

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHU VỰC THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

NGUYỄN THÀNH LONG (*)

TÓM TẮT

Bài viết này được thực hiện nhằm phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các trường đại học dựa trên lý thuyết của Michael E. Porter và phương pháp Thompson - Strickland, từ đó đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh cho các trường đại học tại thành phố Hồ Chí Minh. Kết hợp phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng tác giả tiến hành khảo sát 230 sinh viên đã, đang học và nghiên cứu ở các trường đại học tại thành phố Hồ Chí Minh. Kết quả nghiên cứu cho thấy năng lực của các trường chịu tác động bởi 9 nhân tố: (1) Năng lực nghiên cứu và phát triển; (2) Năng lực thương hiệu; (3) Năng lực cơ sở vật chất, trang thiết bị; (4) Năng lực đào tạo; (5) Năng lực tài chính; (6) Năng lực đội ngũ giảng viên; (7) Năng lực hợp tác quốc tế; (8) Năng lực marketing; (9) Năng lực môi trường văn hóa.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Đại học Harvard (Mỹ), Tokyo (Nhật), Cambridge (Anh), Leiden (Hà Lan),... là những trường đại học đã tạo được thương hiệu và uy tín cho chính mình. Họ có khả năng thu hút sinh viên xuất sắc và con em của những gia đình giàu có từ khắp nơi trên thế giới với học phí rất cao và đầu vào khắc nghiệt.

Đối với các trường đại học lớn trên thế giới, khả năng cạnh tranh thu hút sinh viên đã trở thành vấn đề sống còn cho sự tồn tại và phát triển. Trong khi đó, hầu hết các trường đại học ở nước ta đều đặt nặng mục tiêu phục vụ giáo dục - đào tạo, bởi vì nhiều ý kiến cho rằng giáo dục thuộc môi trường hàn lâm không nên mang dấu ấn kinh doanh.

Tuy nhiên, nếu nhìn nhận và phân tích kỹ vấn đề, ta thấy suy nghĩ trên đúng nhưng chưa đủ, vì một thực thể muốn tồn tại được trong môi trường biến động và cạnh tranh khốc liệt như hiện nay phải biết tự vận động để phát triển.

Trong những năm gần đây, một số trường đại học ở Việt Nam đã nhận thức được giáo dục phải gắn liền với nhu cầu của xã hội. Điều này có nghĩa là sản phẩm của trường đại học phải được xã hội chấp nhận. Đây là những dấu hiệu tích cực, chứng tỏ các trường đại học có sự nhạy bén và thích ứng với điều kiện mới của nền kinh tế thị trường.

Để nâng cao năng lực cạnh tranh của mình một số trường đại học trong nước, cần tạo nên tên tuổi bằng việc nâng cao chất lượng đào tạo, tuyển chọn giảng viên giỏi, liên kết, hợp tác với các viện, trường quốc tế,... Chính vì vậy, nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng năng lực cạnh tranh của trường đại học tại thành phố Hồ Chí Minh sẽ chỉ ra những nhân tố quan trọng cần tập trung để nâng cao năng lực cạnh tranh cho các trường.

(*) Thạc sĩ. Trường Đại học Công nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

2.1. Cơ sở lý thuyết

Michael Porter (Giáo sư Đại học Harvard, Hoa Kỳ) được xem là “cha đẻ” của chiến lược cạnh tranh, là nhà tư tưởng chiến lược cạnh tranh bậc thầy của thời đại. Ông đã viết hai cuốn sách nổi tiếng là: “Chiến lược cạnh tranh” (Competitive Strategy, 1980) và “Lợi thế cạnh tranh quốc gia” (Competitive Advantage of Nations, 1990). Hai tác phẩm này chứa đựng hầu hết những tư tưởng của ông về cạnh tranh thị trường. Michael Porter cho rằng, nếu một công ty chỉ tập trung vào hai mục tiêu tăng trưởng và đa dạng hoá sản phẩm thì không đảm bảo cho sự thành công lâu dài. Điều quan trọng nhất đối với bất kỳ một công ty nào là xây dựng được một lợi thế cạnh tranh bền vững (sustainable competitive advantage).

Mô hình kim cương của Michael Porter phân tích 4 yếu tố chính tạo ra năng lực cạnh tranh là: nhu cầu thị trường, vốn, chiến lược doanh nghiệp và ngành công nghiệp hỗ trợ. Các yếu tố này được đặt trong sự tác động của Chính phủ và cơ hội thị trường. Đây là phương pháp phù hợp khi phân tích năng lực cạnh tranh của một quốc gia hoặc một địa phương. Tuy nhiên, khi sử dụng để phân tích năng lực cạnh tranh của trường đại học thì phương pháp này có những hạn chế. *Thứ nhất*, phương pháp này bỏ sót việc phân tích nhiều yếu tố nội bộ trường như trình độ giảng viên, mối quan hệ, thương hiệu,... *Thứ hai*, phương pháp này cũng không xét một cách toàn diện yếu tố môi trường cạnh tranh.

Phương pháp ma trận hình ảnh cạnh tranh trong quản trị chiến lược có ưu điểm là chỉ rõ tương quan giữa trường này với các trường khác về từng khía cạnh. Nó cũng cho biết năng lực cạnh tranh tuyệt đối của trường với các trường khác. Tuy nhiên, nếu áp dụng phương pháp này thì sẽ gặp hai khó khăn. *Thứ nhất*,

phương pháp này bị giới hạn về số lượng đối thủ có thể so sánh. *Thứ hai*, khi nghiên cứu về các trường khác trên thế giới thì việc thu thập thông tin đầy đủ là rất khó khăn.

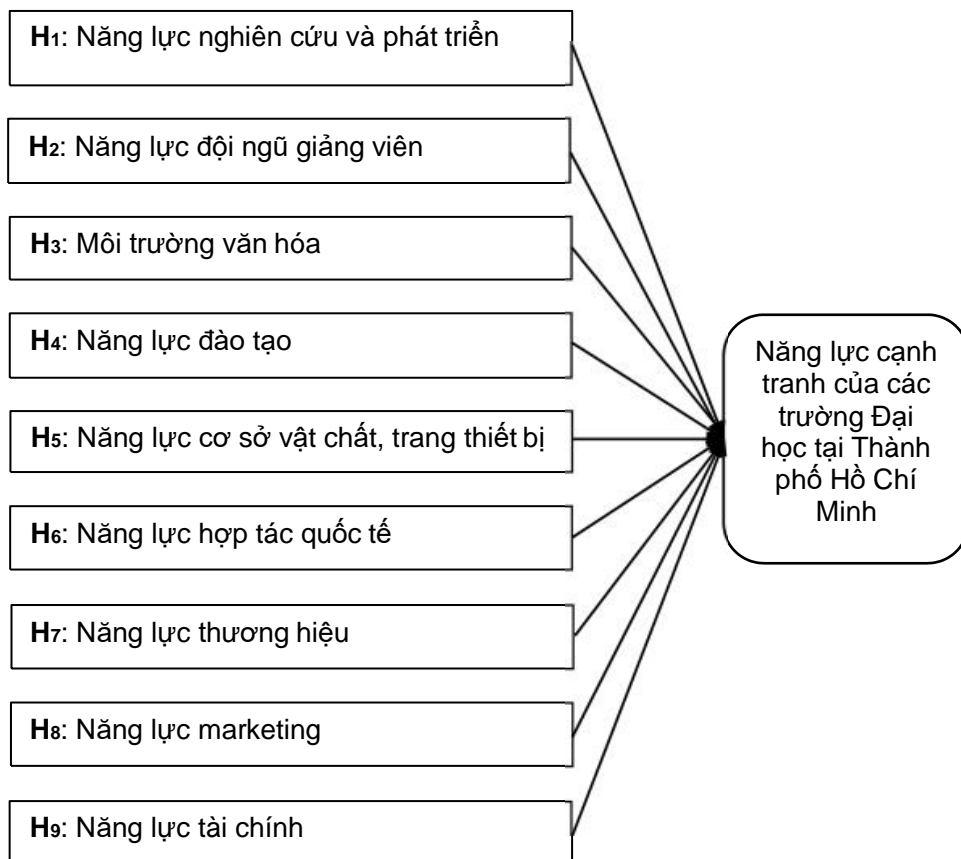
Còn theo Parasuraman & ctg (1988, 1991), chất lượng dịch vụ không thể xác định chung chung mà phụ thuộc vào cảm nhận của khách hàng đối với dịch vụ đó và sự cảm nhận này được xem xét trên nhiều yếu tố. Mô hình SERVQUAL được xây dựng dựa trên quan điểm chất lượng dịch vụ cảm nhận là sự so sánh giữa các giá trị kỳ vọng/mong đợi (expectations) và các giá trị khách hàng cảm nhận được (perception). SERVQUAL xem xét hai khía cạnh chủ yếu của chất lượng dịch vụ là kết quả dịch vụ (outcome) và cung cấp dịch vụ (process) được nghiên cứu thông qua 22 thang đo của năm tiêu chí: sự tin cậy (reliability), hiệu quả phục vụ (responsiveness), sự hữu hình (tangibles), sự đảm bảo (assurance), và sự cảm thông (empathy). Phương pháp này rất phù hợp để đánh giá chất lượng dịch vụ, qua đó có thể khẳng định một dịch vụ nào đấy.

Chính vì vậy, khi nghiên cứu năng lực cạnh tranh của trường, tác giả không sử dụng các phương pháp trên đây. Phương pháp được lựa chọn là phương pháp do Thompson - Strickland, tức là sử dụng ma trận đánh giá các yếu tố nội bộ của trường (Phan Minh Hoạt, 2007). Phương pháp này không đòi hỏi phải nắm rõ thông tin về đối thủ, mà chỉ cần có cái nhìn tổng quan về tình hình cạnh tranh trên của các trường và hiểu rõ bản thân mình. Phương pháp Thompson - Strickland phù hợp với điều kiện tác giả nghiên cứu.

2.2. Mô hình nghiên cứu

Dựa trên khung nền lý thuyết của Michael E. Porter và phương pháp Thompson - Strickland, tác giả đã tiến hành tham khảo ý kiến các chuyên gia ngành giáo dục, Luật Giáo dục tại Việt Nam và đề xuất mô hình nghiên cứu:

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Các giả thuyết nghiên cứu:

- **H1:** Năng lực nghiên cứu và phát triển có ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các trường đại học tại thành phố Hồ Chí Minh.
- **H2:** Năng lực đội ngũ giảng viên có ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các trường đại học tại thành phố Hồ Chí Minh.
- **H3:** Môi trường văn hóa có ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các trường đại học tại thành phố Hồ Chí Minh.
- **H4:** Năng lực đào tạo có ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các trường đại học tại thành phố Hồ Chí Minh.
- **H5:** Năng lực cơ sở vật chất, trang thiết bị có ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các trường đại học tại thành phố Hồ Chí Minh.
- **H6:** Năng lực hợp tác quốc tế có ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các trường đại học tại thành phố Hồ Chí Minh.
- **H7:** Năng lực thương hiệu có ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các trường đại học tại thành phố Hồ Chí Minh.
- **H8:** Năng lực marketing có ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các trường đại học tại thành phố Hồ Chí Minh.
- **H9:** Năng lực tài chính có ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các trường đại học tại thành phố Hồ Chí Minh.

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Nghiên cứu này được thực hiện thông qua năm giai đoạn:

Giai đoạn 1: Căn cứ vào các lý thuyết về năng lực cạnh tranh để xác định các biến quan sát cần thiết. Dựa vào phương pháp Thompson - Strickland, tác giả đã sử dụng phương pháp định tính để tiến hành thảo luận nhóm, tham khảo ý kiến của những chuyên gia đầu ngành để chọn ra các biến và nhóm biến quan sát (gồm 9 yếu tố).

Giai đoạn 2: Dựa vào 9 nhóm yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh, tác giả đã tiến hành thiết kế bảng câu hỏi và khảo sát sơ bộ để loại những biến không có tác động (gồm 45 biến quan sát và tiến hành khảo sát sơ bộ hơn 30 giảng viên, chuyên gia tham gia giảng dạy và học tập tại các trường đại học trong khu vực thành phố Hồ Chí Minh. Kết quả khảo sát được nhập liệu và dùng hệ số Cronbach's Alpha kiểm định thang đo.

Giai đoạn 3: Sau khi hoàn thành việc kiểm định thang đo sơ bộ và loại đi 9 biến quan sát không cần thiết. Như vậy, bộ thang đo năng lực cạnh tranh gồm 9 nhóm yếu tố với 36 biến quan sát sẽ được thiết kế lại để điều tra chính thức. Cuộc khảo sát được tổ chức từ tháng 1/2013 đến tháng 3/2013. Đối tượng phỏng vấn là giảng viên, sinh viên các hệ đang học và đã ra trường đi làm, các nhà tuyển dụng,... đang học tập và làm việc trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh. Việc khảo sát được triển khai theo quy trình: liên hệ điện thoại xin gặp, sau đó gửi bảng câu hỏi phỏng vấn, trao đổi mục đích phỏng vấn và giải đáp những vấn đề đối tượng phỏng vấn chưa rõ. Kích thước mẫu được xác định là 230. Kết quả kiểm định thang đo chính thức được tiến, hệ số Cronbach Alpha của 9 nhóm yếu tố với 36 biến quan sát đều lớn 0,7. Vì thế, tất cả các thang đo đều được chấp nhận và độ chính xác khá cao.

Giai đoạn 4: Sau khi hoàn thành việc khảo sát và kiểm định thang đo chính thức, tác giả tiến hành phân tích nhân tố khám phá (EFA) để thu nhỏ và tóm tắt các dữ liệu (Hoàng Trọng - Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2005). Phương pháp phân tích nhân tố dựa vào Eigenvalue, theo đó chỉ những nhân tố nào có Eigenvalue lớn hơn 1 mới được giữ lại trong mô hình phân tích. Những nhân tố có Eigenvalue nhỏ hơn 1 sẽ không có tác dụng tóm tắt thông tin tốt hơn một biến gốc, vì sau khi chuẩn hóa mỗi biến gốc có phương sai là 1. Phương pháp rút trích các thành phần chính (*Principal components*) và phương pháp xoay nguyên gốc các nhân tố Varimax Procedure được sử dụng để tối thiểu hóa số lượng biến có hệ số lớn tại cùng một nhân tố, tăng khả năng giải thích các nhân tố.

Giai đoạn 5: Dựa vào kết quả của phân tích nhân tố khám phá (EFA) tác giả tiến hành xác định lại mô hình nghiên cứu và đặt ra các giả thuyết nghiên cứu cho mô hình. Dựa trên các nguyên tắc phân tích hồi quy tuyến tính bội và kiểm định các giả thuyết của mô hình, từ đó xem xét mức độ tác động của các yếu tố này đến năng lực cạnh tranh của các trường đại học tại thành phố Hồ Chí Minh.

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1. Kết quả kiểm định thang đo

Kết quả kiểm định thang đo chính thức (*Chi tiết theo bảng 1*) cho thấy thang đo có độ chính xác khá cao với hệ số Cronbach's Alpha > 0,7 và các hệ số tương quan biến tổng của các biến đo lường nhân tố này đều đạt chuẩn cho phép (>0,3). Vì thế, tất cả các thang đo đều được chấp nhận và đưa vào phân tích nhân tố khám phá tiếp theo (Xem bảng 1).

4.2 Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Phương pháp phân tích nhân tố khám phá dựa vào Eigenvalue, theo đó chỉ những

nhân tố nào có Eigenvalue lớn hơn 1 mới được giữ lại trong mô hình phân tích. Những nhân tố có Eigenvalue nhỏ hơn 1 sẽ không có tác dụng tóm tắt thông tin tốt hơn một biến gốc, vì sau khi chuẩn hóa mỗi biến gốc có phương sai là 1. Phương pháp này rút trích các thành phần chính (*Principal components*) và phương pháp xoay nguyên gốc các nhân tố Varimax Procedure được sử dụng để tối thiểu hóa số lượng biến có hệ số lớn tại cùng một nhân tố, tăng khả năng giải thích các nhân tố.

Kết quả phân tích nhân tố ở bảng cho thấy tổng phương sai trích là 80,3% lớn hơn 50%; hệ số tải nhân tố (factor loading) lớn hơn 0.4; sự khác biệt về phương sai trích giữa các yếu tố đều lớn hơn 0.2. Kết quả này chỉ ra rằng các biến quan sát trong tổng thể có mối tương

quan với nhau và phân tích nhân tố (EFA) là thích hợp với dữ liệu (Xem Bảng 2).

4.3. Phân tích hồi quy tuyến tính bội

Phương pháp phân tích hồi quy: là sự nghiên cứu mức độ ảnh hưởng của một hay nhiều biến độc lập (independent variables) đến một biến phụ thuộc (dependent variables) nhằm dự báo biến kết quả dựa vào các giá trị được biết trước của các biến giải thích. Căn cứ vào kết quả kiểm định nhân tố khám phá (EFA), để đo lường mức độ tác động của các nhóm nhân tố đến năng lực cạnh tranh, tác giả tiến hành phân tích hồi quy tuyến tính bội và kiểm định các giả định của mô hình với 9 nhóm nhân tố là biến độc lập để đo lường năng lực cạnh tranh của các trường đại học tại thành phố Hồ Chí Minh (**Biến phụ thuộc - xem Bảng 3**).

Mã hóa	Thành phần	Hệ số Cronbach's Alpha
NCPT	Năng lực nghiên cứu và phát triển	0.904
NLGV	Năng lực đội ngũ giảng viên	0.908
MTVH	Môi trường văn hóa	0.895
NLĐT	Năng lực đào tạo	0.792
CSVC	Năng lực cơ sở vật chất, trang thiết bị	0.821
HTQT	Năng lực hợp tác quốc tế	0.782
TH	Năng lực thương hiệu	0.758
MAR	Năng lực marketing	0.740
TC	Năng lực tài chính	0.814

Mã hóa	Chi tiết biến quan sát	Nhân tố								
		1	2	3	4	5	6	7	8	9
NCPT1	Kinh phí cho nghiên cứu	.845								
NCPT2	Năng lực nghiên cứu của giảng viên	.845								
NCPT3	Khả năng thực hiện đề tài nghiên cứu độc lập của giảng viên	.842								
NCPT4	Năng lực tổ chức phối hợp, chuyển giao	.810								
NCPT5	Cơ sở vật chất hỗ trợ hoạt động học tập và nghiên cứu (sân vận động, phòng đọc, phòng thí nghiệm,...)	.663								
NLGV1	Thâm niên giảng dạy của giảng viên	.865								
NLGV2	Chiến lược phát triển giảng viên	.865								
NLGV3	Trình độ chuyên môn của giảng viên	.771								
NLGV4	Hệ thống kiểm soát đào tạo	.520								
MTVH1	Mô hình đào tạo công lập		.912							
MTVH2	Năng lực của cán bộ quản lý khoa, viện, phòng ban		.908							
MTVH3	Tinh thần đoàn kết tương trợ trong trường		.748							
MTVH4	Sức mạnh của các hoạt động thanh niên, đoàn thể		.733							
NLĐT1	Năng lực giảng dạy bằng ngoại ngữ			.677						
NLĐT2	Năng lực nghiên cứu, giảng dạy của giảng viên			.670						
NLĐT3	Mô hình tổ chức đào tạo			.621						
NLĐT4	Chất lượng giáo trình, tài liệu tham khảo			.578						
CSV1	Tin học hóa công tác quản lý				.875					
CSV2	Tin học hóa công nghệ đào tạo				.799					
CSV3	Hệ thống phòng máy tính, thí nghiệm, thực nghiệm				.708					
CSV4	Số lượng giáo trình và tài liệu tham khảo				.708					
HTQT1	Thương hiệu được cảm nhận là có chất lượng					.794				
HTQT2	Các quan hệ quốc tế đã có					.701				
HTQT3	Năng lực phát triển các loại hình nghiên cứu và tư vấn					.581				
HTQT4	Năng lực cán bộ làm công tác hợp tác quốc tế					.565				
TH1	Thương hiệu được nhiều người biết đến						.748			
TH2	Thương hiệu trường công lập						.661			
TH3	Trang thiết bị, cơ sở vật chất phục vụ giảng dạy						.579			
TH4	Thương hiệu có truyền thống lâu dài						.529			
MAR1	Có chiến lược marketing							.862		
MAR2	Năng lực phát triển các sản phẩm đào tạo							.713		
MAR3	Năng lực nghiên cứu thị trường giáo dục							.685		
MAR4	Năng lực PR							.573		
TC1	Năng lực tài chính tự thân								.804	
TC2	Khả năng huy động nguồn tài chính khác								.754	
Eigenvalue		9.093	4.794	3.125	2.694	2.174	1.951	1.669	1.522	1.094
Variance explained %		25.98	13.70	8.93	7.70	6.21	5.76	4.77	4.35	3.28
Cumulative variance explained %		25.98	39.68	48.61	56.30	62.52	68.01	72.86	77.20	80.33

Bảng 3: Kết quả phân tích hồi quy tuyến tính bội

Biến	Beta đã Chuẩn hóa	t	Mức ý nghĩa Sig
Năng lực nghiên cứu và phát triển	0.555	26.49	0.000
Năng lực đội ngũ giảng viên	0.169	7.157	0.000
Môi trường văn hóa	0.059	2.496	0.013
Năng lực đào tạo	0.379	16.06	0.000
Năng lực cơ sở vật chất, trang thiết bị	0.389	16.45	0.000
Năng lực hợp tác quốc tế	0.151	6.40	0.000
Năng lực thương hiệu	0.415	17.56	0.000
Năng lực marketing	0.086	3.63	0.000
Năng lực tài chính	0.198	8.40	0.000
F - value	174.509		
R ₂ - value	87.70%		
Adjuster R ₂ - value	87.20%		
Durbin-Watson	1.752		

Kết quả phân tích hồi quy được trình bày qua các bảng 3 cho thấy $R_2 = 0.877$ nghĩa là mô hình hồi quy tuyến tính đã xây dựng phù hợp, với độ thích hợp đến 87.7%. R_2 hiệu chỉnh = 0.872, điều này giải thích được hơn 87.2% sự ảnh hưởng của năng lực cạnh tranh được giải thích bằng 9 nhóm biến quan sát đề cập đến trong mô hình, còn lại 12.8% sự ảnh hưởng được giải thích bằng các biến nằm ngoài mô hình. Giá trị $F=174,509$ và giá trị sig $< 0,05$ cho thấy mô hình hồi quy xây dựng là phù hợp với dữ liệu thu thập được và các biến đều có ý nghĩa về mặt thống kê với mức ý nghĩa là 5%. Các biến đưa vào mô hình có mối quan hệ tuyến tính với biến phụ thuộc, chính vì vậy các giả thuyết $H_1, H_2, H_3, H_4, H_5, H_6, H_7, H_8, H_9$ đều được chấp nhận. Mô hình hồi quy tuyến tính các nhân tố như sau:

$$Y = 0,555 \cdot X_1 + 0,169 \cdot X_2 + 0,059 \cdot X_3 + 0,379 \cdot X_4 + 0,389 \cdot X_5 + 0,151 \cdot X_6 + 0,415 \cdot X_7 + 0,086 \cdot X_8 + 0,198 \cdot X_9$$

(Trong đó: Y: Năng lực cạnh tranh của các trường đại học tại thành phố Hồ Chí Minh; X_1 : Năng lực nghiên cứu và phát triển; X_2 : Năng lực đội ngũ giảng viên; X_3 : Môi trường văn hóa; X_4 : Năng lực đào tạo; X_5 : Năng lực cơ sở vật chất, trang thiết bị; X_6 :

Năng lực hợp tác quốc tế; X_7 : Năng lực thương hiệu; X_8 : Năng lực marketing; X_9 : Năng lực tài chính)

5. KẾT LUẬN VÀ ĐỀ XUẤT

Nghiên cứu cho thấy có 9 nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các trường đại học tại thành phố Hồ Chí Minh và mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố có sự khác nhau chi tiết theo bảng 4.

Bảng 4: Mức độ tác động của các nhân tố đến năng lực cạnh tranh của các trường đại học tại TP.HCM

Nhân tố	Hệ số hồi quy
1. Năng lực nghiên cứu và phát triển (X_1)	0,555
2. Năng lực thương hiệu (X_7)	0,415
3. Năng lực cơ sở vật chất, trang thiết bị (X_5)	0,389
4. Năng lực đào tạo (X_4)	0,379
5. Năng lực tài chính (X_9)	0,198
6. Năng lực đội ngũ giảng viên (X_2)	0,169
7. Năng lực hợp tác quốc tế (X_6)	0,151
8. Năng lực marketing (X_8)	0,086
9. Năng lực môi trường văn hóa (X_3)	0,059

Theo kết quả phân tích trên thì 9 nhân tố trên đều có tác động và tương quan thuận đến năng lực cạnh tranh của các trường đại học tại thành phố Hồ Chí Minh, trong đó 3 nhân tố dẫn đầu ảnh hưởng mạnh nhất: thứ nhất: năng lực nghiên cứu và phát triển; thứ 2: năng lực thương hiệu; thứ 3: năng lực cơ sở vật chất, trang thiết bị. Các nhân tố còn lại đều ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các trường đại học tại thành phố Hồ Chí Minh với những mức độ khác nhau. Đây chính là cơ sở quan trọng để các trường xem xét đầu tư vào những nhóm nhân tố có tác động mạnh nhất nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của mình thu hút sinh viên giỏi đến với mình.

Trên cơ sở kết quả nghiên cứu, tác giả có một số kiến nghị, đề xuất cho các nhà hoạch định chính sách, các trường đại học tại TP.HCM nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của mình:

- Các trường cần xây dựng cơ chế chính sách khuyến khích hoạt động nghiên cứu khoa học, chuyển giao công nghệ cho giảng viên và sinh viên một cách cụ thể rõ ràng. Giảm giờ giảng cho các giảng viên tham gia nghiên cứu khoa học. Đưa hoạt động nghiên cứu khoa học vào các tiêu chí thi đua và đánh giá hoàn thành nhiệm vụ.

- Các trường cần xây dựng mô hình tổ chức và quản lý chất lượng kiểm tra định kỳ, xây dựng chương trình giới thiệu về chất lượng đào tạo dịch vụ đào tạo, các dịch vụ sinh viên, kết quả học tập và nghiên cứu khoa học, kết quả chuyển giao công nghệ của mình trên các loại hình thông tin đại chúng. Chính đốn nội dung và cập nhật thường xuyên thông tin của trường lên Website.

- Trường cần đầu tư cho các tổ chức Công đoàn, Đoàn Thanh niên tích cực tham gia các hoạt động văn thể mỹ và kết hợp quảng bá hình ảnh, Logo trường trong quá trình tham gia. Thành lập các chương trình học bổng là

một trong những liên kết tốt với các doanh nghiệp, mạnh thường quân, cũng là một kênh để quảng bá thương hiệu. Xây dựng nhà truyền thống để gợi nhớ, liên kết và phát triển, các chương trình giao lưu, hội thảo,... để xây dựng một môi trường văn hoá hiện đại.

- Đầu tư nâng cấp hệ thống phòng thí nghiệm, thực nghiệm, trung tâm mô phỏng phục vụ cho việc học tập và nghiên cứu của giảng viên và sinh viên. Đầu tư cập nhật các tài liệu giáo trình mới, tài liệu điện tử. Mua bản quyền truy cập các thông tin từ các trang web mạng, tạp chí của thế giới.

- Khắc phục ngay kiểu quản lý dạy học buộc giảng viên phải lệ thuộc vào những qui trình, khuôn mẫu sẵn có. Động viên và tạo điều kiện để giảng viên chủ động phát huy sáng kiến cá nhân trong việc chọn lựa phương pháp đào tạo, biên soạn, biên dịch, xuất bản giáo trình cho các môn học chủ yếu ở các hệ đào tạo đại học, sau đại học và cao đẳng.

- Phân phối các nguồn lực hợp lý, tập trung cho đầu tư trọng điểm, có chính sách chi tiêu tiết kiệm, ưu tiên chi cho nguồn lực cho đầu tư phát triển, đào tạo phát triển nguồn lực, đội ngũ cán bộ giảng dạy, nghiên cứu khoa học.

- Đầu tư cho công tác đào tạo, bồi dưỡng giảng viên ở trong và ngoài nước, đưa giảng viên đi nghiên cứu thực tiễn ở các cơ sở công nghiệp, tạo điều kiện để giảng viên học cao học, làm nghiên cứu sinh. Bên cạnh việc thu hút đội ngũ nhà khoa học giảng viên có trình độ, có học vị học hàm trường cần phải xem xét thanh lọc lại đội ngũ hiện tại. Cần có chế độ chính sách cụ thể để giữ chân người có năng lực và đào thải những giảng viên không đủ trình độ chuyên môn tham gia giảng dạy.

- Kiện toàn tổ chức bộ máy của nhà trường theo hướng điều chỉnh, sắp xếp bộ máy nhà trường gọn nhẹ hiệu quả để đáp ứng nhiệm vụ trong tình hình mới, ứng dụng có hiệu quả công nghệ thông tin trong công

tác quản lý hành chính. Định kỳ thực hiện việc lấy ý kiến phản hồi của các đối tượng trong và ngoài trường, đặc biệt là sinh viên nhằm bổ sung, điều chỉnh mục tiêu. Hoàn chỉnh các văn bản quy chức năng nhiệm vụ cho từng đơn vị, giảng viên và sinh viên trong trường.

6. HẠN CHẾ VÀ HƯỚNG NGHIÊN CỨU TIẾP THEO

Kết quả nghiên cứu còn một số hạn chế như tác giả đã vận dụng nền lý thuyết của Michael E. Porter và phương pháp Thompson – Strickland (đặc thù cho doanh nghiệp) để xây dựng mô hình nghiên cứu cho trường đại học. Việc chọn mẫu thuận tiện nên hạn chế về tính tổng quát của đề tài. Nghiên cứu này tập trung vào đánh giá thang đo bằng hệ số tin cậy Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố khám phá - EFA, kiểm định mô hình lý thuyết bằng phân tích hệ số tương quan và hồi qui tuyến tính bội. Vì vậy cần kiểm định mô hình lý thuyết ở mức cao hơn như phương pháp phân tích mô hình cấu trúc - SEM để vừa kiểm định giả thuyết vừa xác định mối quan hệ nhân quả giữa các khái niệm nghiên cứu.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Chan Kim và Renée Mauborgne (2007), *Chiến lược đại dương xanh*, Nxb Tri Thức, Hà Nội.
2. Dương Ngọc Dũng (2006), *Chiến lược cạnh tranh theo Lý thuyết Michael Porter*, Nxb Tổng Hợp, TP. HCM.
3. Phan Minh Hoạt (2007), *Vận dụng phương pháp Thompson - Strickland đánh giá so sánh tổng thể năng lực tranh của doanh nghiệp*, Viện Khoa học Thống kê, Hà Nội.
4. Hội đồng biên soạn từ điển quốc gia (2001), *Từ điển thuật ngữ kinh tế học*, Nxb Từ điển Bách khoa, Hà Nội.
5. Parasuraman, A., Berry, L. L. & Zeithaml, V.A., (1991), Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale, *Journal of Retailing*, 67 (4): 420-450.
6. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L. L., (1988), SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, *Journal of Retailing*, 64 (1): 12-40.
7. Michael Porter (1980), *Chiến lược cạnh tranh*, Nxb Trẻ, TP. HCM.
8. Michael Porter (1990), *Lợi thế cạnh tranh quốc gia*, Nxb Trẻ, TP. HCM.
9. Nguyễn Vĩnh Thanh (2005), "Nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam trong giai đoạn hiện nay", *Tạp chí Phát triển kinh tế*, số 11/2005.
10. Nguyễn Đình Thọ - Nguyễn Thị Mai Trang (2008), "Năng lực động của doanh nghiệp Việt Nam trong thời kỳ hội nhập", *Tạp chí Phát triển kinh tế*, số (17) pp 2-6.
11. Nguyễn Đình Thọ (2011), *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh*, Nxb Lao động Xã hội.
12. Hoàng Trọng - Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*, Nxb Hồng Đức.

ABSTRACT

This research was conducted to analyze factors influencing competitive advantage among universities, according to Michael E. Porter theory and Thompson Strickland method. These findings will recommend some solutions in order to enhance competitive advantage among universities in HoChiMinh city. This empirical study combines both quantitative and qualitative methods to implement a survey, including 230 students undergraduate and graduate students in HoChiMinh city. The results showed that universities's competitive advantage comes from 9 factors, including: (1) Research and Development (R&D); (2) Brands; (3) Facilities and equipment; (4) Training program; (5) Finance; (6) Lecture staff; (7) Corporate international; (8) Marketing; (9) Cultural environment.