

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN TÍNH HỢP TÁC CHUỖI CUNG ỨNG NGÀNH CÔNG NGHIỆP CHẾ BIẾN ĐỒ GỖ VIỆT NAM

ThS. HUỖNH THỊ THU SƯƠNG*

Nghiên cứu này tập trung xem xét các nhân tố ảnh hưởng đến tính hợp tác chuỗi cung ứng của các doanh nghiệp VN trong ngành công nghiệp chế biến đồ gỗ. Các yếu tố được phân tích bao gồm: TRU (tín nhiệm), POW (quyền lực), FRE (tần suất), MAT (thân quen), DIS (khoảng cách), POL (chính sách), và ATT (thái độ). Nghiên cứu đã tiến hành thu thập dữ liệu, sau khi chọn lọc gồm 275 bảng khảo sát từ các giám đốc/tổng giám đốc các doanh nghiệp ngành chế biến đồ gỗ tại TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương. Kết quả cho thấy có 5 nhân tố tác động đáng kể đến tính liên kết chuỗi cung ứng của doanh nghiệp, đó là: tín nhiệm, quyền lực, tần suất, thân quen, và thái độ. Qua đó nghiên cứu cũng trình bày hàm ý về quản lý liên quan đến 5 nhân tố trên.

1. Đặt vấn đề

Phát triển sản xuất đồ gỗ đã mang lại hàng tỷ USD, đồ gỗ Việt đã có mặt trên 156 quốc gia và vùng lãnh thổ, mang lại rất nhiều lợi ích cho VN. Tuy nhiên việc tổ chức sản xuất và phân phối còn mang tính tự phát, chưa thể hiện sự kết nối giữa các bên tham gia, chưa đáp ứng về yêu cầu phát triển bền vững do nghiều nguyên nhân khách quan lẫn chủ quan. Một doanh nghiệp muốn duy trì vị thế, nâng cao khả năng cạnh tranh, mở rộng thị phần cần phải xác định một mô hình kinh doanh hiệu quả - chính là thiết lập cho mình chuỗi cung ứng hợp tác thích hợp. Chính vì vậy mục tiêu của nghiên cứu tập trung vào tìm ra và xác định mức độ tác động của các nhân tố đến tính hợp tác chuỗi cung ứng nhằm hướng đến những lợi ích mang lại cho doanh nghiệp như tăng doanh thu, giảm chi phí và linh hoạt trong hoạt động để đối phó với mức độ tăng cao không chắc chắn về cầu.

Nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng đến tính hợp tác chuỗi cung ứng đã được nhiều tác giả trên thế giới thực hiện. Cụ thể Christopher

(1998), Sahay (2003) đề cập về những lợi ích của việc tương tác trong phạm vi chuỗi cung ứng, Jenny Backstrand (2007) cho rằng có 4 nhân tố ảnh hưởng đến mức độ các quan hệ chuỗi cung ứng, gồm: tín nhiệm, quyền lực, độ thuần thực và tần suất giao dịch. Nghiên cứu này tập trung vào xác định một số nhân tố tác động đến hợp tác chuỗi cung ứng, từ đó dùng mô hình định lượng để tìm ra nhân tố nào chi phối đến sự hợp tác các thực thể trong chuỗi với mong muốn tiếp tục đóng góp thêm về mặt lý luận lẫn thực tiễn ý nghĩa của hợp tác chuỗi cung ứng cho các doanh nghiệp ngành gỗ để có thể tồn tại và phát triển bền vững trong bối cảnh cạnh tranh khốc liệt trên phạm vi toàn cầu hiện nay.

2. Cơ sở lý thuyết và các giả thuyết

Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến hợp tác chuỗi cung ứng ngành công nghiệp chế biến đồ gỗ thông qua 7 nhân tố sau đây:

2.1 Sự tín nhiệm giữa các đối tác (Trust)

Sự tín nhiệm phản ánh tin tưởng vào một đối tác và liên quan đến điểm yếu và không chắc

chấn ở một khía cạnh nào đó của đối tác được tin cậy (Joyce K. Y. Chan & Matthew K.O. Lee, 2002). McAllister D. (1995) cho rằng sự tín nhiệm xảy ra liên quan đến nhận thức và dựa vào hình thức ảnh hưởng. Robert B. Handfield & Christian Bechtel (2001) bổ sung thêm ý niệm về tài sản hữu hình có thể đóng vai trò quan trọng trong việc nuôi dưỡng sự tín nhiệm giữa các đối tác của các mối quan hệ tổ chức trung gian. Theo Corbett & cộng sự (1999), một mối quan hệ thành công được đặc tả bằng sự tín nhiệm lẫn nhau và các doanh nghiệp có sự tín nhiệm nhau luôn có lợi nhuận, phục vụ khách hàng tốt hơn và dễ thích ứng hơn. Theo quan điểm của tác giả (2011), để các đối tác thuộc về chuỗi tín nhiệm thì còn có một yếu tố nữa trong điều kiện kinh doanh tại VN đó là uy tín của chính từng thành viên thể hiện qua thương hiệu, cung cách làm việc về thanh toán, ký kết và thực hiện hợp đồng. Một tổ chức họ sẽ khi thấy được những khía cạnh như đã đề cập từ đối tác thì dễ dàng tín nhiệm và khi đã tin tưởng thì họ sẵn sàng hợp tác liên kết với nhau. Chính vì vậy, giả thuyết đặt ra là:

H1: Các thành viên trong chuỗi cung ứng có mức độ tín nhiệm lẫn nhau càng cao thì sự hợp tác càng chặt chẽ và hiệu quả (H1 mang dấu +).

2.2 Quyền lực của các đối tác (Power)

Nếu quy mô, sức ảnh hưởng và vị thế của đối tác cao hơn thì trong quan hệ đó đối tác sẽ có quyền lực nhiều hơn. Khi một bên có quyền lực hơn, họ sẽ có nhiều khả năng gây sức ép trong việc đưa ra các quyết định có lợi cho mình (Jenny Backstrand, 2007). Theo Joyce K.Y.Chan & Matthew K.O.Lee (2002) cho rằng quyền lực được xem là trung tâm của tất cả các quan hệ kinh doanh. Một khi có quyền lực, doanh nghiệp có khả năng điều khiển, cho phép hoặc sử dụng ảnh hưởng của mình lên hành động của một cá nhân hay một doanh nghiệp khác theo kiểu mệnh lệnh. Theo quan điểm của tác giả, nhân tố quyền lực có được xuất phát cả chủ quan lẫn khách quan. Quyền lực chủ quan là do nguồn gốc, nguồn lực tài chính, nguồn nhân lực của chính doanh nghiệp đó sở hữu; một doanh nghiệp khi có nguồn tài chính dồi dào và nguồn nhân lực chất lượng cao, có thể phát minh ra các công nghệ kỹ

thuật đột phá thì chắc chắn sẽ nắm trong tay nhiều quyền lực. Quyền lực khách quan có được là do tình trạng sở hữu của doanh nghiệp, ngành nghề kinh doanh có thuộc nhóm ngành được Chính phủ bảo hộ hay không, có trong tình trạng độc quyền cung hay độc quyền mua hay không. Các yếu tố này càng cao thì quyền lực khách quan mang lại cho doanh nghiệp đó càng lớn và ngược lại. Chính vì vậy, giả thuyết đặt ra là:

H2: Các thành viên trong chuỗi cung ứng có quyền lực càng cao thì sự hợp tác càng chặt chẽ và hiệu quả (H2 mang dấu +)

2.3 Mức độ thuần thực, thân quen trong quan hệ giữa các đối tác (Maturity)

Gia tăng mức độ tương tác chuỗi cung ứng càng nhiều dẫn đến giảm được tính không chắc chắn trong dự đoán cung, cầu và cải thiện được hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Đây là cách tốt nhất để theo đuổi và đạt được lợi thế cạnh tranh. Các đặc điểm của quá trình thuần thực trong mối quan hệ đó là: khả năng có thể dự đoán, năng lực, quyền lực điều khiển, hiệu lực và hiệu quả (Childerhouse & cộng sự, 2003). Chính vì vậy, giả thuyết đặt ra là:

H3: Các thành viên trong chuỗi cung ứng có độ thuần thực trong các giao dịch càng cao thì sự hợp tác càng chặt chẽ và hiệu quả (H3 mang dấu +)

2.4 Tần suất, khối lượng giao dịch giữa các đối tác (Frequency)

Tần suất chính là mức độ thường xuyên đề cập đến một giao dịch thường xảy ra như thế nào (Ellarm, 1991). Không có một quy luật chung để quyết định các đối tác nên tương tác thường xuyên như thế nào, nhưng một ma trận danh mục gồm bốn nội dung liên quan đó là chiến lược, thuê ngoài, tự liên kết sản xuất và các liên quan mang tính thuận tiện. Giao dịch càng nhiều đưa đến hoạt động tương tác càng lớn và vì vậy định hình mối quan hệ gần gũi hơn và đảm bảo cho giao dịch đó suôn sẻ hơn (Cooper & cộng sự, 1997). Chính vì vậy, giả thuyết đặt ra là:

H4: Các thành viên trong chuỗi cung ứng có tần suất trong các giao dịch càng cao thì sự hợp tác trong chuỗi càng chặt chẽ và hiệu quả (H4 mang dấu +)

2.5 Khoảng cách giữa các đối tác (Distance)

Nghiên cứu này đề cập đến khoảng cách địa lý giữa các đối tác, thông thường các đối tác càng gần nhau có xu hướng giao dịch với nhau nhiều hơn do tiết kiệm thời gian và chi phí giao hàng. Tuy nhiên, trong bối cảnh toàn cầu hóa hiện nay thì khoảng cách địa lý mất dần ý nghĩa vì thế giới trở nên phẳng (Thomas L.Friedman, 2006), các doanh nghiệp trên toàn cầu có xu hướng liên kết với nhau vì mục tiêu hiệu quả và không quan tâm nhiều đến khoảng cách. Tuy nhiên đối với nền kinh tế chuyển đổi, vừa mở cửa như VN thì việc giao dịch với đối tác trong hay ngoài nước cũng đang được cân nhắc tính khả thi. Chính vì vậy, giả thuyết đặt ra là:

H5: Các thành viên trong chuỗi cung ứng có khoảng cách địa lý càng gần nhau thì sự hợp tác càng chặt chẽ và hiệu quả (H4 mang dấu +)

2.6 Các chính sách trong thương mại giữa các đối tác (Policies)

Chính sách trong thương mại có thể tạo ra nhiều thuận lợi cho đối tác và ngược lại. Nếu chính sách giao thương của đối tác cởi mở, sẽ khuyến khích và mở ra nhiều cơ hội giao thương và ngược lại. Chính sách xuất phát từ chính phủ như chính sách về thuế quan và phi thuế quan, chính sách từ chính các doanh nghiệp trong chuỗi, gồm: yêu cầu về công nghệ, kỹ thuật...(John T Menzer, 2001). Một chính sách ban hành sẽ có những ảnh hưởng nhất định đến khả năng hợp tác giữa các đối tác trong chuỗi cung ứng. Chính vì vậy, giả thuyết đặt ra là:

H6: Chính sách của DN trong chuỗi cung ứng thuận lợi sẽ tăng cường sự hợp tác và ngược lại (H6 mang dấu +)

2.7 Thái độ hợp tác giữa các bên gồm: cung cấp/sản xuất, sản xuất/tiêu dùng, cung cấp/cung cấp, sản xuất/ sản xuất (Attitude)

Các doanh nghiệp chỉ đồng ý tham gia liên kết khi thấy được các lợi ích mà họ kỳ vọng ở tương lai (Robert B. Handfield & Christian Bechtel, 2001). Thật vậy, doanh nghiệp thường mất khá nhiều thời gian nghĩa là phải đầu tư thời gian và chỉ rõ được các lợi ích tiềm tàng khi hợp tác với nhau, và quan trọng hơn phải có thái

độ tích cực hướng đến làm việc với nhau. Các thành viên phải thiết lập mối quan hệ ở mức độ cao và thường xuyên củng cố quan hệ đó (John T Menzer, 2001). Dựa trên một số quan điểm trên có thể thấy rằng trong điều kiện kinh doanh tại VN, thái độ hay nói tổng quan hơn là văn hóa hợp tác là một phạm trù còn khá mơ hồ và chưa định hình rõ nét. Do vậy, theo tác giả đây là nhân tố rất quan trọng góp phần vào việc hợp tác chuỗi cung ứng. Giả thuyết được đặt ra là:

H7: Các thành viên trong chuỗi cung ứng có thái độ tích cực hướng về làm việc với nhau khi giao dịch thì sự hợp tác càng hiệu quả (H7 mang dấu +)

Với các giả thuyết đặt ra ở trên, mô hình nghiên cứu được đề xuất (Hình 1)

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1 Kích thước mẫu

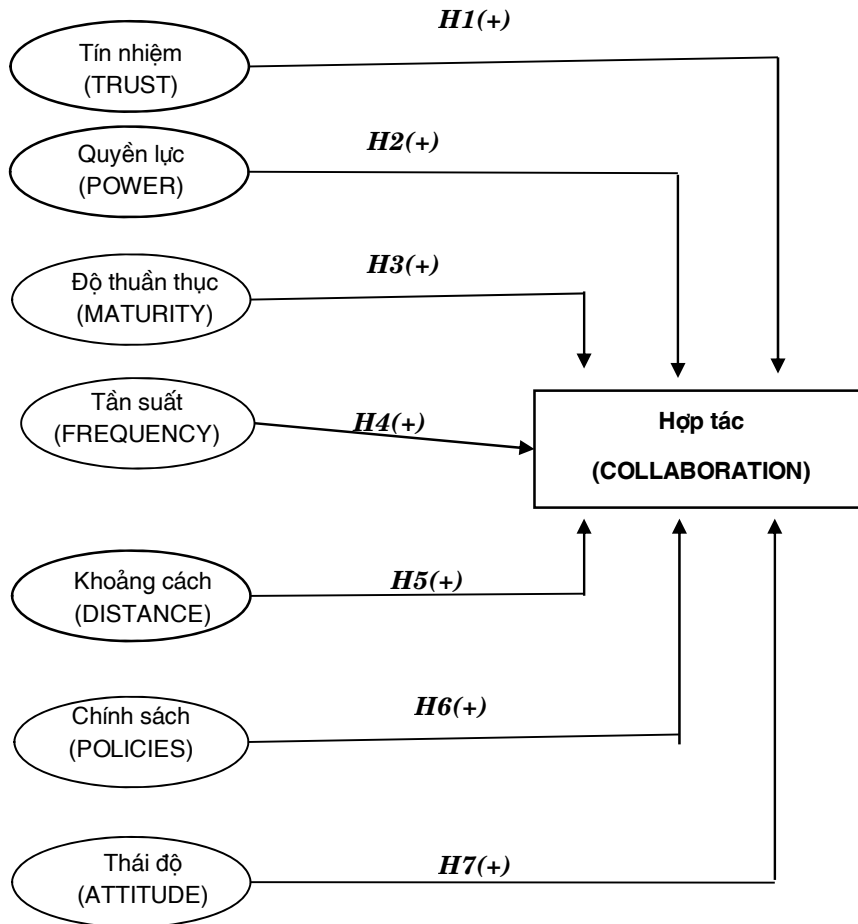
Nghiên cứu được thực hiện trên 3 địa bàn TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương theo ngành nghề đã xác định, quy mô, thời gian hoạt động và phải đảm bảo tính đại diện cho phía các nhà sản xuất trong hoạt động mua nguyên liệu, bán hàng... Tác giả tiến hành thu thập dữ liệu với kích cỡ mẫu khảo sát 300 doanh nghiệp hoạt động trong ngành sản xuất chế biến đồ gỗ tập trung tại địa bàn nghiên cứu.

3.2. Phương pháp thực hiện

3.2.1 Nghiên cứu sơ bộ

Được thực hiện thông qua hai phương pháp: định tính và định lượng. Mục đích của nghiên cứu định tính nhằm phát hiện những yếu tố có tác động đến tính hợp tác chuỗi cung ứng cũng như sự thỏa mãn giữa các thành viên, hiệu chỉnh thang đo cho phù hợp. Nghiên cứu định tính được tiến hành bằng cách thảo luận với 10 nhà quản lý tại các doanh nghiệp chế biến đồ gỗ để tìm hiểu các khái niệm và các đặc điểm hoạt động của các doanh nghiệp trong ngành trên địa bàn nghiên cứu, xây dựng thang đo nháp, đề cương thảo luận chuẩn bị trước được tiến hành từ tháng 1-3/2011. Tiếp theo, nghiên cứu định lượng được thực hiện bằng cách phỏng vấn 50 doanh nghiệp và lấy mẫu thuận tiện nhằm phát hiện những sai sót trong các bảng câu hỏi và bước đầu kiểm tra

thang đo. Kết quả của nghiên cứu sơ bộ đã xây dựng được một bảng câu hỏi dùng cho nghiên cứu chính thức rút gọn nhiều lần từ 56 biến quan sát xuống còn 35.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu theo giả thuyết

3.2.2 Nghiên cứu chính thức

Được thực hiện bằng phương pháp nghiên cứu định lượng, tiến hành ngay khi bảng câu hỏi được chỉnh sửa từ kết quả nghiên cứu sơ bộ. Nghiên cứu này khảo sát trực tiếp giám đốc bộ phận mua, bán hàng, kế hoạch và điều độ, hoặc tổng giám đốc và phó tổng giám đốc nhằm thu thập dữ liệu khảo sát được tiến hành từ tháng 3 – 5/2011. Các khái niệm nghiên cứu được đo lường bằng thang đo với nhiều biến quan sát. Thang đo đơn hướng 7 mức độ (Likert) được sử dụng với (1) hoàn toàn không đồng ý và (7) hoàn toàn đồng ý. Giá trị

của thang đo có được bằng cách lấy trung bình của các biến quan sát dùng để đại diện cho khái niệm cần nghiên cứu. Bảng câu hỏi thu về được dùng để đánh giá thang đo và kiểm định các giả thuyết. Các số liệu được xử lý bằng phần mềm SPSS phiên bản 16.0.

4. Phân tích dữ liệu

4.1 Mô tả mẫu

Với 300 mẫu được chọn để phân tích trên các doanh nghiệp trong ngành gỗ hoàn toàn thuộc vốn sở hữu VN, trong đó có 30% nhà nước, còn lại thuộc sở hữu tư nhân dưới dạng công ty trách nhiệm hữu hạn (45%), doanh nghiệp tư nhân (25%). Về quy mô trong 300 doanh nghiệp khảo sát, 20% có quy mô lớn, 80% có quy mô vừa và nhỏ. Kết quả khảo sát có 290 doanh nghiệp trả lời, trong đó có 275 mẫu đạt yêu cầu để đưa vào nhập dữ liệu phân tích. Tác giả đã tiến hành thống kê 275 mẫu này, bao gồm: 79 doanh nghiệp nhà nước chiếm 28,73%; 126 doanh nghiệp tư

nhân chiếm 45,82% và 70 doanh nghiệp cổ phần chiếm 25,45%. Hầu hết các doanh nghiệp tham gia trả lời có quy mô vừa và nhỏ.

4.2 Đánh giá thang đo và phân tích nhân tố

Hệ số Cronbach Alpha có giá trị từ 0,6 trở lên được chấp nhận sử dụng để kiểm tra độ tin cậy từng thành phần của thang đo tính hợp tác chuỗi cung ứng ngành gỗ. Kết quả phân tích cho thấy các khái niệm đều có hệ số alpha đạt yêu cầu, tuy nhiên khái niệm khoảng cách (DIS) có Alpha = 0,354 < 0,5 là không đạt yêu cầu vì không đủ độ

tin cậy dùng để đưa vào mô hình phân tích nhân tố (EFA).

Vì nhân tố khoảng cách (DIS) bao gồm 5 biến quan sát. Tác giả chạy kiểm định độ tin cậy của

Bảng 1. Kiểm định thang đo bằng hệ số tin cậy Cronbach Alpha

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Alpha nếu loại biến này
Thang đo mức độ tin nhiệm (TRU), $\alpha = 0,856$				
Tinnhiem_1	29,08	43,049	0,516	0,850
Tinnhiem_2	29,46	40,746	0,584	0,842
Tinnhiem_3	29,04	38,882	0,743	0,818
Tinnhiem_4	28,39	43,902	0,529	0,848
Tinnhiem_5	28,83	40,349	0,676	0,828
Tinnhiem_6	28,51	40,047	0,661	0,830
Tinnhiem_7	29,23	38,615	0,643	0,833
Thang đo quyền lực (POW), $\alpha = 0,747$				
Quyenuoc_1	12,42	14,493	0,601	0,660
Quyenuoc_2	12,96	14,345	0,582	0,668
Quyenuoc_3	12,17	13,524	0,492	0,724
Quyenuoc_4	12,39	14,413	0,511	0,706
Thang đo mức độ thuận thực (MAT), $\alpha = 0,838$				
Thuanthuc_1	0,660	15,659	0,700	0,781
Thuanthuc_2	0,668	16,448	0,723	0,772
Thuanthuc_3	0,724	17,785	0,587	0,830
Thuanthuc_4	0,706	16,748	0,673	0,793
Thang đo tần suất giao dịch (FRE), $\alpha = 0,829$				
Tansuat_1	15,39	12,188	0,697	0,766
Tansuat_2	15,55	12,898	0,644	0,791
Tansuat_3	15,51	11,601	0,744	0,743
Tansuat_4	15,92	12,658	0,553	0,834
Thang đo khoảng cách (DIS), $\alpha = 0,354$				
Khoangcach_1	18,55	12,365	0,251	0,230
Khoangcach_2	18,05	11,596	0,264	0,212
Khoangcach_3	17,24	15,754	0,099	0,360
Khoangcach_4	17,43	15,093	0,177	0,304
Khoangcach_5	18,76	16,198	0,074	0,376
Thang đo chính sách (POL), $\alpha = 0,846$				
Chinh sach_1	14,71	19,800	0,775	0,766
Chinh sach_2	14,19	18,798	0,791	0,756
Chinh sach_3	14,20	19,396	0,761	0,770
Chinh sach_4	15,47	22,666	0,444	0,907
Thang đo thái độ hợp tác (ATT), $\alpha = 0,806$				
Thaido_1	14,25	15,313	0,627	0,755
Thaido_2	14,41	14,959	0,676	0,732
Thaido_3	14,23	13,978	0,675	0,730
Thaido_4	14,05	15,731	0,518	0,807
Thang đo hợp tác (COL), $\alpha = 0,795$				
Hoptac_1	8,33	9,675	0,669	0,695
Hoptac_2	8,63	8,598	0,624	0,741
Hoptac_3	8,29	9,220	0,630	0,729

nhân tố này trước khi đưa vào chạy phân tích nhân tố EFA thì nhận thấy kết quả như sau:

+ Lần 1: Chạy DIS cho Cronbach Alpha = 0,354 < 0,5 và cả 5 biến quan sát gồm dis1, dis2, dis3, dis4, dis5 đều nhỏ hơn 0,5 rất nhiều.

+ Các lần tiếp theo: Tác giả lần lượt thử rút dần các biến quan sát trong nhân tố DIS thì kết quả Alpha vẫn bé hơn 0,5. Điều này chứng tỏ là nhân tố DIS không đáng tin cậy vì trên thực tiễn cho thấy khoảng cách địa lý không ảnh hưởng nhiều đến sự hợp tác giữa các bên trong chuỗi trong thế giới phẳng hiện nay, doanh nghiệp quan tâm đến hiệu quả hợp tác hơn là gần, thuận tiện nhưng không bền vững và không mang lại hiệu quả. Do đó, tác giả đã mạnh dạn loại nhân tố này ra khỏi mô hình phân tích nhân tố do đây cũng là nhân tố mới thử nghiệm dự tính đưa vào mô hình phân tích.

Kết quả phân tích nhân tố EFA với 6 nhân tố lần 1 cho kết quả KMO = 0,847 trích được 6 nhân

tố như đã xác định ban đầu có hệ số tải nhân tố (factor loading) lớn hơn 0,5 ở mức ý nghĩa sig=0,000 rất bé, chứng tỏ mô hình đưa vào phân tích nhân tố là phù hợp. Tuy nhiên, có vài biến quan sát vi phạm (Tansuat_4) phân tán vào cả hai nhân tố nhưng chênh lệch hệ số tải nhân tố giữa chúng nhỏ hơn 0,3 do đó bị loại. Tiến hành EFA lần 2, được kết quả KMO = 0,833 với mức ý nghĩa nhỏ hơn 0,05 và vẫn trích được 6 nhân tố.

4.3 Phân tích hồi quy và kiểm định giả thuyết

Nghiên cứu sử dụng hệ số tương quan Pearson's để phân tích tương quan giữa các biến tín nhiệm, quyền lực, tần suất, thân quen, chính sách và thái độ với hợp tác chuỗi cung ứng.

Đưa 6 nhân tố vào phân tích hồi quy bằng phương pháp Enter, với mức ý nghĩa nhỏ hơn 0,05 đồng thời kiểm dò hiện tượng đa cộng tuyến giữa các biến. Kết quả hồi quy lần cuối như sau:

Nhân tố Chìnhhsach bị loại ra khỏi mô hình

Bảng 2. Kết quả phân tích nhân tố khám phá với mô hình 6 nhân tố

Khái niệm	Thành phần	Số biến quan sát	Độ tin cậy (Alpha)	Phương sai trích (%)	Đánh giá
Hợp tác (COL)	Tín nhiệm (TRU)	7	0,856	69,689	Đạt yêu cầu
	Quyền lực (POW)	4	0,747		
	Tần suất (FRE)	4	0,829		
	Thuận thực (MAT)	4	0,838		
	Chính sách (POL)	5	0,846		
	Thái độ (ATT)	4	0,806		
Lợi ích của hợp tác chuỗi cung ứng		3	0,833		

Bảng 3. Kết quả hồi quy bội với mô hình 5 nhân tố

Mô hình		Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số đã chuẩn hóa	t	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến	
		Beta	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1,283E-16	0,044		0,000	1,000		
	Tinnhiem	0,285	0,044	0,285	6,427	0,000	1,000	1,000
	Thanquen	0,352	0,044	0,352	7,938	0,000	1,000	1,000
	Quyenuoc	0,428	0,044	0,428	9,658	0,000	1,000	1,000
	Tansuat	0,243	0,044	0,243	5,497	0,000	1,000	1,000
	Thaido	0,161	0,044	0,161	3,626	0,000	1,000	1,000

phân tích hồi quy do có $Sig. = 0,269 > 0,05$, năm nhân tố còn lại đưa vào phân tích đều phù hợp ở mức ý nghĩa $Sig. = 0,000$ rất nhỏ, không vi phạm hiện tượng đa cộng tuyến. Kết quả mô hình hồi quy cho giá trị R^2 đã điều chỉnh là 0,463 chấp nhận được với vấn đề nghiên cứu mới này tại thị trường VN. Nghĩa là kết quả hồi quy cho biết có 46,3% sự biến thiên của hợp tác chuỗi cung ứng được giải thích bởi các biến: Tinnhiem, Quyenluc, Tansuat, Thanquen, Chinhhsach và Thaido; trong đó biến Quyenluc, Thanquen, Tinnhiem, Tansuat và Thaido ảnh hưởng rõ rệt đến mức độ hợp tác chuỗi cung ứng ($Sig. < 0,05$). Kết quả phân tích cũng cho thấy giả định về liên hệ tuyến tính, phân phối chuẩn của phần dư, giả định phương sai của sai số không đổi, giả định về tính độc lập của sai số không bị vi phạm. Chỉ số VIF cho kết quả nhỏ hơn 2, kết luận không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến. Phương trình hồi quy bội được thể hiện dưới dạng sau:

$$HOPTAC = 0,428 \text{ quyenluc} + 0,352 \text{ thanquen} + 0,285 \text{ tinnhiem} + 0,243 \text{ tansuat} + 0,161 \text{ thaido}$$

5. Kết luận và kiến nghị

5.1 Kết luận

Phân tích khám phá (EFA) cho biết có 6 nhân tố gồm tinnhiem, quyenluc, thanquen, tansuat, chinhhsach và thaido có ảnh hưởng đến hợp tác chuỗi cung ứng, tuy nhiên 6 nhân tố trên chỉ giải thích được 69,689% vấn đề nghiên cứu, điều này lý giải rằng còn rất nhiều nhân tố mà nghiên cứu chưa nhận diện ra cũng ít nhiều ảnh hưởng đến hợp tác chuỗi cung ứng. Kết quả chạy hồi quy khẳng định rằng còn 5 nhân tố có ảnh hưởng đến hợp tác chuỗi cung ứng, trong đó cao nhất là nhân tố Quyenluc ($\beta = 0,428$) và thấp nhất là nhân tố Thaido ($\beta = 0,161$). Đây là nhân tố mới đưa vào mô hình nghiên cứu tại thị trường ngành gỗ VN mà các nghiên cứu trước chưa đề cập đến. Mặc dù Thaido có ảnh hưởng không nhiều đến vấn đề nghiên cứu nhưng cũng gợi mở cho các doanh nghiệp trong ngành một khái niệm rằng có nghĩ (ý thức) về hợp tác thì mới có hành động để các đối tác thực sự có sự hợp tác khi làm ăn với nhau.

5.2 Thảo luận và kiến nghị

Hợp tác chuỗi cung ứng là vấn đề nghiên cứu có tính mới tại VN, tuy nhiên vấn đề này đã được một số tác giả trên thế giới nghiên cứu. So sánh kết quả nghiên cứu này với các nghiên cứu trước đó cho thấy ngoài việc khẳng định lại các nhân tố đã được các nghiên cứu đưa vào mô hình có ảnh hưởng đến sự hợp tác như quyền lực (POW), thân quen (MAT), tín nhiệm (TRU), tần suất (FRE), nghiên cứu đã phát hiện thêm một nhân tố nữa cũng có ảnh hưởng nhất định đến hợp tác chuỗi cung ứng là nhân tố thái độ (ATT). Như vậy tại VN, nơi mà khái niệm và vận dụng lý thuyết chuỗi cung ứng hợp tác còn quá mới mẻ, nhân tố thái độ hay ý thức được xem như một nhân tố không thể thiếu phản ánh bản chất hoạt động kinh doanh của ngành công nghiệp chế biến đồ gỗ. Qua đây có thể thấy rằng để chuỗi cung ứng của các doanh nghiệp trong ngành phát huy hiệu quả thì chính các doanh nghiệp – nhân tố trung tâm – cần chú trọng hơn nữa đến thái độ về vấn đề hợp tác trong chuỗi cung ứng, cụ thể chủ động liên kết cụm sẽ tăng sức mạnh và nếu phát triển theo cụm, doanh nghiệp chế biến gỗ VN có thể khắc phục được những khó khăn hiện nay như nguyên liệu khan hiếm, sức ép lao động, và dễ dàng thương thảo với các đối tác để giành quyền lợi chính đáng trong kinh doanh.. Điều này chỉ làm được và hiệu quả là do chính doanh nghiệp trước tiên, sau đó rất cần vai trò của các tổ chức, hiệp hội – phải thực sự là cầu nối để các doanh nghiệp chủ động tìm đến, gặp gỡ và chia sẻ thông tin trong ngành. Chính vì vậy, Chính phủ cần có những động thái tích cực hơn nữa trong việc tạo ra những câu lạc bộ, hiệp hội, trung tâm xúc tiến – nơi tổ chức các cuộc tọa đàm giữa các doanh nghiệp trong ngành buộc phải đạt ra một vấn đề sống còn trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt hiện nay: hợp tác hay là chết?

5.3 Hạn chế của nghiên cứu và đề xuất hướng nghiên cứu tiếp theo

Nghiên cứu đã tìm ra được 6 nhân tố ảnh hưởng đến hợp tác chuỗi cung ứng, tuy nhiên có 5 nhân tố bộc lộ rõ mức độ tác động từ cao đến thấp đến mục tiêu nghiên cứu. Tuy nhiên, do mẫu khảo sát được thực hiện theo phương pháp thuận tiện: tập trung vào doanh nghiệp có vốn hoàn

toàn trong nước, chưa nghiên cứu đến một loại hình rất quan trọng trong ngành là doanh nghiệp có vốn nước ngoài 100% hay liên doanh liên kết, trong khi đó thành phần này lại chiếm một tỷ trọng kim ngạch xuất và nhập khá cao trong tổng kim ngạch xuất nhập của ngành. Điều đó cho thấy rằng mẫu nghiên cứu chưa thực sự phản ánh hết bản chất liên kết- hợp tác chuỗi cung ứng. Ngoài ra, 6 nhân tố theo nghiên cứu

này được xem là có ảnh hưởng đến hợp tác chuỗi cung ứng mới chỉ giải thích được 69,689%, nghĩa là vẫn còn 30,311% thuộc các nhân tố tiềm ẩn khác có ảnh hưởng đến hợp tác chuỗi cung ứng mà trong nghiên cứu này chưa khám phá ra hết được. Các nghiên cứu tiếp theo có thể tiếp tục khảo sát mẫu rộng hơn và có thể tìm ra thêm các nhân tố mới hoàn thiện mô hình nghiên cứu hiện tại■

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Anthony, T. (2000), "Supply Chain Collaboration: Success in the New Internet Economy", Achieving Supply Chain Excellence through Technology, Montgomery Research Inc., Vol. 2, pp 41– 44.
2. Douglas M. Lambert, Margaret A. Emmelhainz, and John T. Gardner (1999), "Building Successful Logistics Partnerships", Journal of Business Logistics 20, No. 1, pp 165-181.
3. Handfield, R. and Nichols, E. (2002), Supply Chain Redesign, Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.
4. Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS tập 1 và 2, NXB Thống kê.
5. Jenny Bckstrand (2007), Levels of Interaction in Supply Chain Relations, Thesis for The Degree of Licentiate of Engineering, Department of Industrial Engineering and Management School of Engineering, Jönköping University.
6. Judith M. Whipple & Dawn Russell (2007), "Building Supply Chain Collaboration: A Typology of Collaborative approaches", The International Journal of Logistics Management, Vol. 18 No. 2, pp. 174-196.
7. Luciana Hashiba Horta, Lui Artur Brito & Eliane Zamith Brito (2009), "Cooperation with Customers and Suppliers and Firm Performance", Journal of Strategic Management, 27(9), 711-732
8. McKinsey Global (2011), Vietnam Supply Chain Insight, SCM: Aheading Threads, No16, January 2011, pp 34-37.
9. Mentzer, J.T., Foggin, J.H. & Golicic, C.L. (2000): "Collaboration: The Enablers, Impediments, and Benefits", Supply Chain Management Review, Vol.10, pp 33-37.
10. Michael Maloni and W.C. Benton (1999), Power influences in the Supply chain, Fisher College of Business, The Ohio State University.
11. Nguyễn Đình Thọ (2011), Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh: Thiết kế và thực hiện, NXB Lao động xã hội, pp 339 – 514.
12. Robert B. Handfield (2004), "Trust, Power, Dependence, and Economics: Can SCM Research Borrow Paradigms?" Int. J. Integrated Supply Management, Vol. 1, No. 1, pp 3 – 32.
13. Togar M. Simatupang & R. Sridharan (2002), "The Collaborative Supply chain", Journal of Quality Management, Vo.13, No.1, pp15-30.
14. Websites: www.gso.gov.vn, www.agro.gov.vn; www.hawa.vn truy cập vào tháng 4,5,6/ 2011.
15. Whitney, J.O. (1994), The Trust Factor, McGraw-Hill, Inc., New York.