đảm mọi người dân và doanh nghiệp có cơ hội tiếp cận đầy đủ, thuận tiện các dịch vụ tài chính, ngân hàng có chất lượng, đóng góp tích cực cho phát triển bền vững.

Để thực hiện được mục tiêu, cần phát triển các tổ chức tín dụng đủ năng lực cạnh tranh trên thị trường nội địa, từng bước nâng cao NLCT quốc tế. Các ngân hàng thương mại, các tổ chức tín dụng phi ngân hàng phải thực hiện một số biện pháp cụ thể:

- Lành mạnh hóa và nâng cao năng lực tài chính.
- Chuyển đổi mô hình kinh doanh theo đa dạng hóa sản phẩm và dịch vụ.
- Nâng cao năng lực quản trị điều hành, tính minh bạch trong hoạt động tổ chức tín dụng, áp dụng hệ thống quản lý rủi ro phù hợp với nguyên tắc chuẩn mực của Ủy ban Basel II tại Việt Nam, theo thông lệ quốc tế.
- Phát triển đội ngũ cán bộ quản lý và kinh doanh có trình độ chuyên môn cao, tuân thủ pháp luật, có đạo đức và trách nhiệm với nghề nghiệp.
- Đa dạng hóa cơ cấu cổ đông.
- Hiện đại hóa hệ thống công nghệ thông tin và hệ thống thanh toán

(Nguồn: Quyết định số 986/QĐ-TTg)

5.1.4. Đánh giá các nhân tố tác động

Các nhân tố bên trong thể hiện trong mô hình, được các nhà nghiên cứu trước và tác giả đúc kết, xác định là những nhân tố quan trọng. Cần có sự cải thiện, bổ sung, nâng cao khả năng để sự tác động của các nhân tố này làm tăng NLCT cho các công CTTC tại Việt Nam. Nhu cầu cần nâng cao, phụ thuộc vào mức độ tác động của các nhân tố này đến NLCT từ kết quả nghiên cứu, đồng thời phụ thuộc vào bối cảnh và xu thế nền kinh tế, cũng như những nhu cầu thiết thực cho tiềm năng phát triển ngành CTTC tại Việt Nam.

Căn cứ kết quả nghiên cứu, tất cả các nhân tố đều có tác động mạnh đến NLCT của công ty CTTC, với mối quan hệ nhân quả của các biến điều có

giá trị P - Value < 0.05. Cho thấy, các nhân tố mới theo các chuyên gia đánh giá là quan trọng trong quá trình khảo sát, được chứng minh rõ ràng và phù hợp thông qua kiểm nghiệm.

- Với nhân tố RR, có các biến quan sát: Rủi ro thẩm định; Rủi ro thu hồi nợ; Rủi ro quản lý tài sản. Những sai sót trong thẩm định, như: không theo đúng quy trình, bỏ qua các quy định, bỏ qua những điều kiện chưa đạt, hoặc sai trái của người thuê. Từ đó làm sai lệch, không trung thực và không chính xác trong thẩm định. Đối với thu hồi nợ và quản lý tài sản, thường để mất mát tài sản, sự chậm trễ, thiếu thường xuyên trong đơn đốc thu nợ và quản lý nợ cũng như tài sản. Việc thực hiện không đúng các quy định trong thu hồi và giải quyết tài sản sau thu hồi chậm trễ, dẫn đến sự mất giá tài sản. Nhân tố quản lý rủi ro này quyết định rất lớn trong việc mang lại lợi nhuận và bảo toàn vốn cho công ty CTTC. Giúp công ty thực hiện được vòng quay vốn nhanh theo dự tính.

- Với nhân tố GC, có các biến quan sát: Giá theo lãi suất; Giá theo ký quỹ; Giá theo giá tài sản. Đối với nhân tố này, việc xác định các biến quan sát căn cứ theo cách tính giá khi cho thuê như sau:

Công thức tính giá trị thuê như sau:

$$\text{Giá cho thuê dự kiến} = [(A + B + C + D) \times (E)] / (F)$$

Trong đó:

A: Giá trị thiết bị + Chi phí khác

B: Tiền ký quỹ (khoảng 10% trên giá trị tài sản)

C: Giá trị còn lại (độ 1% trên giá trị tài sản, được thực hiện khi kết thúc hợp đồng và bên cho thuê chuyển quyền sở hữu cho bên thuê)

D: Ký cược (tiền cam kết tham gia, khoảng 20% trên giá trị tài sản)

E: Lãi suất, trong đó có lãi thả nổi theo thị trường và lãi cố định (là biên độ dao động 2-3 %)

F: Thời gian thuê (theo tháng hoặc năm)

(Nguồn: Tham khảo theo cách tính giá trị thuê công ty CTTC VILC Việt Nam)

Như vậy, các yếu tố quan trọng quyết định giá bao gồm: Giá trị thiết bị; Tiền ký quỹ, ký cược và Lãi suất. Trong đó, tiền ký quỹ, ký cược cần được xác định tính trả lãi cho khách hàng là một yếu tố cần nghiên cứu và thực hiện, để làm lợi thế trong cạnh tranh về giá với các công ty đối thủ. Hiện nay các công ty CTTC hầu như chưa thực hiện điều này, đó là một thiệt thòi đối với khách hàng.

Bên cạnh đó, có thể đánh giá nhóm các công ty CTTC 100% vốn nước ngoài có những khác biệt đối với các công ty CTTC thuộc các NHTM cổ phần Việt Nam, cụ thể:

- Với Quản trị điều hành: Lãnh đạo các công ty 100% vốn nước ngoài có sự độc lập trong quản lý và ra quyết định. Đối với các công ty thuộc các ngân hàng TMCP Việt Nam, thường có những chi phối nhất định từ lãnh đạo ở các công ty mẹ, rủi ro cũng có thể dẫn đến từ những sự chi phối này. Đặc biệt, trong quá trình thẩm định, kiểm tra kiểm soát và đánh giá. Trình độ quản trị điều hành giữa các nhóm công ty cũng có sự khác biệt, bởi trình độ quản lý, khả năng ngoại ngữ, kinh nghiệm trong lĩnh vực CTTC, thuộc các công ty 100% vốn nước ngoài là tốt hơn. Tuy nhiên cũng có những nhược điểm, như nhóm này chưa rõ về Văn hóa, Luật pháp, thị trường Việt Nam, cũng như một số vấn đề liên quan khác.

- Với nhân tố Tài chính: Nhóm các công ty 100% vốn nước ngoài, có nguồn vốn chỉ từ các công ty mẹ hoặc vay các tổ chức khác. Sự phối hợp để có nguồn vốn cho các hợp đồng giá trị lớn là khó khăn, các công ty CTTC này phải gánh chịu một sức ép về lãi suất khi vay vốn, khả năng kiểm soát lãi suất để tính giá cho thuê là khó khăn. Trong khi đó các công ty trực thuộc các NHTM cổ phần Việt Nam có những thuận lợi hơn, đặc biệt về việc cho thuê

hợp vốn. Vì thế đòi hỏi phải có biện pháp hay chính sách về vấn đề huy động vốn theo xu hướng tốt hơn.

- Với Quy mô – Mạng lưới: Các công ty CTTC thuộc các ngân hàng TMCP có những lợi thế nhất định, bởi hệ thống chi nhánh, phòng giao dịch thuộc một ngân hàng TMCP là trải đều trên cả nước. Vì thế sự hỗ trợ cho các công ty CTTC trực thuộc là thuận lợi, đặc biệt về thông tin khách hàng, quan hệ nhà cung cấp, bảo hành, bảo trì, thu nợ, quan hệ các cấp chính quyền địa phương, giải quyết các vấn đề liên quan,... Trong khi đó các công ty CTTC 100% vốn nước ngoài với mạng lưới còn quá mỏng, hạn chế rất lớn trong quan hệ và thông tin. Điều này cho thấy cần có những chính sách để giúp các công ty 100% vốn nước ngoài mở rộng quy mô tại các khu vực tiềm năng.

- Với Chất lượng phục vụ: Mặc dù quy mô và mạng lưới các công ty CTTC 100% vốn nước ngoài còn rất yếu, nhưng năng lực phục vụ của đội ngũ nhân viên thuộc nhóm các công ty này tích cực và tận tâm. Vấn đề này phụ thuộc rất lớn vào năng lực quản trị điều hành và sự tuyển chọn, đào tạo nguồn nhân lực, sự chênh lệch trong thu nhập và phúc lợi.

- Nhân tố Nhân sự: Nguồn nhân lực được tuyển chọn theo các tiêu chí rõ ràng và đòi hỏi mặt bằng trình độ cao ở các công ty 100% vốn nước ngoài, so với công ty CTTC thuộc các ngân hàng TMCP Việt Nam và các tổ chức tài chính khác. Việc tuyển dụng cho các công ty CTTC 100% vốn nước ngoài là khó khăn, dễ có sự thay đổi. Cần có biện pháp phù hợp về nhân sự tại các công ty là điều hết sức cần thiết.

- Nhân tố Marketing: Trong thực tế, công tác Marketing của các nhóm công ty 100% vốn nước ngoài là, một con người thực hiện cả sự phối hợp công việc Marketing với công tác nhận và kiểm tra lập hồ sơ, trong quá trình phục vụ cho khách hàng. Vì thế, vấn đề chuyên trách Marketing là chưa thật sự tốt tại các công ty này. Đối với nhóm các công ty thuộc ngân hàng TMCP

thuận lợi hơn trong công tác Marketing, nhờ vào quy mô mạng lưới của các ngân hàng. Vì thế cần sự tổ chức lại và tăng cường cho nhân tố Marketing cho các công ty CTTC 100% vốn nước ngoài.

- Nhân tố Sản phẩm - Dịch vụ: Trong CTTC, sản phẩm là không nhiều và khó triển khai. Sự phụ thuộc vào các chính sách của ngành cũng như chính phủ. Hành lang pháp lý cho ngành CTTC, chưa thật sự đầy đủ và thuận tiện cho việc thực hiện các sản phẩm, mặc dù đã được phép triển khai.

- Nhân tố Thương hiệu: Thương hiệu công ty, không thể không xây dựng thường xuyên, nhằm nâng cao uy tín cho công ty. Đồng thời, sự gây ấn tượng đối với khách hàng là giúp khẳng định thành công của công ty trong thị trường. Thương hiệu các công ty CTTC thuộc ngân hàng TMCP, thường được gắn liền với tên của ngân hàng đó, như: SAMCOMBANK Leasing (SBL), ACB Leasing (ACBL), VIETINBANK Leasing, VIETCOMBANK Leasing,... Với các công ty 100% vốn nước ngoài, có thương hiệu là hoàn toàn được thiết kế mới, vì thế cần thời gian, cần sự tổ chức xây dựng hợp lý với nhân tố này.

5.2. Các hàm ý chính sách

Qua kết quả phân tích thực nghiệm, các giả thuyết đặt ra đều đảm bảo với sự tác động từ các nhân tố (là biến độc lập) đến NLCT (là biến phụ thuộc) trong mô hình nghiên cứu. Các nhân tố có sự tác động rất mạnh đến NLCT của công ty CTTC. Trong mô hình nghiên cứu đưa ra 10 biến độc lập đó là: Nhân lực (NL), Tài chính (TC), Quản trị điều hành (QT), Chất lượng phục vụ (CL), Sản phẩm – Dịch vụ (SP), Giá cả (GC), Thương hiệu (TH), Quy mô – Mạng lưới (QM), Marketing (MK), Quản lý rủi ro (RR) và xác định sự tác động đến biến NLCT của công ty CTTC tại Việt Nam. Kết quả cho thấy tất cả đảm bảo về lý thuyết và kiểm định, do đó các giả thuyết đặt ra được chấp nhận. Để củng cố và nâng cao NLCT của các công ty CTTC tại Việt Nam,

trong giai đoạn kinh tế quốc gia đang trên đà phát triển và hội nhập với nền kinh tế các nước trên thế giới, các công ty cần quan tâm và có những giải pháp đúng đắn đối với quá trình đầu tư, xây dựng một tiềm lực để phát triển.

5.2.1. Đối với nhân tố Nhân lực (NL)

Cách mạng công nghiệp 4.0, đã thay đổi nhiều mặt trong cuộc sống xã hội, kinh tế trên thế giới. Tất cả đã và đang trong xu hướng áp dụng công nghệ máy móc tự động hóa, Rô – bốt, nhu cầu cắt giảm lao động xảy ra, đòi hỏi lực lượng lao động phải có tính chuyên nghiệp với chuyên môn cao, kỹ năng tốt.

Những năm qua, các định chế tài chính tại Việt Nam luôn tăng trưởng lượng nhân viên, đặc biệt là các ngân hàng TMCP. Theo thống kê của Bộ tài chính, cuối năm 2018 thì số nhân viên của 24 ngân hàng TMCP lên đến trên 230 ngàn người, tăng gần 6% so với cuối năm 2017. Số lượng nhân viên trong ngành tài chính có nhu cầu là rất đông, nhưng chủ yếu là cho các Ngân hàng. Mặc dù, nghiệp vụ thẩm định về năng lực của khách hàng thuê tài chính cơ bản giống ở các ngân hàng, tuy nhiên cũng có một số đặc thù riêng. Vì thế, đòi hỏi nhân viên làm việc cho ngành CTTC phải có những kinh nghiệm nhất định theo đúng chuyên môn của ngành. Trong khi đó ở các trường Đại học, Cao đẳng, lại không có giảng dạy về chuyên ngành CTTC. Mức thu nhập cho nhân viên các công ty CTTC chưa hấp dẫn so với các định chế tài chính khác cùng vị trí. Để khắc phục tình trạng thiếu hụt nhân sự, nhân sự bỏ việc, chuyển việc đến các tổ chức tài chính khác, các công ty CTTC cần có những giải pháp căn cơ, hợp lý và có chiến lược cho nguồn nhân lực dài lâu, cụ thể:

- Xây dựng mức lương và chế độ phúc lợi phù hợp cho từng vị trí, đủ cạnh tranh với mức thu nhập của nhân viên ở những vị trí tương đương tại các ngân hàng TMCP Việt Nam.

- Có quy trình tuyển dụng và đào tạo, nâng cao trình độ về chuyên môn, những ứng dụng mới với công nghệ hiện đại, để nâng cấp năng lực làm việc theo chuyên môn phục vụ ngành CTTC.

- Kiểm tra, đánh giá công tác chuyên môn theo định kỳ hàng năm, nhằm phân loại nhân viên, ghi nhận công sức đóng góp để có những chế độ cho việc hỗ trợ nâng cao trình độ, xây dựng đội ngũ quản lý kế thừa và thay thế.

- Tạo ra một môi trường và hỗ trợ phương tiện làm việc chuyên nghiệp, hiện đại và đặc thù hơn, khác biệt hơn so với cung cách làm việc tại các ngân hàng TMCP ở Việt Nam, khi quy mô hoạt động của các công ty CTTC là quá nhỏ hẹp so với các ngân hàng TMCP.

- Tạo ra một niềm tự hào cho đội ngũ chuyên viên, nhân viên khi làm việc tại các công ty CTTC, thay vì làm việc tại các ngân hàng TMCP, hoặc các công ty tài chính khác.

5.2.2. Đối với nhân tố Tài chính (TC)

Như phân tích thực trạng trên, nguồn vốn cho các công ty CTTC tại Việt Nam chủ yếu vẫn phải phụ thuộc vào các công ty mẹ. Các công ty CTTC trực thuộc các ngân hàng TMCP Việt Nam phải chờ nguồn vốn phân bổ của ngân hàng. Các công ty CTTC 100% vốn nước ngoài phải chờ cấp vốn tại các công ty mẹ. Ngoài ra các công ty CTTC còn phụ thuộc vào các nguồn vốn từ vay các tổ chức tài chính. Việc phát hành trái phiếu là chưa thể thực hiện, bởi các công ty CTTC chưa đủ uy tín, sự hấp dẫn, chưa đủ năng lực để có thể thực hiện việc thu hút nguồn vốn theo phương cách này. Việc không chế từ ngân hàng Nhà nước Việt Nam về tỷ lệ rút vốn của các ngân hàng đối với các công ty con cũng là một khó khăn cho nguồn vốn cá công ty CTTC. Đối với việc vay từ các tổ chức tài chính, thì các công ty CTTC cũng chỉ được giải ngân

theo chứng từ mua tài sản cho thuê theo hợp đồng nhập khẩu, trong hạn mức cho vay.

Để nguồn vốn các công ty CTTC tại Việt Nam được dồi dào, phải:

- Cần đảm bảo tính hiệu quả và minh bạch về tài chính trong kinh doanh.
- Mời gọi sự tích cực đầu tư vốn từ các cổ đông, để nhằm nâng tỷ lệ rót vốn từ các công ty mẹ.
- Đồng thời xây dựng uy tín và thương hiệu, để có thể thực hiện việc phát hành trái phiếu doanh nghiệp, đây là cách củng cố nguồn vốn tốt và bền vững cho các công ty CTTC tại Việt Nam.

5.2.3. Đối với nhân tố Quản trị điều hành (QT)

Quản trị điều hành là việc quan trọng mà hầu hết các tổ chức phải chú trọng. CTTC có những đặc thù riêng so với các định chế tài chính khác, vì việc CTTC luôn kèm theo việc quản lý tài sản sau cho thuê. Điều đó có nghĩa rằng CTTC bắt buộc các nhân viên thực hiện việc thẩm định và làm thủ tục cho thuê, phải theo suốt việc thu tiền thuê và theo dõi để quản lý tài sản thuê với thời gian ký kết trên hợp đồng. Chính điều này dẫn đến việc quản trị điều hành là vô cùng phức tạp và cần sự hiểu biết nhất định về nhiều khía cạnh, trong đó ngoài việc có chuyên môn về quản trị tài chính, nhưng cũng thật sự am hiểu về giá trị tài sản và cách thức xử lý đối với tài sản thuê. Người quản trị điều hành luôn phải thực hiện đúng 4 chức năng nhà quản trị (Hoạch định; Tổ chức; Lãnh đạo và Kiểm tra kiểm soát), một cách chặt chẽ và nghiêm túc.

Do đó, cần:

- Lập ra các quy trình để thực hiện quản trị một cách tốt nhất.
- Đối với các công ty 100% vốn nước ngoài, nhà quản trị cần tìm hiểu kỹ về văn hóa, thể chế của chính phủ Việt Nam, các chính sách, các yếu tố tác động đến môi trường vĩ mô.

- Các nhà quản trị luôn phải ưu tiên cho việc nâng cao NLCT của công ty, thông qua các nhân tố quan trọng tác động đến NLCT của công ty CTTC.

5.2.4. Đối với nhân tố Chất lượng phục vụ (CL)

Đối với bất kỳ tổ chức hoạt động kinh doanh nào cũng đòi hỏi việc chất lượng phục vụ luôn phải đảm bảo, luôn là nhiệm vụ hàng đầu đối với đội ngũ trực tiếp làm việc với khách hàng của công ty. Với ngành CTTC, các công ty luôn bố trí đội ngũ nhân viên kinh doanh, là lực lượng trực tiếp tiếp xúc làm việc với khách hàng thường xuyên và kéo dài từ lúc bắt đầu cho đến kết thúc hợp đồng. Nhân viên kinh doanh phải làm những việc: tìm kiếm, liên lạc với khách hàng; nhận thông tin yêu cầu, xác định khách hàng; nhận hồ sơ; thực hiện thẩm định, đánh giá; hoàn thiện hồ sơ và trình duyệt; tiến hành hỗ trợ giải ngân mua tài sản cho thuê; bàn giao tài sản; quản lý nhắc nhở, đôn đốc và thu tiền thuê định kỳ; xử lý nợ quá hạn và tài sản (nếu có); thanh lý hợp đồng. Tất cả những việc này đều phải làm việc trực tiếp với khách hàng, vì thế chất lượng trong phục vụ đòi hỏi tất cả nhân viên kinh doanh phải phối hợp các nhân viên ở các phòng ban khác, các tổ chức khác (cần thiết), để thực hiện một hợp đồng nhanh chóng và đạt kết quả tốt nhất. Như vậy, các công ty CTTC cần: Huấn luyện nhân viên (nhất là nhân viên kinh doanh) các kỹ năng trong giao tiếp, giải quyết công việc độc lập. Đồng thời đào tạo các nghiệp vụ liên quan trong công việc cho các nhân viên phải thực hiện thuần thục, có những phân công hỗ trợ kịp thời và chu đáo khi khách hàng yêu cầu. Tạo mối quan hệ với các tổ chức liên quan, như các tổ chức chính quyền, cơ quan hành chính sự nghiệp, các nhà cung ứng, các đối tác trong ngành,...để nhận được sự hỗ trợ tích cực nhất khi thực hiện nhanh chóng với mọi công việc liên quan.

Cần có những giải pháp để củng cố năng lực này:

- Quản lý danh sách, thông tin của khách hàng đầy đủ và chặt chẽ, để giúp sự liên hệ và phản ánh kịp thời trong công việc. Chia sẻ, chúc mừng và

thông tin cùng khách hàng những nội dung công việc cần thiết, quan trọng.

- Hiện đại hóa các công cụ quản lý để đơn giản hóa và đảm bảo tính chính xác các thủ tục và quy trình làm việc, nhằm rút ngắn thời gian trong thẩm định và xét duyệt giải ngân, thực hiện các công việc giải quyết, trả lời, hướng dẫn cho khách hàng mọi vướng mắc và sự cố khi có yêu cầu từ khách hàng. Giúp khách hàng yên tâm và tin tưởng hơn trong giao dịch và thực hiện hợp đồng thuê tài chính.

- Xây dựng Văn hóa công ty với những chuẩn mực, những quy tắc ứng xử, bắt buộc khối nhân viên phục vụ trực tiếp với khách hàng phải có phong cách và thái độ lịch thiệp, nhã nhặn trong giao tiếp và giải quyết công việc.

- Tổ chức những hội nghị khách hàng thường niên, nhằm cảm ơn, tri ân trân trọng và giới thiệu, cập nhật về những thay đổi về công nghệ, máy móc thiết bị cũng như các chính sách liên quan đến khách hàng cũ, đồng thời phổ biến và giới thiệu cho khách hàng tiềm năng về sản phẩm, lợi ích của việc đồng hành cùng phát triển với các DN của công ty CTTC.

5.2.5. Đối với nhân tố Quy mô – Mạng lưới (QM)

Các công ty CTTC hiện đặt trụ sở chính, các chi nhánh, văn phòng đại diện, cũng chỉ tập trung các thành phố lớn như: Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Cần Thơ. Còn lại các địa phương khác gần như là chưa có các chi nhánh của các công ty CTTC, vì thế nói về quy mô mạng lưới của CTTC vẫn chưa đạt độ phủ kín và kịp thời. Khi khách hàng có nhu cầu, các công ty CTTC cần có khoảng thời gian nhất định về mặt di chuyển và chuẩn bị, đây cũng là một yếu điểm cần khắc phục của các công ty CTTC. Tuy nhiên với các công ty CTTC trực thuộc các ngân hàng TMCP tại Việt Nam, có sự phối hợp tốt nhờ vào các chi nhánh, phòng giao dịch của các ngân hàng. Đây cũng là một lợi thế của các công ty CTTC thuộc các ngân hàng TMCP.

Cần phải có giải pháp thực hiện để khắc phục những vấn đề trên:

- Các công ty 100% vốn nước ngoài cần mở rộng thêm các chi nhánh, văn phòng đại diện tại các thành phố lớn và khu kinh tế trọng điểm, như: Đà Nẵng, Hải Phòng, Cần Thơ, Phú Quốc – Kiên Giang, ngoài TP. Hồ Chí Minh và Hà Nội.

- Cần thiết lập mối quan hệ hợp tác với các tổ chức tín dụng của các ngân hàng TMCP không có công ty CTTC, nhưng có chi nhánh tại các địa phương, để có được sự hỗ trợ tích cực từ họ. Đây là điều các công ty CTTC 100% vốn nước ngoài luôn mong muốn để mở rộng quy mô hoạt động kinh doanh.

- Các công ty CTTC trực thuộc các ngân hàng TMCP Việt Nam, có những bước phối hợp trong công tác bán chéo sản phẩm, nhằm tận dụng các mối quan hệ cũng như cơ sở hạ tầng dịch vụ đối với khách hàng.

5.2.6. Đối với cho nhân tố Giá cả (GC)

Trong nhân tố GC, tác giả đã xác định được có 3 thành phần (biến quan sát) quyết định mức giá trong cho thuê tài chính, đó là: Lãi suất cho thuê; Ký quỹ của khách hàng; Giá tài sản. Cần có những giải pháp cụ thể cho việc thỏa thuận đối với các thành phần này trong nhân tố Giá khi ký kết hợp đồng:

- Đối với lãi suất: Phải đảm bảo thấp hoặc ngang bằng với đối thủ, không thể quá cao trong mặt bằng trên thị trường. Lãi suất cũng phải đảm bảo đúng quy định về lãi suất cho vay, cho thuê của Ngân hàng Nhà nước, Bộ tài chính, Chính phủ Việt Nam. Để có được mức lãi suất thấp, thì lãi suất đi vay nguồn vốn phải là lãi suất thấp, chi phí phải thấp và hợp lý.

- Đối với Ký quỹ: Các công ty CTTC khi ký kết hợp đồng, thì bắt buộc khách hàng phải ký quỹ một khoản tiền trên dưới 10% tổng giá trị hợp đồng thuê (theo khảo sát thực tế). Thời hạn ký quỹ kéo dài cho đến khi kết thúc hợp đồng thuê tài chính. Tuy nhiên số tiền ký quỹ này không được các công ty CTTC tính và trả lãi suất cho các khách hàng, như vậy có thể coi đây là hình thức chiếm dụng vốn của khách hàng. Khắc phục biện pháp này cần phải:

Tính và trả lãi cho khách hàng trên số tiền ký quỹ, bằng hình thức khấu trừ vào tiền phí thanh toán hàng tháng cho khách hàng.

- Giá tài sản: Tài sản cho thuê thường phụ thuộc vào nhà cung ứng, và giá cả khảo sát của người đi thuê. Giá theo nhà cung ứng phải được khảo sát minh bạch, so sánh công khai bảng giá trên thị trường. Việc này đòi hỏi công ty CTTC phải có đội ngũ chuyên viên về kỹ thuật để đánh giá, nắm bắt giá của tài sản cho thuê (như: model các loại xe, các máy móc thiết bị, dây chuyền, công nghệ,...) trên thị trường quốc tế và trong nước. Giá cũng cần có sự thương lượng rõ ràng đôi bên theo đúng giá thị trường, không thể để một bên đưa ra và quyết định mức giá tài sản thuê. Tránh trường hợp giá tài sản thuê bị đội lên quá mức thực tế, chỉ vì lợi ích cá nhân trong quan hệ thuê mua tài chính. Các chứng từ giá cả tài sản thuê phải rõ ràng, hợp lệ, đúng theo hồ sơ gốc về nhập khẩu (nếu là hàng nhập từ nước ngoài), tránh giả mạo, sai lệch hồ sơ hải quan.

5.2.7. Đối với nhân tố Sản phẩm – Dịch vụ (SP)

Sản phẩm trong CTTC hiện nay chủ yếu vẫn là các hợp đồng với CTTC hai bên hoặc ba bên. Các nghiệp vụ khác, như:

- Mua và cho thuê lại: Giúp các DN tăng thêm được nguồn vốn lưu động, tái cấu trúc vốn trong DN. Đối với nghiệp vụ này, Chính phủ có quy định về việc mua bán lại các tài sản (Nghị định 24/2000/NĐ-CP, 31/7/2000) phải được Bộ Công thương chấp thuận. Vì thế các thủ tục có phần phức tạp. Mục đích là để kiểm soát việc trốn thuế nhập khẩu đối với các tài sản có giá trị lớn khi lợi dụng nghiệp vụ CTTC này. Các khoản thuế mà người bán tài sản phải chi trả như: VAT, thuế thu nhập, làm tăng giá tài sản trong tái thuê. Những vấn đề gây không ít khó khăn khi thực hiện nghiệp vụ này tại các công ty CTTC, cần phải được kiến nghị để chính phủ hỗ trợ các DN. Đối với các tài sản thuộc các DNNN thì việc bán và thuê lại càng phức tạp hơn trong các thủ

tục, đòi hỏi đơn giản hóa để giúp các DN này có cơ hội tiếp cận vốn của các công ty CTTC, các công ty CTTC cũng được mở rộng thêm đối tượng để thực hiện nghiệp vụ này.

- Để giải quyết các tài sản thu hồi từ khách hàng và tài sản còn có thể sử dụng được, khách hàng có nhu cầu thuê lại. Vì thế nghiệp vụ cho thuê vận hành ra đời. Tuy nhiên, cũng không ít những khó khăn đối với nghiệp vụ này, khi cần có những kho bãi để có thể lưu giữ, bảo quản tài sản trong lúc chờ đợi các khách hàng có nhu cầu chấp nhận việc ký kết thuê lại.

- Cho thuê giáp lưng, sản phẩm này nhằm hỗ trợ các khách hàng thuê chưa đủ điều kiện, người thuê trực tiếp với công ty CTTC là đơn vị uy tín ký kết thuê và cho thuê lại đối với đơn vị có nhu cầu sử dụng (nhưng chưa đủ điều kiện, uy tín thuê trực tiếp). Hoặc trường hợp cho thuê nối tiếp: Bên thuê (thứ nhất) chưa chấm dứt hợp đồng, nhưng không còn nhu cầu sử dụng, ký kết một hợp đồng cho thuê khác để bên thứ hai thuê tiếp tài sản đó sử dụng, chuyển toàn bộ các chi phí cho bên thứ hai chịu trách nhiệm chi trả. Hợp đồng giáp lưng có ba bên: Bên thứ nhất (thuê trước); Bên thứ hai (thuê tiếp theo); Bên công ty CTTC ký kết với nhau.

Hiện nay tại Việt Nam cũng chưa có hợp đồng CTTC về bất động sản, như thế cũng còn hạn chế so với các nước phát triển. Vì thế, đối với sản phẩm CTTC tại Việt Nam còn phụ thuộc vào chính sách, cơ chế và quy định của chính phủ. Đòi hỏi cần năng lực của các công ty CTTC phải được nâng lên, các khả năng quản trị điều hành, khả năng tài chính, quản trị rủi ro,... tốt hơn thì các sản phẩm CTTC sẽ được phép thực hiện và phát huy.

5.2.8. Đối với nhân tố Thương hiệu (TH)

Giá trị thương hiệu các công ty là quan trọng, cần được đánh giá và xây dựng thường xuyên, liên tục theo một chiến lược dài hạn. Các bước thực hiện xây dựng thương hiệu:

- Xây dựng được tầm nhìn thương hiệu của công ty
- Hoạch định ra một chiến lược cho phát triển thương hiệu của công ty
- Định vị được thương hiệu công ty
- Xây dựng hệ thống nhận diện thương hiệu công ty
- Thực hiện việc quảng bá về thương hiệu công ty

Thực hiện tốt các bước để xây dựng công ty trở thành một trong những thương hiệu mạnh, nổi trội trên thị trường trong lĩnh vực dịch vụ tài chính, sẽ làm tăng khả năng cạnh tranh của công ty.

5.2.9. Đối với nhân tố Marketing (MK)

Công tác marketing tại các công ty CTTC hiện tập trung vào vấn đề tìm kiếm khách hàng có nhu cầu, đánh giá khách hàng qua hồ sơ và tiến hành các bước hỗ trợ tiếp theo để thực hiện việc ký kết hợp đồng thuê tài chính. Sau đó tiếp tục quản lý các khoản nợ, đốc thúc và thu nợ đối với các khách hàng chậm trễ trong thanh toán và hỗ trợ thu hồi tài sản (nếu xảy ra).

Như vậy, việc thực hiện công việc marketing tin chưa đúng nghĩa. Trong 4P: Product (Sản phẩm), Price (Giá), Place (Phân phối), Promotion (Quảng bá) của marketing thì các bộ phận marketing tại các công ty CTTC chưa làm đúng chức năng theo tên gọi. Việc chiến lược cho Sản phẩm, Giá cả, Phân phối đã được cụ thể hóa ở các nhân tố trong mô hình. Riêng công việc quảng bá ở các công ty hiện nay cũng chưa được thực hiện tốt. Các biện pháp quảng bá qua thông tin đại chúng (Đài truyền hình, các báo đài khác, trên Internet, các Website công ty) là thật sự yếu ớt, hay nói đúng hơn là chưa có. Các hỗ trợ dịch vụ sau khi ký kết là chưa đầy đủ và chu đáo, các thông tin đến với khách hàng là thiếu thốn, không kịp thời. Vì thế số khách hàng tiềm năng biết về CTTC là còn hạn chế. Do đó, cần tăng cường hơn nữa việc quảng bá rộng rãi về công ty CTTC ra đại chúng, bằng nhiều biện pháp qua các phương tiện truyền thông hiện đại.

5.2.10. Đối với nhân tố Quản lý rủi ro (RR)

Đối với quản lý rủi ro, qua thực tế cũng như kết quả kiểm nghiệm các ý kiến khảo sát từ các chuyên gia, tác giả cũng đưa ra các vấn đề phòng ngừa rủi ro trong CTTC:

- Thẩm định hồ sơ để CTTC không khác nhiều so với thẩm định hồ sơ cho vay tại các Ngân hàng, tuy nhiên đối với CTTC không hoặc rất ít khi thẩm định tài sản đảm bảo. Tài sản đảm bảo chính là tài sản cho thuê, vì thế việc thẩm định giá mua tài sản là cần phải chính xác và trung thực. Định giá tài sản phải phù hợp với giá thị trường. Do đó yếu tố quan trọng trong thẩm định hồ sơ CTTC là tập trung vào năng lực hoạt động kinh doanh và đạo đức kinh doanh của người khách hàng (cá nhân hoặc doanh nghiệp). Chính vì thế đòi hỏi nhân viên thẩm định phải là những người có kiến thức nhất định trong công tác thẩm định và nghiệp vụ trong lĩnh vực CTTC. Phải tuân thủ quy trình thẩm định chặt chẽ, đồng thời cũng phải là người nhạy bén, linh động và trung thực trong công tác thẩm định.

- Đối với thu hồi nợ của CTTC là không khác bản chất thu hồi nợ ở các ngân hàng, nhưng thu hồi nợ CTTC cần phải tích cực trong quan hệ thường xuyên với khách hàng, đánh giá và theo dõi khả năng hiệu quả kinh doanh của khách hàng. Cần phải thiết lập quy trình thu hồi nợ và phải thực hiện đúng dẫn quy trình thu hồi nợ này. Nhằm kịp thời phát hiện sự mất khả năng thanh toán, đảm bảo tính pháp lý trong biện pháp thu hồi nợ. Tránh trường hợp khách hàng bỏ trốn, chai ỳ và cố tình không trả.

- Đối với tài sản thuê: Kiểm tra tài sản thường xuyên, định kỳ là vô cùng quan trọng, nhằm phát hiện việc sử dụng tài sản không đúng kỹ thuật, sai mục đích hoặc là có sự chuyển nhượng cho người khác sử dụng. Tránh trường hợp khách hàng tẩu tán tài sản (vì tài sản là động sản), giấu tài sản hoặc bán cho người khác một cách bất hợp pháp. Phải kịp thời trong hỗ trợ sửa chữa, thay

thế (nếu cần), kịp thời thu tài sản để thanh lý hoặc cho thuê lại, khi phát hiện những sai phạm của khách hàng theo quy định trong hợp đồng. Đảm bảo an toàn vốn cho công ty, không để tình trạng mất kiểm soát đối với các tài sản cho thuê.

5.3. Hạn chế của luận án và hướng nghiên cứu tiếp theo

▪ *Hạn chế*

Tuy tác giả đã cố gắng trong quá trình nghiên cứu, để có những đóng góp nhất định về mặt khoa học cũng như thực tiễn. Nhưng chắc chắn không tránh khỏi nhiều thiếu sót và tồn tại hạn chế.

- Các vấn đề về số liệu thứ cấp, là một trong những khó khăn trong thu thập, bởi các công ty CTTC 100% vốn nước ngoài là hạn chế việc báo cáo ra đại chúng về kết quả hoạt động kinh doanh, hay các báo cáo có kiểm toán thường niên. Đối với các công ty CTTC trực thuộc các ngân hàng TMCP Việt Nam cũng hạn chế các báo cáo này, tất cả được báo cáo chung vào báo cáo hợp nhất của các ngân hàng.

- Số lượng công ty CTTC tại Việt Nam là rất ít (10 công ty) và quy mô không lớn, vì thế thực hiện công việc nghiên cứu như: phỏng vấn, hội thảo, bàn luận,...trong nghiên cứu định tính cũng gặp khó khăn. Số lượng đối tượng khảo sát cũng hạn chế và khó tiếp cận. Tác giả đã kiên trì và tích cực với các quan hệ, để có thể tiếp cận và xin phép gặp gỡ, trao đổi và thực hiện các công việc cần thiết trong nghiên cứu của mình.

- Các nghiên cứu trước về CTTC tại các nước trên thế giới là chưa nhiều, tại Việt Nam các nghiên cứu chủ yếu tập trung vào định tính, duy nhất trong nghiên cứu của Hoàng Thị Thanh Hằng (2013) là có định lượng, vì thế tính kế thừa cũng hạn chế cho nghiên cứu và sự vận dụng để tìm ra các hướng nghiên cứu đầy đủ hơn về NLCT của công ty CTTC là chưa thật sự tốt.

- *Hướng nghiên cứu tiếp theo*

Từ những hạn chế của nghiên cứu vừa nêu, hướng nghiên cứu tiếp theo cần bổ sung những vấn đề, nhằm: Mở rộng hướng nghiên cứu các nhân tố nội lực chính tác động đến NLCT của các định chế tài chính Việt Nam và so sánh những điểm khác biệt của sự tác động này giữa các định chế tài chính.

KẾT LUẬN

Lĩnh vực CTTC tại các nước trên thế giới đã và đang phát triển vững mạnh, là một trong những tổ chức dịch vụ tài chính hiệu quả trong hệ thống tài chính của các quốc gia. CTTC góp phần rất lớn đối với việc hỗ trợ nguồn vốn trung và dài hạn cho các DN ở các nước, để các DN có được một hệ thống, dây chuyền máy móc, trang thiết bị, công nghệ tốt nhất, giúp các DN thực hiện việc triển khai kế hoạch sản xuất kinh doanh. Đồng thời cũng tạo cho các DN có được những khoản vốn lưu động, chi phí trong việc duy trì hoạt động thường xuyên và bền vững. CTTC có thể được gọi là “cứu tinh” đối với các DN không có tài sản để thế chấp trong việc đi vay vốn từ các ngân hàng, các tổ chức tín dụng khác. Vì CTTC sẽ là nhà tài trợ nguồn vốn cho các DN, thông qua việc hợp đồng thuê mua tài chính, hợp đồng cho thuê vận hành, hoặc hợp đồng mà công ty CTTC mua lại tài sản (máy móc thiết bị, dây chuyền sản xuất, phương tiện vận tải,...) rồi cho DN thuê lại, nhưng DN không cần có tài sản làm vật thế chấp, mà vật thế chấp chính là tài sản thuê.

Ở Việt Nam, CTTC đi vào hoạt động từ hơn 20 năm qua, số lượng các hợp đồng CTTC cũng đã được thực hiện hoàn tất là không ít, sự hợp tác giữa các công ty CTTC với các DN cũng đã trở thành các mối quan hệ thân thiết. Chính phủ và ngành tài chính cũng đã tổng kết và đánh giá cao sự đóng góp của lĩnh vực CTTC tại Việt Nam. Chính phủ luôn khuyến khích, tạo mọi điều kiện để ngành CTTC ngày càng phát triển mạnh mẽ hơn, hỗ trợ nhiều hơn cho nền kinh tế đang trong thời kỳ hội nhập. Đặc biệt các DN cũng mong muốn ngành CTTC Việt Nam phát triển mạnh hơn nữa, mở rộng hơn nữa, có nhiều công ty hơn nữa, nhiều loại hình sản phẩm cho thuê hơn, đồng thời cũng cần có những cơ chế, chính sách, tiêu chí thông thoáng, dễ dàng, nhanh chóng hơn, để các DN ngày càng hưởng được dịch vụ này đầy đủ, thuận tiện và hiệu quả hơn. Chính vì điều này, đòi hỏi các công ty CTTC cần phải thay đổi, cần

nâng cao năng lực của mình trong hoạt động kinh doanh, nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng, đồng thời để có đủ NLCT với các đối thủ trong ngành cũng như những tổ chức tài chính khác trong việc hỗ trợ nguồn vốn, phương tiện kinh doanh cho DN. Giành lấy thị phần trên thị trường, mở rộng quy mô hoạt động, thu hút nhà đầu tư, hoàn thiện dịch vụ và làm hài lòng khách hàng.

Xuất phát từ mục đích đó, tác giả đi sâu tìm hiểu những nghiên cứu trước về NLCT và về lĩnh vực CTTC. Từ đó tìm ra những khoảng trống, những vấn đề mà các nghiên cứu trước chưa đề cập hoặc đưa ra chưa phù hợp cho giai đoạn hiện tại. Tác giả tiến hành các bước nghiên cứu sơ bộ thông qua việc phỏng vấn, thảo luận và khảo sát, tham khảo nhiều ý kiến đối với nhiều chuyên gia trong lĩnh vực tài chính nói chung, cũng như CTTC tại Việt Nam. Đồng thời dựa vào những lý thuyết nền cơ bản của các nhà khoa học về vấn đề NLCT và NLCT đối với CTTC, tác giả đã đề xuất ra một mô hình về các nhân tố bên trong tác động đến NLCT của công ty CTTC tại Việt Nam theo đề tài nghiên cứu. Tiếp tục thực hiện bước nghiên cứu chính thức và thông qua số liệu có được từ khảo sát chính thức, tác giả tiến hành thực hiện bước kiểm định lại tính chính xác của các nhân tố này trong mô hình theo phương pháp định lượng bằng phần mềm SPSS và AMOS. Từ đó đưa ra những kết luận để khẳng định tính quan trọng, mức độ tác động của các nhân tố bên trong đến NLCT của công ty CTTC tại Việt Nam. Với phân tích thực trạng hoạt động của các công ty CTTC tại Việt Nam và căn cứ kết quả nghiên cứu là cơ sở để tác giả đề xuất những giải pháp, những kiến nghị có tính xác thực và cần thiết cho công ty CTTC tại Việt Nam trong giai đoạn hiện nay và xu hướng phát triển ở tương lai.

Như vậy, nghiên cứu đã giải quyết các vấn đề quan trọng theo mục tiêu và trả lời những câu hỏi đặt ra. Cụ thể, là đã tìm ra và bổ sung những nhân tố bên trong tác động đến NLCT của công ty CTTC tại Việt Nam; Đưa ra những

thang đo hợp lý của các nhân tố bên trong, thông qua sự kế thừa và sự đánh giá, góp ý của các chuyên gia; Đánh giá và xác định mức độ tác động mạnh hay yếu của các nhân tố bên trong đối với NLCT của công ty CTTC tại Việt Nam; Đề xuất những hàm ý và chính sách giúp cho việc nâng cao NLCT của các công ty CTTC tại Việt Nam ngày càng phát triển tốt hơn. Đặc biệt trong nghiên cứu của tác giả cũng đưa ra được các nhân tố mới rất quan trọng, giúp để hoàn thiện một mô hình có tính đầy đủ hơn và hoàn chỉnh cho việc xác định nhân tố bên trong tác động đến NLCT của công ty ngành CTTC, đó là nhân tố Quản lý rủi ro và Giá cả. Hai nhân tố này được đánh giá là hai nhân tố có tác động mạnh đến NLCT thông qua kết quả nghiên cứu, và cũng là 2 trong các nhân tố quan trọng cho việc quyết định NLCT hiện nay của các công ty CTTC tại Việt Nam.

Tác giả đưa ra những giải pháp và kiến nghị cần thiết cho các công ty CTTC tại Việt Nam, phù hợp với sự phát triển của nền kinh tế quốc gia mà Chính phủ đang thực hiện vai trò kiến tạo, khuyến khích, vận động và hỗ trợ để phát triển, nhằm xây dựng một quốc gia phồn thịnh và văn minh. Đồng thời với kết quả nghiên cứu này, cũng góp phần làm cơ sở khoa học cho các nghiên cứu tiếp theo trong ngành CTTC và cũng là tài liệu tham khảo cho các nhà nghiên cứu liên quan. Đó cũng là cơ sở cho các nhà hoạch định chiến lược và quản trị, tham khảo cho công việc mong muốn nâng cao NLCT đối với các công ty trong mọi ngành nghề kinh doanh.

DANH MỤC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU CỦA TÁC GIẢ

1. A Proposed Model Of Competitiveness For Financial Leasing Companies, A Study In Small And Medium Sized Enterprises (SMEs) Of Vietnam – Imperial Journal of Interdisciplinary Research (IJIR), Vol-3, Issue-8, 2017, ISSN: 2454-1362, <http://www.onlinejournal.in>).
2. Những yếu tố quyết định trong quản lý rủi ro của các công ty cho thuê tài chính tại Việt Nam – Tạp chí Kinh tế Châu Á Thái Bình Dương, số 506, Tháng 11/2017, ISSN: 0868 – 3808.
3. Những yếu tố tác động đến năng lực cạnh tranh của các công ty cho thuê tài chính tại Việt Nam – Tạp chí Kinh tế Châu Á Thái Bình Dương, số 509 +510, Tháng 01/2018, ISSN 0868 – 3808.
4. THE SOLUTION TO IMPROVE COMPETITIVENESS OF FINANCIAL LEASING COMPANIES IN VIETNAM. Autumn 2019 – No.2(18)/2019, RST WWW.RSTJOURNAL.COM. ISSN-P: 2247-4455/ISSN-E: 2285-9632.
5. Về Năng lực cạnh tranh của các công ty cho thuê tài chính tại Việt Nam – Tạp chí Kinh tế và Dự báo, số 36, Tháng 12/2019, ISSN: 0866-7120.
6. Phạm Đình Dzu, Lê Thị Út (2021), “Nghiên cứu những yếu tố rủi ro ở giai đoạn sau mua – bán sáp nhập doanh nghiệp” – Tạp chí Kinh tế và Dự báo, số 21, Tháng 7/2021, ISSN 0866-7120.
7. Phạm Đình Dzu, Phan Quan Việt, Võ Đình Phụng (2021), “Nghiên cứu xu hướng ảnh hưởng đến chiến lược Marketing Du lịch Việt Nam” – Hội thảo khoa học cấp Thành phố, Tháng 7/2021, ISBN 978-604-79-2799-9.
8. Phan Quan Việt, Phạm Đình Dzu, Đinh Hoàng Anh Tuấn (2021), “Chiến lược Marketing Du lịch với công cụ 7P trong bối cảnh đại dịch Covid-19” – Hội thảo khoa học cấp Thành phố, Tháng 7/2021, ISBN 978-604-79-2799-9.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu tiếng Việt

1. Bộ Lao động – Thương binh và Xã hội & Bộ Tài chính, 1993. Thông tư liên tịch số: 21/LĐTT ngày 17-6-1993, hướng dẫn xếp hạng doanh nghiệp.
2. Bùi Thị Thanh và Nguyễn Xuân Hiệp (2012), Nâng cao lợi thế cạnh tranh nghiên cứu cho trường hợp các siêu thị tại TP. Hồ Chí Minh – NXB Lao động.
3. Bùi Thị Hồng Đới (2003), *Giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động của công ty cho thuê tài chính tại Việt Nam*. Luận án Tiến sĩ – Trường Đại học Kinh tế Quốc dân – Hà Nội.
4. Chính phủ, 1995. Nghị định 64/CP ngày 09-10-1995, ban hành quy chế tạm thời về tổ chức hoạt động của công ty CTTC tại Việt Nam.
5. Chính phủ, 1996. Thông tư số 03/TT-NH5, ngày 9-2-1996, về việc hướng dẫn nghị định 64/CP.
6. Chính phủ, 1998. Công văn số 681/CP-KCN, ngày 20-6-1998, về việc định hướng chiến lược và chính sách phát triển các doanh nghiệp vừa và nhỏ.
7. Chính phủ, 2001. Nghị định số: 90/2001/NĐ-CP, ngày 23-11-2001, về trợ giúp phát triển DNNVV.
8. Chính phủ, 2001. Nghị định số 16/2001/NĐ-CP, ngày 2-5-2001, Về tổ chức hoạt động của công ty cho thuê tài chính tại Việt Nam.
9. Chính phủ, 2005. Nghị định số 65/2005/NĐ-CP ngày 19-5-2005, Quy định sửa đổi bổ sung một số điều của NĐ số: 16/2001/NĐ-CP về tổ chức hoạt động của công ty CTTC.
10. Chính phủ, 2008. Nghị định số 95/2008/NĐ-CP, ngày 25-8-2008, Quy định việc sửa đổi bổ sung một số điều của Nghị định 16/2001/NĐ-CP.

11. Chính phủ, 2009. Nghị định số: 56/2009/NĐ-CP, ngày 30/6/2009, về trợ giúp phát triển DNNVV.
12. Chính phủ, 2014. Nghị định số: 39/2014/NĐ-CP, ngày 07/05/2014, Quy định về hoạt động của công ty cho thuê tài chính.
13. Chính phủ, 2018. Quyết định số 986/QĐ-TTg, ngày 08/08/2018, quyết định “Về việc phê duyệt chiến lược phát triển ngành NH Việt Nam đến năm 2025, định hướng đến năm 2030” của Thủ tướng Chính phủ.
14. Đoàn Thanh Hà (2003), *Một số giải pháp thúc đẩy hoạt động cho thuê tài chính ở Việt Nam*. Luận án Tiến sĩ – Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.
15. Đỗ Minh Cường, Nguyễn Thị Doan (2001), *Phát triển nguồn nhân lực giáo dục đại học Việt Nam*.
16. Hồ Đức Hùng (2009). *Mô hình cạnh tranh của doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam trong hội nhập kinh tế quốc tế – Viện nghiên cứu kinh tế phát triển – Đại học Kinh tế Tp. HCM*.
17. Hoàng Thị Thanh Hằng (2013) - *Luận án Tiến sĩ với đề tài: Năng lực cạnh tranh của các công ty cho thuê tài chính TP. Hồ Chí Minh*.
18. Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu*, NXB Hồng Đức – Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.
19. Lê Thị Kim Nhung (2005), *Hoàn thiện các giải pháp thúc đẩy sự phát triển của thị trường cho thuê tài chính ở Việt Nam*. Luận án Tiến sĩ – Học viện Tài Chính (Bộ Tài chính)
20. Lê Văn Tâm, Ngô Kim Thanh (2008), *Một số thuật ngữ hành chính*.
21. Lê Thị Mỹ Linh (2009), *Phát triển nguồn nhân lực trong doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế*. Luận án Tiến sĩ – Trường Đại học Kinh tế Quốc dân – Hà Nội.
22. Lê Thị Hằng (2013), *Nâng cao năng lực cạnh tranh trong cung ứng dịch*

vụ thông tin di động của các công ty viễn thông Việt Nam. Luận án Tiến sĩ – Trường Đại học Kinh tế Quốc dân - Hà Nội.

23. Ngô Kim Thanh, Lê Văn Tâm (2013), *Giáo trình Quản trị doanh nghiệp* – Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân – Hà Nội.
24. Nguyễn Đình Luận (2015) , *Cơ cấu vốn của DN Việt Nam trong thời hội nhập: Nhận định và khuyến nghị.*
25. Nguyễn Đình Thọ, *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh*, NXB Tài chính, tái bản lần 2, trang 364.
26. Nguyễn Văn Dong (2013), *Giáo trình kinh tế lượng*, NXB Đại học kinh tế quốc dân – Hà Nội.
27. Nguyễn Văn Thụy (2015), *Ảnh hưởng của nhân tố năng lực cạnh tranh đến kết quả hoạt động kinh doanh của các ngân hàng thương mại cổ phần trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh.* Luận án tiến sĩ – Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.
28. Nguyễn Thành Long (2016), *Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp du lịch Bến Tre.* Luận án tiến sĩ – Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.
29. Phạm Thị Vân Anh (2012), *Giải pháp nâng cao năng tài chính của doanh nghiệp vừa và nhỏ.*
30. Phạm Thị Vân Huyền (2015) – Học viện Ngân hàng, *Thuê tài chính – một giải pháp tài trợ vốn hữu hiệu cho doanh nghiệp nhỏ và vừa.*
31. Phan Chí Anh và cộng sự (2013), *Nghiên cứu các mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ. Trích từ: Gronroos(1984), Parasuraman và cộng sự (1985), Cronnin và Taylor (1992), Sweeney và cộng sự (1997), Dabholka và cộng sự (2000).*
32. Phan Văn Dũng (2013), *Các nhân tố tác động đến chất lượng kiểm toán của các doanh nghiệp kiểm toán Việt Nam theo định hướng tăng*

- cường năng lực cạnh tranh trong điều kiện hội nhập quốc tế*. Luận án Tiến sĩ - Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.
33. Quốc hội, 1997. Luật NHNN số 01/1997/QH10, ngày 12-12-1997, Luật NHNN Việt Nam.
34. Quốc hội, 1997. Luật các tổ chức tín dụng (TCTD) số 02/1997/QH10, ngày 12-12-1997, Luật các tổ chức tín dụng.
35. Tổng Thiện Phước (2005), *Giải pháp phát triển thị trường cho thuê tài chính ở Việt Nam trong quá trình hội nhập tài chính – tiền tệ quốc tế*. Luận án Tiến sĩ – Học viện Ngân hàng
36. Tạ Ngọc Hải – Viện Khoa học tổ chức Nhà nước, Một số nội dung về nguồn nhân lực và phương pháp đánh giá về nguồn nhân lực.
37. Trần Xuân Cầu – Mai Quốc Chánh (2008), *Giáo trình kinh tế nguồn nhân lực*, Đại học kinh tế Quốc dân Hà Nội.
38. Trần Thế Hoàng (2011), *Nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam đến năm 2020*. Luận án tiến sĩ – Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.
39. Võ Hồng Đức và Lê Hồng Long (2014), *Mạng lưới kinh doanh và hiệu quả sản xuất của doanh nghiệp nhỏ và vừa: Bằng chứng thực nghiệm từ ngành sản xuất thực phẩm và đồ uống – Phát triển kinh tế 286* (2014)

Tài liệu tiếng Anh

40. Aaker David (2007) strategic market management.
41. Abdel, G. Y Romo, D. (2004). Sobre el concepto de competitividad. Documentos de trabajo en estudios de competitividad. México: Centro de Estudios de Competitividad, ITAM.
42. Adamkiewicz-Drwiłło H.G (2002). Uwarunkowania konkurencyjności przedsiębiorstw. PWN, Warszawa.

43. Adrian SIMON (2010) – Scientific Bulletin – Economic Sciences, Vol.9 – 15. “ECONOMIC ASPECTS OF FINANCIAL LEASING IN BUSINESS INVESTMENTS”.
44. AIM (Australian Instituted of Management, 2013). Australian Management Capapility Index 2013: Australian Instituted of Management
45. Ajitabh A., Momaya K (2004). Competitiveness of Firms: Review of Theory, Frameworks and Models. Singapore Management Review 26(1), 45–61.
46. Altomonte C., Aquilante T., Ottaviano G.I.P (2012). The Triggers of Competitiveness. The EFIGE Cross-Country Report. The Bruegel Blueprint Series, Bruegel, Brussels.
47. Anabel. F.M, Alegre-Vidal. J, Chiva-Go1mez. R, Gutiérrez-Gracia. A, 2013. Design management capability and product innovation in SMEs. *Management Decision*, 51(3), 547-565.
48. Anderson, J. C., Gerbing. D.W (1998), Structural equation modelling in proactive: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411 – 423.
49. Anna Kaleka and Neil A. Morgan (2017), *Các lợi thế Cạnh tranh nào? Lợi thế cạnh tranh – Mối quan hệ hoạt động thị trường trên thị trường quốc tế (Which Competitive Advantage(s)? Competitive Advantage–Market Performance Relationships in International Markets - Journal of International Marketing)*. American Marketing Association - Vol. 25, No. 4, 2017, pp. 25–49 - DOI: 10.1509/jim.16.0058 - ISSN 1069-031X (print) 1547-7215 (electronic).
50. Bobba F., Langer W., Pous J.W (1971). Bericht über die Wettbewerbsfähigkeit der Europäischen Gemeinschaft, Brussels.

51. Barker T., Köhler J (1998). Environmental Policy and Competitiveness. *Environmental Policy Research Briefs* 6, 1–12.
52. Barney J., 1991. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), pp 99–120.
53. Barney J. (2001), Is the resource-based view a useful perspective for strategic management research? Yes. *Academy of Management Review*, 26, 41-56
54. Barney. J.B, Tyson B.M (2005), Testing Resource – Based theory. *Research Methodology in Strategy and Management*, 2, 1 – 13.
55. Bartlett A and S Ghoshal (1989). *Managing Across Borders*. Harvard Business School Press, Boston, MA.
56. Baloglu, S., & McCleary, K., 1999. I shape for the formation of the image of a destiny. *Journal of Tourism Research in Spanish*, vol. 1, no. 2, pp. 325-355.
57. Buckley P.J., Pass C.L., Prescott K (1988). Measures of International Competitiveness: A Critical Survey. *Journal of Marketing Management* 4(2), 175–200.
58. Brian E. Becker: State University of New York at Buffalo, Mark A. Huselid: Rutgers University, Dave Ulrich: University of Michigan, 2001. *Making HR a Strategic Asset*.
59. Bueno, A. (1999). *Competitiveness in the tourist industry and the role of the Spanish public administration*. *Tourism*, 47 (4), 316–331.
60. Cameli, A., & Tishler. A, 2004. The relationship between intangible organizational elements and organizational performance. *Strategic Management Journal*, 25, 1257-1278
61. Christos Sigalas & Victoria Pekka Economou & Nikolaos B. Georgopoulos (2013), “Developing a Measure of Competitive

- Advantage” of *Journal Strategy and Management* Vol. 6 No.4, 2013, pp. 320-342. DOI 10.1108/JSMA-03-2013-0015.
62. Chao-Hung W., Li-Chang H (2010). The Influence of Dynamic Capability on Performance in the High Technology Industry: The Moderating Roles of Governance and Competitive Posture. *African Journal of Business Management* 4(5), 562–577.
 63. Chaston, I., & Mangles, T. (1997). Core Capabilities as Predictors of Growth Potential in Small Manufacturing Firms. *Journal of Small Business Management*, (JANUARY), 47–57
 64. Churchill, G.A.J (1979). A paradigm for developing better measures of marketing constructs. *Journal of Marketing Research*, 16 (February), 64-73
 65. Clifton R. & Simons J., 2003. *Brand and branding*. Profile Books Ltd.
 66. Corbett C & L Wassenhove (1993). *Trade Offs? What Trade-offs? Competence and Competitiveness in Manufacturing*. *California Management Review*, 35(4), pp 107– 122.
 67. Cronin, J., & Taylor, S. (1994). Modelling Patient Satisfaction and Service Quality. *Journal of Health Care Marketing*, 14(1), 34–44.
 68. David, F. (2001). *Strategic Management*. Concepts (8th edn). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
 69. Darroch, J., & McNaughton, R (2003), Beyond market orientation: Knowledge management and the innovativeness of New Zealand firms. *European Journal of Marketing*, 37 (3/4), 572–593.
 70. Deng, Shengliang, & Jack Dart (1994). Measuring Market Orientation: A Multi-Factor, Multi-Item Approach. *Journal of Marketing Management*, 10 (8), 725–742.
 71. Deshpandé, R., & Farley, J.U, 2004. Organizational culture, market

- orientation, innovativeness, and firm performance: an international research odyssey. *International Journal of Research in Marketing*, 21, 2-32.
72. Dobni, C., & Luffman, G., (2003), Determining the scope and impact of market orientation profiles on strategy implementation and performance. *Strategic Management Journal*, 24(6), 577.
73. Doz, YL & Prahalad, CK, (1987). *The Multinational Mission*. New York, The Free Press.
74. Duffey, J. (1988). *Competitiveness and human resources*. California Management Review (Spring), 92–100.
75. Dwyer, L., & Kim, C., 2003. *Destination competitiveness: Determinants and indicators by current issues*. *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369-414
76. Ekaterina BLINOVA; Kirill GERASIMOV (2018), *Xem xét các phương pháp tính toán khoản cho thuê (Review of the Methods for Leasing Payments Calculation)* ISSN: 07981015, Revista ESPACIOS.
77. European Commission (2001). *European Competitiveness Report 2001*. DG for Enterprise and Industry, Brussels.
78. Fatjola Lubonja, Blerina Gjylameti, Sllavka Kurti (2019), *CTTC ở Albania và tác động của các yếu tố nội bộ của một DNNVV đối với xác suất được cấp vốn bằng hoạt động cho thuê (Financial leasing in Albania and the impact that internal factors of a SME would have on the probability to be financed by lease)*. ISSN: 2543-6821 (online) Journal homepage: <http://ceej.wne.uw.edu.pl>.
79. Flejterski S (1984). Istota i mierzenie konkurencyjności międzynarodowej. *Gospodarka Planowa*, 9, 390–394.
80. Flanagan, R. & et (2005), *Measuring construction competitiveness in*

selected countries.

81. Flanagan, R., W.Lu, L.Shen, C. Jewell, 2007. Competitiveness in construction: a critical review of research. *Construction Management and Economics*, Vol. 25(9), pp.989-1000.
82. Fontana, A., & Frey, J., (2000), *Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks: Sage Publications.
83. Frederick E. Webster Jr(2008), “*Marketing is management: The wisdom of Peter Drucker*”, trích từ: *P.F. Drucker (1954)*
84. Ganna Kharlamova, Olga Vertelieva (2013), the international competitiveness of countries: Economic – mathematical approach.
85. Gelei, A. (2004), Competitiveness: A match between value drivers and competencies in the Hungarian automotive supply chain, Budapest University of Economic Sciences and Public Administration, Hungary.
86. Gatignon, H. & Xuereb, J.M., 1997. Strategic orientation of the firm and new product performance. *Journal of Marketing Research*, 34, 77–90.
87. Gerbing W.D. & Anderson J.C., 1988. An update paradigm for scale development incorporating unidimensionality and its assessment. *Journal of Marketing Research*. 25(2): 186-192
88. Guojin Liu (2010).“ finance leasing in international trade”. A thesis submitted to the University of Birmingham for the degree of Doctor of Philosophy.
89. Grant RM (1991), *Contemporary Strategy Analysis: Concepts, Techniques and Applications*. Blackwell Ltd., Ambridge, MA.
90. Gray, B.J. and Hooley, G.J. (2002), Market orientation and service firm performance - a research agenda. *European Journal of Marketing*, 36(9/10), 980-988.

91. Grupp H (1997), The Links Between Competitiveness, Firm Innovative Activities and Public R&D Support in Germany: An Empirical Analysis. *Technology Analysis and Strategic Management*, 9 (1), pp 19–33.
92. Hammer, M & Champy, J (1993), *Re-engineering the Corporation*. Harper Business, New York.
93. Hair J.F, Anderson,R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C (1998), *Multivariate data analysis with readings*. 5th ed. Prentice-Hall, New Jersey.
94. Han, J.K., Kim, N., Srivasta, R.K (1998). Market orientation and organizational performance: is innovation a missing link?. *Journal of Marketing*, 34(1), 77–90.
95. Helmut Kraemer-Eis and Frank Lang (2012)“The importance of leasing for SME finance”, European investment fund.
96. Hosany, S., Ekinici, Y., & Uysal, M., 2006. Destination image and destination personality: an application of branding theories to tourism places. *Journal of Business Research*, vol. 59, pp. 638-642.
97. Ibarra, M. A., González, L. A. & Demuner, M. Del R. (2017), Business competitiveness in the small and medium-sized enterprises of the manufacturing sector in Baja California.
98. Jabnoun & Al-Tamini (2003), “Measuring perceived service quality at UAE commercial banks”, *International Journal of Quality and Reliability Management*, 2003, 4
99. Jaworski, B.J. and Kohli, A.K., (1993). Market orientation: antecedents and consequences. *Journal of Marketing*, 57(4), 53–70.
100. Jaworski, B.J., Kohli, A.J. and Sahay, A., (2000). Market-driven versus driving markets. *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 28 (1), pp. 45-54.

101. Joenne YUAN (2015), “The leasing industry and related business opportunities in China: Based on the utilization of measures for the free trade zones”. Mizuho Bank, Ltd., Hong Kong Corporate Banking Division No.1 – China ASEAN & Advisory Department. South China – Asia Business Report, September 2015.
102. Johnson HT (1992), *Relevance Regained*. The Free Press, New York, NY.
103. Karina Nemashkalo (2018), *Đặc điểm của quản lý năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp (Features of enterprise competitiveness management)* - World Scientific News, WSN 72 (2017) 301-306 EISSN 2392-2192.
104. Keh HT, Nguyen Thi Tuyet Mai, Nguyen HP, 2007. The effect of entrepreneurial orientation and marketing information on the performance of SMEs. *Journal of Business Venturing*, 22: 592-611
105. Kivipõld. K, Vadi. M, 2013. Market orientation in the context of the impact of leadership capability. *Baltic Journal of Management*, 5(1), 118-136.
106. Kirca, Ahmet H., Satish Jayachandran, and William O. Bearden (2005), Market Orientation: A Meta-Analytic Review and Assessment of Its Antecedents and Impact on Performance. *Journal of Marketing*, 69 (April), 24–41.
107. Knapp, D. E., 2000. *The Brand Mindset*. McGraw-Hill, New York.
108. Kohli, A.K. and Jaworski, B.J., (1990), Market orientation: the construct, research propositions and managerial implications. *Journal of Marketing*, 54(2), 1–19.
109. Konecnik-Maja, 2006. Croatian-based brand equity for Slovenia as a tourism destination. *Journal of Economic and Business Review for*

Central and South-Eastern Europe, vol. 8, no. 1, February.

110. Kotler. P, & Amstrong. G (2012). *Principle of Marketing* (14th ed): Pearson Prentice Hall.
111. Krugman P (1990). *The Age of Diminished Expectations*. The MIT Press, Cambridge.
112. Krugman P(1994).Competitiveness:A Dangerous Obsession.*Foreign Affairs* 73(2),28–44.
113. Krueger, R., (1994) - *Focus groups: A practical guide for applied research*. Newbury Park: Sage.
114. Kulikov, G. (2000), *Japonskij menedzhment i teorija mezhdunarodnoj konkurentosposobnosti*. Moscow: Ekonomika.
115. Lamarque, E (2005), Identifying key activities in banking firms: A competence – Based analysis. *Advances in Applied Business Strategy*, 7, 29-47
116. Liang Wang, Weiguang Gong, Wei Song, Ahmad Newaz Zaheer (2016) *Regional Financial Leasing Development and Countermeasure Study – Taking Financial Leasing of Anhui Province as Example*. *Open Journal of Business and Management*, 2016, 4, 120-129. Published Online – January 2016 in SciRes.
(<http://www.scirp.org/journal/ojbm>,<http://dx.doi.org/10.4236/ojbm.2016.41014>)
117. Lim, K., & O’Cass, A. 2001. Consumer brand classifications: an assessment of culture-of-origin versus country-of-origin. *Journal of Production Brand Management*, vol. 10, no. 2, pp. 120-136.
118. Manmohan Joshi (2013). *Human resource management*, 1st edition, page 9. Bookbon.com.
119. Man, T. W., Lau, T., & Chan, K., 2002. The competitiveness of small

- and medium enterprises. *Journal of Business Venturing*, 17(2), 123–142.
120. Morgan, D., (1997) - *Focus groups as qualitative research* (2nd ed.). Thousand Oaks: Sage.
121. Momaya, K., Shee, H., & Banwet, D. (2002). Competitiveness: Perceptions, Reflections and Directions. *IIMB Management Review*, 105-116.
122. Momaya, K., Shee, H., & Tokuda, A. (2005). Technology and Innovation Management for Competitiveness: Context of an Emerging Industry in India. *Shakai Sisutemu Kenkyu (Social Systems Research)*, 1-15.
123. Mattila, A. S, & O'Neill, J. W., 2003. Relationship between hotel room pricing, occupancy and guest satisfaction: A longitudinal case of mid-scale hotel in the United State. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 27(3), 328-341.
124. Narver, J.C., & Slater, S.F., 1990. The effect of a market orientation on business profitability. *Journal of Marketing*, 54(4), 20–35.
125. Narver, J. C., Slater, S. F., Tietje, B., 1998. Creating a Market Orientation, *Journal of Market Focused Management*, 2, 241-255.
126. Nunnally, JC. & Bernstein, I.H (1994). *Psychometric Theory* (3 nd)., New York: Me Graw-Hill.
127. OECD (2006): The Social Dimension of Environmental Policy, in: Policy Brief, June 2006, pp.1- Available at <http://www.oecd.org/dataoecd/31/0/36958774.pdf>
128. OECD (2005): Measuring Sustainable Development. By Candice Stevens. Statistics Brief, September 2005, pp. 1-8. Available at <http://www.oecd.org/dataoecd/60/41/35407580.pdf>
129. OECD (2004): Meeting of the Environment Policy Committee at Ministerial Level, Issues Paper, pp. 1-20. Available at

<http://www.oecd.org/dataoecd/34/44/31462225.pdf>

130. OECD (2001): Environmentally Related Taxes in OECD Countries. Issues and Strategies. Paris, pp.71-85.
131. OECD (1992): Technology and the Environment. The Key Relationships, Paris.
132. OECD (1990): Technology Economy Programme (TEP). Draft Background Report. Paris.
133. OECD/EUROSTAT (2005): Oslo Manual. Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation, Data. Paris.
http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY_PUBLIC/OSLO/EN/OSLO EN.PDF
134. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1985), “A conceptual model of service quality and its implication”, *Journal of Marketing*, 49, pp. 41-50.
135. Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A (1991), “Understanding customer expectations of service”. *Sloan Management Review*, 32(3), 39-48.
136. Pelham, A. M., Wilson, D. T (1996). A longitudinal study of the impact of market structure, firm structure, strategy, and market orientation culture on dimensions of small-firm performance. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 24(1): 7-43.
137. Peteraf, M (1993), The cornerstones of competitive advantage: a resource-based view. *Strategic Management Journal*, 14(3): 179–191.
138. Porter, M. E. (1980). *Competition strategy-Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: The Free Press.
139. Porter, M. E., 1985. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*, Free Press, NY.
140. Porter M.E (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. The Free

Press, New York.

141. Porter, Michael/Van der Linde, C. (1995): Towards a New Conception of the Environment-Competitiveness Relationship, in *Journal of Economic Perspectives* 9(4), 1995, p. 97-118.
142. Porter, M., Sachs, J. And Warner, A. (2000), *Executive Summary: Current Competitiveness and Growth Competitiveness*, The Global Competitiveness Report 2000, Oxford: Oxford University Press
143. Porter, Michael (2002): Enhancing the Microeconomic Foundations of Prosperity: The Current Competitiveness Index. In: World Economic Forum (ed): *The Global Competitiveness Report 2001*. Cambridge, pp. 2-26. Available at http://www.isc.hbs.edu/Micro_9201.pdf
144. Porter M., Ketels C., Delgado M (2008). The Microeconomic Foundations of Prosperity: Findings from the Business Competitiveness Index. In: WEF, *The Global Competitiveness Report 2007–2008* WEF, Geneva.
145. Porter M.E., Rivkin J.W (2012). The Looming Challenge to U.S. Competitiveness. *Harvard Business Review* 90 (3), 54–61.
146. Prahalad CK & G Hamel (1990). The Core Competence of the Corporation. *Harvard Business Review*, 68, pp 79–91.
147. Pratten, C (1991), *The competitiveness of small firms*. Occasional Paper 57, Department of Applied Economics, University of Cambridge. Cambridge Univ. Press, Cambridge, UK.
148. Razvan Voinescu, Cristan Moisoiu (2014), *Competitiveness, Theoretical and Policy Approaches. Towards a more competitive EU*.
149. R K N D DARSHANI (2013).“A STUDY OF IDENTIFYING THE FACTORS ON COMPETITIVE ADVANTAGE FOR BANK OF CEYLON LEASING – SRI LANKA: WITH SPECIAL REFERENCE

TO KAHAWATTA BRANCH”. LECTURER, DEPARTMENT OF HUMAN RESOURCES MANAGEMENT, FACULTY OF COMMERCE & MANAGEMENT STUDIES, UNIVERSITY OF KELANIYA, SRI LANKA. *International Journal of Marketing, Financial Services & Management Research* – Vol.2, No. 8, August (2013) Online available at www.indianresearchjournals.com – ISSN 2277- 3622.

150. Ross, J., Beath, C., & Goodhue, D. (1995). Developing long-term competitiveness through information technology assets. *Center for Information Systems Research*, (3878), 26. Retrieved from <http://dspace.mit.edu/handle/1721.1/2606>
151. Sanchez, R., & Heene, A (1996). *Strategic Learning and Knowledge Management*. West Sussex, England: John Wiley & Sons Ltd.
152. Sanchez, R., & Heene, A (2014). *A Focused Issue on Building New Competences in Dynamic Environments*. Bingham: Emerald Group Publishing Limited.
153. Scott B.R., Lodge G.C (1985). *US Competitiveness in the World Economy*. Harvard Business School Press, Boston.
154. Schwab K., Sala-i-Martin X (2013). *The Global Competitiveness Report 2013–2014*. World Economic Forum, Geneva.
155. Schumacker, R.E. , & Lomax, R.G., 1996. *Abeginner’s Guide to Structural Equation Modelling*. Manwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
156. Shtaylmann K., Dryahlov M., B. Hartman (2000), *Ukrainian economic Encyclopedia*.
157. Scandura, T., & Williams, E.A., 2000. Research methodology in management: Current practices, trends, and implications for future research. *Academy of*

Management Journal, 43, 1248-1264.

158. Silverman, D., (2001), *Interpreting qualitative data : Methods for analysing talk, text, and interaction*. London: Sage Publications.
159. Stoner, C.R. (1987), Distinctive competence and competitive advantage. *Journal of Small Business Management*. 25 (2), 33-39.
160. Swann, P & Taghavi, M (1994), *Measuring Price and Quality Competitiveness - A Study of 18 British Product Markets*. Brookfield, Vermont, Ashgate Publishing Co.
161. Sweeney, J. (1995). The Moral Expertise of Auditors: An Exploratory Analysis. *Research on Accounting Ethics*, 34-213.
162. Szeto, E, (2000), Innovation capacity: working towards a mechanism for improving innovation within an inter-organizational network. *The TQM Magazine*, 12(2), 149-158.
163. Tahir, I. M., & Bakar, N.M. A, 2007. Service quality GAP and customers' satisfactions of commercial banks in Malaysia. *International review of Business research Papers*, 3(4), 327-336.
164. Thompson, A. A., Strickland. A. J & Gamble. J. E (2007), "*Crafting and Executing Strategy: The Quest for competitive advantage*" (17 ed..New York: Mc Graw Hill).
165. Thorne, F. (2004). *Measuring the Competitiveness of Irish Agriculture (1996-2000)*. Dublin: Rural Economy Research Centre.
166. Tomasz Siudek, Aldona Zawojcka (2014) – Warsaw University of Life Sciences – SGGW. ACTA – Oeconomia 13 (1) 2014, 91–108.“COMPETITIVENESS IN THE ECONOMIC CONCEPTS, THEORIES AND EMPIRICAL RESEARCH”.
167. Tyson D'Andrea L (1992). *Who's Bashing Whom: Trade Conflict in High Technology Industries*. Institute for International Economics, Washington, D.C.

168. Umar Bello, Hannatu Sabo Ahmad, Almustapha Alhaji Aliyu (2016). “The Impact of Lease Financing on Financial Performance of Nigerian Oil and Gas Industry”. *Research Journal of Finance and Accounting* www.iiste.org – ISSN 2222-1697 (Paper) ISSN 2222-2847 (Online), Vol.7, No.4, 2016.
169. Vesna, J M., Sonja J. & Bojan K., 2011. Human resources in tourism as a factor of its employment and competitiveness growth comparative analysis of serbia and surrounding countries. *Series: Economics and Organization*. Vol. 8, No 4, 2011, pp. 433-445
170. Victor Smith (2002), “Core competencies in the retail sector of the financial service industry
<http://www.crm2day.com/library/EpFkZlFkpAbiECLFkn.php>.
171. Vorhies, W. D., & Harker. M, september (2000). The capabilities and performance advantages of market-drive firm: An empirical investigation. *Australian Journal of management*, 25(2), 145-172.
172. Wayne F. Cascio (2010). *Managing human resources: productivity, quality of work life, profits*. 8th ed. Part 1, chapter 1. McGraw-Hill Irwin.
173. WEF (2004), *The Global Competitiveness Report*. Retrieved from World Economic Forum: www.weforum.org.
174. World Economic Forum (1996). *The Global Competitiveness Report*. WEF, Geneva.
175. YANG Jianping (2012). “The Research on Financial Leasing and China’s Small Micro Enterprises”. *International Business and Management* Vol.5, No.1, 2012, pp.33, DOI:10.3968/j.ibm.1923842820120501.Z0159 ISSN 1923-841X [Print], ISSN 1923-8428 [Online], www.cscanada.net, www.cscanada.org.

CÁC TRANG MẠNG ĐIỆN TỬ

- (1) <https://www.sbv.gov.vn>
- (2) <http://enternews.vn/von-cho-dn-nho-va-vua-118064.html>
- (3) <https://www.baomoi.com/doanh-nghiep-vua-va-nho-la-xuong-song-cua-nen-kinh-te/c/17518513.epi>
- (4) <https://www.baomoi.com/doanh-nghiep-vua-va-nho-duoc-xem-la-xuong-song-cua-nen-kinh-te-apec/c/23208146.epi>
- (5) <http://voer.edu.vn/m/khai-niem-va-phan-loai-von/cd6f57cb>
- (6) <http://www.chailease.com.vn/vn/tin-tuc/tin-tuc-thi-truong/7-loi-ich-cua-cho-thue-tai-chinh-ban-can-biet/74/>
- (7) <https://www.sbv.gov.vn>
- (8) <http://www.acb.com.vn/> - <http://acb.com.vn/vn/about/nha-dau-tu/bao-cao-thuong-nien> - Báo cáo thường niên của ACB – Các năm: 2012, 2013, 2014, 2015, 2016
- (9) <http://sacombankleasing.com> – Báo cáo thường niên của Sacombank Leasing – Các năm: 2012, 2013, 2014, 2015, 2016
- (10) <https://lc.vietinbank.vn/sites/home/intro/annual.html> - Báo cáo thường niên của Công ty CTTC TNHH một thành viên Ngân hàng công thương Việt Nam – VietinBank Leasing
- (11) <http://www.vinaleasing.com/vietnamese/gioithieu.html> - Báo cáo Tài chính của VILC có kiểm toán – Các năm: 2012, 2013, 2014, 2015, 2016
- (12) <https://keximvnlc.com.vn/annual-reports/> - Báo cáo thường niên của Công ty CTTC Kexim Việt Nam – Các năm: 2012, 2013, 2014, 2015, 2016.
- (13) <http://thoibaotaichinhvietnam.vn/pages/tien-te-bao-hiem/2020-02-18/thue-tai-chinh-go-kho-tiep-can-von-trung-dai-han-cho-doanh-nghiep-82699.aspx>

PHỤ LỤC

Phụ lục 1

Dàn bài phỏng vấn các chuyên gia (Hoàn thiện mô hình trong nghiên cứu sơ bộ)

1- Giới thiệu và nêu lý do

Kính chào quý Anh/Chị, các chuyên gia tài chính

Xin được giới thiệu cùng các chuyên gia, chúng tôi thuộc nhóm nghiên cứu của trường Đại học Duy Tân – Đà Nẵng. Hiện chúng tôi đang thực hiện nghiên cứu đề tài: “Nâng cao năng lực cạnh tranh của các công ty cho thuê tài chính tại Việt Nam”. Để việc nghiên cứu của chúng tôi đạt được những giá trị và hiệu quả nhất định về mặt khoa học cũng như thực tiễn, hôm nay chúng tôi mong muốn xin được phỏng vấn và trao đổi cùng quý vị, về các vấn đề năng lực cạnh tranh và năng lực cạnh tranh của các công ty cho thuê tài chính tại Việt Nam.

Những ý kiến đóng góp của quý vị sẽ giúp cho việc nghiên cứu của chúng tôi sáng tỏ, chặt chẽ và đầy đủ hơn, nhằm giúp chúng tôi đưa ra được một mô hình nghiên cứu với các nhân tố tác động đến năng lực cạnh tranh của các công ty cho thuê tài chính tại Việt Nam, phù hợp và chính xác hơn.

2- Tổng quan một số nghiên cứu trước liên quan

Trước hết, xin được sơ lược về các nghiên cứu tổng quan của nhóm chúng tôi đối với các nghiên cứu trước, về năng lực cạnh tranh nói chung và năng lực cạnh tranh của ngành cho thuê tài chính.

Với các nghiên cứu nước ngoài: Nói về năng lực cạnh tranh có rất nhiều quan điểm, khái niệm của các nhà khoa học. Trong đó có quan điểm theo các trường phái Cổ điển; Tân cổ điển; Hiện đại; Các quan điểm theo cấp quốc gia, cấp công ty. Từ các quan điểm và những khái niệm nền tảng đó, có nhiều lý thuyết và mô hình nghiên cứu nền cũng được đưa ra cho việc nghiên

cứu về năng lực cạnh tranh cho quốc gia cho doanh nghiệp. Cụ thể: Michael Porter (1985 – 1990) về mô hình chuỗi giá trị, mô hình kim cương, mô hình 5 áp lực cạnh tranh; Nghiên cứu của Buckley và cộng sự (1992), của Lall (2001), David Acker (20017), về năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp. Các nhà nghiên cứu cũng đã đưa ra các nguồn lực giúp các doanh nghiệp củng cố năng lực trong cạnh tranh. Bàn về năng lực cạnh tranh của các công ty cho thuê tài chính có các nhà nghiên cứu: R K N D DARSHANI (2013), đưa ra mô hình cần làm tốt với các yếu tố như: Giá cả, Sự tiên bộ về công nghệ, Chất lượng dịch vụ, Nỗ lực quảng bá, để doanh nghiệp có năng lực cạnh tranh với đối thủ. Tại Việt Nam, như: Hồ Đức Hùng (2009), đã đưa ra các yếu tố giúp cạnh tranh của các DNNVV tại Việt Nam; Các nhà nghiên cứu như: Trần Thế Hoàng (2011), Lê Thị Hằng (2013), Nguyễn Văn Thụy (2015), cũng đã có những mô hình nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng, tác động đến năng lực cạnh tranh của một doanh nghiệp, theo các ngành nghề khác nhau. Nghiên cứu với cho thuê tài chính có Hoàng Thị Thanh Hằng (2013), đã đưa ra mô hình nghiên cứu về năng lực cạnh tranh của các công ty cho thuê tài chính tại Tp. Hồ Chí Minh, với các yếu tố nội lực: Tài chính, Quản trị điều hành, Nguồn nhân lực, Sản phẩm, Marketing, Chất lượng dịch vụ, Lãi suất, Thương hiệu, Công nghệ.

Từ các nghiên cứu trên, giúp nhóm nghiên cứu có được những tổng quan về lý thuyết, về mô hình nghiên cứu, để tổng hợp, phân tích và kế thừa trong việc vận dụng cho nghiên cứu của mình. Đó cũng là những vấn đề nhóm nghiên cứu mong muốn đưa ra và nhận được ý kiến bàn thảo, đóng góp của quý nhà khoa học.

3- Nội dung phỏng vấn

➤ Những câu hỏi dẫn nhập

- Anh/Chị giữ chức vụ quản lý đã bao lâu tại đơn vị mình?

- Anh/Chị thấy công việc hiện tại là phù hợp và thú vị với mình?
- Theo Anh/Chị thì những nhân tố nào là tác động đến năng lực cạnh tranh của một doanh nghiệp nói chung và công ty cho thuê tài chính tại Việt Nam hiện nay?

- Theo Anh/Chị thì Cho thuê tài chính tại Việt Nam có những khác biệt gì so với các tổ chức tín dụng khác về năng lực cạnh tranh?

➤ *Câu hỏi nhằm xác định những nhân tố tác động đến năng lực cạnh tranh(NLCT) của các công ty cho thuê tài chính tại Việt Nam*

Thời gian là quý báu của quý Anh/Chị, vì thế thảo luận này xin được xoay quanh vấn đề các nhân tố nội lực tác động đến NLCT của công ty cho thuê tài chính tại Việt Nam.

- Theo Anh/Chị thì công ty cho thuê tài chính tại Việt Nam nên tập trung chủ yếu vào các nhân tố nội lực nào để nâng cao năng lực cạnh tranh trong thời gian tới?

- Anh/Chị đánh giá và có ý kiến thế nào về các nhân tố nội lực sau: Nhân lực; Tài chính; Quản trị điều hành; Chất lượng phục vụ; Sản phẩm – Dịch vụ; Giá cả; Lãi suất; Thương hiệu; Quy mô – Mạnh lưới; Marketing; Quản lý rủi ro; Công nghệ. Những nhân tố được các nghiên cứu trước cho là có ảnh hưởng, tác động đến năng lực cạnh tranh của công ty cho thuê tài chính tại Việt Nam.

- Với các nhân tố nêu trên, theo Anh/Chị có cần thêm hoặc bớt những nhân tố nào không? Hoặc cần có những thuộc tính thế nào về từng nhân tố quan trọng nêu trên?

- Những ý kiến bổ sung của quý Anh/Chị:

.....
.....

Trân trọng gửi lời cảm ơn đến quý Anh/Chị!

Phụ lục 2

DANH SÁCH CÁC CHUYÊN GIA TRẢ LỜI PHỎNG VẤN

Stt	Họ tên	Chức danh
1	Ông: Trần Văn Tâm	Tổng Giám đốc ACBL (Lầu 9, ACB Tower, 444-446 Cách Mạng Tháng Tám, P. 11, Q.3, TP. HCM)
2	Ông: Lưu Huỳnh	Tổng Giám đốc SBL (230, Nam Kỳ Khởi Nghĩa, P. 6, Q. 3, TP. HCM)
3	Ông: Phạm Lê Kiên	Phó Tổng Giám đốc SBL (Sacombank Leasing)
4	Ông: Nguyễn Thiệu Sơn	Tổng Giám đốc BIDV – SuMiTRUST Leasing (Vincom Center Bà Triệu, 191 Bà Triệu, Lê Đại Hành, Q. Hai Bà Trưng, Hà Nội)
5	Ông: Hoàng Văn Phúc	Phó Tổng Giám đốc BIDV – SuMiTRUST Leasing
6	Ông: Phạm Ngọc Long	Chủ tịch Hiệp hội cho thuê tài chính Việt Nam – Tổng Giám đốc VietinBank Leasing (16, Phan Đình Phùng, Q. Ba Đình, Hà Nội)
7	Ông: Ngô Huy Minh	Phó Tổng Giám đốc VietinBank Leasing
8	Ông: Phan Dương	Giám đốc Vietcombank Leasing (25T1, Hoàng Đạo Thúy, Trung Hòa Nhân Chính, Hà Nội)
9	Ông: Jeong Jea Hun	Tổng Giám đốc VILC (Phòng 902, Centec Tower, 72-74, Nguyễn Thị Minh Khai, P.6, Q. 3, TP. HCM)
10	Ông: Kim Byung Sun	Cựu Tổng Giám Đốc VILC (Gửi Bằng)

Stt	Họ tên	Chức danh
		dịch qua Email - Hàn Quốc)
11	Ông: Jang Sang Choe	Cựu Phó Tổng Giám Đốc VILC (Gửi Bảng dịch qua Email - Hàn Quốc)
12	GS.TS. Hồ Đức Hùng	Cựu giảng viên Trường Đại học Kinh tế TP. HCM (59C, Nguyễn Đình Chiểu, P. 6, Q. 3, TP. HCM)
13	TS. Hồ Ngọc Phương	Cựu Giảng viên Trường Đại học Kinh tế TP. HCM
14	PGS.TS Nguyễn Đăng Dòn	Cựu Giảng viên Trường Đại học Kinh tế TP. HCM
15	PGS.TS Nguyễn Minh Kiều	Trưởng khoa Tài chính - Ngân hàng, Trường Đại học Mở TP. HCM (97, Võ Văn Tần, P. 6, Q. 3, TP. HCM)
16	PGS.TS Hà Nam Khánh Giao	Trưởng khoa Đào tạo sau Đại học, Trường Đại học Tài chính – Marketing (778, Nguyễn Kiệm, P. 4, Q. Phú Nhuận, TP. HCM)
17	PGS.TS Hoàng Văn Hải	Viện trưởng Viện Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Kinh tế ĐHQGHN (144, Xuân Thủy, Q. Cầu Giấy, Hà Nội)
18	PGS.TS Lê Đức Toàn	Hiệu phó – Trưởng khoa sau Đại học, Trường Đại học Duy Tân – Đà Nẵng (254, Nguyễn Văn Linh, Q. Thanh Khê, TP. Đà Nẵng)
19	PGS.TS Phan Thanh Hải	Trưởng khoa Kế toán, Trường Đại học Duy Tân – Đà Nẵng
20	TS. Hồ Văn Nhàn	Phó trưởng khoa sau Đại học, Trường Đại học Duy Tân – Đà Nẵng

Stt	Họ tên	Chức danh
21	TS. Phan Quan Việt	Trưởng khoa QTKD và Thương mại, Trường Đại học Văn Lang – TP. HCM (Cơ sở 3: 69/68, Đặng Thùy Trâm, P. 13, Q. Bình Thạnh, TP. HCM)
22	TS. Đỗ Thị Hoa Liên	Trưởng khoa QTKD, Trường Đại học Lao động – Xã hội CS II, TP. HCM (1018, Tô Ký, P. Tân Chánh Hiệp, Q. 12, TP. HCM)
23	TS. Tôn Thất Viên	Trưởng khoa Bảo hiểm, Trường Đại học Lao động – Xã hội CSII, TP. HCM
24	TS. Đinh Kiệt	Trưởng khoa Quản lý Nguồn nhân lực, Trường Đại học Lao động – Xã hội CSII, TP. HCM
25	TS. Nguyễn Hoàng Giang	Trưởng khoa Kế toán, Trường Đại học Lao động – Xã hội CSII, TP. HCM

Phụ lục 3

BẢNG CÂU HỎI KHẢO SÁT VỀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC CÔNG TY CHO THUÊ TÀI CHÍNH TẠI VIỆT NAM

Kính chào quý Anh/Chị!

Xin gửi đến quý Anh/Chị, bảng câu hỏi khảo sát về năng lực cạnh tranh của các công ty CTTC tại Việt Nam.

Mục tiêu của việc thăm dò ý kiến quý anh chị thông qua bảng câu hỏi này, là để tìm hiểu các yếu tố tác động đến năng lực cạnh tranh của công ty cho thuê tài chính mà quý Anh/Chị đang công tác. Những trả lời mang tính khách quan và thực tế của quý anh chị sẽ góp phần quyết định sự thành công của công trình nghiên cứu này, đồng thời giúp đưa ra những giải pháp nhằm cải thiện năng lực cạnh tranh cho các công ty cho thuê tài chính tại Việt Nam.

Tất cả những trả lời và ý kiến quý anh chị được giữ bí mật, chỉ công bố ở kết quả tổng hợp. Kính mong sự hợp tác của quý Anh/Chị.

Những đánh giá theo bảng sau, là thể hiện các yếu tố về năng lực cạnh tranh đối với công ty cho thuê tài chính của quý Anh/Chị. Xin quý anh chị trả lời giúp, bằng cách khoanh tròn đối với một con số trên từng dòng. Các con số thể hiện lên mức độ đánh giá của quý anh chị về sự đồng ý hay không, đối với các ý kiến theo quan sát và quy ước như sau:

I	Yếu tố nhân lực (NL)	Cho điểm				
1	Nguồn nhân lực đủ đáp ứng nhu cầu công việc	1	2	3	4	5
2	Nhân viên được đào tạo chuyên môn phù hợp	1	2	3	4	5
3	Nguồn nhân lực công ty có trình độ chuyên môn cao	1	2	3	4	5
4	Nhân viên có khả năng sáng tạo	1	2	3	4	5
5	Nhân viên tuân thủ văn hóa doanh nghiệp và đạo đức nghề nghiệp	1	2	3	4	5
II	Yếu tố Tài chính (TC)					
1	Việc huy động vốn của công ty là dễ dàng	1	2	3	4	5
2	Công ty có lợi nhuận hàng năm tăng	1	2	3	4	5
3	Công ty đảm bảo khả năng thanh khoản cao	1	2	3	4	5

I	Yếu tố nhân lực (NL)	Cho điểm				
4	Vòng quay vốn của công ty nhanh	1	2	3	4	5
5	Tình hình tài chính lành mạnh, minh bạch	1	2	3	4	5
III	Yếu tố Quản trị điều hành (QT)					
1	Mô hình tổ chức của công ty hợp lý	1	2	3	4	5
2	Đội ngũ lãnh đạo công ty có trình độ và năng lực tốt	1	2	3	4	5
3	Công ty bố trí lao động hợp lý	1	2	3	4	5
4	Chiến lược kinh doanh của công ty tốt	1	2	3	4	5
5	Chính sách phúc lợi cho nhân sự tốt	1	2	3	4	5
6	Lãnh đạo công ty ra quyết định nhanh chóng và chính xác	1	2	3	4	5
IV	Yếu tố Chất lượng phục vụ (CL)					
1	Nhân viên công ty luôn ứng xử tốt khi giao tiếp với khách hàng	1	2	3	4	5
2	Thủ tục đơn giản và thực hiện nhanh gọn	1	2	3	4	5
3	Nhân viên luôn hỗ trợ và đáp ứng nhanh yêu cầu khách hàng	1	2	3	4	5
4	Công ty luôn có chế độ chăm sóc khách hàng tốt	1	2	3	4	5
V	Yếu tố Sản phẩm – Dịch vụ (SP)					
1	Công ty có nhiều hình thức cho thuê	1	2	3	4	5
2	Công ty có nhiều phương thức tính toán tiền thuê	1	2	3	4	5
3	Sản phẩm cho thuê của công ty là đa dạng và phong phú	1	2	3	4	5
4	Công ty có đội ngũ nghiên cứu phát triển sản phẩm	1	2	3	4	5
5	Công ty đầu tư cho việc phát triển sản phẩm rất tốt	1	2	3	4	5
VI	YẾU TỐ GIÁ CẢ (GC)					
	Yếu tố Giá cả – Lãi suất (GCLs)					
1	Lãi suất thấp hơn đối thủ cạnh tranh	1	2	3	4	5
2	Lãi suất phù hợp với thị trường	1	2	3	4	5
3	Vốn huy động có lãi suất thấp	1	2	3	4	5
	Yếu tố Giá cả – Ký quỹ (GCKq)					
1	Ký quỹ có tính lãi suất cho khách hàng	1	2	3	4	5
2	Ký quỹ với tỷ lệ trên tổng giá trị hợp lý	1	2	3	4	5
3	Thủ tục và thời gian hoàn trả ký quỹ nhanh gọn	1	2	3	4	5
	Yếu tố Giá cả – Giá tài sản(GCTs)					
1	Giá tài sản phù hợp với thị trường	1	2	3	4	5
2	Giá theo sự thương lượng của các bên tham gia	1	2	3	4	5
3	Chứng từ thể hiện giá đúng quy định pháp luật	1	2	3	4	5
VII	Yếu tố Thương hiệu (TH)					
1	TH dễ dàng được nhận biết qua logo của công ty	1	2	3	4	5
2	TH được nhận biết qua mà sắc đặc trưng của công ty	1	2	3	4	5
3	TH là thân thiết với khách hàng	1	2	3	4	5
4	TH thân thiện và đóng góp lớn cho nền kinh tế quốc gia	1	2	3	4	5

I	Yếu tố nhân lực (NL)	Cho điểm				
5	TH tạo được sự tin cậy từ khách hàng	1	2	3	4	5
VIII	Yếu tố Quy mô – Mạng lưới (QM)					
1	Công ty có chi nhánh, phòng giao dịch hợp lý	1	2	3	4	5
2	Công ty có liên kết với nhiều tổ chức tín dụng khác	1	2	3	4	5
3	Công ty đầu tư tập trung các thành phố lớn	1	2	3	4	5
4	Công ty phục vụ khách hàng khắp các tỉnh thành	1	2	3	4	5
IX	Yếu tố Marketing (MK)					
1	Chiến lược marketing của công ty tốt	1	2	3	4	5
2	Công ty có chương trình quảng cáo tốt	1	2	3	4	5
3	Đội ngũ marketing của công ty tốt	1	2	3	4	5
4	Công ty luôn phản ứng kịp thời với các đối thủ cạnh tranh	1	2	3	4	5
5	Quan hệ công chúng của công ty tốt	1	2	3	4	5
X	YẾU TỐ QUẢN LÝ RỦI RO (RR)					
	Yếu tố Quản lý rủi ro – Thẩm định (RRtd)					
1	Kiểm tra chặt chẽ hồ sơ cần thẩm định	1	2	3	4	5
2	Đánh giá kỹ năng lực khách hàng	1	2	3	4	5
3	Thẩm định tính hiệu quả phương án kinh doanh của khách hàng	1	2	3	4	5
	Yếu tố Quản lý rủi ro – Thu hồi nợ (RRthn)					
1	Hồ sơ pháp lý đối với món nợ cần thu đầy đủ	1	2	3	4	5
2	Mối quan hệ hỗ trợ cho việc thu hồi nợ thuận lợi	1	2	3	4	5
3	Quy trình thu hồi nợ được thực hiện chặt chẽ	1	2	3	4	5
	Yếu tố Quản lý rủi ro – Quản lý tài sản (RRts)					
1	Thực hiện tốt việc kiểm tra tài sản cho thuê theo định kỳ	1	2	3	4	5
2	Thực hiện ngay việc thu hồi tài sản thuộc món nợ	1	2	3	4	5
3	Thanh lý tài sản sau thu hồi đúng quy định	1	2	3	4	5
XI	Yếu tố Năng lực cạnh tranh (NLCT)					
1	Công ty đang cạnh tranh và khai thác tốt mọi cơ hội thị trường so với các đối thủ	1	2	3	4	5
2	Công ty vận dụng tốt các yếu tố nội lực và vô hiệu hóa được các mối đe dọa đến với mình	1	2	3	4	5
3	Công ty giảm được tổng chi phí so với đối thủ và tiếp tục phát triển tốt trong tương lai	1	2	3	4	5

Xin chân thành cảm ơn, kính chúc quý Anh/Chị mạnh khỏe và công ty ngày càng phát đạt

Phụ lục 4

Kết quả CRONBACH ALPHA

▪ BIẾN Nhân lực (NL)

Reliability Statistics				
Cronbach's Alpha	N of Items			
.790	5			
Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
NL1	10.60	5.556	.617	.735
NL2	10.70	6.731	.276	.838
NL3	10.62	5.624	.625	.733
NL4	10.64	5.482	.663	.720
NL5	10.65	5.170	.696	.706

- Loại biến **NL2** do Corrected Item-Total Correlation nhỏ hơn 0.3. Chạy lại lần 2:

Reliability Statistics				
Cronbach's Alpha	N of Items			
.838	4			
Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
NL1	8.00	4.007	.663	.799
NL3	8.02	4.105	.657	.802
NL4	8.03	4.052	.668	.797
NL5	8.04	3.798	.695	.785

▪ BIẾN Tài chính (TC)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.828	5

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
TC1	9.45	7.557	.623	.795
TC2	9.33	7.197	.603	.804
TC3	9.40	7.293	.658	.785
TC4	9.17	8.567	.629	.802
TC5	9.38	7.282	.655	.785

- Không loại biến quan sát nào do Corrected Item-Total Correlation của tất cả các biến đều lớn hơn 0.3 và hệ số Cronbach Alpha của nhân tố lớn hơn 0.6.

- **BIẾN Quản trị điều hành (QT)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.895	6

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
QT1	13.83	11.942	.702	.879
QT2	13.78	11.569	.729	.874
QT3	13.77	11.752	.722	.875
QT4	13.79	12.035	.696	.879
QT5	13.78	11.944	.720	.876
QT6	13.76	11.597	.733	.874

- Không loại biến quan sát nào do Corrected Item-Total Correlation của tất cả các biến đều lớn hơn 0.3 và hệ số Cronbach Alpha của nhân tố lớn hơn 0.6.

▪ **BIẾN Chất lượng phục vụ (CL)**

Reliability Statistics				
Cronbach's Alpha	N of Items			
.818	4			
Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CL1	11.37	7.523	.642	.769
CL2	11.41	7.676	.593	.792
CL3	11.41	7.558	.642	.769
CL4	11.47	7.217	.677	.752

- Không loại biến quan sát nào do Corrected Item-Total Correlation của tất cả các biến đều lớn hơn 0.3 và hệ số Cronbach Alpha của nhân tố lớn hơn 0.6.

▪ **BIẾN Sản phẩm – Dịch vụ (SP)**

Reliability Statistics				
Cronbach's Alpha	N of Items			
.859	5			
Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SP1	12.91	7.430	.698	.823
SP2	12.88	7.164	.710	.820
SP3	13.02	8.575	.552	.858
SP4	12.91	7.151	.736	.813
SP5	13.00	7.365	.682	.827

- Không loại biến quan sát nào do Corrected Item-Total Correlation của tất cả các biến đều lớn hơn 0.3 và hệ số Cronbach Alpha của nhân tố lớn hơn 0.6.

▪ **BIẾN Giá cả (GC)**

Reliability Statistics				
Cronbach's Alpha	N of Items			
.906	9			
Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
GC1	22.26	23.885	.736	.892
GC2	22.26	25.036	.667	.897
GC3	22.24	24.276	.698	.895
GC4	22.30	25.261	.655	.898
GC5	22.29	24.502	.698	.895
GC6	22.29	25.152	.626	.900
GC7	22.15	24.828	.658	.897
GC8	22.18	24.289	.694	.895
GC9	22.18	24.091	.701	.894

- Không loại biến quan sát nào do Corrected Item-Total Correlation của tất cả các biến đều lớn hơn 0.3 và hệ số Cronbach Alpha của nhân tố lớn hơn 0.6.

▪ **BIẾN Thương hiệu (TH)**

Reliability Statistics				
Cronbach's Alpha	N of Items			
.875	5			
Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
TH1	10.62	9.801	.717	.844
TH2	10.59	9.993	.721	.844
TH3	10.58	10.212	.690	.851
TH4	10.65	10.222	.683	.853
TH5	10.62	9.815	.704	.848

- Không loại biến quan sát nào do Corrected Item-Total Correlation của tất cả các biến đều lớn hơn 0.3 và hệ số Cronbach Alpha của nhân tố lớn hơn 0.6.

- **BIẾN Quy mô – Mạng lưới (QM)**

Reliability Statistics				
Cronbach's Alpha	N of Items			
.884	4			
Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
QM1	11.06	5.355	.733	.856
QM2	11.05	5.073	.767	.843
QM3	11.04	5.265	.738	.854
QM4	11.09	5.064	.750	.850

- Không loại biến quan sát nào do Corrected Item-Total Correlation của tất cả các biến đều lớn hơn 0.3 và hệ số Cronbach Alpha của nhân tố lớn hơn 0.6.

- **BIẾN Marketing (MK)**

Reliability Statistics				
Cronbach's Alpha	N of Items			
.867	5			
Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
MK1	11.23	6.802	.702	.836
MK2	11.27	6.985	.680	.842
MK3	11.32	6.844	.703	.836
MK4	11.30	6.894	.704	.835
MK5	11.32	7.185	.658	.847

- Không loại biến quan sát nào do Corrected Item-Total Correlation của tất cả các biến đều lớn hơn 0.3 và hệ số Cronbach Alpha của nhân tố lớn hơn 0.6.

▪ **BIẾN Quản lý rủi ro (RR)**

Reliability Statistics				
Cronbach's Alpha		N of Items		
.918		9		
Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
RR1	26.78	26.207	.736	.907
RR2	26.77	26.281	.734	.907
RR3	26.71	26.548	.681	.911
RR4	26.72	27.057	.603	.916
RR5	26.82	26.617	.707	.909
RR6	26.80	26.606	.710	.909
RR7	26.79	26.219	.764	.905
RR8	26.82	26.190	.725	.908
RR9	26.81	26.152	.734	.907

- Không loại biến quan sát nào do Corrected Item-Total Correlation của tất cả các biến đều lớn hơn 0.3 và hệ số Cronbach Alpha của nhân tố lớn hơn 0.6.

BIẾN Năng lực cạnh tranh (NLCT)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.829	3

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
NLCT1	5.07	1.108	.662	.790
NLCT2	5.08	1.060	.703	.749
NLCT3	5.06	1.066	.698	.753

- Không loại biến quan sát nào do Corrected Item-Total Correlation của tất cả các biến đều lớn hơn 0.3 và hệ số Cronbach Alpha của nhân tố lớn hơn 0.6.

Phụ lục 5
Kết quả EFA

1. BIẾN ĐỘC LẬP

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.874
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	9821.98 3
	df	1540
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Factor	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings ^a
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total
1	9.959	17.784	17.784	9.554	17.061	17.061	6.662
2	6.661	11.895	29.679	6.254	11.169	28.230	6.300
3	4.834	8.631	38.310	4.415	7.884	36.114	5.864
4	3.162	5.647	43.957	2.782	4.967	41.081	4.290
5	2.678	4.782	48.739	2.280	4.071	45.152	4.518
6	2.316	4.135	52.874	1.912	3.415	48.567	5.394
7	2.197	3.924	56.798	1.795	3.206	51.773	4.057
8	2.114	3.775	60.573	1.718	3.068	54.841	4.058
9	1.685	3.008	63.582	1.275	2.277	57.118	4.367
10	1.427	2.548	66.129	.983	1.756	58.874	4.895
11	.841	1.502	67.632				
12	.805	1.438	69.069				
13	.760	1.358	70.427				
14	.708	1.265	71.692				
15	.686	1.225	72.916				
16	.657	1.174	74.090				
17	.637	1.137	75.228				
18	.615	1.098	76.325				
19	.591	1.056	77.381				
20	.577	1.031	78.412				
21	.561	1.001	79.413				

22	.547	.977	80.390				
23	.531	.949	81.339				
24	.506	.904	82.243				
25	.484	.864	83.107				
26	.469	.837	83.945				
27	.452	.807	84.752				
28	.447	.799	85.550				
29	.438	.783	86.333				
30	.425	.759	87.092				
31	.402	.719	87.811				
32	.396	.708	88.518				
33	.391	.699	89.217				
34	.385	.688	89.905				
35	.368	.657	90.562				
36	.359	.641	91.203				
37	.342	.610	91.813				
38	.336	.600	92.413				
39	.324	.579	92.992				
40	.318	.568	93.560				
41	.298	.532	94.092				
42	.297	.530	94.622				
43	.291	.519	95.141				
44	.279	.499	95.639				
45	.275	.492	96.131				
46	.264	.472	96.603				
47	.246	.440	97.042				
48	.230	.410	97.453				
49	.226	.403	97.856				
50	.216	.385	98.241				
51	.210	.375	98.615				
52	.194	.346	98.962				
53	.169	.302	99.264				
54	.157	.281	99.545				
55	.144	.258	99.803				
56	.111	.197	100.000				

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

a. When factors are correlated, sums of squared loadings cannot be added to obtain a total variance.

Pattern Matrix ^a										
	Factor									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
RR6	.830									
RR5	.797									
RR9	.759									
RR2	.755									
RR8	.744									
RR1	.740									
RR3	.719									
RR7	.705									
RR4	.606									
GC8		.772								
GC7		.741								
GC3		.736								
GC9		.731								
GC1		.725								
GC2		.717								
GC5		.687								
GC4		.677								
GC6		.605								
QT6			.785							
QT3			.784							
QT1			.767							
QT2			.755							
QT4			.752							
QT5			.744							
MK4				.781						
MK2				.769						
MK1				.767						
MK3				.750						
MK5				.694						
TH2					.794					
TH4					.787					
TH1					.784					
TH5					.715					
TH3					.695					
CL3						.817				
CL4						.771				

CL1						.749				
SP3						.633	.524			
CL2						.631				
TC4										
SP4							.791			
SP2							.786			
SP1							.772			
SP5							.768			
QM2								.818		
QM4								.812		
QM1								.804		
QM3								.747		
NL4									.767	
NL1									.741	
NL5									.731	
NL3									.702	
TC3										.731
TC2										.719
TC5										.702
TC1										.692
Extraction Method: Principal Axis Factoring. Rotation Method: Promax with Kaiser Normalization.										
a. Rotation converged in 7 iterations.										

- Loại biến **TC4** do biến này tải lên ở cả 2 nhân tố. Loại biến **SP3** do biến này có hệ số tải nhỏ hơn 0.5. Chạy lại lần 2:

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.876
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	8948.058
	df	1431
	Sig.	.000

- KMO = 0.876
- Sig. (Bartlett's Test) = 0.000 (sig. < 0.05).

Total Variance Explained

Factor	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings ^a
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total
1	9.508	17.608	17.608	9.093	16.839	16.839	6.633
2	6.102	11.301	28.909	5.678	10.515	27.354	6.290
3	4.807	8.903	37.811	4.388	8.125	35.479	5.224
4	3.119	5.775	43.586	2.732	5.059	40.538	4.513
5	2.614	4.840	48.427	2.212	4.096	44.634	4.219
6	2.239	4.147	52.573	1.817	3.364	47.998	4.046
7	2.157	3.995	56.569	1.771	3.280	51.278	3.567
8	1.967	3.643	60.211	1.557	2.883	54.161	4.177
9	1.625	3.010	63.221	1.203	2.228	56.389	3.942
10	1.401	2.594	65.816	.950	1.760	58.148	3.992
11	.839	1.554	67.370				
12	.770	1.427	68.796				
13	.759	1.406	70.202				
14	.698	1.292	71.494				
15	.678	1.256	72.750				
16	.652	1.207	73.957				
17	.632	1.170	75.127				
18	.608	1.125	76.252				
19	.587	1.087	77.340				
20	.574	1.063	78.403				
21	.551	1.020	79.424				
22	.545	1.009	80.433				
23	.528	.978	81.411				
24	.502	.930	82.341				
25	.479	.887	83.228				
26	.460	.852	84.079				
27	.448	.829	84.909				
28	.438	.810	85.719				
29	.432	.800	86.519				
30	.418	.775	87.294				
31	.399	.739	88.033				
32	.395	.732	88.765				
33	.382	.707	89.472				

CL1									.729	
CL2									.585	
TC5										.695
TC2										.694
TC3										.679
TC1										.678
Extraction Method: Principal Axis Factoring. Rotation Method: Promax with Kaiser Normalization.										
a. Rotation converged in 7 iterations.										

2. BIẾN PHỤ THUỘC

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.720
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	341.433
	df	3
	Sig.	.000

- KMO = 0.720 > 0.5.
- Sig. (Bartlett's Test) = 0.000 (sig. < 0.05).

Total Variance Explained

Factor	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.237	74.563	74.563	1.858	61.948	61.948
2	.416	13.854	88.418			
3	.347	11.582	100.000			
Extraction Method: Principal Axis Factoring.						

- Phương sai trích được giải thích là 61.948%.

Factor Matrix^a	
	Factor
	1
NLCT2	.811
NLCT3	.803
NLCT1	.745
Extraction Method: Principal Axis Factoring.	
a. 1 factors extracted. 7 iterations required.	

Phụ lục 6
Kết quả CFA

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	175	1647.194	1478	.001	1.114
Saturated model	1653	.000	0		
Independence model	57	10352.284	1596	.000	6.486

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.031	.849	.831	.759
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.161	.251	.224	.242

Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	.841	.828	.981	.979	.981
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.019	.013	.025	1.000
Independence model	.134	.132	.137	.000

- Các chỉ số Model Fit đều nằm trong mức tốt:
 - CMIN/DF = 1.114 < 2
 - GFI = 0.849 > 0.8
 - CFI = 0.981 > 0.9
 - TLI = 0.979 > 0.9
 - RMSEA = 0.019 < 0.06
 - PCLOSE = 1.000 > 0.05

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate
RR1	<---	RRtd	.810
RR2	<---	RRtd	.804
RR3	<---	RRtd	.725
GC1	<---	GClS	.814
GC2	<---	GClS	.735
GC3	<---	GClS	.767
QT3	<---	QT	.770
QT6	<---	QT	.785
QT2	<---	QT	.782
QT1	<---	QT	.747
QT5	<---	QT	.771
QT4	<---	QT	.739
TH4	<---	TH	.731
TH2	<---	TH	.784
TH3	<---	TH	.756
TH1	<---	TH	.780
TH5	<---	TH	.765
MK4	<---	MK	.767
MK2	<---	MK	.740
MK3	<---	MK	.768
MK1	<---	MK	.765
MK5	<---	MK	.723
QM4	<---	QM	.810
QM1	<---	QM	.791
QM3	<---	QM	.809
QM2	<---	QM	.829
NL1	<---	NL	.732
NL4	<---	NL	.739
NL5	<---	NL	.792
NL3	<---	NL	.742

			Estimate
TC2	<---	TC	.680
TC5	<---	TC	.760
TC3	<---	TC	.699
TC1	<---	TC	.701
CL4	<---	CL	.778
CL1	<---	CL	.726
CL3	<---	CL	.729
CL2	<---	CL	.679
SP5	<---	SP	.800
SP1	<---	SP	.766
SP4	<---	SP	.781
SP2	<---	SP	.755
NLCT2	<---	NLCT	.804
NLCT3	<---	NLCT	.796
NLCT1	<---	NLCT	.761
RR4	<---	RRthn	.660
RR5	<---	RRthn	.777
RR6	<---	RRthn	.768
RR7	<---	RRts	.819
RR8	<---	RRts	.771
RR9	<---	RRts	.781
GC4	<---	GCKq	.707
GC5	<---	GCKq	.756
GC6	<---	GCKq	.673
GC7	<---	GCts	.745
GC8	<---	GCts	.778
GC9	<---	GCts	.785

- Tất cả các trọng số chuẩn hóa đều lớn hơn 0.5.

	CR	AVE	MSV	QT	TH	MK	QM	NL	TC	CL	SP	NLCT	RR	GC
QT	0.895	0.586	0.275	0.766										
TH	0.875	0.583	0.278	0.128†	0.763									
MK	0.867	0.567	0.286	0.163*	0.214**	0.753								
QM	0.884	0.656	0.269	0.083	0.130*	0.343***	0.810							
NL	0.838	0.565	0.315	0.436***	0.108	0.176*	0.150*	0.752						
TC	0.803	0.505	0.315	0.448***	0.079	0.174*	0.112	0.561***	0.711					
CL	0.819	0.531	0.275	0.525***	0.066	0.150*	0.145*	0.392***	0.510***	0.729				
SP	0.858	0.602	0.193	0.121†	0.121†	0.144*	0.106	0.119†	0.073	0.048	0.776			
NLCT	0.830	0.620	0.286	0.500***	0.451***	0.535***	0.518***	0.502***	0.500***	0.455***	0.400***	0.787		
RR	0.971	0.917	0.278	0.067	0.527***	0.253***	0.234***	0.044	0.109	0.072	0.124†	0.489***	0.958	
GC	0.962	0.894	0.261	0.150*	0.082	0.235***	0.402***	0.123†	0.083	0.036	0.439***	0.511***	0.325***	0.946

- Giá trị CR đều lớn hơn 0.7 và AVE đều lớn hơn 0.5, như vậy các thang đo đều đảm bảo tính hội tụ.
- Căn bậc hai của AVE (đường chéo in đậm) lớn hơn các tương quan giữa các biến tiềm ẩn với nhau (hệ số tương quan nằm ở phần dưới đường chéo in đậm) , giá trị MSV nhỏ hơn AVE, do vậy tính phân biệt được đảm bảo.

Phụ lục 7
Kết quả SEM

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
NLCT	<---	RR	.117	.039	2.989	.003	
NLCT	<---	GC	.118	.039	3.056	.002	
NLCT	<---	QT	.116	.038	3.069	.002	
NLCT	<---	TH	.137	.035	3.891	***	
NLCT	<---	MK	.160	.035	4.578	***	
NLCT	<---	QM	.145	.031	4.656	***	
NLCT	<---	NL	.124	.045	2.783	.005	
NLCT	<---	TC	.107	.042	2.547	.011	
NLCT	<---	CL	.068	.030	2.272	.023	
NLCT	<---	SP	.115	.031	3.660	***	

- Tất cả các biến đều có ý nghĩa trong mô hình, không loại biến nào do sig đều nhỏ hơn 0.05.

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate
NLCT	<---	RR	.158
NLCT	<---	GC	.166
NLCT	<---	QT	.162
NLCT	<---	TH	.201
NLCT	<---	MK	.211

			Estimate
NLCT	<---	QM	.225
NLCT	<---	NL	.154
NLCT	<---	TC	.155
NLCT	<---	CL	.127
NLCT	<---	SP	.173

- Thứ tự hệ số hồi quy chuẩn hóa cho thấy thứ tự tác động của các biến lên biến phụ thuộc.

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
NLCT	.845

Phụ lục 8

Kết quả Bootstrap

Thực hiện bootstrap với 1000 lần:

Parameter			SE	SE-SE	Mean	Bias	SE-Bias	C.R
NLCT	<---	RR	0.065	0.001	0.158	0	0.002	0
NLCT	<---	GC	0.063	0.001	0.169	0.003	0.002	1.5
NLCT	<---	QT	0.062	0.001	0.159	-0.003	0.002	-1.5
NLCT	<---	TH	0.057	0.001	0.201	0	0.002	0
NLCT	<---	MK	0.049	0.001	0.215	0.003	0.002	1.5
NLCT	<---	QM	0.046	0.001	0.227	0.001	0.001	1
NLCT	<---	NL	0.052	0.001	0.154	0	0.002	0
NLCT	<---	TC	0.065	0.001	0.155	0	0.002	0
NLCT	<---	CL	0.061	0.001	0.129	0.001	0.002	0.5
NLCT	<---	SP	0.042	0.001	0.174	0.001	0.001	1

- Giá trị tuyệt đối C.R ở tất cả các mối liên hệ nhỏ hơn 1.96.

Phụ lục 9

Bảng 4.1: Danh sách các công ty cho thuê tài chính tại Việt Nam

(Đến 30/06/2020)

Đơn vị: Tỷ đồng

TT	TÊN CÔNG TY	ĐỊA CHỈ	SỐ GIẤY PHÉP NGÀY CẤP	VỐN ĐIỀU LỆ	SỐ LƯỢNG CN & PGD
1	Công ty cho thuê tài chính (CTTC) TNHH MTV Công nghiệp Tàu thủy (VINASHIN Finance Leasing Company Limited)	120 Hàng Trống, Hoàn Kiếm, Hà Nội	79/GP-NHNN ngày 19/3/2008	300	
2	Công ty CTTC TNHH MTV Kexim Việt Nam (100% vốn nước ngoài) (Kexim Vietnam Leasing Company)	Tầng 9 Diamond Plaza, 34 Lê Duẩn, Quận 1, TP.Hồ Chí Minh	02/GP-CTCTTC ngày 20/11/1996	158,7	
3	Công ty CTTC TNHH MTV Ngân hàng Á Châu (Asia Commercial Bank Leasing Company Limited)	131 Châu Văn Liêm, phường 14, Quận 5, TP.Hồ Chí Minh	06/GP-NHNN ngày 22/5/2007	300	01
4	Công ty CTTC TNHH MTV Ngân hàng Công thương Việt Nam (Industrial and Commercial Bank of Vietnam Leasing Company Limited)	16 Phan Đình Phùng, quận Ba Đình, Hà Nội	04/GP-CTCTTC ngày 20/3/1998	1,000	01
5	Công ty TNHH MTV CTTC Ngân hàng Ngoại thương Việt Nam (VCB Leasing Company Limited)	25T1, N05, đường Hoàng Đạo Thúy, Phường Trung Hòa, Cầu Giấy, Hà Nội	05/GP-CTCTTC ngày 25/5/1998	500	01

TT	TÊN CÔNG TY	ĐỊA CHỈ	SỐ GIẤY PHÉP NGÀY CẤP	VỐN ĐIỀU LỆ	SỐ LƯỢNG CN & PGD
6	Công ty CTTC I Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam (Agribank no.1 Leasing Company)	4 Phạm Ngọc Thạch, Đống Đa, Hà Nội	06/GP-CTCTTC ngày 27/8/1998	200	02
7	Công ty TNHH MTV CTTC Ngân hàng Sài Gòn Thương Tín (Sacombank Leasing Limited Company)	230 Nam Kỳ Khởi Nghĩa, Quận 3, TP.Hồ Chí Minh	04/GP-NHNN ngày 12/4/2006	300	01
8	Công ty TNHH CTTC Quốc tế Việt Nam (100% vốn nước ngoài) (Vietnam International Leasing Company Limited)	P 902, Centre Tower 72-74 Nguyễn Thị Minh Khai, Phường 6, Quận 3, TP.Hồ Chí Minh	117/GP-NHNN ngày 24/4/2008 (Cấp lại)	350	
9	Công ty TNHH CTTC Quốc tế Chailease (100% vốn nước ngoài) (Chailease International Leasing Company Limited)	Phòng 2801-04 tầng 28, Sài Gòn Trade Centre, 37 Tôn Đức Thắng, phường Bến Nghé, Quận 1, TP.Hồ Chí Minh	09/GP-NHNN ngày 09/10/2006	580,7	04
10	Công ty TNHH CTTC BIDV – Sumi Trust	Tầng 20 tháp A, Vincom, số 191 Bà Triệu, phường Lê Đại Hành, quận Hai Bà Trưng, Hà Nội	33/GP-NHNN ngày 12/4/2017	895,6	03

(Nguồn: Ngân hàng Nhà nước Việt Nam)

Phụ lục 10

Bảng 4.2: Tổng hợp kết quả hoạt động kinh doanh của 5 công ty CTTC lớn tại Việt Nam qua các năm (2012 – 2018)

(Đơn vị tiền: Tỷ VND)

Stt	Công ty	Tổng vốn	Dư nợ theo năm	Lợi nhuận theo năm	Thuế nộp
1	Công ty cho thuê tài chính Ngân hàng Á châu (ACBL)	300	2012: 925,00 2013: 973,00 2014: 947,58 2015: 894,00 2016: 906,00 2017: 850,00 2018: 815,00	2012: 70,56 2013: 68,90 2014: 10,85 2015: 38,00 2016: 26,00 2017: 16,30 2018: 10,20	2012: 14,10 2013: 13,80 2014: 2,20 2015: 7,60 2016: 5,20 2017: 3,30 2018: 2,40
2	Công ty cho thuê tài chính Ngân hàng Sacombank (SBL)	300	2012: 945,00 2013: 972,00 2014: 1206,00 2015: 1415,00 2016: 1553,00 2017: 1577,00 2018: 1688,00	2012: 81,60 2013: 74,70 2014: 78,10 2015: 76,00 2016: 79,50 2017: 76,00 2018: 65,80	2012: 16,30 2013: 15,20 2014: 15,60 2015: 12,30 2016: 13,20 2017: 15,30 2018: 13,30
	Công ty cho thuê tài chính Ngân hàng Vietinbank	1000	2012: 1297,00 2013: 1353,00 2014: 1408,00	2012: 101,2 2013: 89,77 2014: 83,50	2012: 20,20 2013: 18,20 2014: 16,70

Stt	Công ty	Tổng vốn	Dư nợ theo năm	Lợi nhuận theo năm	Thuế nộp
3			2015: 1639,00 2016: 1894,00 2017: 2254,00 2018: 2330,00	2015: 101,90 2016: 107,60 2017: 117,20 2018: 121,20	2015: 20,40 2016: 21,50 2017: 23,40 2018: 24,30
4	Công ty cho thuê tài chính VILC (100% vốn nước ngoài)	350	2012: 644,70 2013: 791,60 2014: 1229,40 2015: 1473,50 2016: 1693,80 2017: 1856,70 2018: 2278,50	2012: 24,00 2013: 26,30 2014: 34,00 2015: 44,40 2016: 44,30 2017: 45,70 2018: 54,80	2012: 4,80 2013: 5,30 2014: 6,80 2015: 8,90 2016: 8,80 2017: 9,10 2018: 11,00
5	Công ty cho thuê tài chính Kexim (100% vốn nước ngoài)	291	2012: 74,2 triệu USD 2013: 78,2 triệu USD 2014: 2340,00 2015: 2442,70 2016: 117,3 triệu USD 2017: 114,1 triệu USD 2018: 121 triệu USD	2012: 942,8 nghìn USD 2013: 920,6 nghìn USD 2014: 34,60 2015: 38,70 2016: 1,6 triệu USD 2017: 1,75 triệu USD 2018: 1,82 triệu USD	2012: 4,10 2013: 4,10 2014: 7,20 2015: 7,70 2016: 7,10 2017: 8,20 2018: 9,20

(Nguồn: Báo cáo tài chính của các công ty qua các năm: 2012 -2018)

Phụ lục 11

Bảng 4.10: Kết quả đánh giá ROA, ROE của nhóm các công ty CTTC đại diện

Công ty	Hệ số	2014	2015	2016	2017	2018
VILC Cty 100% vốn nước ngoài	Tổng tài sản	1,409,237,000,000	1,747,562,000,000	1,951,752,000,000	2,185,962,240,000	2,291,996,953,600
	Lợi nhuận	27,200,000,000	35,500,000,000	35,500,000,000	36,600,000,000	36,700,000,000
	VCSH	450,805,000,000	479,835,000,000	502,864,000,000	506,735,000,000	603,453,000,000
	ROA	2%	2%	2%	2%	2%
	ROE	6%	7%	7%	7%	6%
KEXIM Leasing Cty 100% vốn nước ngoài	Tổng tài sản	2,960,574,057,430	3,030,829,114,940	3,181,076,571,000	3,435,562,696,680	3,562,805,759,520
	Lợi nhuận	27,400,868,270	31,022,513,610	29,700,000,000	32,050,000,000	32,660,000,000
	VCSH	228,605,500,640	258,528,014,250	301,671,519,000	309,734,231,000	405,231,435,000
	ROA	1%	1%	1%	1%	1%
	ROE	12%	12%	10%	10%	8%
VIETINBANK Leasing Cty thuộc NHTM cổ phần Việt Nam	Tổng tài sản	1,421,148,616,684	1,674,682,134,426	1,929,600,163,489	2,125,701,142,546	2,571,879,145,200
	Lợi nhuận	66,866,813,580	81,512,223,515	86,193,335,390	93,821,527,732	96,932,140,000
	VCSH	854,358,793,563	1,066,262,627,091	1,079,146,627,400	1,273,142,752,289	1,281,651,920,013
	ROA	5%	5%	4%	4%	4%
	ROE	8%	8%	8%	7%	8%
SACOMBANK Leasing Cty thuộc NHTM cổ phần Việt Nam	Tổng tài sản	1,440,135,000,000	1,701,859,000,000	1,574,430,000,000	1,846,321,000,000	1,968,088,000,000
	Lợi nhuận	62,500,000,000	63,700,000,000	66,300,000,000	60,700,000,000	52,500,000,000
	VCSH	407,934,000,000	414,417,000,000	419,635,000,000	434,944,000,000	481,259,000,000
	ROA	4%	4%	4%	3%	3%
	ROE	15%	15%	16%	14%	11%

(Nguồn: Các Báo cáo thường niên của các công ty CTTC, qua các năm từ 2014-2018)

Số : 279./QĐ-ĐHDT

Đà Nẵng, ngày 11 tháng 01 năm 2017

QUYẾT ĐỊNH
Về việc giao đề tài luận án tiến sĩ chuyên ngành Quản trị kinh doanh

HIỆU TRƯỞNG TRƯỜNG ĐẠI HỌC DUY TÂN

Căn cứ Quyết định số 666/TTg ngày 11/11/1994 của Thủ tướng Chính phủ về việc thành lập Trường Đại học Dân lập Duy Tân;

Căn cứ Quyết định số 1704/QĐ-TTg ngày 02/10/2015 của Thủ tướng Chính phủ về việc chuyển đổi loại hình của Trường Đại học Duy Tân;

Căn cứ Quyết định số 7655/QĐ-UBND ngày 14/10/2015 của Chủ tịch Ủy ban nhân dân Thành phố Đà Nẵng về việc công nhận Quyền Hiệu trưởng Trường Đại học Duy Tân;

Căn cứ Thông tư số 10/2009/TT-BGDĐT ngày 07/5/2009 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo về việc ban hành Quy chế đào tạo trình độ tiến sĩ và Thông tư số 05/2012/TT-BGDĐT ngày 15/02/2012 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo về việc sửa đổi, bổ sung một số điều của Quy chế đào tạo trình độ tiến sĩ;

Căn cứ Quyết định số 691/QĐ-ĐHDT ngày 27/11/2015 của Hiệu trưởng Trường Đại học Duy Tân về việc công nhận nghiên cứu sinh năm 2015;

Xét đề nghị của Trưởng khoa Sau đại học,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Giao Nghiên cứu sinh Phạm Đình Dzu (Khóa 3) thực hiện luận án tiến sĩ với đề tài: *Nâng cao năng lực cạnh tranh của các công ty cho thuê tài chính tại Việt Nam*, chuyên ngành Quản trị kinh doanh, mã số: 62340102, dưới sự hướng dẫn của:

- Người hướng dẫn thứ nhất: TS. Hồ Kỳ Minh – UBND Thành phố Đà Nẵng.
- Người hướng dẫn thứ hai: TS. Nguyễn Văn Hùng – Viện NC&PT KT-XH Đà Nẵng.
- Bộ môn sinh hoạt chuyên môn: Quản trị kinh doanh

Điều 2. Nghiên cứu sinh, Người hướng dẫn khoa học và Bộ môn có nhiệm vụ và quyền lợi theo Quy chế đào tạo tiến sĩ hiện hành.

Điều 3. Quyết định có hiệu lực kể từ ngày ký.

Điều 4. Khoa Sau đại học, Phòng Đào tạo Đại học và Sau đại học, các đơn vị có liên quan và các Ông, Bà có tên trong Điều 1 chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này. /.

Nơi nhận:

- Như Điều 4;
- Lưu VP



HIỆU TRƯỞNG

NGƯT. Lê Công Cơ