

MỐI QUAN HỆ GIỮA ĐỊNH HƯỚNG THỊ TRƯỜNG VÀ KẾT QUẢ KINH DOANH: NGHIÊN CỨU THỰC NGHIỆM MỘT SỐ DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

● NGUYỄN THỊ MỸ PHƯỢNG

TÓM TẮT:

Bài nghiên cứu xác định mối quan hệ giữa định hướng thị trường đến kết quả kinh doanh của một số doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) tại vùng đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL). Kết quả chính của nghiên cứu cho thấy định hướng thị trường tác động trực tiếp và tích cực đến kết quả kinh doanh của các DNNVV tại ĐBSCL hiện nay. Từ kết quả đạt được, nghiên cứu có những đề xuất cơ bản giúp cho các DNNVV của Việt Nam nói chung và vùng ĐBSCL nói riêng xác định tốt hơn quy mô và khả năng phát triển kinh doanh trong tương lai, từ đó nâng cao năng lực cạnh tranh và kết quả kinh doanh của doanh nghiệp, từng bước đáp ứng với sự thay đổi của môi trường kinh doanh trong kỷ nguyên số.

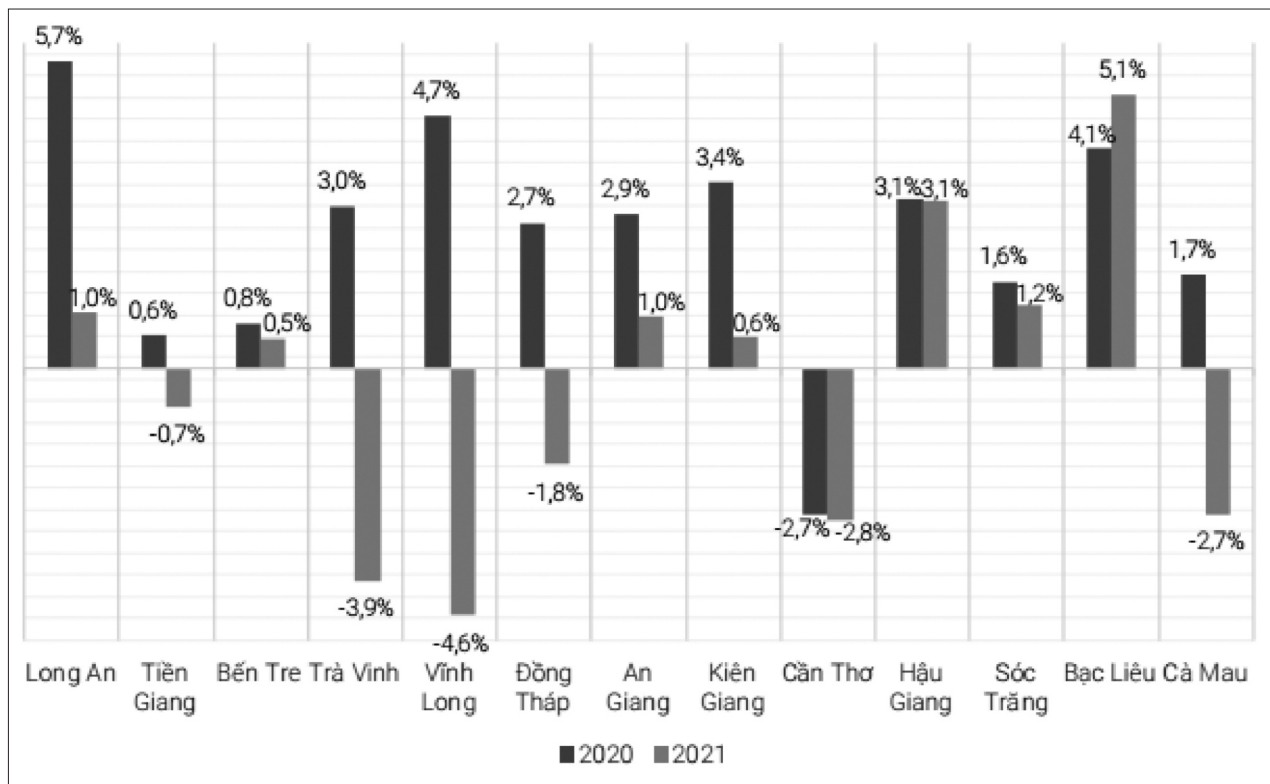
Từ khóa: định hướng thị trường, kết quả kinh doanh, doanh nghiệp nhỏ và vừa, đồng bằng sông Cửu Long.

1. Đặt vấn đề

Kinh tế ĐBSCL đã tăng trưởng chậm dần từ giữa năm 2019, lại chịu thêm cú sốc nặng nề từ đại dịch Covid-19, khiến tốc độ tăng trưởng giảm sâu từ 7,14% (năm 2019), xuống chỉ còn 2,42% (năm 2020) - thấp hơn đáng kể so với bình quân 2,9% của cả nước và rơi tiếp -0,43% (năm 2021), trong khi cả nước vẫn giữ mức tăng trưởng dương +2,6%. Báo cáo của VCCI năm 2022 đã cho thấy tăng trưởng kinh tế của ĐBSCL chịu tác động của đại dịch nghiêm trọng hơn so với mặt bằng chung cả nước, do đặc thù cơ cấu kinh tế vùng. Dù là khu vực nông nghiệp, nhưng tỷ trọng dịch vụ trong cơ cấu GRDP

của ĐBSCL chiếm rất cao - cao hơn so với cả nước và dịch vụ lại chính là khu vực chịu tác động nặng nề nhất trong đại dịch. Đồng thời, khu vực công nghiệp của ĐBSCL có sự yếu kém cố hữu, dẫn đến tốc độ tăng trưởng giảm sâu (-2,26%), thấp hơn rất nhiều so với mức tăng trưởng 4,05% của cả nước. Khu vực nông nghiệp vốn là ưu thế lớn của ĐBSCL, nhưng trong thời gian qua chuỗi cung ứng đã bị đứt gãy, hàng hóa trì trệ, chi phí vận chuyển và logistics tăng cao, thực hiện giãn cách xã hội, cùng các biện pháp phòng chống dịch bệnh đã ảnh hưởng, không đủ sức kéo hai khu vực trên phát triển trở lại. (Hình 1)

Hình 1: Tăng trưởng kinh tế tại các tỉnh ĐBSCL giai đoạn 2020 - 2021



Nguồn: VCCI, Báo cáo thường niên ĐBSCL, 2022

Thứ hạng PCI của Vùng đang suy giảm. ĐBSCL có điểm PCI trung bình dẫn đầu cả nước ở các năm 2017, 2018 và chỉ xếp sau đồng bằng sông Hồng (ĐBSH) ở năm 2019, 2020 với cách biệt không đáng kể. Tuy nhiên, đến năm 2021, điểm PCI trung bình của ĐBSCL đã không bắt kịp nhịp tăng của các vùng khác và đã xếp sau cả ĐBSH, Đông Nam Bộ (ĐNB) và Bắc Trung Bộ và Duyên hải miền Trung.

Trong giai đoạn hiện nay, khu vực ĐBSCL có hơn 52.000 doanh nghiệp hoạt động trong các lĩnh vực kinh tế khác nhau, chiếm xấp xỉ 10% tổng số doanh nghiệp của Việt Nam, đóng góp gần 20% GDP của cả nước. Doanh nghiệp ở ĐBSCL chủ yếu có quy mô vừa, nhỏ và siêu nhỏ (DNNVV) chiếm hơn 95%, trình độ quản trị theo chức năng còn nhiều hạn chế, tỷ lệ phá sản cao, dễ bị tổn thương trước những cú sốc từ sự thay đổi của thị trường và có năng lực cạnh tranh yếu. Tuy nhiên, DNNVV được đánh giá là loại hình doanh nghiệp khá linh động, nhạy bén với tình hình thị trường,

do cơ cấu tổ chức nhỏ gọn, tinh giản, dễ dàng kết hợp các nguồn lực và các hoạt động khác nhau để định hướng tốt thị trường, nắm bắt kịp thời các cơ hội kinh doanh, từ đó nâng cao kết quả kinh doanh. Định hướng thị trường (ĐHTT) trở thành giải pháp tối ưu cho các DNNVV, bởi việc thực hiện tốt công tác ĐHTT có thể giúp doanh nghiệp phát huy tối đa các nguồn lực sẵn có, nhằm đáp ứng nhu cầu, mong muốn của khách hàng. Mặc dù đã có một số các nghiên cứu trước đây về doanh nghiệp tại ĐBSCL với nhiều hướng tiếp cận khác nhau, nhưng nghiên cứu về ĐHTT của các doanh nghiệp vẫn còn hạn chế. Chính vì vậy, nghiên cứu này muốn tập trung làm rõ ảnh hưởng của ĐHTT đến kết quả kinh doanh (KQKD) của các DNNVV của vùng ĐBSCL, nhận diện các thành tố của ĐHTT có tác động đến mối quan hệ này, từ đó có những đề xuất cơ bản để các doanh nghiệp nâng cao kết quả kinh doanh trong thời gian tới. Xuất phát từ những lý do trên, tác giả đã thực hiện nghiên cứu “Mối quan hệ giữa định hướng thị

trường và kết quả kinh doanh: nghiên cứu thực nghiệm một số doanh nghiệp nhỏ và vừa vùng đồng bằng sông Cửu Long”.

2. Mô hình nghiên cứu

Mối quan hệ giữa ĐHTT và kết quả kinh doanh của doanh nghiệp đã được nghiên cứu trong nhiều ngành khác nhau từ sản xuất, thương mại đến phi thương mại. Trong giai đoạn đầu thập niên 90, vấn đề này được nghiên cứu nhiều nhất tại Mỹ, qua các nghiên cứu của Slater và Narver (1990), Jaworski và Kohli (1990, 1993). Sau đó, mối quan hệ này càng được khẳng định tại nhiều quốc gia trên thế giới.

Nghiên cứu của Sin và cộng sự (2006) đã chỉ ra mức độ tác động tích cực của các thành tố ĐHTT đến kết quả tài chính như ROI, ROS, sự tăng trưởng doanh thu, thị phần và các kết quả liên quan đến thị trường như: sự duy trì khách hàng, sự thỏa mãn của khách hàng và sự tín nhiệm tổ chức.

Về mặt lý thuyết, nhiều tác giả đã chứng minh khá thuyết phục về ảnh hưởng của ĐHTT lên kết quả kinh doanh (Narver và Slater, 1990; Greenley, 1995; Subramanian và Gopalakrishna, 2001; Gray và Hooley, 2002; Langerak, 2003). Tuy nhiên, kết quả kiểm chứng thực tế cho thấy mối quan hệ này không phải luôn đúng.

Các nghiên cứu về mối quan hệ giữa ĐHTT với kết quả kinh doanh tại Việt Nam đã chứng minh được mối quan hệ dương giữa các yếu tố và sự khác biệt về mối quan hệ này giữa các loại hình công ty với nhau (Trần Thị Nguyệt & Trần Trung Vỹ, 2009; Đoàn Thanh, 2013; Nguyễn Lê Thị Hoàng Uyên, 2014...).

Từ các kết quả nghiên cứu trước đây và mục tiêu của mình, nhóm tác giả đề xuất các giả thuyết nghiên cứu sau:

H1: Thành tố Định hướng khách hàng của ĐHTT có tác động cùng chiều với KQKD của DNNVV.

H2: Thành tố Định hướng cạnh tranh của ĐHTT có tác động cùng chiều với KQKD của DNNVV.

H3: Thành tố Phối hợp chức năng của ĐHTT có tác động cùng chiều với KQKD của DNNVV.

H4: Thành tố Định hướng lợi nhuận của ĐHTT có tác động cùng chiều với KQKD của DNNVV.

H5: Thành tố Ứng phó nhanh nhạy của ĐHTT có tác động cùng chiều với KQKD của DNNVV.

H6: ĐHTT tổng thể có tác động cùng chiều đến KQKD của DNNVV.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Phương pháp lấy mẫu

Phương pháp nghiên cứu bao gồm các phương pháp như thảo luận trực tiếp với các chuyên gia để có thể điều chỉnh, bổ sung các thành phần trong thang đo và bổ sung, chỉnh sửa bản hỏi hoàn chỉnh; phương pháp thu thập số liệu thứ cấp và sơ cấp. Đề tài sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện, đối tượng phỏng vấn là các lãnh đạo (cấp trung hoặc cao cấp) tại các DNNVV khu vực ĐBSCL, tập trung các tỉnh có chỉ số năng lực cạnh tranh PCI thấp nhất, trung bình và cao nhất trong khu vực ĐBSCL.

Dựa vào phương pháp chọn mẫu trên, cùng với việc phân bố số lượng các DNNVV tại khu vực ĐBSCL, tác giả tiến hành khảo sát thông qua bản câu hỏi với ban lãnh đạo của 120 DNNVV kinh doanh tại các tỉnh, thành phố như Vĩnh Long, Đồng Tháp, Cần Thơ, Kiên Giang, Trà Vinh,...

3.2. Mô tả mẫu khảo sát

Số phiếu khảo sát được phát ra cho 120 lãnh đạo các DNNVV khu vực ĐBSCL, thu lại được đủ điều kiện đáp ứng yêu cầu nghiên cứu. Như vậy, mỗi phiếu khảo sát sẽ đại diện cho 1 doanh nghiệp trả lời. Cụ thể:

Về số lượng lao động, tại tỉnh Đồng Tháp, số lao động thấp nhất trong doanh nghiệp là 15 người, cao nhất là 215 người; tại Vĩnh Long doanh nghiệp có số lao động thấp nhất là 5 người và cao nhất là 214 người. Các tỉnh còn lại do khảo sát ít đơn vị doanh nghiệp, nên chưa thể hiện rõ quy mô về số lượng lao động tại các DNNVV khu vực ĐBSCL. Số lao động thấp tập trung vào các doanh nghiệp phân phối hàng hóa, cơ sở sản xuất nhỏ lẻ. Các doanh nghiệp có số lao động cao thường là các công ty cổ phần, kinh doanh nhiều lĩnh vực, hoặc có xuất khẩu sản phẩm sang thị trường các nước.

Về loại hình kinh doanh, trong 120 DNNVV được khảo sát, công ty cổ phần chiếm tỷ lệ cao nhất là 43,4% (52/120); kế đến là công ty TNHH (một thành viên và 2 thành viên trở lên) với tỷ lệ 32,5%

(39/120); DNTN chiếm tỷ lệ 10,0% (12/120); Hợp tác xã với tỷ lệ 5,0 (6/120); loại hình DNNN và khác (Hộ sản xuất, Tổ hợp tác) cùng chiếm tỷ lệ tương tự 3,3% (4/120); còn lại là loại hình công ty liên doanh với nước ngoài chiếm 2,5% (3/120).

Về lĩnh vực hoạt động, DN thuộc ngành công nghiệp - xây dựng chiếm cao nhất với tỷ lệ 21,7% (26/120); thuộc ngành sản xuất - kinh doanh chiếm 20,8% (25/120); nông nghiệp chiếm 18,3% (22/120); thương mại - dịch vụ chiếm 15% (18/120); xuất khẩu chiếm 12,5% (15/120); cuối cùng là lĩnh vực khác chiếm 11,7% (14/120). Kết quả khảo sát này tương ứng với số liệu phân tích thực tế của các DNNVV tại ĐBSCL hiện nay.

Về thời gian hoạt động, số lượng doanh nghiệp hoạt động trên 10 năm chiếm tỷ lệ cao nhất với 60,8% (73/120); từ 6 - 10 năm là 17,5% (21/120); từ 2 - 5 năm là 15,8% (19/120); còn lại dưới 2 năm là 5,8% (7/120). Như vậy, đa số các DNNVV tại ĐBSCL có thời gian hoạt động lâu dài, ổn định.

Về phạm vi hoạt động, các doanh nghiệp này có khả năng kinh doanh linh hoạt, tham gia nhiều thị trường, nhiều lĩnh vực khác nhau, trong đó kinh doanh tại khu vực ĐBSCL chiếm 27,5% (33/120), trong tỉnh mình và toàn quốc chiếm tỷ lệ tương tự là 25,8% (31/120), còn lại là tham gia xuất khẩu với tỷ lệ 20,8% (25/120), chủ yếu là xuất khẩu sản phẩm nông nghiệp qua chế biến, thủ công mỹ nghệ, gia công xuất khẩu cho các công ty nước ngoài.

Về nguồn vốn, đa số các doanh nghiệp có nguồn vốn từ 4 tỷ đồng đến dưới 50 tỷ đồng chiếm đa số với 52/120 doanh nghiệp (43,3%), từ 50 tỷ đồng đến 100 tỷ đồng là 42/120 doanh nghiệp (chiếm tỷ lệ 35%), còn lại là các doanh nghiệp có số vốn nhỏ hơn 3 tỷ đồng với 26/120 doanh nghiệp (chiếm tỷ lệ 21,7%).

Về lợi nhuận sau thuế, đa số các DNNVV trong khu vực ĐBSCL được khảo sát có mức lợi nhuận sau thuế bình quân hàng năm từ 500 triệu đồng đến dưới 01 tỷ đồng, chiếm tỷ lệ cao nhất là 51,7% (62/120 DN); mức lợi nhuận dưới 500 triệu đồng chiếm tỷ lệ 26,7% (32/120 DN); mức lợi nhuận từ 01 tỷ đồng đến 05 tỷ đồng chiếm tỷ lệ 15,8% (19/120 DN); còn lại rất ít doanh nghiệp

đạt được mức lợi nhuận bình quân hàng năm trên 5 tỷ, đạt tỷ lệ 5,8% (7/120 DN). Một phần các lãnh đạo DNNVV khi phỏng vấn muốn che giấu hoặc giảm bớt kết quả kinh doanh thực tế vì sợ để lộ tình hình công ty và bị tính/phạt thuế nhưng cũng đồng thời do các doanh nghiệp tại khu vực ĐBSCL có quy mô nhỏ, nên lợi nhuận đạt được không cao.

4. Kết quả và thảo luận

4.1. Kiểm định giả thuyết

Nhóm nghiên cứu đã kiểm định Hệ số tin cậy Cronbach's Alpha trước khi phân tích nhân tố khám phá EFA để loại các biến không phù hợp vì các biến rác này có thể tạo ra các yếu tố giả (Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang, 2009). Nhiều nhà nghiên cứu đồng ý rằng Cronbach's Alpha từ 0,8 trở lên thì thang đo được đo lường là tốt; từ 0,7 đến gần 0,8 là sử dụng được. Từng thành phần của thang đo được tính toán hệ số Cronbach's Alpha để kiểm tra bước đầu sự tương quan giữa các biến trong mỗi thành phần. Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha cho thấy các biến số thành phần của ĐHTT đều đạt chỉ số lớn hơn 0,8 trở lên như Bảng 1.

Tương tự, thang đo KQKD có Cronbach's Alpha = 0,765 đạt khá cao. Điều này cho thấy các thang đo đều có độ tin cậy tốt. Đối với EFA lần 1, các biến số có hệ số tương quan biến tổng (Item - Total correlation) nhỏ hơn 0,3 sẽ bị loại và tiêu chuẩn chọn thang đo khi nó có độ tin cậy Cronbach's Alpha từ 0,6 trở lên (Nunnally & Burnstein, 1994). Do vậy, tất cả các biến đều được giữ lại với 6 nhóm nhân tố và tổng cộng 30 biến được đưa vào phân tích nhân tố khám phá EFA.

Bảng 1. Kết quả kiểm định Hệ số tin cậy Cronbach's Alpha cho các biến

Biến đo lường	Ký hiệu	Số items	Cronbach's Alpha nếu loại biến
Định hướng khách hàng	DHKH	6	0,898
Định hướng cạnh tranh	DHCT	6	0,906
Phối hợp chức năng	PHCN	5	0,874
Định hướng lợi nhuận	DHLN	4	0,875
Ứng phó nhanh nhạy	UPNN	5	0,880
Kết quả kinh doanh	KQ	4	0,765

Nguồn: Kết quả khảo sát, 2022

Phương pháp trích hệ số sử dụng là phương pháp phân tích nhân tố, phép xoay Varimax. Thang đo được chấp nhận khi tổng phương sai trích bằng hoặc lớn hơn 50% (Gerbing & Anderson, 1988). Trị số KMO (Keiser - Meyer - Olkin) lớn nằm trong khoảng 0,5 đến 1 là đủ điều kiện để phân tích nhân tố thích hợp, ngược lại nếu trị số này nhỏ hơn 0,5 thì phân tích nhân tố có khả năng không thích hợp với các dữ liệu (Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008). Kết quả phân tích cho thấy, giá trị KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) của các biến độc lập đạt 0,698 (đạt trong khoảng từ 0,5 đến 1), KMO của biến phụ thuộc KQKD đạt 0,694, kiểm định Barlett về tương quan của các biến quan sát có giá trị Sig = 0,000 < 5% chứng tỏ các biến có tương quan chặt chẽ (theo Trọng và Ngọc, 2008).

Kết quả tại Bảng 2 cho thấy Giá trị R² hiệu chỉnh là 0,604, như vậy các biến độc lập giải thích được 60,4% sự biến thiên của biến phụ thuộc, còn lại 39,6% là do các biến ngoài mô hình và sai số ngẫu nhiên. Hệ số Durbin-Watson là 2,102, thể hiện không có sự tương quan chuỗi bậc nhất ở đây, chứng tỏ dữ liệu thu thập sử dụng trong nghiên cứu khá tốt. Trong trường hợp này, giá trị sig của kiểm định F là 0,000 < 0,05, như vậy mô hình hồi quy tuyến tính xây dựng được phù hợp với tổng thể.

Hệ số hồi quy chuẩn hóa Beta của các biến độc lập đạt giá trị dương, chứng tỏ các biến độc lập tác động thuận chiều với biến phụ thuộc. DHLN cao nhất với hệ số Beta đạt 0,392, nghĩa là biến này ảnh hưởng nhiều nhất đến sự thay đổi của biến phụ thuộc KQKD. Kế tiếp là biến ĐHKH với hệ số beta 0,267, biến UPNN với hệ số beta 0,266, biến ĐHCT với hệ số beta 0,248, cuối cùng là biến PHCN với hệ số beta 0,233.

Sig hệ số hồi quy của các biến độc lập đều là 0,000 < 0,05, do đó các biến độc lập này đều có ý nghĩa giải thích cho biến phụ thuộc, không biến nào bị loại bỏ. Hệ số VIF nhỏ hơn 2 do vậy không có hiện tượng đa cộng tuyến xảy ra.

Phương trình hồi quy chuẩn hóa sẽ là:

$$KQKD = 0,267*ĐHKH + 0,248*ĐHCT + 0,233*PHCN + 0,392*DHLN + 0,266*UPNN$$

Điều này cho phép nhóm tác giả chấp nhận 6 giả thuyết nghiên cứu, khẳng định ảnh hưởng của ĐHTT nói chung và 5 thành tố riêng lẻ đến Kết quả kinh doanh của DNNVV tại khu vực ĐBSCL.

4.2. Thảo luận

Trong khuôn khổ khảo sát thực nghiệm về ĐHTT và KQKD đối với các DNNVV tại khu vực ĐBSCL, kết quả phân tích dữ liệu cho thấy mối quan hệ tích cực, cùng chiều giữa 2 biến số này. Trong đó, các thành tố của ĐHTT có ảnh hưởng mạnh nhất đến KQKD (theo thứ tự mạnh nhất đến giảm dần) là: Định hướng lợi nhuận, Định hướng khách hàng, Ứng phó nhanh nhạy, Định hướng cạnh tranh và Phối hợp chức năng.

Kết quả này cũng phù hợp với nhiều kết quả trước đây, tuy nhiên điểm khác là Phối hợp chức năng ảnh hưởng rất ít đến KQKD vì đa phần quy mô của các doanh nghiệp tại khu vực quá nhỏ, từ 5 nhân viên trở lên, nên cấu trúc tổ chức doanh nghiệp còn đơn giản và chưa đòi hỏi sự phối hợp tổng lực và phức tạp như các doanh nghiệp có quy mô lớn.

5. Đề xuất hàm ý chính sách

Kết quả nghiên cứu đã chứng minh ảnh hưởng của ĐHTT đến KQKD của các DNNVV tại ĐBSCL, mối quan hệ này làm cơ sở quan trọng để các nhà lãnh đạo doanh nghiệp tạo lập môi trường nâng cao khả năng ĐHTT nhằm nâng cao kết quả

Bảng 2. Kết quả phân tích hồi quy

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin -Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.788 ^a	.621	.604	.158857	.621	37.366	5	114	.000	2.102

a. Predictors: (Constant), UPNN, PHCN, ĐHKH, ĐHCT, DHLN
b. Dependent Variable: KQ

Nguồn: Kết quả khảo sát, 2022

kinh doanh tốt hơn trong tương lai. Khi đó, nhà lãnh đạo sẽ có khả năng đối phó với các thách thức của môi trường và vận dụng năng lực lãnh đạo trong điều hành, quản lý doanh nghiệp.

Theo kết quả nghiên cứu, Định hướng lợi nhuận, Định hướng khách hàng là 2 yếu tố quan trọng nhất ảnh hưởng đến Kết quả kinh doanh của các công ty vì cần thiết phải dự báo và xác định trước mức lợi nhuận sẽ đạt được từ các mối quan hệ mua bán trên thị trường. Thực tế, trong quá trình cung cấp sản phẩm ra thị trường của các DNNVV tại ĐBSCL hiện nay chịu ảnh hưởng rất lớn bởi nhu cầu khách hàng. Sau đại dịch, khách hàng ngày càng thay đổi thói quen tiêu dùng, chuyển sang mua hàng online ngày càng nhiều hơn. Các DNNVV khu vực ĐBSCL nên áp dụng khảo sát nhanh, tăng cường bán hàng liên kết trên các sàn giao dịch điện tử (Tiki, Shopee, Lazada, Tiktok shop,...) để kịp thời nắm bắt nhu cầu và thị hiếu của khách hàng, xem xét điều chỉnh lại chất lượng, mẫu mã cũng như các loại chất lượng khác của sản phẩm để theo kịp nhu cầu khách hàng. Phân chia khách hàng ra từng phân khúc khác nhau để có sự chuẩn bị riêng cho từng phân khúc, có những biện pháp về truy xuất nguồn gốc, bảo đảm chi phí vận chuyển hợp lý (tặng voucher, thẻ freeship) để làm khách hàng yên tâm mua hàng.

Để có thể tăng lên không gian cạnh tranh, các Hợp tác xã (HTX) và các doanh nghiệp siêu nhỏ khác hoàn toàn có thể hợp tác với các doanh nghiệp chuyên thu mua ngoài tỉnh. Chỉ cần HTX có thể giữ được chất lượng và giá cả thỏa thuận hợp lý, thì không phải lo vấn đề bao tiêu sản phẩm. Mặt khác, các doanh nghiệp và HTX, Tổ hợp tác có thể mở

các trang trực tuyến để giới thiệu sản phẩm online, lúc đầu chỉ cần giữ được uy tín với khách hàng thì những đơn đặt hàng sau sẽ tiếp tục phát triển.

Song song đó, chúng ta cũng cần đề ra giải pháp nâng cao khả năng cạnh tranh và ứng phó nhanh nhạy cho các DNNVV tại khu vực ĐBSCL. Đối với các loại hình công ty cổ phần, công ty TNHH, DNTN, việc xác định nhóm khách hàng chính, sản phẩm chính của doanh nghiệp là một việc đương nhiên. Các công ty không ngừng tìm kiếm thêm các phân khúc thị trường khác nhau, tìm kiếm khả năng mở rộng thị trường, mà còn phải tìm hiểu nhu cầu thị trường thay đổi như thế nào để có những chiến lược phù hợp. Đối với các HTX và Tổ hợp tác sản xuất tại ĐBSCL, họ không có những quan niệm này. Họ tập trung sản xuất vào những sản phẩm mà họ cho là chính và họ có những khách hàng cố định của mình, nên sẽ không chăm chút vào lĩnh vực này. Điều này sẽ khiến các HTX dễ mất đi khách hàng của chính mình, bởi họ ít chịu thay đổi tập quán sản xuất, không chịu áp dụng nhiều các kỹ thuật và không dành những ưu đãi cho những khách hàng thân thiết. Các HTX nên tập phân loại ra những khách hàng mà mình sẽ hợp tác trong thời gian dài, các khách hàng chịu mua lượng lớn nông sản để có những chính sách ưu đãi phù hợp.

Phát hiện này đã khẳng định các lãnh đạo DNNVV tại ĐBSCL muốn nâng cao KQKD của doanh nghiệp cần quan tâm đến các tiêu chí định tính và hiểu biết rõ về các chỉ tiêu định lượng để xác định tốt quy mô và khả năng phát triển của doanh nghiệp trong tương lai, từ đó nâng cao khả năng cạnh tranh và cải thiện kết quả kinh doanh ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Gerbing & Anderson (1988). Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach. *Psychological Bulletin*, 103, 411-423.
2. Gray và Hooley (2002). Guest editorial: Market orientation and service firm performance-a research agenda. *European Journal of Marketing*, 36(9-10), 980-989.
3. Guo (2002). Soil carbon stocks and land use change: A meta analysis. *Global Change Biology*, 8(4), 345-360.
4. Jaworski, J. B. & Kohli, K. A. (1990). Market-orientation: The Construct, Research Propositions, and Managerial Implications. *Journal of Marketing*, 54, 1-18.

5. Narver và Slater (1990). The Effect of a Market Orientation on Business Profitability. *Journal of Marketing*, October 1990, 20-35.
6. Nunnally & Burnstein (1994). The Assessment of Reliability. *Psychometric Theory*, 3, 248-292.
7. Trần Thị Nguyệt và Trần Trung Vỹ (2009). Định hướng thị trường và kết quả kinh doanh của ngành Nhựa Việt Nam hiện nay. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ, Trường Đại học Đà Nẵng*.
8. VCCI Việt Nam và tổ chức Fulbright, (2020), *Báo cáo kinh tế thường niên DBSCL 2020 - Nâng cao năng lực cạnh tranh để phát triển bền vững*.
9. Viện Nghiên cứu Quản lý kinh tế Trung ương, (2020). *Kinh tế Việt Nam năm 2020 và triển vọng 2021 - Đổi mới để thích ứng*. Chương trình Australia hỗ trợ cải cách kinh tế Việt Nam.
10. Viện Friedrich Ebert CHLB Đức, (1999). *Kỷ yếu khoa học: Dự án chính sách hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam*.
11. VCCI (2020 - 2022), *Báo cáo thường niên DBSCL*.

Ngày nhận bài: 18/1/2023

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 18/2/2023

Ngày chấp nhận đăng bài: 26/2/2023

Thông tin tác giả:

ThS. NGUYỄN THỊ MỸ PHƯƠNG

Trường Đại học Cửu Long - Vĩnh Long

THE RELATIONSHIP BETWEEN MARKET ORIENTATION AND BUSINESS PERFORMANCE: EMPIRICAL EVIDENCE FROM SOME SME'S IN THE MEKONG DELTA

● Master. **NGUYEN THI MY PHUONG**

Mekong University

ABSTRACT:

This study is to determine the relationship between market orientation and the business performance of small and medium-sized enterprises (SMEs) in the Mekong Delta. The study finds out that the market orientation directly and positively affects the business performance of SMEs in the Mekong Delta. Based on the study's findings, some solutions are proposed to help SMEs in the Mekong Delta in particular and in Vietnam in general better determine the size and chance for developing their businesses in the future, and strengthen their competitiveness to better respond to market changes in the digital era.

Keywords: market orientation, business results, small and medium-sized enterprises, Mekong Delta.