

BỘ XÂY DỰNG BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ GIAO THÔNG VẬN TẢI

TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ

NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN NĂNG LỰC
CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP GIÀY DÉP VIỆT NAM

NGÀNH: QUẢN LÝ KINH TẾ

MÃ SỐ: 9310110

Hà Nội, năm 2026

Công trình được hoàn thành tại: Trường Đại học Công nghệ
Giao thông vận tải

Người hướng dẫn khoa học:

- 1. PGS.TS Trần Thế Tuân**
- 2. TS. Lục Thị Thu Hương**

Phản biện 1:

Phản biện 2:

Luận án được bảo vệ trước Hội đồng cấp Trường chấm luận
án tiến sĩ họp tại Trường Đại học Công nghệ Giao thông vận
tải vào hồi ... giờ ... ngày ...tháng ... năm 2026

Có thể tìm hiểu Luận án tại:

- Thư viện Quốc gia Việt Nam
- Thư viện Trường Đại học Công nghệ Giao thông vận tải

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài nghiên cứu

Năng lực cạnh tranh (NLCT) của doanh nghiệp được xác định là nhân tố cốt lõi quyết định hiệu quả hoạt động, vị thế thị trường và khả năng phát triển bền vững. Mặc dù đã có nhiều cách tiếp cận lý thuyết, việc vận dụng vào từng ngành cụ thể còn hạn chế và thiếu tính tích hợp.

Về thực tiễn, ngành giày dép Việt Nam là một trong những ngành xuất khẩu chủ lực, đạt tốc độ tăng trưởng cao trong giai đoạn 2016 - 2025 (từ khoảng 13 tỷ USD lên trên 24 tỷ USD), đóng góp quan trọng vào tăng trưởng kinh tế, tạo việc làm và thu hút đầu tư nước ngoài, đồng thời đưa Việt Nam trở thành trung tâm sản xuất và xuất khẩu giày dép lớn thứ hai thế giới. Tuy nhiên, ngành vẫn tồn tại nhiều hạn chế mang tính cơ cấu như phụ thuộc lớn vào khu vực FDI, doanh nghiệp nội địa chủ yếu tham gia gia công (OEM), tỷ lệ nội địa hóa thấp, cùng với khoảng cách đáng kể về công nghệ, quản trị và năng lực đổi mới. Trong bối cảnh hội nhập sâu rộng, các yêu cầu ngày càng cao từ các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới, áp lực cạnh tranh quốc tế, cũng như xu hướng chuyển đổi số và phát triển bền vững đang đặt ra yêu cầu cấp thiết phải nâng cấp vị thế của doanh nghiệp trong chuỗi giá trị toàn cầu.

Về phương diện lý luận, các nghiên cứu về NLCT còn phân tán giữa các cách tiếp cận như mô hình Kim cương, lý thuyết dựa trên nguồn lực và năng lực động, chưa làm rõ

đầy đủ mối quan hệ tương tác giữa các yếu tố nội lực và ngoại lực trong một khuôn khổ tích hợp. Đồng thời, các nghiên cứu thực nghiệm chủ yếu tiếp cận đơn lẻ từng nhóm yếu tố và ít ứng dụng các mô hình định lượng tích hợp như SEM trong bối cảnh các nền kinh tế đang phát triển.

Từ những vấn đề trên cho thấy, mặc dù ngành giày dép Việt Nam đạt được tăng trưởng đáng kể, NLCT nội tại của doanh nghiệp vẫn chưa tương xứng với yêu cầu phát triển. Do đó, việc nghiên cứu một cách hệ thống các yếu tố ảnh hưởng đến NLCT của doanh nghiệp giày dép Việt Nam (DN GDVN), là cần thiết nhằm làm rõ cơ chế tác động, đồng thời cung cấp cơ sở khoa học và thực tiễn cho việc đề xuất bộ giải pháp nâng cao NLCT, hướng tới mục tiêu phát triển bền vững đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2035.

Với những phân tích trên việc lựa chọn đề tài: ***“Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp giày dép Việt Nam”*** làm đề tài luận án tiến sĩ ngành Quản lý kinh tế vừa mang ý nghĩa lý luận và thực tiễn sâu sắc.

2. Mục tiêu và nhiệm vụ nghiên cứu

Mục tiêu tổng quát: Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến NLCT DN GDVN, đánh giá kết quả, hạn chế và nguyên nhân, từ đó đề xuất bộ giải pháp và khuyến nghị nhằm nâng cao NLCT và phát triển bền vững đến năm 2030, tầm nhìn 2035.

Mục tiêu cụ thể:

- Làm rõ nội hàm NLCT doanh nghiệp GDVN theo tiếp cận tích hợp và xác định các yếu tố ảnh hưởng.

- Xây dựng mô hình nghiên cứu, thang đo và giả thuyết phù hợp với bối cảnh ngành GDVN.

- Đánh giá thực trạng NLCT giai đoạn 2016 - 2025, xác định xu hướng và điểm nghẽn.

- Kiểm định mức độ tác động của các yếu tố đến NLCT của DN GDVN và rút ra hàm ý chính sách quản lý.

- Đề xuất bộ giải pháp và khuyến nghị chính sách cho giai đoạn 2026 - 2030, tầm nhìn đến năm 2035.

Nhiệm vụ nghiên cứu:

- Thứ nhất, hệ thống hóa cơ sở lý luận và xây dựng mô hình nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến NLCT doanh nghiệp giày dép Việt Nam.

- Thứ hai, phân tích và đánh giá thực trạng NLCT DN GDVN giai đoạn 2016 - 2025.

- Thứ ba, đề xuất giải pháp và khuyến nghị chính sách nhằm nâng cao NLCT trong bối cảnh hội nhập, tầm nhìn đến năm 2035.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến NLCT của DN sản xuất và xuất khẩu GDVN.

Phạm vi nghiên cứu:

- *Về nội dung:* Nhằm đáp ứng được những yêu cầu của thị trường hiện nay, đòi hỏi ngành GDVN cần nâng cao

NLCT trên thị trường quốc tế, do đó nghiên cứu tập trung vào các yếu tố ảnh hưởng đến NLCT của DN GDVN, cụ thể như sau:

+ Phân tích thực trạng các bộ phận cấu thành NLCT của DN GDVN, trong đó tập trung làm rõ từng nhóm năng lực chủ yếu, bao gồm năng lực sản phẩm; năng lực marketing và logistics; năng lực tài chính và đổi mới công nghệ; cũng như năng lực nguồn nhân lực và quản lý, tổ chức.

+ Phân tích thực trạng các yếu tố ảnh hưởng đến NLCT, bao gồm các điều kiện về yếu tố đầu vào, nhu cầu và thị trường, điều kiện ngành cung ứng và hỗ trợ, chiến lược, cơ cấu và cạnh tranh ngành, vai trò của chính phủ và các chính sách hỗ trợ.

Trên cơ sở các phân tích nói trên, đề xuất bộ giải pháp có cơ sở khoa học và có khả thi trong thực tiễn nhằm nâng cao NLCT của DN GDVN. Do đó, việc nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến NLCT trong luận án sẽ tập trung làm rõ ba nội dung chính:

- (1) Các bộ phận cấu thành NLCT của DN GDVN;
- (2) Các yếu tố ảnh hưởng đến NLCT của DN GDVN;
- (3) Các tiêu chí đánh giá NLCT của DN GDVN.

- *Về không gian*: Nghiên cứu tập trung vào các yếu tố ảnh hưởng đến NLCT của DN sản xuất GDVN và kinh nghiệm quốc tế.

- Về thời gian: Số liệu thứ cấp được thu thập từ giai đoạn 2016 - 2025; và Số liệu sơ cấp được thu thập trong năm 2024 và năm 2025.

4. Phương pháp tiếp cận và thu thập dữ liệu của Luận án

Phương pháp tiếp cận của Luận án:

- Tiếp cận hệ thống: Luận án sử dụng tiếp cận hệ thống, kết hợp dữ liệu định tính (phỏng vấn chuyên gia) và định lượng (khảo sát doanh nghiệp), phân tích bằng phương pháp đa biến và SEM để kiểm định tác động và mối quan hệ tương tác giữa các yếu tố, qua đó xây dựng mô hình.

- Tiếp cận quản lý kinh tế: NLCT được phân tích như kết quả tương tác giữa nội lực và ngoại lực, tập trung vào các quyết định quản trị (sản phẩm, tài chính và công nghệ, marketing và logistics, nhân lực và quản lý, tổ chức,) và ảnh hưởng của môi trường (đầu vào, nhu cầu và thị trường, cung ứng và hỗ trợ ngành, chiến lược, cấu trúc và cạnh tranh ngành, vai trò của Chính phủ và chính sách hỗ trợ).

Phương pháp thu thập dữ liệu của Luận án:

- Phương pháp thu thập dữ liệu thứ cấp: Luận án thu thập dữ liệu thứ cấp từ nguồn lý luận và thực tiễn, dựa trên các lý thuyết như lý thuyết nguồn lực, năng lực động, mô hình Kim cương và chuỗi giá trị. Đồng thời, dữ liệu được lấy từ cơ quan quản lý, hiệp hội ngành và tổ chức quốc tế. Phân tích bằng tổng hợp, thống kê mô tả và so sánh nhằm làm rõ bối cảnh, xu hướng và yếu tố ảnh hưởng đến NLCT, làm cơ sở xây dựng mô hình và đề xuất giải pháp.

- Phương pháp thu thập dữ liệu sơ cấp: Luận án khảo sát hai nhóm đối tượng chính: nhà quản lý doanh nghiệp giày dép Việt Nam và chuyên gia từ cơ quan quản lý, hiệp hội, viện nghiên cứu và trường đại học. Phỏng vấn sâu 20 chuyên gia và khảo sát quản lý của 385 doanh nghiệp giày dép Việt Nam, mẫu được lựa chọn theo phương pháp thuận tiện kết hợp phân tầng, nhằm hoàn thiện mô hình và kiểm định các giả thuyết nghiên cứu, nhằm hoàn thiện mô hình và giả thuyết nghiên cứu.

5. Những đóng góp mới của Luận án

Về lý luận: Hệ thống hóa cơ sở lý luận và khung lý thuyết về NLCT của doanh nghiệp nói chung, đồng thời bổ sung và làm rõ lý luận về NLCT của doanh nghiệp giày dép tại Việt Nam; Phát triển mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến NLCT có tính hệ thống, đặc biệt NLCT của doanh nghiệp giày dép Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế; Làm rõ vai trò của hệ thống chính sách quản lý nhà nước có tác động đến NLCT của DN giày dép, đặc biệt những tác động từ môi trường kinh doanh ngoại sinh đến NLCT của doanh nghiệp giày dép Việt Nam.

- Về thực tiễn: Cung cấp luận cứ khoa học một cách có hệ thống về NLCT của DN giày dép Việt Nam; Phân tích thực trạng hoạt động của các doanh nghiệp giày dép Việt Nam trong giai đoạn 2016 - 2025 thông qua kết quả khảo sát, xác định mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến NLCT của doanh nghiệp giày dép Việt Nam; Đề xuất các giải pháp

có cơ sở khoa học và thực tiễn nhằm nâng cao NLCT của doanh nghiệp giày dép Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2035; Cung cấp luận cứ khoa học cho các cơ quan quản lý nhà nước trong việc hoạch định các chính sách phát triển ngành giày dép qua đó điều chỉnh các chính sách quản lý nhà nước nhằm hỗ trợ doanh nghiệp ngành giày dép của Việt Nam theo hướng phát triển bền vững.

6. Kết cấu của Luận án

Luận án được kết cấu thành 5 chương chính, cụ thể như sau:

Chương 1. Tổng quan tình hình nghiên cứu liên quan đến Luận án.

Chương 2. Cơ sở lý luận và kinh nghiệm quốc tế về năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

Chương 3. Mô hình và phương pháp nghiên cứu.

Chương 4. Thực trạng các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp giày dép Việt Nam.

Chương 5: Giải pháp và kiến nghị nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp giày dép Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2035.

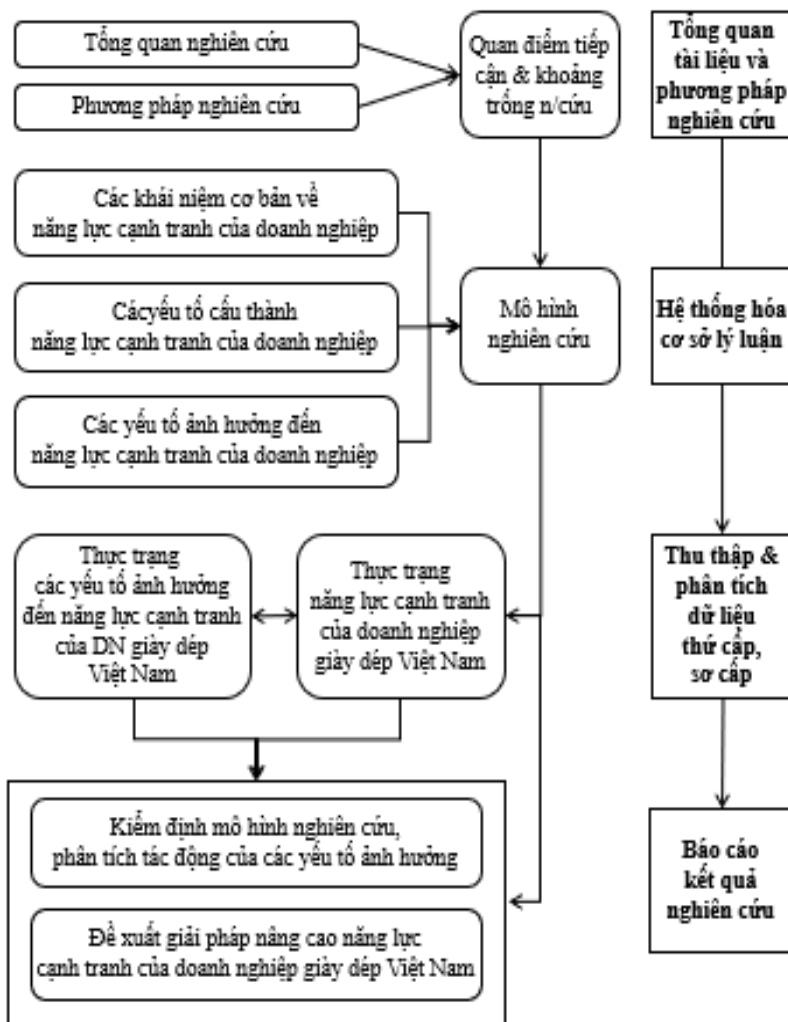
CHƯƠNG 1. TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN LUẬN ÁN

Chương 1 của Luận án thực hiện tổng quan có hệ thống các nghiên cứu liên quan đến NLCT doanh nghiệp, bao gồm các yếu tố ảnh hưởng và tiêu chí đánh giá, đặc biệt đối với ngành giày dép. Trên cơ sở đó, Luận án xác định khoảng trống và câu hỏi nghiên cứu:

- Khoảng trống nghiên cứu: Tích hợp lý thuyết lý thuyết đa chiều; Bối cảnh ngành và đặc thù quốc gia; đo lường và lượng hóa các yếu tố ảnh hưởng đến NLCT của DN GDVN; Mối quan hệ giữa các bộ phận cấu thành và các yếu tố ảnh hưởng đến NLCT của doanh nghiệp: Bằng chứng thực nghiệm đối với doanh nghiệp giày dép Việt Nam.

- Câu hỏi nghiên cứu: Luận án xây dựng hệ thống câu hỏi nghiên cứu nhằm làm rõ bản chất NLCT DN GDVN, bao gồm: xác định các yếu tố nội lực và ngoại lực, mức độ và chiều hướng tác động, mối quan hệ tương tác giữa các yếu tố, và đề xuất hàm ý chính sách, giải pháp nâng cao NLCT đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2035

Từ tổng quan, quy trình nghiên cứu được thiết kế theo hướng kết hợp định tính và định lượng, nhấn mạnh việc hoàn thiện thang đo, thu thập dữ liệu từ doanh nghiệp và kiểm định mô hình bằng các phương pháp phân tích định tính và định lượng. Quy trình nghiên cứu của Luận án được mô tả tại Hình 1.1:



Hình 1.1. Quy trình nghiên cứu của Luận án

Nguồn: Nghiên cứu sinh đề xuất

Toàn bộ quy trình nghiên cứu thực hiện theo trình tự sau: *Tổng quan tài liệu* → *Hình thành khung lý thuyết và mô hình nghiên cứu* → *Thiết kế nghiên cứu* → *Thu thập dữ liệu và Phân tích dữ liệu* → *Kết luận và kiến nghị*.

CHƯƠNG 2. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VỀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP

Chương 2 trình bày cơ sở lý luận và thực tiễn về NLCT doanh nghiệp, NLCT được tiếp cận đa chiều và tồn tại ở ba cấp độ: quốc gia, ngành và doanh nghiệp, trong đó doanh nghiệp là trung tâm chuyên hóa các điều kiện cạnh tranh thành kết quả thị trường. Các khái niệm được làm rõ như cạnh tranh, nguồn lực, năng lực, LTCT và NLCT; đồng thời xác định mối quan hệ logic từ nguồn lực → năng lực → LTCT → NLCT:

- Nguồn lực là nền tảng hình thành năng lực của doanh nghiệp, nhưng chỉ khi được tổ chức và khai thác hiệu quả mới chuyên hóa thành NLCT.

- Năng lực của doanh nghiệp là tập hợp các nguồn lực, kỹ năng, tri thức, công nghệ và quy trình quản trị được tổ chức huy động, tích hợp và triển khai nhằm thực hiện mục tiêu chiến lược, tạo ra giá trị và duy trì LTCT trên thị trường. Năng lực bao gồm cả năng lực tĩnh (nguồn lực hiện hữu) và năng lực động (khả năng đổi mới, học hỏi và thích ứng liên tục)

- LTCT là khả năng khai thác và kết hợp tối ưu các nguồn lực, đặc biệt là năng lực sản xuất, công nghệ, thiết kế, quản trị chuỗi cung ứng, tài chính và marketing, nhằm tạo ra sản phẩm có chi phí cạnh tranh hoặc khác biệt hóa vượt trội, từ đó duy trì và mở rộng thị phần trên các thị trường quốc tế

- NLCT là khả năng tạo ra các sản phẩm, dịch vụ phù hợp với yêu cầu của thị trường, tạo ra cơ hội thu nhập cao hơn

và bền vững cho các chủ thể cạnh tranh trong những quan hệ kinh tế nhất định.

- Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp giày dép Việt Nam là *khả năng huy động và sử dụng hiệu quả các nguồn lực để phát triển các năng lực cốt lõi (sản phẩm; marketing & logistics; tài chính & công nghệ; nguồn nhân lực & quản lý), qua đó tạo ra sản phẩm đáp ứng yêu cầu thị trường, gia tăng thị phần và nâng cao vị thế trong chuỗi giá trị toàn cầu, dưới tác động của các yếu tố môi trường ngành và thể chế như đầu vào, nhu cầu thị trường, ngành hỗ trợ, cạnh tranh và chính sách của Chính phủ.*

NLCT doanh nghiệp được cấu thành bởi bốn nhóm năng lực cốt lõi: năng lực sản phẩm; marketing và logistics; tài chính và công nghệ; nhân lực và quản trị. Bên cạnh đó, NLCT chịu tác động của các yếu tố ngoại lực gồm: điều kiện đầu vào, thị trường, ngành hỗ trợ, cạnh tranh ngành và chính sách Nhà nước.

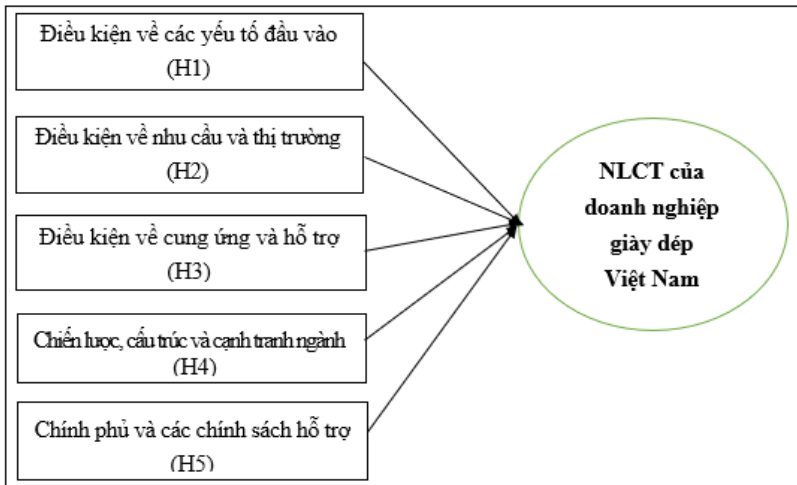
Chương 2 đã tổng hợp kinh nghiệm quốc tế (Đài Loan, Trung Quốc, Ấn Độ), qua đó rút ra bài học cho Việt Nam như: chuyển từ gia công sang giá trị gia tăng, phát triển công nghiệp hỗ trợ, tăng cường liên kết chuỗi, xây dựng thương hiệu, nâng cao nguồn nhân lực và vai trò kiến tạo của Nhà nước.

Từ đó, Chương 2 đã hệ thống khung lý thuyết về NLCT của DN GDVN, điều này sẽ là cơ sở cho việc đề xuất mô hình nghiên cứu và giả thuyết nghiên cứu, cũng như phương pháp kiểm chứng nghiên cứu trong Chương 3 để đảm bảo tính logic và nhất quán cho toàn bộ Luận án.

CHƯƠNG 3. MÔ HÌNH VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Mô hình và giả thuyết nghiên cứu:

Trên cơ sở các lý thuyết như nguồn lực và năng lực động, LTCT, mô hình Kim cương Porter, nghiên cứu đã đề xuất mô hình gồm 5 nhóm yếu tố ảnh hưởng đến NLCT, phản ánh cả yếu tố nội lực và môi trường ngành. Mô hình nghiên cứu đề xuất được trình bày tại Hình 3.3:



Hình 3.3: Các yếu tố ảnh hưởng đến NLCT của DN GDVN

Nguồn: Nghiên cứu sinh đề xuất

Trên cơ sở mô hình đề xuất, hệ thống giả thuyết nghiên cứu được xây dựng nhằm kiểm định mối quan hệ giữa các biến số và được trình bày cụ thể như sau:

- *Giả thuyết H1: Điều kiện về yếu tố Đầu vào tác động tích cực với NLCT của DN GDVN.* Giả thuyết H1 bao gồm các biến quan sát: DN có cơ hội tuyển dụng lực lượng lao

động với trình độ tay nghề và kỹ năng phù hợp với yêu cầu sản xuất; DN có khả năng tiếp cận nguồn vốn trung và dài hạn phục vụ đầu tư phát triển; DN có khả năng tiếp cận và ứng dụng công nghệ tiên tiến, thân thiện với môi trường; DN dễ dàng tiếp cận nguồn nguyên vật liệu ổn định, chất lượng và giá cả hợp lý; Cơ sở hạ tầng (giao thông, điện, nước, logistics, viễn thông) tại địa phương đáp ứng tốt nhu cầu sản xuất và phân phối.

- *Giả thuyết H2: Điều kiện về Nhu cầu và thị trường tác động tích cực với NLCT của DN GDVN.* Giả thuyết H2 bao gồm các biến quan sát: Nhu cầu giày dép trong nước tăng và đa dạng, thị trường nội địa có tiềm năng lớn; trong khi thị trường quốc tế ngày càng yêu cầu cao về chất lượng và tiêu chuẩn. DN có cơ hội tận dụng FTA để mở rộng xuất khẩu, nhưng phải thích ứng với xu hướng tiêu dùng xanh và biến động thị trường thông qua nghiên cứu, dự báo cầu.

- *Giả thuyết H3: Điều kiện về Cung ứng và hỗ trợ tác động tích cực với NLCT của DN GDVN.* Giả thuyết H3 bao gồm các biến quan sát: DN có khả năng kết nối và duy trì quan hệ hợp tác hiệu quả với các nhà cung cấp nguyên liệu trong nước; DN có khả năng kết nối và duy trì quan hệ hợp tác hiệu quả với các nhà cung cấp nguyên liệu quốc tế; Nguồn nguyên liệu và phụ liệu đảm bảo chất lượng, chi phí hợp lý và tính ổn định; Nguồn cung trang thiết bị dễ dàng tiếp cận với chi phí hợp lý và tiêu chuẩn phù hợp; Chất lượng dịch vụ logistics và hệ thống hạ tầng giao thông đáp ứng nhu cầu sản xuất, vận chuyển và phân phối sản phẩm; DN nhận được sự hỗ trợ về thông tin thị trường, xúc tiến thương mại từ hiệp hội ngành nghề và cơ quan nhà nước;

Mạng lưới cung ứng và các chương trình liên kết ngành giúp DN giảm chi phí, nâng cao hiệu quả kinh doanh.

- *Giả thuyết H4: Chiến lược, cấu trúc và cạnh tranh ngành tác động tích cực với NLCT của DN GDVN.* Giả thuyết H4 bao gồm các biến quan sát: Mức độ cạnh tranh về giá trong ngành thúc đẩy DN phải tối ưu chi phí và giá bán; Sự gia nhập của các đối thủ mới làm gia tăng áp lực cạnh tranh trên thị trường; DN trong ngành thường xuyên đổi mới mẫu mã, chất lượng và thiết kế sản phẩm; Mức độ cạnh tranh về thương hiệu và kênh phân phối tạo áp lực đổi mới chiến lược marketing; DN cần điều chỉnh cấu trúc tổ chức và mô hình kinh doanh để thích ứng với biến động ngành.

- *Giả thuyết H5: Chính phủ và các chính sách hỗ trợ tác động tích cực với NLCT của GDVN.* Giả thuyết H5 bao gồm các biến quan sát: Chính phủ ban hành các chính sách ưu đãi về thuế và tín dụng hỗ trợ doanh nghiệp giày dép; Chính phủ hỗ trợ đào tạo và phát triển nguồn nhân lực cho ngành giày dép; Cơ sở hạ tầng do Nhà nước đầu tư (giao thông, logistics, điện, nước) đáp ứng tốt nhu cầu sản xuất - kinh doanh; Các chương trình xúc tiến thương mại, kết nối cung cầu và chuyển giao công nghệ do Chính phủ triển khai mang lại lợi ích thiết thực cho doanh nghiệp; Việc thực thi các hiệp định thương mại tự do (EVFTA, CPTPP...) giúp doanh nghiệp mở rộng thị trường xuất khẩu; Các chính sách hỗ trợ của chính quyền địa phương và trung ương (đất đai, thủ tục...) tạo điều kiện thuận lợi cho DN trong chuỗi cung ứng.

Phương pháp nghiên cứu: Luận án sử dụng phương pháp kết hợp định tính và định lượng.

- Định tính: Phỏng vấn bán cấu trúc 20 chuyên gia nhằm hoàn thiện cơ sở lý luận, hiệu chỉnh mô hình và thang đo, làm rõ đặc thù ngành giày dép. Dữ liệu được phân tích theo mã hóa chủ đề để chuẩn hóa biến quan sát và mô hình nghiên cứu.

- Định lượng: Khảo sát doanh nghiệp giày dép bằng bảng hỏi, thang Likert 5 mức, kiểm định mô hình bằng các phương pháp thống kê hiện đại (Cronbach's Alpha, EFA, CFA, SEM) trên SPSS và AMOS, nhằm đánh giá mức độ và mối quan hệ tác động của các yếu tố đến NLCT của DN GDVN.

Phương pháp thu thập dữ liệu khảo sát:

Nghiên cứu xây dựng thang đo và bảng hỏi dựa trên cơ sở lý thuyết và đặc thù ngành giày dép, sử dụng thang Likert 5 mức, phát triển qua các bước: xác định khái niệm, xây dựng biến quan sát, khảo sát thử và kiểm định bằng Cronbach's Alpha, EFA, CFA và SEM.

Mẫu nghiên cứu được chọn theo phương pháp thuận tiện có phân tầng, đảm bảo tính đại diện theo khu vực, quy mô và loại hình doanh nghiệp. Tổng số 385 phiếu khảo sát, thu về 338 phiếu đạt yêu cầu, đáp ứng yêu cầu phân tích định lượng và đảm bảo độ tin cậy, khả năng khái quát của kết quả nghiên cứu.

Tóm lại, Chương 3 xây dựng khung phương pháp nghiên cứu, bao gồm thiết kế mô hình, thu thập dữ liệu, xây dựng thang đo và quy trình phân tích, làm cơ sở cho việc kiểm định mô hình nghiên cứu và trình bày kết quả phân tích định lượng trong Chương 4.

CHƯƠNG 4. THỰC TRẠNG CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP GIÀY DÉP VIỆT NAM

Thực trạng ngành giày dép tại Việt Nam:

Ngành GDVN là ngành xuất khẩu chủ lực, duy trì vị trí thứ hai thế giới, với kim ngạch đạt khoảng 22,87 tỷ USD năm 2024 và sử dụng trên 1,5 triệu lao động, đóng góp quan trọng vào tăng trưởng kinh tế. Tuy nhiên, cơ cấu ngành còn phân hóa rõ rệt: khu vực FDI chiếm khoảng 70–80% kim ngạch xuất khẩu, có ưu thế về công nghệ và quản trị, trong khi doanh nghiệp nội địa chủ yếu quy mô nhỏ, năng lực hạn chế và tập trung ở khâu gia công (CMT/OEM).

Thị trường có quy mô lớn và đa dạng, với xuất khẩu tập trung vào các thị trường chủ lực như Mỹ (33–35%), EU (28–29,5%) và Nhật Bản (8–10%), đồng thời mở rộng sang các thị trường mới. Dù duy trì tăng trưởng, ngành vẫn phụ thuộc lớn vào nguyên liệu nhập khẩu (60–70%), FDI và mô hình gia công, do đó đặt ra yêu cầu chuyển đổi sang mô hình cạnh tranh dựa trên giá trị gia tăng cao, đổi mới công nghệ và phát triển bền vững.

Thực trạng NLCT của DN GDVN:

- Năng lực sản phẩm: Được đánh giá qua chất lượng, giá thành và quy mô sản xuất. Năm 2024, xuất khẩu đạt khoảng 22,87 tỷ USD, cho thấy khả năng đáp ứng thị trường tốt; tuy nhiên lợi thế chi phí đang suy giảm do phụ thuộc 60-70% nguyên liệu nhập khẩu và chi phí lao động,

logistics tăng. NLCT dài hạn phụ thuộc ngày càng lớn vào công nghệ và đổi mới.

- Năng lực marketing và logistics: Khoảng 60–70% sản phẩm xuất khẩu theo hình thức gia công (CMT/FOB), tỷ lệ doanh nghiệp có thương hiệu riêng dưới 10%, phản ánh sự phụ thuộc vào đối tác nước ngoài và hạn chế trong kiểm soát thị trường, làm giảm NLCT phi giá.

- Năng lực tài chính và công nghệ: Doanh nghiệp nội địa có mức đầu tư R&D thấp (<0,5% doanh thu), năng suất lao động chỉ khoảng 18.000–20.000 USD/người/năm, thấp hơn nhiều so với FDI (~30.000 USD/người/năm), cho thấy hạn chế trong nâng cấp công nghệ và tham gia phân khúc giá trị cao.

- Nguồn nhân lực và quản trị: Khoảng 70–75% lao động là phổ thông, chỉ 20–25% qua đào tạo, trong khi doanh nghiệp chủ yếu ở mô hình gia công (CMT/OEM). Quy mô doanh nghiệp nội địa nhỏ, khó đạt hiệu quả theo quy mô, làm hạn chế khả năng nâng cao NLCT trong chuỗi giá trị toàn cầu.

Kết quả phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến NLCT của DN GDVN:

Nghiên cứu khảo sát 385 DN GDVN, với đối tượng trả lời là lãnh đạo và quản lý cấp cao nhằm đảm bảo độ tin cậy thông tin. Thu về 338 phiếu đạt yêu cầu (87,8%), đủ điều kiện cho phân tích thống kê và xây dựng mô hình nghiên cứu. Kết quả mô tả đặc điểm mẫu khảo sát được trình bày tại Bảng 4.5:

Bảng 4.5. Kết quả thống kê mô tả mẫu khảo sát

Đặc điểm doanh nghiệp giày dép		Tần số	Tần suất (%)
Tỉnh/ thành hoạt động của doanh nghiệp	TP. Hồ Chí Minh	81	23,96
	Hà Nội	72	21,30
	Bình Dương	50	14,79
	Hải Phòng	32	9,47
	Thanh Hoá	30	8,88
	Đồng Nai	16	4,73
	Khác	57	16,87
Loại hình doanh nghiệp	Doanh nghiệp nội địa	307	90,83
	Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài (FDI)	31	9,17
Quy mô doanh nghiệp	Dưới 100 lao động	121	35,80
	Từ 100 - 200 lao động	73	21,60
	Trên 200 lao động	144	42,60
Vai trò của doanh nghiệp trong chuỗi giá trị	Thiết kế, sản xuất và bán sản phẩm dưới thương hiệu riêng của mình (OBM)	58	17,16
	Thiết kế và sản xuất trọn gói theo đơn đặt hàng của đối tác (ODM)	31	9,17
	Gia công và sản xuất theo mẫu mã, đơn đặt hàng của đối tác (OEM)	72	21,30
	Nhóm doanh nghiệp khác	177	52,37
Tổng		338	100,0

Nguồn: Kết quả xử lý trên SPSS 20.0

Mẫu khảo sát có tính đa dạng và phản ánh tương đối đầy đủ các nhóm doanh nghiệp giày dép Việt Nam; tuy nhiên, sự chiếm ưu thế của doanh nghiệp nội địa và quy mô lớn có thể gây lệch mẫu. Do đó, nghiên cứu đưa các biến như loại hình sở hữu, quy mô lao động và vị trí trong chuỗi giá trị vào làm biến kiểm soát, đồng thời kiểm định sự khác biệt giữa các nhóm trong mô hình SEM và làm rõ hạn chế về khả năng khái quát hóa.

Kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo được trình bày tại cho thấy toàn bộ các thang đo đều đạt hệ số Cronbach's

Alpha lớn hơn (0,7), các thang đo trong mô hình đều đạt độ tin cậy tốt. Bên cạnh đó, hệ số tương quan biến tổng hiệu chỉnh của toàn bộ các biến quan sát đều lớn hơn (0,3), với giá trị thấp nhất là 0,656 và cao nhất là 0,829. Theo Hair et al. (2019), kết quả này cho thấy các biến quan sát đều có mức độ đóng góp phù hợp vào thang đo và không có biến nào cần loại bỏ. Đặc biệt, nhiều thang đo đạt giá trị trên (0,9), phản ánh sự ổn định vượt trội và tính phù hợp của thang đo trong bối cảnh nghiên cứu. Hệ số Cronbach's Alpha dao động từ (0,899 đến 0,978), phản ánh mức độ nhất quán nội tại cao giữa các biến quan sát, hay nói cách khác kết quả đó chứng minh các thang đo đã được thiết kế hợp lý để đo lường các yếu tố cấu thành NLCT của DN GDVN. Kết quả này đồng thời củng cố nền tảng lý thuyết của mô hình nghiên cứu, tạo cơ sở vững chắc cho các bước phân tích và mô hình SEM.

Trước khi tiến hành rút trích nhân tố, nghiên cứu kiểm tra mức độ thích hợp của dữ liệu thông qua hệ số KMO và kiểm định Bartlett. Hai chỉ tiêu này giúp xác định liệu dữ liệu có đủ điều kiện để thực hiện phân tích nhân tố hay không.

Bảng 4.8. Kết quả kiểm định KMO và Bartlett

Chỉ tiêu	Giá trị
Hệ số KMO	0,956
Bartlett's Test - Approx. Chi-Square	15102,822
df	1431
Sig.	0,000

Nguồn: Kết quả xử lý từ phần mềm SPSS

Kết quả trên cho thấy:

- Thứ nhất, hệ số KMO = 0,956 ($> 0,9$) cho thấy mức độ phù hợp của dữ liệu ở mức rất tốt. Điều này chứng tỏ các biến quan sát có mối liên hệ chặt chẽ với nhau và dữ liệu hoàn toàn thích hợp để thực hiện phân tích nhân tố khám phá (EFA).

- Thứ hai, kiểm định Bartlett's Test of Sphericity có giá trị Chi-Square = 15102,822 với Sig. = 0,000 ($< 0,05$), cho thấy ma trận tương quan giữa các biến khác biệt có ý nghĩa thống kê so với ma trận đơn vị. Nói cách khác, các biến quan sát có tương quan tuyến tính với nhau trong tổng thể và đủ điều kiện để tiến hành phân tích yếu tố.

Sau khi kiểm định KMO và Bartlett cho thấy dữ liệu phù hợp, nghiên cứu tiếp tục xác định số nhân tố và mức độ giải thích thông qua Eigenvalue và tổng phương sai trích.

Bảng 4.9. Kết quả tổng phương sai trích

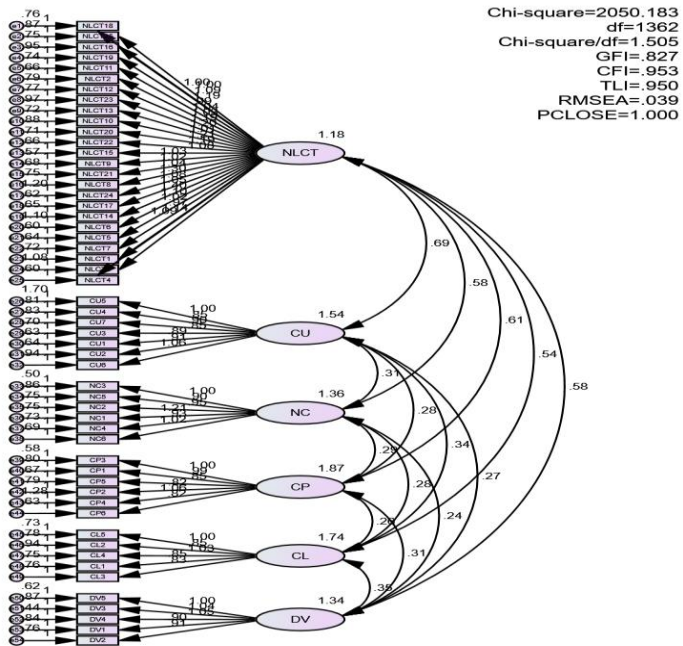
Total Variance Explained							
Factor	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings ^a
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total
1	20.946	38.789	38.789	20.603	38.154	38.154	19.954
2	3.876	7.178	45.967	3.534	6.544	44.698	8.922
3	3.571	6.613	52.579	3.232	5.986	50.683	7.184
4	3.412	6.318	58.897	3.062	5.670	56.354	7.695
5	2.988	5.534	64.431	2.647	4.901	61.255	6.138
6	2.540	4.704	69.136	2.191	4.057	65.312	7.038

Nguồn: Kết quả xử lý từ phần mềm SPSS

Kết quả cho thấy có 6 nhân tố được rút trích với Eigenvalue nhỏ nhất bằng 2,540, lớn hơn 1. Đồng thời, tổng phương sai trích đạt 65,312%, lớn hơn 50%.

Tiếp theo, nghiên cứu xem xét ma trận xoay nhân tố để đánh giá mức độ hội tụ của các biến quan sát vào từng nhân tố cụ thể. Kết quả ma trận xoay cho thấy: các biến quan sát đều có hệ số tải nhân tố lớn hơn (0,5), với giá trị thấp nhất là (0,632) và cao nhất là (0,868); các biến quan sát được hội tụ rõ ràng thành 6 nhóm nhân tố riêng biệt, phù hợp với cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu đề xuất.

Kết quả phân tích CFA được trình bày tại Hình 4.3:



Hình 4.3: Phân tích nhân tố khẳng định CFA

Nguồn: Kết quả xử lý từ phần mềm AMOS

Dựa vào kết quả CFA tại hình trên cho thấy, các chỉ số: Chi-square/df = 1,505; CFI (Comparative Fit Index) = 0,953; TLI (Tucker-Lewis Index) = 0,950; GFI (Goodness of Fit Index) = 0,827; RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation) = 0.039. Như vậy, các chỉ số này cho thấy mô hình có độ phù hợp tốt (CFI, TLI > 0.9; RMSEA < 0.05; Chi-square/df < 3); $0,80 \leq (GFI = 0,827) < 0,90$ ở mức chấp nhận được trong nghiên cứu thực nghiệm.

Để đánh giá mức độ phù hợp của mô hình CFA, nghiên cứu tập trung vào một số chỉ tiêu chính thường được sử dụng, bao gồm CMIN/df, GFI, TLI, CFI và RMSEA. Các chỉ số này phản ánh mức độ phù hợp giữa mô hình lý thuyết và dữ liệu thực tế, từ đó cho phép đưa ra kết luận về tính thích hợp của mô hình đo lường.

Bảng 4.11. Kết quả đánh giá độ phù hợp của mô hình CFA

Chỉ tiêu	Giá trị	Ngưỡng chấp nhận	Đánh giá
CMIN/df	1,505	< 3	Đạt yêu cầu
GFI	0,827	> 0,8	Đạt yêu cầu
TLI	0,950	> 0,9	Đạt yêu cầu
CFI	0,953	> 0,9	Đạt yêu cầu
RMSEA	0,039	< 0,08	Đạt yêu cầu

Nguồn: Kết quả xử lý từ phần mềm AMOS

Kết quả cho thấy mô hình đo lường có mức độ phù hợp tốt với dữ liệu nghiên cứu. Cụ thể, chỉ số CMIN/df đạt (1,505), nhỏ hơn ngưỡng (3), cho thấy mức sai lệch giữa mô hình và dữ liệu là không lớn. Chỉ số GFI đạt (0,827), vượt ngưỡng (0,8), phản ánh mô hình có mức độ phù hợp chấp nhận được. Bên cạnh đó, hai chỉ số TLI và CFI lần

lượt đạt (0,950) và (0,953), đều lớn hơn (0,9). Đồng thời, chỉ số RMSEA đạt (0,039), thấp hơn (0,08), chứng tỏ sai số xấp xỉ của mô hình ở mức thấp và mô hình có chất lượng phù hợp tốt.

Sau khi xác nhận mô hình đo lường đạt độ phù hợp tổng thể, nghiên cứu tiếp tục đánh giá giá trị hội tụ và giá trị phân biệt của các thang đo.

Bảng 4.12. Kết quả đánh giá giá trị hội tụ và giá trị phân biệt của thang đo

Thang đo	CR	AVE	MSV	MaxR (H)	NLCT	CU	NC	CP	CL	DV
NLCT	0,979	0,649	0,262	0,979	0,805					
CU	0,915	0,606	0,262	0,918	0,511***	0,779				
NC	0,919	0,655	0,208	0,923	0,456***	0,216***	0,810			
CP	0,925	0,672	0,168	0,927	0,410***	0,163**	0,183**	0,820		
CL	0,901	0,644	0,142	0,902	0,377***	0,205**	0,183**	0,143*	0,803	
DV	0,901	0,647	0,216	0,909	0,465***	0,191**	0,181**	0,198**	0,228***	0,804

Nguồn: Kết quả xử lý từ phần mềm AMOS

Kết quả cho thấy:

- Đánh giá giá trị hội tụ: tất cả các thang đo đều đạt yêu cầu về giá trị hội tụ: Hệ số CR (Composite Reliability) dao động từ 0,901 đến 0,979 ($> 0,7$), chứng tỏ các thang đo có độ tin cậy cao; Giá trị AVE (Average Variance Extracted) nằm trong khoảng 0,606 đến 0,672 ($> 0,5$), cho thấy các biến quan sát giải thích tốt phương sai của biến tiềm ẩn. Như vậy, các thang đo trong mô hình đều đạt tiêu

chuẩn về độ tin cậy và giá trị hội tụ, phản ánh tốt các khái niệm nghiên cứu.

- Đánh giá giá trị phân biệt: Tất cả các thang đo đều có $AVE > MSV$, cho thấy mỗi khái niệm đo lường có mức độ giải thích biến quan sát của riêng mình cao hơn so với sự chia sẻ phương sai với các khái niệm khác. Đồng thời, căn bậc hai của AVE (thể hiện trên đường chéo chính, từ 0,779 đến 0,820) đều lớn hơn hệ số tương quan giữa các biến tiềm ẩn, khẳng định các thang đo có sự phân biệt rõ ràng. Điều này cho thấy các khái niệm như NLCT, CU, NC, CP, CL và DV không bị trùng lặp và có tính độc lập tương đối trong mô hình.

- Môi quan hệ giữa các biến: Các hệ số tương quan giữa các biến tiềm ẩn đều có ý nghĩa thống kê (***) , trong đó: NLCT có mối liên hệ tương đối mạnh với CU (0,511), DV (0,465) và NC (0,456). Trong khi mối liên hệ với CL (0,377) và CP (0,410) ở mức trung bình. Điều này gợi ý rằng các yếu tố môi trường đều có ảnh hưởng đến NLCT, nhưng mức độ tác động có sự khác biệt giữa các nhóm yếu tố.

Kiểm định mô hình cấu trúc SEM:

Sau khi mô hình đo lường được kiểm định thông qua CFA và đáp ứng các tiêu chí về độ phù hợp, nghiên cứu tiếp tục sử dụng mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) để kiểm định các mối quan hệ giữa các biến tiềm ẩn.

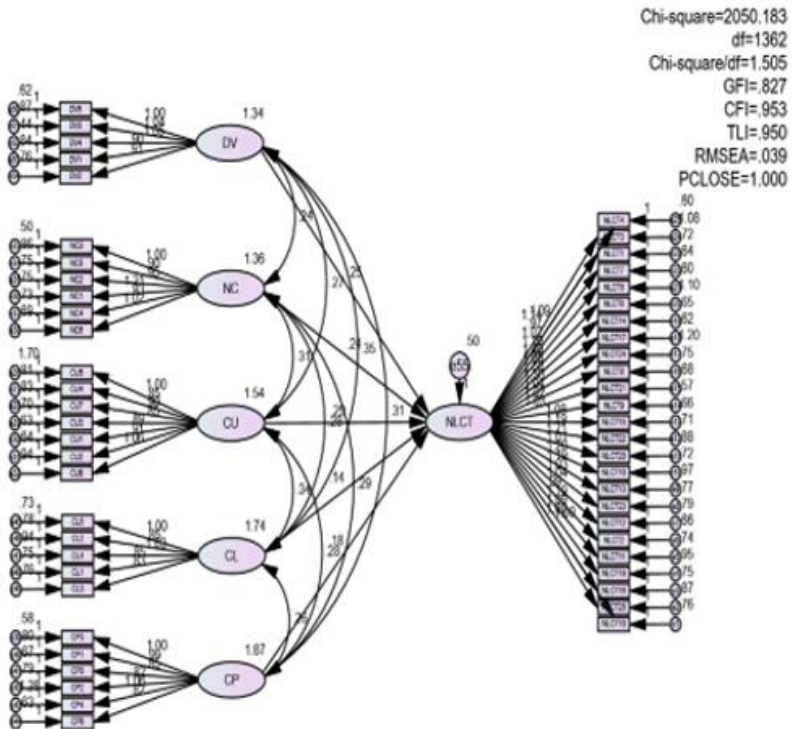
Kết quả kiểm định mô hình SEM và các giả thuyết nghiên cứu được trình bày tại Bảng 4.13 và Hình 4.4

Bảng 4.13. Kết quả đánh giá độ phù hợp của mô hình SEM

Chỉ tiêu	Giá trị	Ngưỡng chấp nhận	Đánh giá
CMIN/df	1,505	< 3	Đạt yêu cầu
GFI	0,827	> 0,8	Đạt yêu cầu
TLI	0,950	> 0,9	Đạt yêu cầu
CFI	0,953	> 0,9	Đạt yêu cầu
RMSEA	0,039	< 0,08	Đạt yêu cầu

Nguồn: Kết quả xử lý từ phần mềm AMOS

Dựa trên kết quả mô hình SEM trong hình 4.4, có thể nhận thấy như sau:



Hình 4.4: Mô hình cấu trúc tuyến tính SEM

Nguồn: Kết quả xử lý từ phần mềm AMOS

Dựa trên kết quả mô hình SEM, có thể nhận thấy:

- Đánh giá độ phù hợp của mô hình SEM: Các chỉ số độ phù hợp của mô hình đều đạt ngưỡng chấp nhận:

$\text{Chi-square/df} = 1,505 (< 3) \rightarrow$ mô hình phù hợp tốt

$\text{CFI} = 0,953; \text{TLI} = 0,950 (> 0,9) \rightarrow$ mức độ phù hợp cao

$\text{RMSEA} = 0,039 (< 0,05) \rightarrow$ sai số thấp, mô hình rất tốt

$\text{GFI} = 0,827 (> 0,8) \rightarrow$ mức phù hợp chấp nhận được

Do đó, mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) có độ phù hợp tốt với dữ liệu thực nghiệm, đủ điều kiện để phân tích các mối quan hệ giữa các biến.

- Đánh giá mức độ tác động (hệ số β): Tất cả các yếu tố môi trường đều có tác động cùng chiều (+) đến NLCT của doanh nghiệp giày dép, với mức độ khác nhau. Yếu tố cung ứng và hỗ trợ ngành, Yếu tố Đầu vào là hai yếu tố có vai trò quan trọng; Nhu cầu và thị trường và Chính phủ có tác động hỗ trợ; Yếu tố chiến lược cạnh tranh ngành có ảnh hưởng nhưng không phải yếu tố quyết định.

- Mối quan hệ giữa các yếu tố: Các biến độc lập có mối tương quan với nhau (0,2 - 0,6), phản ánh: Các yếu tố môi trường không tồn tại độc lập.

➤ *Điều trên sẽ khẳng định NLCT là kết quả của tổng hợp nhiều yếu tố và không có yếu tố đơn lẻ nào quyết định hoàn toàn.*

Sau khi mô hình SEM được xác nhận đạt độ phù hợp tốt với dữ liệu khảo sát, nghiên cứu tiến hành kiểm định các giả thuyết nghiên cứu thông qua các chỉ tiêu gồm hệ số hồi

quy chưa chuẩn hóa, hệ số hồi quy chuẩn hóa (β), giá trị C.R. và mức ý nghĩa thống kê (p-value). Kết quả kiểm định các giả thuyết được tổng hợp và trình bày tại Bảng 4.14:

Bảng 4.14. Kết quả kiểm định các giả thuyết nghiên cứu

Giả thuyết	Mối quan hệ	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa	Hệ số hồi quy chuẩn hóa	C.R.	P	Kết luận
H1	DV → NLCT	0,254	0,270	6,030	***	Chấp nhận
H2	NC → NLCT	0,244	0,263	5,997	***	Chấp nhận
H3	CU → NLCT	0,290	0,331	6,883	***	Chấp nhận
H4	CL → NLCT	0,137	0,167	3,868	***	Chấp nhận
H5	CP → NLCT	0,183	0,230	5,395	***	Chấp nhận

Nguồn: Kết quả xử lý từ phần mềm AMOS

Kết quả cho thấy cả 5 giả thuyết nghiên cứu đều có ý nghĩa thống kê ở mức 1%, do tất cả các giá trị p đều nhỏ hơn 0,001. Đồng thời, các hệ số hồi quy chuẩn hóa đều mang dấu dương, cho thấy các nhân tố trong mô hình đều tác động cùng chiều đến NLCT của doanh nghiệp giày dép Việt Nam. Như vậy, toàn bộ các giả thuyết H1, H2, H3, H4 và H5 đều được chấp nhận.

Cụ thể, cung ứng và điều kiện hỗ trợ là nhân tố có tác động mạnh nhất đến NLCT với hệ số hồi quy chuẩn hóa đạt ($\beta_3 = 0,331$). Kết quả này cho thấy khi các điều kiện về Cung ứng và hỗ trợ ngành liên quan được cải thiện thì NLCT của doanh nghiệp sẽ gia tăng rõ rệt. Tiếp theo là yếu tố Đầu vào với hệ số tác động chuẩn hóa đạt ($\beta_1 = 0,270$), Nhu cầu và thị trường với hệ số đạt ($\beta_2 = 0,263$). Điều này

cho thấy cả điều kiện đầu vào và đặc điểm thị trường đều có vai trò quan trọng trong việc nâng cao NLCT của doanh nghiệp giày dép. Bên cạnh đó, yếu tố Chính phủ cũng có tác động tích cực đến NLCT với hệ số hồi quy chuẩn hóa đạt ($\beta_5 = 0,230$). Kết quả này phản ánh vai trò hỗ trợ của chính sách, cơ chế quản lý, môi trường thể chế và định hướng điều hành đối với hoạt động của doanh nghiệp trong ngành giày dép. Trong khi đó, Chiến lược, cấu trúc và cạnh tranh ngành có mức tác động thấp nhất với hệ số hồi quy chuẩn hóa đạt ($\beta_4 = 0,167$), tuy nhiên vẫn có ý nghĩa thống kê và vẫn là nhân tố góp phần cải thiện NLCT của DN.

Từ kết quả ước lượng của mô hình SEM, phương trình hồi quy chưa chuẩn hóa được xác định như sau:

$$\text{NLCT} = 0,254\text{DV} + 0,244\text{NC} + 0,290\text{CU} + 0,137\text{CL} + 0,183\text{CP}$$

Trong đó, (NLCT) là NLCT của DN GDVN; (DV) là yếu tố Đầu vào; (NC) là nhu cầu và thị trường; (CU) là cung ứng và điều kiện hỗ trợ; (CL) là chiến lược, cấu trúc và cạnh tranh ngành; (CP) là Chính phủ.

Theo hệ số hồi quy chuẩn hóa, phương trình hồi quy chuẩn hóa của mô hình được viết như sau:

$$\text{NLCT} = 0,270\text{DV} + 0,263\text{NC} + 0,331\text{CU} + 0,167\text{CL} + 0,230\text{CP}$$

Phương trình hồi quy chuẩn hóa cho thấy tất cả các biến độc lập đều tác động cùng chiều đến NLCT của doanh nghiệp giày dép Việt Nam.

Sau khi kiểm định các giả thuyết nghiên cứu, nghiên cứu tiếp tục xem xét hệ số xác định R^2 nhằm đánh giá mức

độ giải thích của các biến độc lập đối với biến phụ thuộc trong mô hình. Giá trị R^2 càng cao thì khả năng giải thích của mô hình càng tốt.

Bảng 4.15. Kết quả đánh giá hệ số R^2 của mô hình

Biến phụ thuộc	R^2
NLCT	0,572

Nguồn: Kết quả xử lý từ phần mềm AMOS

Bảng trên được trình bày kết quả đánh giá hệ số xác định (R^2) của mô hình nghiên cứu. Theo đó, giá trị R^2 của biến phụ thuộc NLCT đạt (0,572), cho thấy 57,2% sự biến thiên của NLCT của DN GDVN được giải thích bởi các biến độc lập trong mô hình nghiên cứu, bao gồm: yếu tố đầu vào, nhu cầu và thị trường, cung ứng và điều kiện hỗ trợ, chiến lược, cấu trúc và cạnh tranh ngành, và vai trò của Chính phủ. Phần còn lại 42,8% được giải thích bởi các yếu tố ngoài mô hình và sai số ngẫu nhiên.

Kết quả kiểm định SEM cho thấy tất cả các giả thuyết nghiên cứu đều được chấp nhận, khẳng định các yếu tố môi trường có tác động tích cực đến NLCT của doanh nghiệp giày dép Việt Nam, với mức độ ảnh hưởng khác nhau. Trong đó, yếu tố cung ứng và hỗ trợ ngành có tác động mạnh nhất ($\beta_3 = 0,331$), phản ánh vai trò then chốt của hệ sinh thái ngành và cũng là điểm nghẽn lớn do hạn chế về công nghiệp hỗ trợ và sự phụ thuộc vào nguyên phụ liệu nhập khẩu. Các yếu tố đầu vào ($\beta_1 = 0,270$) và nhu cầu thị trường ($\beta_2 = 0,263$) có ảnh hưởng đáng kể, cho thấy doanh

nghiệp chịu tác động mạnh từ chi phí sản xuất và yêu cầu ngày càng cao của thị trường xuất khẩu. Yếu tố Chính phủ ($\beta_5 = 0,230$) đóng vai trò hỗ trợ quan trọng thông qua chính sách và các hiệp định thương mại, tuy nhiên khả năng tận dụng của doanh nghiệp nội địa còn hạn chế. Trong khi đó, yếu tố chiến lược, cấu trúc và cạnh tranh ngành có tác động thấp nhất ($\beta_4 = 0,167$), phản ánh hạn chế trong năng lực chiến lược và khả năng nâng cấp vị thế trong chuỗi giá trị. Như vậy, kết quả SEM kết hợp với ý kiến chuyên gia cho thấy NLCT của doanh nghiệp giày dép Việt Nam hiện phụ thuộc lớn vào các yếu tố môi trường, đồng thời đặt ra yêu cầu cấp thiết phải nâng cao năng lực nội sinh để hướng tới LTCT bền vững. Trên cơ sở đó, đề xuất bộ giải pháp nâng cao NLCT của DN GDVN, tầm nhìn đến năm 2035.

CHƯƠNG 5: GIẢI PHÁP VÀ KIẾN NGHỊ NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP GIÀY DÉP VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2030, TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2035

Bối cảnh ngành giày dép trong nước và quốc tế: Giai đoạn 2025 - 2035, ngành giày dép toàn cầu tiếp tục tăng trưởng nhưng chịu tác động mạnh từ tái cấu trúc chuỗi cung ứng, bảo hộ thương mại và yêu cầu ESG ngày càng khắt khe. Xu hướng tiêu dùng chuyển sang bền vững, cá nhân hóa và thương mại điện tử, đòi hỏi doanh nghiệp nâng cao năng lực marketing số, R&D và logistics. Trong nước, ngành giày dép Việt Nam phục hồi xuất khẩu (khoảng 22,87 tỷ USD năm 2024, 24,2 tỷ USD năm 2025), nhưng vẫn phụ thuộc lớn vào FDI, gia công và nguyên liệu nhập khẩu. Nguồn nhân lực và năng lực công nghệ còn hạn chế, làm suy giảm lợi thế chi phí. Do đó, giai đoạn tới vừa mở ra cơ hội mở rộng thị trường, vừa đặt ra thách thức lớn về nâng cao NLCT theo hướng công nghệ, bền vững và chuyển đổi số.

Trên cơ sở tiếp cận hệ thống, kết hợp phát triển nội lực và cải thiện môi trường ngành, Luận án đề xuất nâng cao NLCT doanh nghiệp GDVN theo hướng ưu tiên giải pháp theo mức độ tác động của kết quả mô hình SEM trong Chương 4 và lộ trình chuyển từ gia công (CMT/OEM) sang ODM/OBM, gắn với chuyển đổi số và xanh. Định hướng phát triển tập trung vào: nâng cao giá trị gia tăng và tham gia sâu chuỗi giá trị toàn cầu; phát triển công nghiệp hỗ trợ

và tăng nội địa hóa; tận dụng FTA; thúc đẩy chuyển đổi xanh, chuyển đổi số; nâng cao chất lượng nguồn nhân lực; và thu hút FDI có chọn lọc gắn với liên kết, chuyển giao công nghệ.

Giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp giày dép Việt Nam

- Hàm ý chính sách từ yếu tố Cung ứng và hỗ trợ

Kết quả nghiên cứu cho thấy yếu tố **cung ứng và hỗ trợ ngành** có tác động mạnh nhất đến NLCT của doanh nghiệp giày dép Việt Nam ($\beta_3 = 0,331$), qua đó khẳng định vai trò trung tâm của hệ sinh thái cung ứng trong nâng cao NLCT. Tuy nhiên, thực tiễn cho thấy công nghiệp hỗ trợ của ngành còn kém phát triển, tỷ lệ nội địa hóa thấp và phụ thuộc lớn vào nguyên phụ liệu nhập khẩu, làm suy giảm tính chủ động và giá trị gia tăng của doanh nghiệp. Do đó, việc hoàn thiện hệ thống cung ứng và hỗ trợ cần được xem là giải pháp nền tảng, triển khai theo các định hướng sau: Thứ nhất, phát triển công nghiệp hỗ trợ và nâng cao tỷ lệ nội địa hóa. Thứ hai, hình thành cụm liên kết ngành và hệ sinh thái sản xuất và logistics. Thứ ba, tăng cường liên kết giữa doanh nghiệp FDI và doanh nghiệp nội địa. Thứ tư, nâng cao năng lực đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế và chuyển giao công nghệ. Thứ năm, phát triển hệ thống R&D và đổi mới sáng tạo. Thứ sáu, ứng dụng công nghệ số trong quản trị chuỗi cung ứng. Thứ bảy, nâng cấp hạ tầng logistics chuyên ngành. Thứ tám, nâng cao năng lực quản trị cung ứng và chất lượng sản phẩm. Vì vậy, nâng cao NLCT của doanh nghiệp giày dép cần bắt

đầu từ việc *nâng cấp hệ thống cung ứng và tăng cường liên kết chuỗi*, qua đó chuyển từ vị thế bị động sang chủ động trong chuỗi giá trị.

- Hàm ý chính sách từ yếu tố **Đầu vào**

Kết quả nghiên cứu cho thấy yếu tố **Đầu vào** có mức độ tác động lớn thứ hai đến NLCT của doanh nghiệp ($\beta_1 = 0,270$), phản ánh vai trò nền tảng của các nguồn lực như lao động, vốn, công nghệ, nguyên vật liệu và hạ tầng. Tuy nhiên, thực tiễn cho thấy chất lượng đầu vào còn hạn chế, thể hiện qua khó khăn trong tiếp cận lao động tay nghề cao, vốn dài hạn, công nghệ tiên tiến và nguồn nguyên liệu ổn định. Do đó, cần tập trung nâng cao chất lượng và hiệu quả sử dụng các yếu tố đầu vào theo các định hướng sau: Thứ nhất, đẩy mạnh nội địa hóa nguyên phụ liệu. Thứ hai, phát triển khu công nghiệp hỗ trợ chuyên ngành. Thứ ba, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực. Thứ tư, mở rộng khả năng tiếp cận vốn trung và dài hạn. Thứ năm, thúc đẩy ứng dụng công nghệ số và tự động hóa. Thứ sáu, tăng cường tiếp nhận và chuyển giao công nghệ từ đối tác quốc tế. Như vậy, khoảng cách cạnh tranh giữa doanh nghiệp nội địa và doanh nghiệp FDI phần lớn bắt nguồn từ sự chênh lệch về chất lượng đầu vào. Do đó, nâng cao NLCT phải gắn với nâng cấp đầu vào theo hướng chất lượng cao và ổn định là điều kiện tiên quyết.

- Hàm ý chính sách từ yếu tố **Nhu cầu và thị trường**

Kết quả nghiên cứu cho thấy yếu tố **Nhu cầu và thị trường** có tác động đáng kể đến NLCT ($\beta_2 = 0,263$), cho

thấy NLCT không chỉ phụ thuộc vào năng lực sản xuất mà còn gắn chặt với khả năng thích ứng thị trường. Trong bối cảnh thị trường quốc tế biến động nhanh và yêu cầu ngày càng cao, doanh nghiệp cần chuyển từ tư duy “sản xuất cái mình có” sang “sản xuất cái thị trường cần”, thông qua các định hướng sau: Thứ nhất, đa dạng hóa thị trường xuất khẩu, giảm phụ thuộc vào các thị trường truyền. Thứ hai, tăng cường nghiên cứu và dự báo thị trường. Thứ ba, phát triển thương mại điện tử xuyên biên giới theo cả hai mô hình B2B và B2C. Thứ tư, nâng cao năng lực marketing số và quản trị dữ liệu khách hàng. Thứ năm, xây dựng và phát triển thương hiệu quốc tế. Thứ sáu, xây dựng hệ sinh thái thương mại điện tử xuyên biên giới, tích hợp logistics, thanh toán và marketing, hỗ trợ doanh nghiệp tham gia sâu hơn vào thị trường quốc tế. Hệ sinh thái này có thể được phát triển trên nền tảng hợp tác giữa Nhà nước, hiệp hội ngành hàng và doanh nghiệp, qua đó tạo điều kiện thuận lợi để DN GDVN, đặc biệt là doanh nghiệp vừa và nhỏ, tham gia hiệu quả hơn vào thị trường quốc tế và nâng cao NLCT trong dài hạn. Như vậy, trong bối cảnh thị trường biến động mạnh, NLCT của doanh nghiệp giày dép cần được xây dựng trên năng lực thích ứng thị trường và đổi mới chiến lược kinh doanh, thay vì chỉ dựa vào năng lực sản xuất.

- Hàm ý chính sách từ yếu tố Chính phủ

Kết quả nghiên cứu cho thấy yếu tố **Chính phủ** có tác động đáng kể đến NLCT của doanh nghiệp giày dép Việt Nam ($\beta_5 = 0,230$), phản ánh vai trò điều tiết, kiến tạo và dẫn

dắt môi trường cạnh tranh theo đúng tinh thần của mô hình Kim cương Porter. Từ đó, các hàm ý chính sách cần tập trung vào các nội dung sau: Thứ nhất, hoàn thiện chính sách xúc tiến thương mại riêng cho ngành giày dép. Thứ hai, đẩy mạnh cải cách thủ tục xuất nhập khẩu. Thứ ba, ưu tiên đầu tư và phát triển đồng bộ hạ tầng logistics phục. Thứ tư, thiết kế các chương trình hỗ trợ riêng. Thứ năm, hoàn thiện khung cơ chế, chính sách hỗ trợ doanh nghiệp. Thứ sáu, đẩy mạnh phát triển hạ tầng và công nghệ xanh. Như vậy, đối với ngành giày dép, chính sách của Nhà nước không chỉ là yếu tố hỗ trợ bên ngoài mà còn là đòn bẩy tạo lập môi trường cạnh tranh thuận lợi, đặc biệt trong bối cảnh doanh nghiệp nội địa còn hạn chế về vốn, công nghệ và khả năng tận dụng hội nhập.

- Hàm ý chính sách từ yếu tố Chiến lược, cấu trúc và cạnh tranh ngành

Mặc dù là Yếu tố có hệ số ($\beta_4 = 0,167$), mức tác động thấp nhất trong năm yếu tố **Chiến lược, cấu trúc và cạnh tranh ngành** vẫn có ý nghĩa thống kê và ảnh hưởng cùng chiều đến NLCT. Kết quả này phản ánh thực tế rằng áp lực cạnh tranh về giá, thương hiệu, kênh phân phối, sự gia nhập của đối thủ mới và yêu cầu điều chỉnh mô hình tổ chức buộc doanh nghiệp phải thay đổi chiến lược để thích ứng. Các biến quan sát CL cho thấy doanh nghiệp chịu sức ép đáng kể trong việc tối ưu chi phí, đổi mới mẫu mã, nâng cấp marketing và điều chỉnh cấu trúc tổ chức trước biến động ngành. Trên cơ sở đó, doanh nghiệp cần từng bước chuyển

từ cạnh tranh chủ yếu bằng giá sang cạnh tranh dựa trên chất lượng, thiết kế, tốc độ giao hàng, thương hiệu và khả năng đổi mới. Cùng với đó là việc tái cấu trúc tổ chức theo hướng linh hoạt hơn, tăng cường bộ phận marketing, phát triển thương hiệu riêng và nâng cao năng lực quản trị chiến lược. Về dài hạn, doanh nghiệp cần chuyển từ mô hình gia công đơn thuần OEM sang các khâu có giá trị gia tăng cao hơn như ODM và OBM: Thứ nhất, khuyến khích và hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng chiến lược phát triển trung và dài hạn. Thứ hai, tái cấu trúc mô hình doanh nghiệp tổ chức theo hướng chuyên môn hóa và hiện đại hóa quản trị. Thứ ba, thúc đẩy môi trường cạnh tranh lành mạnh. Thứ tư, phát huy vai trò điều phối và kết nối của hiệp hội ngành hàng. Thứ năm, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ tiên tiến trong sản xuất và quản trị, thông qua việc hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận các quỹ đổi mới công nghệ và các chương trình hỗ trợ kỹ thuật. Thứ sáu, triển khai chương trình phát triển thương hiệu quốc gia cho ngành GDVN, với trọng tâm định vị sản phẩm Việt Nam theo các giá trị cốt lõi như sáng tạo, bền vững và chất lượng cao. Tuy, yếu tố này có hệ số tác động thấp nhất không có nghĩa là ít quan trọng, mà phản ánh thực tế rằng năng lực chiến lược của doanh nghiệp nội địa hiện còn là điểm yếu. Vì vậy, về dài hạn, đây chính là nhóm năng lực quyết định khả năng nâng cấp vị thế của doanh nghiệp trong chuỗi giá trị toàn cầu.

Một số kiến nghị: Kết quả SEM không chỉ cung cấp bằng chứng định lượng về vai trò của từng nhóm yếu tố, mà

còn cho phép xác định mức độ và hướng ảnh hưởng của các yếu tố này tới từng bộ phận cấu thành NLCT (năng lực sản phẩm, marketing & logistics, tài chính & công nghệ, nguồn nhân lực & quản trị, tổ chức) cũng như NLCT tổng thể của doanh nghiệp. Trên cơ sở đó, các hàm ý chính sách và giải pháp trong kiến nghị khác được xây dựng theo nguyên tắc: (i) bám sát kết quả định lượng của mô hình SEM; (ii) phân tách rõ trách nhiệm và vai trò của từng chủ thể thực thi; và (iii) hướng tới nâng cao năng lực nội sinh và khả năng phát triển bền vững của DN GDVN trong dài hạn.

- Hàm ý chính sách đối với Nhà nước

Kết quả nghiên cứu cho thấy vai trò của Chính phủ và các chính sách hỗ trợ có tác động tích cực và tương đối mạnh đến các cấu phần của NLCT, đặc biệt là năng lực marketing và logistics, NLCT tổng thể của doanh nghiệp giày dép Việt Nam. Kết quả này khẳng định vai trò kiến tạo của Nhà nước trong việc định hình môi trường thể chế, phát triển hạ tầng và cung cấp các điều kiện hỗ trợ cần thiết cho hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp.

Thứ nhất, đối với Chính phủ, cần tiếp tục hoàn thiện khung thể chế và chính sách thương mại theo hướng ổn định, minh bạch và có tính dự báo cao. Các chính sách hỗ trợ ngành giày dép cần chuyển từ cách tiếp cận chung sang định hướng chuyên sâu theo ngành hàng và thị trường mục tiêu, đồng thời gắn với yêu cầu nâng cao NLCT phi giá và tuân thủ các tiêu chuẩn quốc tế.

Thứ hai, đối với Bộ Công Thương, cần đóng vai trò điều phối và triển khai các chiến lược phát triển ngành, trong đó ưu tiên phát triển hệ thống hạ tầng logistics đồng bộ. Thúc đẩy đầu tư vào cảng biển, kho ngoại quan, logistics xanh và logistics số tại các vùng sản xuất trọng điểm sẽ góp phần giảm chi phí logistics, nâng cao độ tin cậy trong giao hàng và cải thiện vị thế cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường quốc tế.

Thứ ba, đối với Cục Xuất nhập khẩu, cần tập trung hoàn thiện các cơ chế, chính sách liên quan đến quản lý xuất nhập khẩu theo hướng đơn giản hóa thủ tục hành chính, nâng cao tính minh bạch và tạo thuận lợi thương mại. Đồng thời, cần tăng cường hướng dẫn doanh nghiệp tận dụng hiệu quả các cam kết trong các hiệp định thương mại tự do, đặc biệt là quy tắc xuất xứ, nhằm nâng cao tỷ lệ nội địa hóa và giá trị gia tăng trong nước.

Thứ tư, đối với Cục Xúc tiến Thương mại, cần đẩy mạnh các hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp trong việc mở rộng thị trường, xây dựng thương hiệu và nâng cao năng lực marketing quốc tế. Các chương trình xúc tiến cần được thiết kế theo hướng chuyên sâu, gắn với từng thị trường xuất khẩu trọng điểm, đồng thời hỗ trợ doanh nghiệp tham gia sâu hơn vào các kênh phân phối toàn cầu và thương mại điện tử.

Thứ năm, trước áp lực chuyển đổi xanh và các tiêu chuẩn ESG gia tăng, Nhà nước cần triển khai các chương trình hỗ trợ kỹ thuật và tài chính, đặc biệt đối với DN vừa

và nhỏ, nhằm thúc đẩy đầu tư công nghệ sạch, nâng cao năng lực quản lý môi trường và đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế. Đây là điều kiện quan trọng để duy trì và mở rộng khả năng tiếp cận các thị trường xuất khẩu có yêu cầu cao.

- Hàm ý chính sách và giải pháp đối với DN

Kết quả nghiên cứu, cho thấy các yếu tố đầu vào, chiến lược, cấu trúc và cạnh tranh ngành và nhu cầu & thị trường có tác động đáng kể đến NLCT của doanh nghiệp. Điều này cho thấy DN là chủ thể trung tâm trong việc chuyển hóa các điều kiện bên ngoài thành NLCT thực tế.

Trước hết, doanh nghiệp giảm bớt cấu trúc chiến lược cạnh tranh theo hướng chuyển từ mô hình gia công dựa trên chi phí sang mô hình cạnh tranh dựa trên năng suất, chất lượng và giá trị gia tăng. Việc xây dựng chiến lược phát triển trung và dài hạn, gắn với lộ trình nâng cấp từ OEM sang ODM và OBM, là điều kiện cần thiết để nâng cao vị thế trong chuỗi giá trị toàn cầu.

Thứ hai, doanh nghiệp cần tăng cường đầu tư cho đổi mới công nghệ và nâng cao năng suất lao động. Khoảng cách năng suất giữa DN FDI và DN nội địa cho thấy nhu cầu cấp thiết phải đầu tư vào tự động hóa, công nghệ sản xuất tiên tiến và quản trị số. Đây không chỉ là giải pháp nâng cao hiệu quả sản xuất mà còn là điều kiện để đáp ứng tiêu chuẩn số, chuyển đổi xanh và ESG của thị trường xuất khẩu.

Thứ ba, phát triển năng lực marketing, xây dựng thương hiệu và tiếp cận thị trường cần được xem là trụ cột

trong chiến lược nâng cao năng lực cạnh tranh. Doanh nghiệp cần chủ động đầu tư cho marketing quốc tế, phát triển kênh phân phối trực tiếp và ứng dụng thương mại điện tử xuyên biên giới nhằm giảm phụ thuộc vào trung gian và nâng cao năng lực cạnh tranh phi giá.

Thứ tư, phát triển nguồn nhân lực và năng lực quản trị hiện đại là yếu tố then chốt để bảo đảm hiệu quả triển khai các chiến lược trên. Doanh nghiệp cần coi đào tạo lao động kỹ thuật và đội ngũ quản lý là đầu tư chiến lược, đồng thời áp dụng các mô hình quản trị tiên tiến như Lean, ERP, ISO và quản trị chuỗi cung ứng nhằm nâng cao hiệu quả tổ chức sản xuất và khả năng thích ứng trước biến động thị trường.

Hàm ý chính sách và giải pháp đối với Hiệp hội ngành hàng

Trước hết, cần tăng cường vai trò điều phối và liên kết chuỗi giữa doanh nghiệp FDI và doanh nghiệp nội địa. Thông qua các cơ chế kết nối, chia sẻ đơn hàng và chuyển giao kinh nghiệm quản trị, hiệp hội có thể góp phần thúc đẩy sự lan tỏa công nghệ và nâng cao năng lực của doanh nghiệp nội địa.

Thứ hai, cần chủ động xây dựng và cung cấp hệ thống thông tin thị trường, cảnh báo sớm về rào cản thương mại, tiêu chuẩn kỹ thuật và xu hướng tiêu dùng tại các thị trường xuất khẩu chủ lực. Đồng thời, tăng cường hoạt động đào tạo, tư vấn và hỗ trợ doanh nghiệp đạt các chứng nhận quốc tế liên quan đến chất lượng, môi trường và trách nhiệm xã hội.

Thứ ba, đóng vai trò thúc đẩy đổi mới sáng tạo và xây dựng thương hiệu ngành giày dép Việt Nam thông qua các chương trình thiết kế, phát triển sản phẩm và hình ảnh ngành trên thị trường quốc tế. Đây là giải pháp quan trọng nhằm nâng cao NLCT tập thể và giảm dần sự phụ thuộc vào doanh nghiệp FDI.

- Hàm ý tổng hợp và định hướng thực thi

Các hàm ý trên theo ba chủ thể (Nhà nước/Doanh nghiệp/Hiệp hội) cho thấy, nâng cao NLCT của doanh nghiệp giày dép Việt Nam là một quá trình mang tính hệ thống, đòi hỏi sự phối hợp đồng bộ giữa Nhà nước, doanh nghiệp và hiệp hội ngành hàng. Nhà nước giữ vai trò kiến tạo thể chế và hạ tầng; doanh nghiệp là chủ thể trung tâm nâng cao năng lực nội sinh; trong khi hiệp hội ngành hàng đóng vai trò kết nối, điều phối và lan tỏa năng lực ngành.

Với cách tiếp cận này kết quả nghiên cứu của NCS mong muốn sẽ mang lại các giải pháp nâng cao NLCT có cơ sở khoa học cho việc triển khai theo hướng bền vững, góp phần giúp doanh nghiệp giày dép Việt Nam từng bước nâng cấp vị thế trong chuỗi giá trị toàn cầu.

KẾT LUẬN

Luận án “*Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến NLCT của doanh nghiệp giày dép Việt Nam*” đã đạt được các kết quả:

Về lý luận: Hệ thống hóa và làm rõ khái niệm, nội hàm, cách tiếp cận NLCT; xây dựng khung lý thuyết tích hợp từ các nền tảng (nguồn lực, năng lực động, mô hình Kim cương Porter), phù hợp đặc thù ngành giày dép định hướng xuất khẩu.

Về phương pháp nghiên cứu: Xây dựng và kiểm định mô hình SEM trên dữ liệu khảo sát 338 doanh nghiệp và phỏng vấn 20 chuyên gia. Kết quả cho thấy năm nhóm yếu tố đều có ảnh hưởng tích cực và có ý nghĩa thống kê đến NLCT của DN GDVN.

Về thực tiễn: Phân tích thực trạng doanh nghiệp giày dép Việt Nam cho thấy thành tựu xuất khẩu lớn nhưng NLCT của DN nội địa còn hạn chế, đặc biệt về marketing, logistics, tài chính, công nghệ và quản trị.

Về giải pháp: Đề xuất bộ giải pháp nâng cao NLCT đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2035. Trọng tâm là chuyển dịch mô hình cạnh tranh từ chi phí sang năng suất, công nghệ, quản trị, đổi mới sáng tạo và thương hiệu, gắn với hàm ý chính sách cho Nhà nước, Doanh nghiệp và Hiệp hội.

Đóng góp mới: Xây dựng khung lý thuyết và mô hình nghiên cứu NLCT cho doanh nghiệp giày dép Việt Nam; cung cấp bằng chứng định lượng về mức độ ảnh hưởng của các yếu tố; đề xuất giải pháp và hàm ý chính sách có giá trị khoa học và thực tiễn.

DANH MỤC CÔNG TRÌNH ĐÃ CÔNG BỐ CỦA TÁC GIẢ CÓ LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN

TT	Tên công trình	Thuộc chỉ số Scopus/ ISSN ...	Nơi công bố	Năm công bố
1	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp ngành giày dép	(ISSN 2615-8973) 0-0.75 điểm	Tạp chí tài chính Kỳ 2 - Tháng 8/2023 (807) tr 101 -105	2023
2	Participation of Vietnamese enterprises in the global footwear supply chain	EISSN: 2313-3724, Print ISBN: 2313-626X Scopus Q3	International Journal of Advanced and applied sciences Pages: 80-88	2024
3	Xây dựng mô hình nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp giày dép Việt Nam	ISSN 1859-4972 0-0.75 điểm	Tạp chí Kinh tế và Dự báo Số 24 tháng 12/2024 (892) trang từ 119 -122	2024
4	Nghiên cứu thực nghiệm các yếu tố ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh của ngành giày dép Việt Nam	ISSN: 0866-7489 0-1.0 điểm	Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế số 4 (563) 4-2025, tr 60-69	2025
5	Sử dụng mô hình SEM phân tích yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp giày dép Việt Nam,	ISSN: 3093-3390 0-0.75 điểm	Tạp chí Kinh tế - Tài chính, kỳ I tháng 1/2026 (số 10), trang 130 - 133	2026
6	Kinh nghiệm phát triển ngành giày dép của Đài Loan và hàm ý cho Việt Nam	ISSN: 2734-9942 0-0.25 điểm	Tạp chí điện tử Khoa học và Công nghệ Giao thông (JSTT), Tập 5 Số1, tr 66-76	2025