

NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÔNG TY TNHH DỆT LIÊN CHÂU

● NGUYỄN TUẤN DUY - ĐỖ VĂN LY - TRẦN VŨ TUÂN

TÓM TẮT:

Nghiên cứu này tập trung vào 3 mục tiêu chính: lý luận về cạnh tranh và khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp, phân tích khả năng cạnh tranh hiện tại của Công ty TNHH Dệt Liên Châu và đề xuất các cải tiến. Sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng, công cụ thống kê và phân tích, cùng với việc tham vấn ý kiến chuyên gia, nhóm tác giả đã làm sáng tỏ địa vị cạnh tranh của Công ty, xác định 7 yếu tố chủ chốt ảnh hưởng và chỉ ra 4 điểm yếu cần được cải thiện: công nghệ, tài chính, quản trị và chất lượng sản phẩm (SP). Ngược lại, nguồn nhân lực (NNL), mạng lưới hoạt động và uy tín thương hiệu được đánh giá cao. Nhóm tác giả đề nghị các giải pháp cụ thể dựa trên mục tiêu chiến lược và giới hạn hiện tại, nhằm tăng cường khả năng cạnh tranh trong nước và quốc tế của công ty trong tương lai.

Từ khóa: nguồn nhân lực, nâng cao, năng lực cạnh tranh, Công ty Dệt Liên Châu.

1. Đặt vấn đề

Ngành Dệt may Việt Nam, trọng yếu là xuất khẩu, đã ngày càng tiến bộ hơn nhờ áp dụng các công nghệ tiên tiến và nhân lực kỹ thuật, cùng chính sách hỗ trợ từ Chính phủ. Đại dịch Covid-19 diễn ra từ năm 2019 - 2022 đã tác động mạnh mẽ đến ngành Dệt may, gây biến động nhu cầu, nguồn cung, làm giảm khả năng cạnh tranh, tăng chi phí logistics. Đối mặt với thiếu hụt nhân lực kỹ thuật và quản lý, ngành chịu tác động từ các sự kiện như TPP bị tạm ngưng và Brexit. Tuy nhiên, Cách mạng công nghiệp 4.0 đã mang lại cơ hội cải tiến với công nghệ thông tin, kỹ thuật số, hứa hẹn tăng hiệu quả, giảm chi phí sản xuất.

Để tiến xa trong cạnh tranh và tận dụng cơ hội, ngành Dệt may Việt Nam cần đổi mới sản xuất, đảm bảo nguồn cung nguyên liệu và tăng cường đầu tư công nghệ, đặc biệt hướng tới Công nghiệp 4.0. Các doanh nghiệp Dệt may phải chú trọng vào việc mở rộng đối tác và cải thiện quan hệ, đồng thời nâng cấp kỹ năng nhân viên, nhấn mạnh vào số hóa và quản lý. Đặc biệt ứng dụng công nghệ in

3D vào dệt vải để sản xuất theo yêu cầu, mở rộng thị trường nội địa và tối ưu hóa công suất cũng cần được xem xét. Nghiên cứu này sẽ tập trung vào Công ty TNHH Dệt Liên Châu, phân tích và đề xuất giải pháp để tăng cường khả năng cạnh tranh đến năm 2025, trong bối cảnh ngành Dệt may trên thế giới ngày càng cạnh tranh khốc liệt.

2. Tổng quan lý thuyết

2.1. Cạnh tranh, năng lực cạnh tranh

Cạnh tranh là một khái niệm rộng lớn, gặp ở nhiều lĩnh vực từ kinh tế đến thể thao, và được hiểu theo nhiều cách khác nhau. Theo Thuật ngữ Kinh tế (2001), cạnh tranh là cuộc chiến cho nguồn lực hiếm có. Michael Porter (2009) mô tả cạnh tranh trong kinh doanh (KD) là quá trình tranh giành thị phần để đạt lợi nhuận cao. Từ điển Bách khoa Việt Nam (1995) xác định đây là sự ganh đua trong thị trường để đạt được điều kiện sản xuất và tiêu dùng tốt nhất. Cuối cùng, Tôn Thất Nguyễn Thiêm (2003) nhấn mạnh cạnh tranh cần lành mạnh, không nhằm hủy hoại đối thủ, mà để tạo giá trị mới cho khách hàng.

Năng lực cạnh tranh theo Từ điển Bách Khoa Việt Nam là khả năng chiến thắng trên thị trường của mặt hàng, doanh nghiệp hoặc quốc gia. Nó bao gồm nội hàm của doanh nghiệp như công nghệ, tài chính, nhân lực và quản trị, cùng ưu thế SP và thị phần. Đồng thời, năng lực này cũng liên quan đến hiệu quả KD và khả năng khai thác cơ hội thị trường. Diễn đàn Kinh tế Thế giới xác định nó như khả năng duy trì vị thế lâu dài và đạt lợi nhuận ít nhất bằng mức cần thiết để đáp ứng mục tiêu doanh nghiệp.

2.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh

Lý thuyết về mô hình 5 áp lực cạnh tranh của Michael Porter: Michael E. Porter giới thiệu mô hình “Năm lực lượng cạnh tranh” trong Harvard Business Review (1979), làm sáng tỏ các yếu tố ảnh hưởng tới lợi nhuận KD. Mô hình này trở thành công cụ phân tích cạnh tranh hiệu quả, hướng dẫn doanh nghiệp xác định chiến lược để bảo vệ hoặc cải thiện lợi nhuận. Có 5 lực lượng mà Porter chỉ ra bao gồm: sự đe dọa từ các đối thủ mới, mối đe dọa từ SP/dịch vụ thay thế, quyền lực thương lượng của khách hàng, quyền lực thương lượng của nhà cung cấp và sức ép cạnh tranh từ các đối thủ hiện tại.

Các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của công ty: Từ mô hình 5 áp lực cạnh tranh của Michael E. Porter, nhóm tác giả đề xuất 7 yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của Công ty TNHH Dệt Liên Châu, gồm: năng lực tài chính, năng lực quản trị điều hành, SP, mạng lưới hoạt động, năng lực công nghệ, NNL và uy tín, thương hiệu.

3. Nội dung nghiên cứu

3.1. Giới thiệu chung về Công ty TNHH Dệt Liên Châu

Được thành lập năm 2002, Công ty Dệt Liên Châu tận dụng Hiệp định thương mại Việt - Mỹ để mở rộng xuất khẩu, đặc biệt vào thị trường Mỹ. Từ năm 2004, trở thành nhà cung cấp phụ liệu cho Decathlon, mở rộng sản xuất vào năm 2006 và được Skechers công nhận vào năm 2009. Từ năm 2014, Công ty mở rộng thị trường xuất khẩu đến Bangladesh, Cambodia và Thailand. Đến năm 2017, đổi tên thành Công ty TNHH Dệt Liên Châu. Đến nay, đã xây dựng được uy tín và thương hiệu, trở thành đối tác của các thương hiệu lớn, cung cấp nguyên liệu sản xuất cho ngành Giày

dép, túi xách và xuất khẩu, khẳng định vị thế trên thị trường quốc tế và trong nước.

3.2. Phân tích thực trạng năng lực cạnh tranh của Công ty TNHH Dệt Liên Châu

3.2.1. Thiết kế khảo sát năng lực cạnh tranh

- Xây dựng thang đo năng lực cạnh tranh: Nghiên cứu này đánh giá khả năng cạnh tranh của Công ty Dệt Liên Châu, sử dụng lý thuyết của Porter và phỏng vấn lãnh đạo. Đánh giá dựa trên 7 tiêu chí: chất lượng SP, nhân lực, mạng lưới, tài chính, công nghệ, quản trị, và thương hiệu. Dữ liệu thu thập từ 37 biến thông qua bảng câu hỏi với thang đo Likert 5 điểm từ phản hồi của khách hàng và chuyên gia. Tiến hành khảo sát trên 30 khách hàng và 10 chuyên gia tại tỉnh Bình Dương để đánh giá năng lực cạnh tranh của Công ty. Phân tích kết quả khảo sát giúp phác họa vị thế cạnh tranh của Liên Châu so với các đối thủ trong ngành.

- Lựa chọn đối thủ cạnh tranh: Việt Nam có nhiều công ty sản xuất dây đai dệt, đặc biệt tại khu vực phía Nam như TP. Hồ Chí Minh, Bình Dương, Đồng Nai. Bình Dương chiếm 23 trong số 368 công ty dệt may cả nước. Cạnh tranh ngành nổi bật với các công ty lớn về doanh thu, lợi nhuận và sản xuất, chung khách hàng với Công ty Dệt Liên Châu. Bốn đối thủ cạnh tranh trực tiếp gồm: Công ty TNHH Việt Nam Paiho, Công ty TNHH Chen Tai Việt Nam, Công ty TNHH Phiên Nhiên và Công ty TNHH Trencilo.

- Phương pháp xử lý số liệu: Các chỉ số trung bình thống kê được tính toán và dựa vào thang đo Likert, từ đó rút ra những nhận định về năng lực cạnh tranh của công ty theo các cấp độ: 1) Rất yếu (điểm trung bình $\leq 1,50$), 2) Yếu (điểm trung bình từ 1,51 đến 2,60), 3) Trung bình (điểm trung bình từ 2,61 đến 3,60), 4) Khá mạnh (điểm trung bình từ 3,61 đến 4,50), 5) Mạnh (điểm trung bình từ 4,51 đến 5,00).

3.2.2. Kết quả khảo sát năng lực cạnh tranh

Từ dữ liệu khảo sát, tác giả tính được trọng số ngành (ti) của các tiêu chí năng lực cạnh tranh, trên cơ sở có các trọng số (ti), điểm phân loại (ki) của 5 công ty, tác giả tính được điểm năng lực cạnh tranh của từng công ty ($ti \cdot ki$), từ đó xây dựng được ma trận hình ảnh về năng lực cạnh tranh của Công ty TNHH Dệt Liên Châu với các đối thủ như trình bày tại Bảng 1.

Ma trận cạnh tranh cho thấy Việt Nam Paiho dẫn đầu thị trường tỉnh Bình Dương với 3,72 điểm,

Bảng 1. Ma trận hình ảnh cạnh tranh của Công ty Tư nhân Liên Châu so với các đối thủ cạnh tranh

STT	Tiêu chí	Trọng số	Paiho		Chen Tai		Phiên Nhiên		Trendilo		Liên Châu	
			Điểm TB	Điểm NLCT	Điểm TB	Điểm NLCT	Điểm TB	Điểm NLCT	Điểm TB	Điểm NLCT	Điểm TB	Điểm NLCT
1	Sản phẩm	0,139	2,89	0,40	2,96	0,41	2,70	0,38	2,74	0,38	3,65	0,51
2	Nguồn nhân lực	0,151	3,05	0,46	3,13	0,47	3,03	0,46	3,35	0,51	3,77	0,57
3	Mạng lưới hoạt động	0,146	3,15	0,46	2,57	0,38	3,00	0,44	3,10	0,45	3,92	0,57
4	Năng lực tài chính	0,139	4,67	0,65	3,72	0,52	1,25	0,17	1,78	0,25	3,52	0,49
5	Năng lực công nghệ	0,136	4,66	0,63	3,84	0,52	1,26	0,17	1,82	0,25	3,06	0,42
6	Năng lực quản trị điều hành	0,14	4,70	0,66	3,80	0,53	1,15	0,16	1,85	0,26	3,50	0,49
7	Uy tín, thương hiệu	0,149	3,04	0,45	3,04	0,45	3,20	0,48	3,25	0,48	3,53	0,53
Tổng điểm năng lực cạnh tranh tuyệt đối				3,72		3,28		2,25		2,58		3,57

Nguồn: Xử lý dữ liệu của nhóm tác giả

tập trung vào quản trị, tài chính và công nghệ. Dệt Liên Châu theo sau với 3,57, mạnh về NNL, mạng lưới, SP và thương hiệu. Chen Tai đứng thứ ba 3,28 điểm, nổi bật tài chính. Trendilo thứ tư 2,58 điểm, mạnh nhân lực, mạng lưới và được khách hàng chuộng. Phiên Nhiên mặc dù 2,25 điểm thấp nhất, nhưng có tiềm năng nếu đối thủ không thỏa mãn thị trường.

3.3. Đánh giá tác động của các nhân tố bên ngoài

Chuyên gia đánh giá nhân tố bên ngoài ảnh hưởng đến Dệt Liên Châu, qua khảo sát tính được trọng số (Ti) cho ảnh hưởng của nhân tố môi trường đến năng lực cạnh tranh ở Bình Dương, như ma trận cạnh tranh. Điểm phản ứng (Ki) của Liên Châu trước nhân tố bên ngoài cũng được tính. Từ Ti và Ki, nhóm tác giả xây dựng ma trận đánh giá tác động nhân tố bên ngoài đến năng lực cạnh tranh của Liên Châu như Bảng 2.

Bảng 2 đánh giá chỉ ra khách hàng là nhân tố quan trọng nhất ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của Dệt Liên Châu, theo sau là đối thủ hiện hữu và tiềm năng. Nhân tố ít tác động bao gồm SP thay thế, chính trị - pháp luật và khoa học - công nghệ. Tổng điểm 3,82 phản ánh phản ứng tốt của Liên Châu trước các yếu tố bên ngoài.

3.4. Đánh giá chung về năng lực cạnh tranh của Công ty TNHH Dệt Liên Châu

3.4.1. Ưu điểm

- Các nhân tố bên trong:

+ NNL trẻ, tiềm năng giúp Công ty thực hiện chiến lược KD; chính sách đãi ngộ tốt khuyến khích phát huy năng lực lao động.

+ Nhờ khả năng giao tiếp và văn hóa doanh nghiệp của Công ty được xây dựng tốt nên các mối quan hệ trong hợp tác KD và các mối quan hệ xã hội của Công ty ngày càng được gắn kết bền chặt, đây là một lợi thế lớn trong sản xuất KD, do đó Công ty cần phát huy hơn nữa thế mạnh này.

+ Mạng lưới hoạt động của Công ty trên địa bàn tỉnh Bình Dương đang có lợi thế lớn và được nhiều khách hàng tin dùng SP. Vì vậy, ngoài công tác sản xuất và tìm kiếm thêm khách hàng, Công ty cũng cần đặc biệt quan tâm chăm sóc khách hàng đã gắn bó để giữ và nâng cao vị thế của Công ty trong lòng khách hàng.

- Các nhân tố bên ngoài:

+ Nhu cầu làm đẹp ngày càng tăng khiến thị trường thời trang mở rộng, yêu cầu đa dạng về mẫu

Bảng 2. Đánh giá mức độ ảnh hưởng của các nhân tố bên ngoài đến năng lực cạnh tranh của Công ty TNHH Dệt Liên Châu

STT	Tiêu chí	Trọng số	Điểm phân loại	Điểm quan trọng	Xếp hạng
1	Đối thủ cạnh tranh	0,115	4	0,46	2
2	Đối thủ tiềm năng	0,115	3,9	0,45	3
3	Nhà cung cấp	0,105	3,8	0,40	6
4	Sản phẩm thay thế	0,105	3,7	0,39	7
5	Khách hàng	0,122	3,9	0,48	1
6	Môi trường kinh tế	0,115	3,8	0,44	5
7	Môi trường chính trị và pháp luật	0,105	3,6	0,38	9
8	Môi trường khoa học và công nghệ	0,101	3,8	0,38	8
9	Môi trường văn hóa, xã hội	0,118	3,8	0,45	4
	Tổng cộng	1,000		3,82	

Nguồn: Xử lý dữ liệu của nhóm tác giả

mã và chất lượng. Sự giao lưu văn hóa gia tăng cũng thúc đẩy quan tâm đến ngoại hình, đẩy mạnh yêu cầu về tính thẩm mỹ cao trong thời trang, tạo cơ hội KD cho doanh nghiệp thỏa mãn nhu cầu khách hàng.

+ Hiện nay, có nhiều tổ chức tín dụng được thành lập trên địa bàn tỉnh Bình Dương, đã tạo điều kiện thuận lợi cho các công ty sản xuất - kinh doanh có thể huy động nguồn vốn lớn để đầu tư vào hoạt động sản xuất - kinh doanh.

+ Nhiều chính sách hỗ trợ do Chính phủ ban hành và nhiều Hiệp định thương mại được ký kết đã tạo điều kiện thuận lợi để các công ty tham gia sản xuất xuất khẩu.

+ Cuộc cách mạng 4.0 đang là một lợi thế lớn để các công ty ứng dụng công nghệ, kỹ thuật tiên tiến, hiện đại tham gia vào hoạt động sản xuất - kinh doanh, giúp Công ty nâng cao sản xuất, nâng cao hiệu quả kinh doanh và năng lực cạnh tranh.

3.4.2. Nhược điểm

- Các nhân tố bên trong:

+ Tài chính yếu, chưa ngang bằng công ty hàng đầu, hiệu quả từ lãi vay thấp, thu hồi nợ kém, doanh thu tăng nhưng nợ xấu cũng tăng.

+ Chi phí quản lý doanh nghiệp tăng do giám sát kém ở nhuộm, gây hư hại sản xuất. Quản lý yếu, sai lầm gây tổn thất, nắm bắt thông tin hạn chế.

+ Cơ cấu tổ chức và nhân sự có hạn chế: tuyển dụng và phân công chưa hiệu quả, nhân viên trẻ thiếu kinh nghiệm, kiến thức pháp luật và kỹ năng công nghệ mới còn hạn chế.

+ Khả năng áp dụng công nghệ mới trong cải tiến SP cũng còn nhiều hạn chế.

- Các nhân tố bên ngoài:

+ Tình hình kinh tế có nhiều diễn biến phức tạp, nhiều công ty nước ngoài đang tham gia vào thị trường Việt Nam tạo nên áp lực lớn cho nhiều công ty trong nước nói chung và Công ty Dệt Liên Châu nói riêng.

+ Các chính sách về pháp luật còn nhiều quy định chồng chéo.

+ Môi trường sinh thái ngày càng bị ô nhiễm, việc lạm dụng SP sinh học ngày một tăng cao dẫn đến chất lượng SP trong sản xuất bị giảm thấp.

+ Nguồn cung cấp nguyên vật liệu trong nước gặp nhiều khó khăn. Trong khi đó, nguồn nguyên vật liệu nhập khẩu từ nước ngoài với chi phí lớn, đang gây ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất và đẩy giá SP của các công ty lên cao.

4. Các giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của Công ty TNHH Dệt Liên Châu đến năm 2025

Thứ nhất, giải pháp tăng cường năng lực tài chính: Công ty cần tinh giản chi phí và quản lý nợ để nâng cao ROA. Việc xây dựng mối quan hệ với khách hàng tin cậy và quản lý rủi ro KD cũng rất quan trọng; Cần tối ưu hóa vốn vay, giảm phụ thuộc vào nợ và duy trì liên kết với các tổ chức tài chính; Đầu tư vào đào tạo quản lý tài chính cho nhân viên và xây dựng quỹ dự phòng tài chính.

Thứ hai, giải pháp nâng cao năng lực quản trị điều hành: Công ty cần tối ưu hóa tổ chức, sử dụng công nghệ thông tin và phân công nhân sự dựa trên năng lực để tăng hiệu quả; Đào tạo cán bộ quản lý và quản trị rủi ro là quan trọng; Tạo mối quan hệ mật thiết giữa quản lý và nhân viên để thúc đẩy sự gắn kết.

Thứ ba, giải pháp đa dạng hóa và nâng cao chất

lượng SP: Công ty cần cải thiện an toàn SP, dịch vụ hậu mãi và tập trung vào SP và công nghệ. Chiến lược theo dõi đối thủ và quản lý chất lượng là cần thiết, cùng với dịch vụ sau bán hàng.

Thứ tư, giải pháp mở rộng và nâng cao hiệu quả mạng lưới hoạt động: Công ty cần mở rộng hoạt động gần khu công nghiệp và nguồn nguyên liệu ở tỉnh Bình Dương, tư vấn, tiếp thị, hiểu nhu cầu địa phương, tìm đối tác “win-win” và tận dụng Hiệp định thương mại CPTPP để mở rộng thị trường.

Thứ năm, giải pháp nâng cao năng lực công nghệ: Công ty cần tập trung vào chuyên môn hóa, nâng cấp kỹ năng công nghệ cho nhân viên, đầu tư vào máy móc phù hợp với quy mô sản xuất. Tham gia nhiều hội nghị kết nối và tiếp cận công nghệ mới, tạo lợi thế cạnh tranh và phát triển trong kinh doanh quốc tế.

Thứ sáu, giải pháp nâng cao chất lượng NNL: Công ty cần có kế hoạch đào tạo nhân sự phù hợp với quy mô và hội nhập, tập trung vào chuyên môn và đạo đức nghề nghiệp; Đánh giá nhân viên định kỳ, tuyển dụng đa dạng và luân chuyển để tối ưu hóa khả năng và hiệu suất; Có cơ chế khen thưởng và xử phạt công bằng, tạo môi trường làm việc tốt.

Thứ bảy, giải pháp nâng cao uy tín, thương hiệu: Công ty cần xây dựng chiến lược đa dạng hóa, thấu hiểu và thỏa mãn khách hàng để củng cố uy tín và thương hiệu, theo đó, chất lượng SP, tiếp thị minh bạch và bảo vệ nhãn hiệu là quan trọng. Đội ngũ

marketing chuyên nghiệp phát triển thương hiệu qua quảng cáo và sự kiện cộng đồng. Xây dựng văn hóa kinh doanh đạo đức, khuyến khích sự tham gia nhân viên và tạo môi trường làm việc cởi mở để nâng cao hiệu suất và sức cạnh tranh.

5. Kết luận

Nghiên cứu này đã tổng hợp lý thuyết về cạnh tranh và đánh giá NLCT hiện tại của Công ty TNHH Dệt Liên Châu, đặc biệt là so với các đối thủ trong ngành tại tỉnh Bình Dương như Công ty TNHH Việt Nam Paiho và Công ty TNHH Phiên Nhiên. Phân tích đã xác định điểm mạnh của Liên Châu bao gồm NNL, mạng lưới hoạt động, và thương hiệu; trong khi các yếu tố như công nghệ, tài chính, quản trị và SP cần được cải thiện. Căn cứ trên cơ sở lý thuyết và thực tiễn, nghiên cứu đề xuất giải pháp để tăng cường các yếu tố năng lực kém, hỗ trợ Công ty thực hiện mục tiêu kinh doanh và mở rộng thị trường quốc tế.

Nghiên cứu không chỉ đạt mục tiêu nghiên cứu, mà còn mở ra hướng phát triển cho ngành Dệt may Việt Nam. Tuy nhiên, một hạn chế lớn đó là dữ liệu thứ cấp chưa đầy đủ, cùng với sự hạn chế về thời gian và khả năng thực hiện của nghiên cứu cá nhân. Mẫu khảo sát giới hạn ở các chuyên gia và khách hàng của Liên Châu, không phản ánh toàn diện thực trạng ngành. Do đó, nghiên cứu trong tương lai cần mở rộng đối tượng và phạm vi khảo sát để tăng tính tổng quát của kết quả ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Hội đồng biên soạn Từ điển Quốc gia (1995). Từ điển Bách khoa Việt Nam tập 1. Hà Nội: NXB Từ điển Bách Khoa, trang 357.
2. Hội đồng biên soạn Từ điển Quốc gia (2003). Từ điển Bách khoa Việt Nam tập 3. Hà Nội: NXB Từ điển Bách Khoa, trang 41.
3. Nguyễn Văn Ngọc (2012). Từ điển thuật ngữ kinh tế học. Hà Nội: NXB Đại học Kinh tế quốc dân, trang 42.
4. Michael E. Porter (1985). Lợi thế cạnh tranh. Dịch từ tiếng Anh. Người dịch Nguyễn Phúc Hoàng. (2008). TP. Hồ Chí Minh: NXB Trẻ, trang 31.
5. Tôn Thất Nguyễn Thiêm (2003). Thị trường, chiến lược, cơ cấu. TP. Hồ Chí Minh: NXB Tổng hợp TP. Hồ Chí Minh, trang 117.
6. Hoàng xuân Hòa và Phạm Thị Hồng Yến (2016). Môi trường kinh doanh, năng lực cạnh tranh Việt Nam, Thực trạng và đề xuất. Truy cập tại <http://tapchitaichinh.vn/nghien-cuu--trao-doi/trao-doi-binh-luan/moi-truong-kinh-doanh-nang-luc-can-tranh-viet-nam-thuc-trang-va-de-xuat-83849.html>
7. Ngọc Thi (2028). Các cấp độ của năng lực cạnh tranh. Truy cập tại <https://luanantiensi.com/cac-cap-do-cua-nang-luc-can-tranh>

Ngày nhận bài: 7/9/2023

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 18/9/2023

Ngày chấp nhận đăng bài: 7/10/2023

Thông tin tác giả:

1. ThS. NGUYỄN TUẤN DUY¹

2. ThS. ĐỖ VĂN LY²

3. ThS. TRẦN VŨ TUÂN²

¹Phòng Phòng, chống tham nhũng - Thanh tra tỉnh Bình Dương

²Phân hiệu Trường Đại học Nông Lâm Thành phố Hồ Chí Minh tại Ninh Thuận

ENHANCING THE COMPETITIVE CAPABILITY OF LIEN CHAU TEXTILE CO.,LTD.

● Master. **NGUYEN TUAN DUY¹**

● Master. **DO VAN LY²**

● Master. **TRAN VU TUAN²**

¹ Department of Corruption Prevention, Binh Duong Provincial Inspectorate

²Ho Chi Minh City University of Agriculture and Forestry

- Ninh Thuan Province Campus

ABSTRACT:

This study focused on three main objectives, including: theorizing about competition and the competitive ability of enterprises; analyzing the current competitive capabilities of Lien Chau Textile Co., Ltd.; and proposing improvements. Qualitative and quantitative research methodologies, statistical and analytical tools, and consulting expert opinions were used to conduct this study. This study successfully determined Lien Chau Textile Co., Ltd.'s competitive position and identified seven key factors impacting the company's competitiveness. In addition, the study pointed out four weaknesses of the company, including technology, finance, management, and product quality. Meanwhile, the company's strengths were human resources, operational network, and brand reputation. This study proposed specific solutions based on the company's strategic goals and current weaknesses to help the company improve its domestic and international competitiveness in the future.

Keywords: human resources, enhancing, competitive capability, Lien Chau Textile Company.