

Các yếu tố ảnh hưởng đến thành công trong kinh doanh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Thành phố Hồ Chí Minh

Nguyễn Văn Thích

Tóm tắt—Nghiên cứu này nhằm xác định các yếu tố ảnh hưởng đến thành công trong kinh doanh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Thành phố Hồ Chí Minh. Mục đích của nghiên cứu này là cung cấp sự hiểu biết về các yếu tố ảnh hưởng đến thành công của doanh nghiệp nhỏ và vừa do đó giúp giảm nguy cơ thất bại và tăng cơ hội thành công cho doanh nghiệp. Nghiên cứu đã kiểm tra 7 yếu tố ảnh hưởng đến sự thành công của doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh. Các yếu tố này bao gồm: nguồn lực công nghệ, kỹ năng quản lý, sản phẩm và dịch vụ, chiến lược marketing, cách thức hợp tác và kinh doanh, tài nguyên tài chính và môi trường bên ngoài. Khung lý thuyết đã được xây dựng và bảng câu hỏi đã được thiết kế dựa trên các yếu tố được lựa chọn. Có bảy giả thuyết được phát triển để tìm ra các yếu tố ảnh hưởng đến thành công trong kinh doanh của các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Thành phố Hồ Chí Minh. Toàn bộ các giả thuyết đã được kiểm định thành công và được chấp nhận với phần mềm MINITAB. Kết quả phân tích hồi quy cho thấy các yếu tố nguồn lực công nghệ, kỹ năng quản lý, sản phẩm và dịch vụ, chiến lược marketing, cách thức hợp tác và kinh doanh, tài nguyên tài chính và môi trường bên ngoài đã có những tác động tích cực đáng kể đến thành công của doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Thành phố Hồ Chí Minh.

Từ khóa—Thành công trong kinh doanh, tài nguyên tài chính, chiến lược marketing, nguồn lực công nghệ, doanh nghiệp nhỏ và vừa.

Ngày nhận bản thảo: 3-10-2018; Ngày chấp nhận đăng: 5-12-2018; Ngày đăng: 31-12-2018.

Tác giả Nguyễn Văn Thích, công tác tại Trường Đại học Ngân hàng TP.HCM (Email: thichnv@buh.edu.vn).

1 GIỚI THIỆU

Doanh nghiệp vừa và nhỏ (DNVVN) tại Việt Nam đóng một vai trò quan trọng trong nền kinh tế quốc gia. Do đó, hoạt động của loại hình DNVVN gắn liền với hiệu quả hoạt động của quốc gia.

Ở Thành phố Hồ Chí Minh, các DNVVN đang trở thành một bộ phận quan trọng trong nền kinh tế của thành phố, chiếm một tỷ lệ lớn trong tổng số doanh nghiệp kinh doanh trong nhiều lĩnh vực khác nhau.

Theo số liệu của Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh tính đến 31/12/2017 toàn thành phố có 160.556 doanh nghiệp thực tế đang hoạt động, trong đó DNNVV là 153.422 doanh nghiệp, chiếm 94,56% (SKHĐT, 2016). Các DNNVV hiện đóng vai trò quan trọng trong sự đổi mới và phát triển kinh tế, tạo động lực thúc đẩy tăng trưởng kinh tế của thành phố (khối doanh nghiệp vừa và nhỏ đang đóng góp gần 40% GDP và sử dụng khoảng 70% lực lượng lao động của thành phố).

Bên cạnh đó nhiều sản phẩm và dịch vụ sáng tạo của các DNNVV cũng đã mang lại giá trị lớn, hiệu quả cao và giúp thay đổi cách tư duy quản trị truyền thống.

Tuy nhiên, những thay đổi trong môi trường kinh doanh dẫn đến sự không ổn định của các DNVVN so với những doanh nghiệp lớn. Nguồn lực của doanh nghiệp nhỏ trong việc thu thập những thông tin về thị trường và những thay đổi của doanh nghiệp còn hạn chế. Phản ứng của loại hình DNNVV với những thay đổi về môi trường

khác nhau còn hạn chế so với các công ty lớn.

Các doanh nghiệp lớn thậm chí có thể sẵn sàng từ bỏ một trong những lĩnh vực kinh doanh của mình, nhưng điều này với doanh nghiệp nhỏ thường không thể xảy ra vì họ chỉ có thể tập trung vào một ngành đơn lẻ.

Một trong những đặc điểm nổi bật của một kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh là khu vực doanh nghiệp vừa và nhỏ đang bùng nổ và đang phát triển mạnh. Điều này đang đóng góp tích cực vào mục tiêu phát triển 500.000 doanh nghiệp trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh đến năm 2020 theo Quyết định số 3907/QĐ-UBND của UBND thành phố. Các doanh nghiệp vừa và nhỏ đóng một vai trò quan trọng trong sự phát triển kinh tế thành phố, nhất là tạo việc làm, tăng thu nhập cho người lao động, giúp huy động các nguồn lực xã hội cho đầu tư phát triển, xóa đói giảm nghèo.

Xuất phát từ tầm quan trọng của loại hình doanh nghiệp nhỏ và vừa trong cơ cấu kinh tế của

Thành phố Hồ Chí Minh, nghiên cứu này sẽ tập trung vào xem xét những yếu tố tác động đến sự thành công trong kinh doanh của loại hình doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn thành phố.

Mục đích nghiên cứu này là xây dựng mô hình lý thuyết về thành công của doanh nghiệp thông qua việc xác định những yếu tố tác động đã được kiểm chứng trong các nghiên cứu trước đó. Trên cơ sở xác định những yếu tố có ảnh hưởng tích cực đến sự thành công của doanh nghiệp trong mô hình lý thuyết, nhóm nghiên cứu sẽ kiểm chứng những nhân tố tác động này tại các doanh nghiệp vừa và nhỏ trên địa bàn nghiên cứu.

2 TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU

2.1 Định nghĩa các doanh nghiệp vừa và nhỏ

Doanh nghiệp nhỏ và vừa là những doanh nghiệp có quy mô nhỏ về vốn, và lao động. Theo Nghị định số 56/2009/NĐ-CP ngày 30/6/2009 của Chính phủ, tiêu chí phân loại doanh nghiệp nhỏ và vừa như sau (Bảng 1):

Bảng 1. Tiêu chí phân loại doanh nghiệp nhỏ và vừa

Quy mô	Khu vực		
	Khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản (A)	Khu vực công nghiệp và xây dựng (B-F)	Khu vực dịch vụ (G-U)
DN siêu nhỏ			
- Quy mô lao động	≤ 10	≤ 10	≤ 10
Doanh nghiệp nhỏ			
- Quy mô lao động	Trên 10 – dưới 200	Trên 10 – dưới 200	Trên 10 – dưới 50
- Quy mô Vốn	≤ 20 tỷ	≤ 20 tỷ	≤ 10 tỷ
Doanh nghiệp vừa			
- Quy mô lao động	Trên 200 - dưới 300	Trên 200 - dưới 300	Trên 50 - dưới 100
- Quy mô Vốn	Trên 20 tỷ - 100 tỷ	Trên 20 tỷ - 100 tỷ	Trên 10 tỷ - 50 tỷ
Doanh nghiệp lớn			
- Quy mô lao động	Trên 300	Trên 300	Trên 100
- Quy mô Vốn	Trên 100 tỷ	Trên 100 tỷ	Trên 50 tỷ

2.2 Các yếu tố ảnh hưởng đến sự thành công của doanh nghiệp

Rất nhiều nghiên cứu trước đây đã đề cập rằng sự thành công của các doanh nghiệp vừa và nhỏ có thể được đo bằng các tiêu chí tài chính và phi tài chính [13, 5]. Các thước đo thành công kinh doanh truyền thống dựa trên số nhân viên, hoặc hoạt động tài chính, chẳng hạn như lợi nhuận, doanh thu hoặc lợi tức đầu tư [14]. Các biện pháp

rõ ràng nhất để xác định sự thành công của các doanh nghiệp là lợi nhuận và tăng trưởng [7]. Về mặt kinh tế điều này được cho là tối đa hóa lợi nhuận. [1, 6, 8]. Những tiêu chí đo lường hiệu suất kinh tế cũng thường được sử dụng phổ biến để đo lường mức độ thành công của doanh nghiệp, vì theo Ardjouman and Asma (2015) cho rằng "tất cả các doanh nghiệp phải có khả năng về tài chính ở một mức độ nào đó để tiếp tục tồn tại"

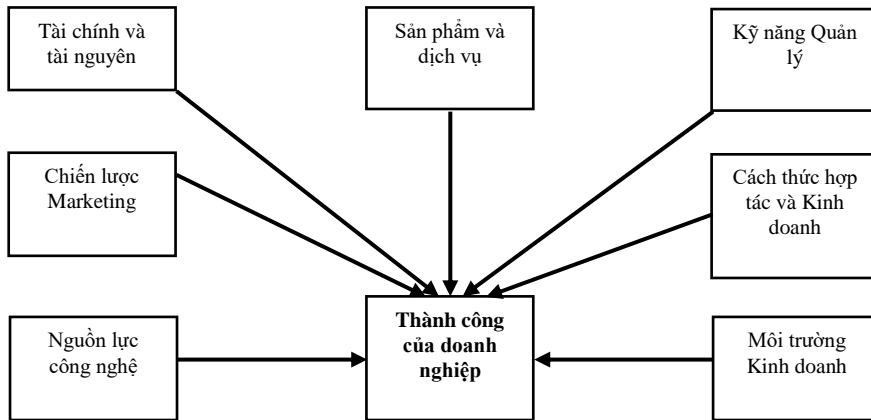
[2]. Tuy nhiên, vì một số doanh nhân không quan tâm đến tăng trưởng, do đó ngụ ý rằng lợi ích về tài chính không phải là động cơ chính hoặc duy nhất của họ, vì vậy phải có các tiêu chí phi tài chính khác để các doanh nhân sử dụng làm thước đo cho sự thành công trong việc kinh doanh của họ [4].

Có sự khác biệt đáng kể trong tiêu chí đánh giá sự thành công của doanh nghiệp đã được sử dụng trong các nghiên cứu trước đây. Các nghiên cứu thực nghiệm về các yếu tố ảnh hưởng đến thành công của DNNVV có thể được chia thành hai nhóm (1) dựa trên việc họ tập trung vào một bộ biến số giới hạn hoặc (2) cố gắng nắm bắt được những tài liệu đầy đủ và toàn diện của các DNVVN đã thành công. Nghiên cứu thực nghiệm trước đây đã sử dụng cả điều tra và nghiên cứu tình huống. Cũng có một số nghiên cứu trước đây đã tổng hợp các kết quả của các yếu tố góp phần vào sự thành công bền vững. Cụ thể như Storey (1994) đã tổng kết các kết quả của các nghiên cứu trước đây tập trung vào sự ra đời, tăng trưởng và suy thoái của các doanh nghiệp nhỏ, trên cơ sở đó tác giả trình bày một số bài học "nên và không nên" của các công ty vừa và nhỏ [17]. Trong nghiên cứu về các doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Sri Lanka nhóm tác giả Mag và Varothayan (2015) cho thấy rằng các sản phẩm và dịch vụ, cách làm kinh doanh, bí quyết quản lý và môi trường bên ngoài là những yếu tố quan trọng nhất quyết định đến thành công của các doanh nghiệp vừa và nhỏ [9]. Tác giả Nurul Indarti và Marja Langenberg (2005) đã xác định được các thành phần quan trọng trong việc phân tích sự thành công trong kinh doanh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa bao gồm các đặc điểm của doanh nhân; đặc điểm của các doanh nghiệp nhỏ và vừa; và các yếu tố bối cảnh của sự phát triển DNNVV [18]. Vai trò hỗ trợ của chính phủ cũng đã được Swierczek và Ha, 2007 chứng minh như một yếu tố ảnh hưởng đến thành công của doanh nghiệp [19]. Nguồn tài

chính có tầm quan trọng sống còn đối với một doanh nghiệp để vận hành hoạt động có lợi nhuận, do đó Westhead (1995) đã tiến hành nghiên cứu vai trò của tài chính trong thành công của doanh nghiệp tại 227 công ty nhỏ trong lĩnh vực công nghệ cao [20]. Zarim và Zaki (2015) đã thực hiện một cuộc nghiên cứu liên ngành giữa các doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Singapore và 164 doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Úc để xác định các yếu tố quyết định sự thành công trong tương lai của công ty trong ngắn hạn và về lâu dài [15]. Ngoài ra Baker và các cộng sự 2017 đã nghiên cứu vai trò của thiết lập kế hoạch cho các doanh nghiệp nhỏ để đạt được tăng trưởng thành công [3]. Năm 2009 tác giả Hayami đã tiến hành nghiên cứu chiến lược marketing tại các DNVVN để chứng minh phát triển thị trường là yếu tố quan trọng để duy trì tăng trưởng cao trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ và thành công của họ [16].

Dựa trên các phát hiện của các nghiên cứu trước đó, các yếu tố ảnh hưởng đến thành công của doanh nghiệp vừa và nhỏ được phân thành các loại sau: (1) Đặc điểm của Doanh nhân [21, 22], (2) chiến lược Marketing [21], (3) quản lý và bí quyết [19], (4) các sản phẩm và dịch vụ, (5) khách hàng và thị trường [25], (6) phương thức kinh doanh và hợp tác [24, 26]. (7) tài nguyên và tài chính [19, 21]. (8) hỗ trợ của chính phủ [27], (9) môi trường bên ngoài [18]; và (10) nguồn lực công nghệ [28]. Tuy nhiên trong khuôn khổ nghiên cứu này chúng tôi chỉ tập trung vào 7 yếu tố dựa trên sự phù hợp với bối cảnh của Thành phố Hồ Chí Minh, bao gồm: nguồn lực công nghệ, kỹ năng quản lý, sản phẩm và dịch vụ, chiến lược marketing, cách thức hợp tác và kinh doanh, tài nguyên tài chính và môi trường bên ngoài. Do đó, thành công kinh doanh là biến phụ thuộc và các biến độc lập bao gồm 7 yếu tố trên.

Khung khái niệm được xây dựng phù hợp với các bằng chứng có sẵn trong cơ sở lý luận (Hình 1)



Hình 1. Khung khái niệm

3 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Trong nghiên cứu này chúng tôi dựa trên những tiêu chí đã được áp dụng trong các nghiên cứu trước đây để tiến hành thiết kế một bản câu hỏi phục vụ cho việc thu thập dữ liệu cho nghiên cứu này. Bảng câu hỏi bao gồm hai phần. Phần thứ nhất bao gồm các thông tin cơ bản về nhân khẩu học, đặc trưng và tiểu sử của người được hỏi. Phần thứ hai bao gồm 20 câu hỏi nhằm đo lường các yếu tố thành công trong kinh doanh, sử dụng thang điểm tương đương 5 điểm để đo lường các mức phản ứng (từ rất không đồng ý tới rất đồng ý). Các yếu tố là đặc điểm của các doanh nghiệp vừa và nhỏ như, nguồn lực công nghệ, kỹ năng quản lý, sản phẩm và dịch vụ, chiến lược marketing, cách thức hợp tác và kinh doanh, tài nguyên tài chính và môi trường bên ngoài. Tổng cộng 150 bộ câu hỏi đã được phân phát tới các doanh nghiệp, chỉ có 115 bản được trả lời, trong số 115 bản được trả lời có 12 bảng câu hỏi trả lời không đầy đủ thông tin. Do vậy chỉ có 103 bản câu hỏi được sử dụng để phân tích trong nghiên cứu này.

Dữ liệu được thu thập từ các doanh nghiệp thuộc các ngành nghề khác nhau trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh như dệt may, dịch vụ, phân phối sản phẩm nông nghiệp, nhà hàng, sản phẩm kim loại, cơ khí, điện,

Kỹ thuật hồi quy được sử dụng để đo lường mối quan hệ giữa thành công kinh doanh và các yếu tố quyết định của nó.

$$Y = A_1X_1 + A_2X_2 + A_3X_3 + \dots + A_nX_n + B$$

Y: Biến phụ thuộc

X_1, X_2, \dots, X_n : Là các biến độc lập

A: Hệ số của các biến độc lập

B: Hệ số tự do

Nghiên cứu nhằm xem mối quan hệ giữa các đặc điểm của doanh nghiệp như: đặc điểm của doanh nghiệp vừa và nhỏ, nguồn lực công nghệ, kỹ năng quản lý, sản phẩm và dịch vụ, chiến lược marketing, cách thức hợp tác và kinh doanh, tài nguyên tài chính và môi trường bên ngoài.

Từ khuôn khổ lý thuyết nêu trên, nhóm nghiên cứu đặt ra các giả thuyết sau:

H1 Có một mối quan hệ giữa nguồn lực công nghệ của doanh nghiệp với thành công trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

H2 Có một mối quan hệ giữa kỹ năng quản lý và thành công trong kinh doanh.

H3 Có mối quan hệ giữa các sản phẩm và dịch vụ với thành công trong kinh doanh.

H4 Có một mối quan hệ giữa cách thức hợp tác và kinh doanh với thành công trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa.

H5 Có một mối quan hệ giữa tài nguyên và tài chính với thành công trong kinh doanh.

H6 Có một mối quan hệ giữa chiến lược marketing với thành công trong kinh doanh.

H7 Có một mối quan hệ giữa môi trường kinh doanh bên ngoài với thành công trong kinh doanh.

4 KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

4.1 Kết quả nghiên cứu cứu

Phân tích hồi quy đa biến được sử dụng để xác định xem những biến độc lập bao gồm: nguồn lực công nghệ, kỹ năng quản lý, sản phẩm và dịch vụ, chiến lược marketing, cách thức hợp tác và kinh doanh, tài nguyên tài chính và môi trường bên ngoài có ảnh hưởng như thế nào đối với sự thành công trong kinh doanh của các DNVVN ở Thành phố Hồ Chí Minh. Kết quả được thể hiện trong bảng II dưới đây:

Bảng II. Mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến thành công trong kinh doanh của doanh nghiệp

Biến độc lập	Hệ số ước lượng	P-value
Hãng số	0,963	0,0435**
Nguồn lực công nghệ	0,023	0,0189**
Kỹ năng quản lý	0,384	0,0404**
Sản phẩm và dịch vụ	0,476	0,0423**
Chiến lược marketing	0,025	0,0097**
Hợp tác và kinh doanh	0,064	0,0203**
Tài chính	0,474	0,0131**
Môi trường bên ngoài	0,206	0,0401**
R²	58,2%	
Sig.F	0,000	

Ghi chú: ***, **, *: Với mức ý nghĩa tương ứng 1%, 5% và 10%

Kết quả nghiên cứu cho thấy ở các doanh nghiệp nhỏ và vừa, nguồn lực công nghệ, kỹ năng quản lý, sản phẩm và dịch vụ, chiến lược marketing, cách thức hợp tác và kinh doanh, tài nguyên tài chính và môi trường bên ngoài đã có những tác động tích cực đáng kể đến thành công của doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Thành phố Hồ Chí Minh. Trong đó tác động của các yếu tố sản phẩm và dịch vụ, kỹ năng quản lý, và tài chính là những yếu tố có tác động lớn hơn so với các yếu tố còn lại.

Kết quả tổng thể của phân tích hồi quy cho thấy mô hình này được xây dựng tốt và nó được thể hiện trong các biến được lựa chọn. Với hệ số R-square là 58,2 % đã cho thấy những yếu tố bao gồm nguồn lực công nghệ, kỹ năng quản lý, sản phẩm và dịch vụ, chiến lược marketing, cách thức hợp tác và kinh doanh, tài nguyên tài chính và môi trường bên ngoài có thể giải thích 58,2% cho sự thành công của doanh nghiệp. Giá trị F có ý nghĩa (ở mức ý nghĩa 1% (sig F = .000)) cho thấy rằng mô hình hồi quy được sử dụng trong nghiên cứu này là đầy đủ hoặc nói cách khác, mô hình phù hợp.

4.2 Thảo luận

Mục đích của nghiên cứu này là xác định những yếu tố ảnh hưởng đến sự thành công trong kinh doanh của các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Thành phố Hồ Chí Minh. Ý nghĩa chính cho những phát hiện trong nghiên cứu này sẽ giúp hiểu rõ hơn về doanh nghiệp và chủ doanh nghiệp trong việc giải quyết các yếu tố ảnh hưởng lớn đến sự thành công trong kinh doanh của DNVVN. Việc nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến thành công của doanh nghiệp vừa và nhỏ là rất cần thiết để giúp cho doanh nghiệp tăng trưởng một cách liên tục, bền vững trong kinh doanh. Kết quả của nghiên cứu này sẽ giúp cho quá trình ra quyết định của chủ doanh nghiệp một cách chính xác, hiệu quả hơn cho việc tiếp tục duy trì và phát triển.

Kết quả cho thấy kỹ năng quản lý, sản phẩm và dịch vụ, và tài chính đóng một vai trò quan trọng trong việc đảm bảo sự thành công của các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Thành phố Hồ Chí Minh. Kỹ năng quản lý được xem xét như một yếu tố then chốt cho thành công của doanh nghiệp vì nhà quản lý là người lập kế hoạch, tổ chức, lãnh đạo và kiểm soát con người, tài chính, vật chất và thông tin để giúp doanh nghiệp đạt được mục tiêu đề ra. Do đó, các doanh nghiệp cần phải nâng cao khả năng cạnh tranh dựa trên năng lực và trình độ quản lý của họ. Sản phẩm, chất lượng, độ tin cậy và dịch vụ sáng tạo là yếu tố chiến lược quan trọng trong thành công của doanh nghiệp. Sản phẩm sáng tạo mang lại giá trị gia tăng cho khách hàng và điều quan trọng là đạt được sự cân bằng

phù hợp giữa chất lượng sản phẩm và chi phí bỏ ra.

Yếu tố môi trường bên ngoài đóng một vai trò rất quan trọng cũng như thành công vững chắc của doanh nghiệp. Sự ổn định chính trị, sự hỗ trợ của các cấp chính quyền và tính hợp pháp, là chiều hướng chiến lược then chốt đóng góp vào thành công kinh doanh của doanh nghiệp. Sự ổn định trong môi trường kinh doanh là một phương tiện để các doanh nghiệp giảm rủi ro và chi phí giao dịch cũng như cải thiện khả năng tiếp cận các ý tưởng kinh doanh, kiến thức và vốn. Ở các lĩnh vực đang phát triển, vai trò của chính quyền các cấp đóng góp vào sự thành công của doanh nghiệp là rất đáng kể. Trong nhiều trường hợp, việc xử lý các khía cạnh pháp lý đã buộc các doanh nghiệp nhỏ và vừa phải phân bổ một lượng đáng kể các nguồn tài chính do phải thực hiện những chi phí chính thức như các loại phí bôi trơn (hồi lộ). Khía cạnh pháp lý thường được sử dụng trong quá trình lựa chọn hoạt động nhằm đảm bảo sự thành công kinh doanh trong tương lai [10].

Thành công của doanh nghiệp thường là kết quả của cách thức hợp tác kinh doanh. Hợp tác giữa các công ty, tư vấn, đo lường hiệu quả hoạt động, và tính linh hoạt có thể đóng một vai trò quan trọng trong thành công kinh doanh của doanh nghiệp. Hợp tác giữa các công ty đóng góp tích cực để đạt được tính hợp pháp của tổ chức và phát triển danh tiếng trên thị trường. Hợp tác cũng có thể cho phép công ty nhỏ cải thiện vị trí chiến lược, tập trung vào kinh doanh cốt lõi, tham gia thị trường quốc tế, giảm chi phí giao dịch, học được những kỹ năng mới và đối phó với những thay đổi công nghệ nhanh chóng. Các công ty thành công có thể sẽ dành nhiều thời gian hơn để giao tiếp với các đối tác, khách hàng, nhà cung cấp, nhân viên. Sự hợp tác giữa doanh nghiệp với các chuyên gia bên ngoài, cố vấn, những lời khuyên, những thông tin được cung cấp bởi khách hàng và nhà cung cấp cũng rất quan trọng cho sự thành công của doanh nghiệp.

Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng nguồn tài chính là một trong những yếu tố quan trọng quyết định đến sự thành công trong kinh doanh của doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn Thành phố

Hồ Chí Minh. Tuy nhiên phần lớn các doanh nghiệp được tham vấn đều cho rằng họ đang gặp khó khăn trong việc tiếp cận các nguồn vốn, đặc biệt tiếp cận với các khoản tài trợ có lãi suất thấp. Thông thường lãi suất của các tổ chức tài chính đối với các khoản vay cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ là khá cao, và điều này là do sự thiếu minh bạch về việc tiếp cận các nguồn tài chính của các cơ quan quản lý. Thiếu vốn, thiếu nguồn lực con người có trình độ cao là thách thức lớn nhất đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ của Thành phố Hồ Chí Minh. Thông thường, các doanh nghiệp nhỏ thường không đủ khả năng trả lương quá cao để sử dụng lực lượng lao động chuyên nghiệp và có trình độ. Các DNVVN cũng đang phải đối mặt với một mức độ cạnh tranh quốc tế cao; bao gồm các doanh nghiệp đến từ các nước thành viên ASEAN, AFTA, hoặc các đối thủ cạnh tranh mới (ví dụ từ Trung Quốc và Ấn Độ). Mức độ quan liêu trong các cơ quan hành chính cũng là một trong những nguyên nhân cản trở đến hiệu quả hoạt động sản xuất, kinh doanh của DNNVV, đây cũng là nguyên nhân làm cho chi phí doanh nghiệp cao, ảnh hưởng không nhỏ đến khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp. Ngoài ra mức độ tiếp cận với thông tin thị trường về nhu cầu khách hàng, phát triển thị trường của doanh nghiệp nhỏ và vừa cũng đang là một thách thức lớn

5 KẾT LUẬN

5.1 Kết luận

Các doanh nghiệp nhỏ và vừa được coi là rất quan trọng trong việc thúc đẩy sự phát triển kinh tế của Việt Nam nói chung, Thành phố Hồ Chí Minh nói riêng. Nghiên cứu này đã xem xét các yếu tố đóng góp đến sự thành công của các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Những yếu tố này là các nguồn lực công nghệ, kỹ năng quản lý, sản phẩm và dịch vụ, chiến lược marketing, cách thức hợp tác và kinh doanh, tài nguyên tài chính và môi trường bên ngoài. Nghiên cứu này cũng đo lường mối quan hệ giữa sự thành công của doanh nghiệp nhỏ và vừa với các yếu tố quyết định tới thành công. Nghiên cứu kết luận rằng nguồn tài chính, kỹ năng quản lý, vai trò hợp tác kinh doanh, chiến lược marketing và sản phẩm và dịch vụ có tác động tích cực và đáng kể đến sự thành công của

doanh nghiệp. Nghiên cứu này cũng nhận thấy rằng các nguồn tài chính là yếu tố quan trọng nhất ảnh hưởng đến sự thành công của DNNVV. Nguồn tài chính là yếu tố then chốt mà toàn bộ doanh nghiệp phụ thuộc vào. Kết quả khảo sát của nhóm nghiên cứu cũng cho thấy rằng kỹ năng lãnh đạo, kỹ năng ra quyết định, kỹ năng quản lý và chuyên môn của nhà lãnh đạo cũng rất quan trọng để đạt được thành công trong kinh doanh.

5.2 Một số hàm ý quản trị

Trên cơ sở xác định được một số thách thức mà DNNVV tại Thành phố Hồ Chí Minh đang phải đối mặt, chúng tôi đã xác định một số vấn đề mà chính quyền thành phố cần chịu trách nhiệm với các doanh nghiệp nhỏ và vừa và đồng thời các doanh nghiệp cũng cần tập trung giải quyết. Thứ nhất, chính quyền thành phố nên đóng vai trò chủ động trong việc giúp các doanh nghiệp nhỏ và vừa tiếp cận được các nguồn vốn, minh bạch hóa các chính sách ưu đãi với doanh nghiệp. Chính quyền thành phố cần đẩy nhanh việc cải cách hành chính, giảm thời gian xem xét các thủ tục hành chính. Thứ hai, về phía doanh nghiệp, các DNNVV ở Thành phố Hồ Chí Minh không nên hoàn toàn dựa vào các cơ quan chức năng; các doanh nghiệp nên chủ động tìm ra các giải pháp phát triển kinh doanh theo đặc thù và thế mạnh riêng của của doanh nghiệp. Cụ thể các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại thành phố đang phải đối mặt với những thách thức phát sinh từ một xu thế tự do hóa thương mại trên thế giới. Do đó, tính cạnh tranh trên thị trường ngày càng cao, như vậy để tồn tại và phát triển đòi hỏi các doanh nghiệp phải nâng cao khả năng cạnh tranh thông qua hình thành liên minh chiến lược. Bằng cách xác định và hợp tác với các đối tác chiến lược này, các DNNVV ở Thành phố Hồ Chí Minh có thể nâng cao khả năng tiếp cận thị trường nước ngoài, tăng doanh số bán hàng và tăng doanh thu, tiếp cận được các nguồn vốn từ bên ngoài, có cơ hội tiếp cận được bí quyết công nghệ. Các doanh nghiệp nhỏ và vừa phải luôn luôn đầu tư vào nghiên cứu phát triển thị trường. Như vậy, việc tham gia vào các liên minh chiến lược họ sẽ có thể được chia sẻ những thông tin để hiểu rõ hơn về nhu cầu và

mong muốn của người tiêu dùng trên thị trường. Sự hiểu biết như vậy sẽ giúp mang lại giá trị vượt trội cho khách hàng và hiệu hơn các đối thủ cạnh tranh của họ. Điều này sẽ làm tăng khả năng giữ được khách hàng. Thứ ba, các DNNVV nên tận dụng những lợi thế nhỏ khi triển khai chiến lược thiết lập mối quan hệ. Số lượng khách hàng tương đối nhỏ của các DNNVV là lợi thế trong việc xây dựng mối quan hệ lâu dài với khách hàng. Bằng cách thiết lập mối quan hệ lâu dài với khách hàng, họ có thể xây dựng lòng trung thành của khách hàng và do đó giảm chi phí hoạt động. Các nghiên cứu trước đây cho thấy rằng chi phí để phục vụ một khách hàng hiện tại (trung thành) thường ít hơn là chi phí thu hút và phục vụ một khách hàng mới. Cuối cùng, các doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh cần tăng cường, chủ động trong trao đổi thương mại, hoặc kinh doanh đối ứng, chiến lược này sẽ có thể hỗ trợ các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong việc khắc phục tình trạng thiếu vốn, đặc biệt là khi họ trao đổi thương mại với các đối tác nước ngoài.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Arasti, Z., Zandi, F. & Bahmani, N. (2014). Business failure factors in Iranian SMEs: Do successful and unsuccessful entrepreneurs have different viewpoints? *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 4, 10.
- [2] Ardjouman, D. & Asma, B. (2015). Marketing Management Strategies Affecting Performance of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Cote d'Ivoire. *International Journal of Business and Social Science*, 6.
- [3] Baker, S., Mcbeth, J., Chew-Graham, C. A. & Wilkie, R. (2017). Background In Switzerland, the mean age of GPs in 1993 was 46. *BMC Family Practice*, 18, 1-10.
- [4] Bhaumik, S. K. & Dimova, R. (2015). *Family Firms. How Family Firms Differ*. Springer.
- [5] Delone, W. H. (1988). Determinants of success for computer usage in small business. *Mis Quarterly*, 51-61.
- [6] Hall, G. 1994. Factors distinguishing survivors from failures amongst small firms in the UK construction sector. *Journal of Management Studies*, 31, 737-760.
- [7] Hall, G. & Fulshaw, S. (1993). 14 Factors associated with. *Entrepreneurship and business development*, 3, 227.
- [8] Lee, S.-S. & Osteryoung, J. S. (2015). Start-up success factors perceived as important by USA and Korean Consultants. *Journal of Small Business Strategy*, 11, 117-124.
- [9] Mag, S. & Varothayan, V. (2015). An Investigation of Strategic Factors Affecting the Performance of Manufacturing Based Small and Medium Enterprises (SMEs) Operating In Batticaloa District in Sri Lanka. *Journal of Emerging Trends in Economics and Management Sciences (JETEMS)*, 6, 228-236.

- [10] Mazzarol, T. & Choo, S. (2003). A study of the factors influencing the operating location decisions of small firms. *Property management*, 21, 190-208.
- [11] Chính phủ (2009). Nghị định số 56/2009/NĐ-CP ngày 30/6/2009 của Chính phủ, tiêu chí phân loại doanh nghiệp.
- [12] Sở kế hoạch đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (2016). Tổng hợp số lượng doanh nghiệp trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh
- [13] Walker, E. & Brown, A. (2004). What success factors are important to small business owners? *International small business journal*, 22, 577-594.
- [14] Watson, K., Hogarth-Scott, S. & Wilson, N. 1998. Small business start-ups: success factors and support implications. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 4, 217-238.
- [15] Zarim, Z. A. & Zaki, H. O. (2015). Key success factors for malaysian SMES companies' entrepreneurial leader. *Journal of Engineering Technologies and Management Research*, 2, 42-50.
- [16] Hayami, Y. (2009). Social Capital, Human Capital and the Community Mechanism: Toward a Conceptual Framework for Economists. *Journal of Development Studies*, 2009, vol. 45, issue 1, 96-123.
- [17] Storey, D.J. (1994). *Understanding the Small Business Sector*. 1st Edn., Routledge, London, ISBN-10: 0415100380, pp: 355.
- [18] Nurul Indarti & Marja Langenberg. (2005). A Study of Factors Affecting Business Success among SMEs: Empirical Evidences from Indonesia.
- [19] Swierczek, F. W., Ha, T. T. (2007). Entrepreneurial orientation uncertainty avoidance and firm performance: an analysis of Thai and Vietnamese SMEs. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 4 (1): 46-58.
- [20] Westhead, P. and Storey, D.J. (1995) Links between Higher Education Institutions and High Technology Firms. *Omega*, 23, 345-360. [http://dx.doi.org/10.1016/0305-0483\(95\)00021-F](http://dx.doi.org/10.1016/0305-0483(95)00021-F).
- [21] Kristiansen, S., Furuholt, B. & Wahid, F. (2003), "Internet cafe entrepreneurs: pioneers in information dissemination in Indonesia," *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 4(4), 251-263.
- [22] Rutherford, M. W. & Oswald, S. L. (2000). Antecedents of small business performance. *New England Journal of Entrepreneurship*, 3, 21-33.
- [23] Wiklund, J. (1998), Small Firm Growth and Performance – Entrepreneurship and Beyond. *Jönköping, Jönköping International Business School*.
- [24] Hitt & Ireland (2000) International Expansion by New Venture Firms: International Diversity, Mode of Market Entry, Technological Learning, and Performance. *Academy of Management Journal*, 43, 925-950.
- [25] William G, James M, SusanM. (2005). *Fundamentals of Business: Starting a Small Business*. McGraw-Hill/Irwin: New York.
- [26] Jarillo, J. Carlos & Jon I. Martinez. 1998. Different roles for subsidiaries: The case of multinational corporations in Spain. *Strategic Management Journal*, 11: 501-12.
- [27] McMahon, A.P. (2001). Hedgehog signaling in animal development: paradigms and principles. *Genes Dev*. 15(23): 3059--3087.
- [28] Enriette H., Comcare, Peter B., (2002). Benchmarking national and regional e-business policies for SMEs: *Final report of the "E-business Policy Group"*.

Factors affecting the success in business of small and medium enterprises in Ho Chi Minh City

Nguyen Van Thich^{1,*}

¹Banking University Ho Chi Minh City

*Corresponding author: thichnv@buh.edu.vn

Received: Oct 3rd 2018; Accepted: Dec 5th 2018; Published: Dec 31st 2018

Abstract—This research aims to identify the factors affecting the success of small and medium enterprises (SMEs) in Ho Chi Minh city. It helps to reduce the risk of failure and increase the chances of success for the business. The study examined seven factors affecting the success of SMEs in Ho Chi Minh city. These factors include: technology resources, management skills, products and services, marketing strategies, ways of business and collaboration, financial resources, and the external environment. The theoretical framework has been drawn up and the questionnaire has been designed based on the

Index Terms—Business success, financial resources, marketing strategy, technological resources, small and medium enterprises.

selected elements. Seven hypotheses have been developed to identify the factors that influence the business success of small and medium enterprises in Ho Chi Minh city. All hypotheses have been successfully tested and accepted with MINITAB software. The results of the regression analysis show that technological resources, management skills, products and services, marketing strategies, ways of business and cooperation, financial resources and external environment exist have significant positive impacts on the success of SMEs in Ho Chi Minh city.