

ÁP LỰC TỪ CÁC BÊN LIÊN QUAN ĐỐI VỚI VIỆC ÁP DỤNG CHỨNG CHỈ CHẤT LƯỢNG QUỐC TẾ CỦA CÁC DOANH NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ Ở VIỆT NAM

Trần Ngọc Mai

Tóm tắt: Nghiên cứu sử dụng lý thuyết về các bên liên quan và dữ liệu thu thập được từ khảo sát doanh nghiệp vừa và nhỏ (SME) được thực hiện tại Việt Nam năm 2015 để tìm hiểu động lực thúc đẩy các SME ở Việt Nam áp dụng các chứng nhận về chất lượng quốc tế. Kết quả của mô hình Logistics nhị thức chỉ ra rằng hiệp hội doanh nghiệp có tác động lớn nhất đến việc áp dụng chứng nhận chất lượng quốc tế tại các SME tại Việt Nam, tiếp đến là khách hàng, Chính phủ, và đối thủ cạnh tranh. Kết quả nghiên cứu sẽ hữu ích đối với các doanh nghiệp, các tổ chức chứng nhận và các nhà hoạch định chính sách trong việc khuyến khích các doanh nghiệp áp dụng các tiêu chuẩn chất lượng được quốc tế tại Việt Nam và các thị trường mới nổi khác.

Từ khóa: Các bên liên quan; Chứng chỉ chất lượng quốc tế; SME; Việt Nam.

Giới thiệu

Quản lý chất lượng đóng một vai trò quan trọng trong việc duy trì khả năng cạnh tranh và đảm bảo sự hài lòng của khách hàng đối với doanh nghiệp. Các chứng chỉ chất lượng quốc tế như ISO 9001 và ISO 14001 có thể mang lại lợi ích cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SME) vì chúng thể hiện cam kết của tổ chức trong việc đáp ứng các tiêu chuẩn được công nhận trên toàn cầu (Psomas & Antony, 2017). Nhiều nghiên cứu đã chỉ ra rằng việc áp dụng những chứng chỉ như vậy có thể tăng hiệu quả hoạt động, lòng trung thành của khách hàng và thị phần (Doerga, 2021; Kakouris & Sfakianaki, 2018; Lazibat và cộng sự, 2022). Hơn nữa, các SME có chứng chỉ chất lượng quốc tế thường được coi là ổn định và đáng tin cậy hơn so với những doanh nghiệp không có chứng chỉ đó (Sitki İlkay & Aslan, 2012). Việc áp dụng các chứng chỉ chất lượng quốc tế là một quyết định chiến lược mà nhiều SME phải đối mặt trong môi trường kinh doanh toàn cầu hóa ngày nay nhằm thể hiện cam kết của công ty trong việc đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế về quản lý chất

lượng và trách nhiệm với môi trường, nâng cao danh tiếng và khả năng cạnh tranh của công ty. Tuy nhiên, nhiều nghiên cứu cũng chỉ ra rằng, tỷ lệ áp dụng chứng chỉ chất lượng quốc tế của các SME ở các nước đang phát triển như Việt Nam vẫn còn tương đối thấp (Fadly, 2020).

SME đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế Việt Nam, chiếm hơn 97% tổng số doanh nghiệp (Nguyễn & Ngô, 2022). Các SME này đóng góp đáng kể vào việc tạo việc làm, tăng trưởng kinh tế và giảm nghèo. Mặc dù có tầm quan trọng nhưng các SME của Việt Nam phải đối mặt với một số thách thức, bao gồm khả năng tiếp cận tài chính hạn chế, kỹ năng quản lý còn yếu và thiếu nhận thức về các chứng chỉ chất lượng quốc tế.

Các bên liên quan như khách hàng, nhân viên, nhà cung cấp và cơ quan quản lý có thể ảnh hưởng đáng kể đến việc ra quyết định của doanh nghiệp. Montiel và cộng sự (2019) đã chỉ ra rằng, các doanh nghiệp xem xét kỳ vọng và nhu cầu của các bên liên quan có nhiều khả năng thực hiện các biện pháp quản lý chất lượng hiệu quả hơn. Một số nghiên cứu đã khám phá

tác động của các bên liên quan đến quản lý chất lượng trong các SME ở Việt Nam (Nguyen & Ngo, 2022); tuy nhiên, vẫn tồn tại một khoảng trống trong nghiên cứu đối với các chứng chỉ chất lượng quốc tế.

Các SME đóng một vai trò chủ chốt trong bối cảnh kinh tế toàn cầu nhưng đang gặp những thách thức trong việc tiếp cận các nguồn lực và tuân thủ các tiêu chuẩn quốc tế, việc hiểu rõ các động lực áp dụng chứng nhận của các doanh nghiệp này là điều quan trọng đối với các bên liên quan trong ngành và các nhà hoạch định chính sách. Nghiên cứu tập trung đo lường ảnh hưởng của các bên liên quan đến quyết định áp dụng chứng nhận chất lượng quốc tế tại các SME tại Việt Nam, nhằm đóng góp những hiểu biết mới cho lĩnh vực nghiên cứu này.

1. Cơ sở lý thuyết

Ngày càng có nhiều tài liệu nhấn mạnh tầm quan trọng của việc áp dụng các tiêu chuẩn chất lượng quốc tế đối với doanh nghiệp trong việc duy trì khả năng cạnh tranh và thành công trên thị trường toàn cầu (Barbosa và cộng sự, 2021). Các nghiên cứu trước đây đã nhấn mạnh vai trò quan trọng của các bên liên quan trong việc tạo ảnh hưởng đến việc ra quyết định của tổ chức, đặc biệt là trong lĩnh vực quản lý chất lượng (Kim & Lee, 2012; Qi và cộng sự, 2012). Các phần sau đây sẽ thảo luận về những áp lực từ các bên liên quan và tác động tiềm tàng đối với việc áp dụng chứng chỉ chất lượng của các SME ở Việt Nam.

1.1. Áp lực từ khách hàng

Khách hàng có ảnh hưởng đáng kể đến việc áp dụng các tiêu chuẩn chất lượng tại doanh nghiệp. Nghiên cứu của Anderson và cộng sự (1999), Jahn và cộng sự (2005), và Tari và cộng sự (2014) đã chứng minh rằng, nhu cầu của khách hàng về các sản phẩm và dịch vụ chất lượng cao hơn có thể đóng vai trò là động lực để các tổ chức áp dụng chứng nhận chất lượng

quốc tế. Ở Việt Nam, nhận thức của người tiêu dùng về chất lượng và độ an toàn của sản phẩm ngày càng tăng, điều này có thể gây áp lực cho các SME áp dụng các tiêu chuẩn như một minh chứng cho khách hàng về sự chú trọng đến chất lượng của doanh nghiệp (Van và cộng sự, 2020).

1.2. Áp lực từ hiệp hội doanh nghiệp

Các nhóm ngành và hiệp hội thương mại có thể thúc đẩy đáng kể việc áp dụng các tiêu chuẩn chất lượng quốc tế giữa các hội viên. Font (2002) nhận thấy việc các công ty hoặc nhóm ngành khác ngang hàng trong cùng một mạng lưới áp dụng chứng nhận chất lượng sẽ dẫn đến sự áp dụng ngày càng tăng của các doanh nghiệp còn lại. Tại Việt Nam, Hiệp hội Doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam (VINASME) đã và đang tích cực quảng bá tầm quan trọng của chứng nhận chất lượng tới các thành viên.

1.3. Áp lực từ Chính phủ

Các cơ quan quản lý và cơ quan chính phủ cũng có thể gây ảnh hưởng đến việc áp dụng chứng nhận chất lượng. Santos và cộng sự (2016) nhấn mạnh vai trò của áp lực pháp lý trong việc thúc đẩy các công ty áp dụng tiêu chuẩn ISO 9001. Trong bối cảnh của Việt Nam, các sáng kiến của Chính phủ, chẳng hạn như Giải thưởng Chất lượng Quốc gia, đóng vai trò đáng kể trong việc thúc đẩy việc áp dụng các tiêu chuẩn chất lượng quốc tế trong các SME ở Việt Nam.

1.4. Áp lực từ các đối thủ cạnh tranh

Cạnh tranh trên thị trường là một yếu tố có ảnh hưởng đến việc áp dụng các chứng chỉ chất lượng quốc tế. Otrachshenko và cộng sự (2023) và Santos và cộng sự (2016) cho rằng, các ngành có mức độ cạnh tranh nhập khẩu hoặc nước ngoài cao hơn sẽ phải đối mặt với áp lực lớn hơn trong việc áp dụng hệ thống quản lý chất lượng để duy trì khả năng cạnh tranh. Các

SME Việt Nam đang phải đối mặt với sự cạnh tranh từ các nhóm doanh nghiệp khác nhau như doanh nghiệp quốc doanh, doanh nghiệp phi quốc doanh và doanh nghiệp nước ngoài, do đó, có thể có xu hướng áp dụng các chứng chỉ chất lượng quốc tế như một chiến lược để đối phó với cạnh tranh.

Dựa trên các cơ sở lý thuyết đã nêu, các giả thuyết sau được phát triển:

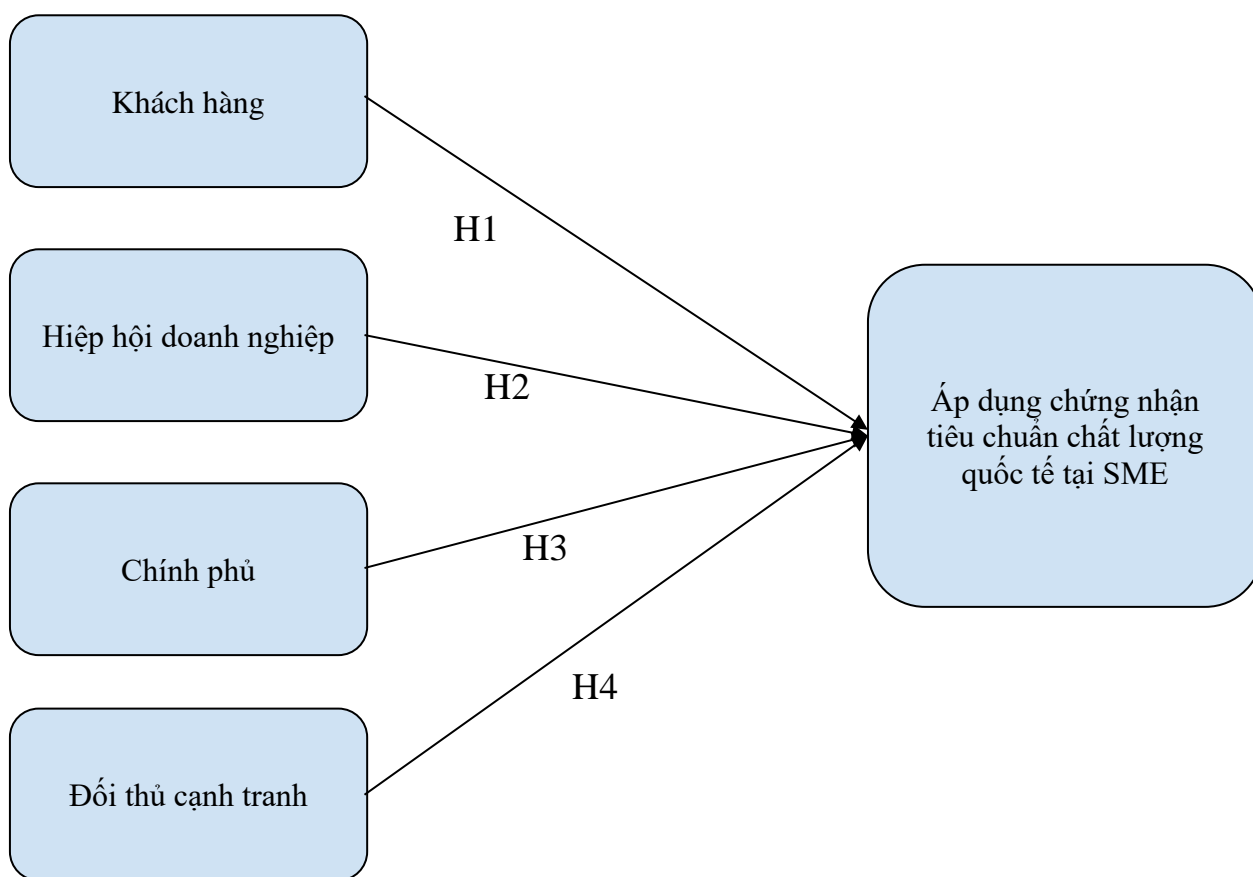
H1: Áp lực từ khách hàng có tương quan thuận với việc áp dụng các chứng chỉ chất lượng quốc tế của các SME tại Việt Nam.

H2: Áp lực từ hiệp hội doanh nghiệp có mối tương quan thuận với việc áp dụng các chứng chỉ chất lượng quốc tế của các SME tại Việt Nam.

H3: Áp lực từ Chính phủ có tương quan thuận với việc áp dụng chứng chỉ chất lượng quốc tế của các SME tại Việt Nam.

H4: Áp lực từ các đối thủ cạnh tranh có mối tương quan thuận với việc áp dụng chứng chỉ chất lượng quốc tế của các SME tại Việt Nam.

HÌNH 1. MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU ĐỀ XUẤT



Nguồn: Đề xuất của tác giả.

2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng dữ liệu từ khảo sát SME ở Việt Nam năm 2015 bao gồm khoảng 2.500 doanh nghiệp ở 10 tỉnh/thành phố như Hà

Nội (bao gồm cả Hà Tây cũ), Nghệ An, Quảng Nam, Hải Phòng, Phú Thọ và Khánh Hòa, Long An, Lâm Đồng và Hồ Chí Minh được thực hiện bởi ba đơn vị bao gồm Viện Khoa học Lao động và Xã hội Việt Nam (ILSSA), Bộ Lao động

Thương binh và Xã hội (MOLISA) và Nhóm Nghiên cứu Kinh tế Phát triển (DERG) tại Đại học Copenhagen ở Đan Mạch cùng với Viện Nghiên cứu Kinh tế Phát triển Thế giới thuộc Đại học Liên hợp quốc (UNU-WIDER).

Người trả lời khảo sát là chủ sở hữu, quản lý của các SME. Sau bước làm sạch dữ liệu còn lại 417 quan sát hợp lệ. Mô hình logit đã được áp dụng để dự đoán khả năng một tổ chức áp dụng chứng chỉ chất lượng quốc tế. Biến nhị phân được biểu thị bằng giá trị 1, cho biết tổ chức được khảo sát đã áp dụng chứng chỉ quốc tế. Một trong những điểm mạnh của mô hình logit là không phụ thuộc vào giả định phân phối chuẩn cho các yếu tố dự đoán, do đó, cho phép xử lý nhiều loại dữ liệu khác nhau (Menard, 2002). Không chỉ cung cấp các kết quả nhị phân, mô hình còn cung cấp các ước tính về khả

năng xảy ra sự kiện, nâng cao khả năng giải thích kết quả (Agresti, 2012).

$\text{Logit}(P) = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_m X_m$, trong đó P là xác suất (P) để một tổ chức áp dụng chứng chỉ chất lượng được quốc tế, m là số lượng biến độc lập.

Các biến độc lập được lấy từ các câu hỏi khảo sát theo thang đo Likert 7 điểm (Rất ít, ít, hơi ít, trung tính, hơi nhiều, nhiều, rất nhiều) về mức độ đồng ý hoặc tầm quan trọng được nhận thức. Việc lựa chọn thang đo 7 điểm, trái ngược với thang đo 5 điểm được sử dụng phổ biến hơn trong nhiều nghiên cứu khoa học xã hội, mang lại mức độ chi tiết và độ chính xác cao hơn. Thang điểm 7 cung cấp cho người trả lời nhiều lựa chọn hơn, cho phép nắm bắt được thái độ hoặc nhận thức nhiều sắc thái hơn (Bảng 1).

BẢNG 1. MÔ TẢ CÁC BIẾN NGHIÊN CỨU

Nhãn biến	Tên biến	Mô tả biến
AIQC	Áp dụng chứng chỉ chất lượng quốc tế	Công ty có chứng chỉ chất lượng quốc tế không? (ví dụ: ISO 9000, ISO 14000 v.v)
CUS	Áp lực từ khách hàng	Đánh giá tầm quan trọng của người mua hàng/khách hàng đến việc thực hiện các tiêu chuẩn của doanh nghiệp
BA	Áp lực từ hiệp hội	Đánh giá tầm quan trọng của hiệp hội doanh nghiệp đến việc thực hiện các tiêu chuẩn của doanh nghiệp
GOV	Áp lực từ thể chế	Đánh giá tầm quan trọng của cán bộ, cơ quan công quyền nhà nước đến việc thực hiện các tiêu chuẩn của doanh nghiệp
STATE	Áp lực từ doanh nghiệp quốc doanh	Đánh giá áp lực cạnh tranh từ doanh nghiệp nhà nước đối với doanh nghiệp
NONSTATE	Áp lực từ doanh nghiệp phi quốc doanh	Đánh giá áp lực cạnh tranh từ các doanh nghiệp phi quốc doanh đối với doanh nghiệp
FOREI	Áp lực từ doanh nghiệp nước ngoài	Đánh giá mức độ cạnh tranh từ các doanh nghiệp nước ngoài đối với doanh nghiệp

Nguồn: Khảo sát SME ở Việt Nam, 2015.

Bảng 2 cho thấy, khoảng 22,54% doanh nghiệp được khảo sát đã áp dụng chứng nhận chất lượng quốc tế. Phần lớn là hộ gia đình (43,88%) và công ty trách nhiệm hữu hạn (36,21%). Về các đặc điểm khác, 74,10% doanh nghiệp chỉ có một chủ sở hữu; 33,57% có trình

độ giáo dục đại học trở lên và 22,54% có trình độ chuyên môn kỹ thuật nhưng không có chứng chỉ. Bên cạnh đó, 100% SME cho rằng, họ gặp phải cạnh tranh trong lĩnh vực hoạt động, trong đó 62,11% cho rằng mức độ cạnh tranh đã tăng lên so với 2 năm trước.

BẢNG 2. THỐNG KÊ MÔ TẢ

Các nhân tố	Mô tả	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Tình trạng pháp lý	Hộ gia đình	183	43,88
	Sở hữu tư nhân/sở hữu duy nhất	31	7,43
	Tập thể/Hợp tác xã	9	2,16
	Công ty TNHH	151	36,21
	Công ty cổ phần với nhà nước	6	1,44
	Công ty cổ phần không có nhà nước	37	8,87
Sở hữu	Một chủ sở hữu	309	74,1
	Nhiều chủ sở hữu	108	25,9
Dân tộc	Kinh	383	91,85
	Hoa	30	7,19
	Khác	4	0,96
Giáo dục chuyên nghiệp	Không có tay nghề	7	1,68
	Trình độ kỹ thuật không có chứng chỉ	106	25,42
	Sơ cấp nghề	64	15,35
	Trung cấp nghề	27	6,47
	Trung cấp chuyên nghiệp	31	7,43
	Trường cao đẳng nghề	11	2,64
	Trường cao đẳng	31	7,43
	Đại học trở lên	140	33,57

Các nhân tố	Mô tả	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Chứng nhận chất lượng được quốc tế công nhận	Không	323	77,46
	Có	94	22,54
Cạnh tranh trong lĩnh vực hoạt động	Không	0	0
	Có	417	100
Mức độ cạnh tranh so với 2 năm trước	Tăng	259	62,11
	Không thay đổi	143	34,29
	Giảm	15	3,6

Nguồn: Khảo sát SME ở Việt Nam, 2015.

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Kết quả

Để đánh giá các giả thuyết, mô hình hồi quy logistic nhị thức đã được sử dụng, trong đó việc áp dụng các chứng chỉ chất lượng quốc tế đóng

vai trò là biến phụ thuộc nhằm phân tích tác động của các biến độc lập đến khả năng chọn áp dụng hoặc không áp dụng các chứng chỉ chất lượng quốc tế.

BẢNG 3. KẾT QUẢ HỒI QUY

	Áp dụng chứng nhận chất lượng quốc tế	Độ lệch chuẩn	VIF
CUS	0,868*	0,075	1,00
BA	1.566***	0,073	1,16
GOV	0,833***	0,068	1,08
STATE	0,627***	0,162	1,39
NONSTATE	1.378*	0,172	1,06
FOREI	0,603***	0,146	1,31
C	2.871	0,703	
Số lượng quan sát	417		
Pseudo R ²	0,248		
McKelvey & Zavoina's R ²	0,426		

-Log-likelihood	167,216		
Khả năng dự đoán	80,34%		

*Biểu thị ý nghĩa ở mức 10%; ** mức ý nghĩa ở mức 5%; *** mức ý nghĩa ở mức 1%.

Nguồn: Kết quả chạy mô hình Logit.

Bảng 3 trình bày kết quả của phân tích hồi quy logistic nhị thức cho thấy tác động của từng biến số đối với khả năng (được biểu thị bằng tỷ lệ xác suất bao gồm “áp dụng” và “không áp dụng” chứng nhận chất lượng quốc tế). Trong đó, hệ số lớn hơn 0 cho thấy biến tương ứng sẽ nâng cao khả năng doanh nghiệp áp dụng chứng nhận chất lượng quốc tế. Ngược lại, hệ số nhỏ hơn 0 cho thấy biến đó làm giảm khả năng doanh nghiệp áp dụng chứng nhận chất lượng quốc tế.

Theo kết quả kiểm định mức độ phù hợp của mô hình, mức ý nghĩa nhỏ hơn 0,01 cho thấy mối tương quan chặt chẽ giữa biến phụ thuộc và biến độc lập. Chỉ số Log-likelihood đạt tới giá trị 167,216, đây là chỉ số thích hợp khẳng định tính chắc chắn của mô hình. Hệ số McKelvey & Zavoina's R² đạt tới 0,426, khẳng định rằng các yếu tố trong mô hình giải thích được đến 42,6% sự biến thiên của biến phụ thuộc. Giá trị Prob>LR là 0,000 biểu thị rằng mối quan hệ giữa các biến có ý nghĩa thống kê, vượt quá khoảng tin cậy 99%. Các hệ số phóng đại của phương sai VIF đều nhỏ hơn 2 chứng tỏ mô hình không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến. Mô hình có khả năng dự đoán chính xác trung bình là 80,34%.

3.2. Thảo luận

Kết quả mô hình hồi quy logistic chỉ ra rằng, việc một doanh nghiệp áp dụng chứng chỉ chất lượng quốc tế chịu ảnh hưởng mạnh bởi một số bên liên quan như khách hàng, các hiệp hội, cơ quan quản lý, cạnh tranh từ doanh nghiệp quốc doanh, doanh nghiệp phi quốc doanh và doanh nghiệp nước ngoài.

Khách hàng (CUS) ($\beta=0,868595$, $p < 0,1$) có tác động tích cực đối với việc doanh nghiệp có chứng chỉ chất lượng quốc tế. Cụ thể, ý thức người tiêu dùng ngày càng cao yêu cầu doanh nghiệp phải cung cấp sản phẩm, dịch vụ chất lượng và chứng chỉ chất lượng, đặc biệt là chứng chỉ quốc tế, giúp đáp ứng yêu cầu này. Tại Việt Nam, các chứng chỉ quốc tế thường có uy tín hơn các chứng chỉ trong nước nên có sức hấp dẫn đối với khách hàng. Tuy nhiên, sự thiếu hụt nhận thức của người tiêu dùng về tiêu chuẩn chất lượng gây trở ngại cho các doanh nghiệp cố gắng tuân thủ các tiêu chuẩn này. Các nhà hoạch định chính sách có thể thu hẹp khoảng cách này bằng cách sử dụng các kênh truyền thông khác nhau, bao gồm cả truyền hình quốc gia và phương tiện truyền thông xã hội, để nâng cao nhận thức của người tiêu dùng về tiêu chuẩn chất lượng. Khi đó, người tiêu dùng thông thái có thể thực hiện mua hàng sáng suốt, khuyến khích các doanh nghiệp tuân thủ các tiêu chuẩn này.

Hiệp hội (BA) ($\beta=1,566138^*$, $p < 0,01$) và Cơ quan quản lý (GOV) ($\beta=0,8334028^*$, $p < 0,01$) có ảnh hưởng lớn đối với việc doanh nghiệp chọn áp dụng chứng chỉ chất lượng. Các thực thể có ảnh hưởng như các sở, ban, ngành và các hiệp hội doanh nghiệp có thể là các kênh khuyến khích các doanh nghiệp tuân thủ các tiêu chuẩn được quốc tế và trong nước công nhận. Việc tuân thủ các tiêu chuẩn này thể hiện cam kết của doanh nghiệp với các bên liên quan, bao gồm cơ quan quản lý, khách hàng và tổ chức tài chính. Do đó, việc thành lập các công đoàn ngành và hỗ trợ các hiệp hội ngành nghề cần được ưu tiên trong hoạch định chính sách.

Các hệ số của các biến bao gồm STATE ($\beta=0,6273231^*$, $p < 0,01$), NONSTATE ($\beta=1,378628$, $p < 0,1$) và FOREI ($\beta=0,60381^*$, $p < 0,01$) đều cho thấy, cạnh tranh có ảnh hưởng mạnh mẽ đến việc doanh nghiệp theo đuổi chứng chỉ chất lượng quốc tế. Sở hữu các chứng chỉ chất lượng quốc tế từ lâu đã trở thành một chiến lược của các doanh nghiệp sản xuất nhằm thể hiện sự cam kết hướng tới chất lượng, giảm thiểu một cách hiệu quả những bất ổn của thị trường phát sinh từ sự bất cân xứng và thiếu hụt thông tin. Bên cạnh đó, việc áp dụng các chứng nhận này báo giúp giảm bớt các hạn chế thương mại và mang lại lợi thế cạnh tranh trên thị trường toàn cầu, ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả kinh doanh. Việc có chứng nhận có thể nâng cao khả năng tiếp thị và vị thế cạnh tranh của công ty, tái khẳng định niềm tin của khách hàng vào các tiêu chuẩn dịch vụ cao của công ty. Bên cạnh đó, nỗ lực đạt được các chứng nhận chất lượng quốc tế cũng giúp doanh nghiệp tạo sự khác biệt trong một thị trường bão hòa. Xu hướng này đã dẫn đến hiệu ứng domino trong việc áp dụng chứng nhận giữa các doanh nghiệp, thúc đẩy những doanh nghiệp chưa áp dụng chứng nhận này (Guler và cộng sự, 2002). Để thúc đẩy cạnh tranh lành mạnh, các nhà hoạch định chính sách cần thiết lập khung pháp lý toàn diện và các cơ chế hỗ trợ, thúc đẩy môi trường kinh doanh thuận lợi cho đổi mới và tăng trưởng.

Kết luận

Sử dụng lý thuyết về các bên liên quan, nghiên cứu này được thực hiện nhằm bổ sung

khoảng trống nghiên cứu và đóng góp vào nhóm các nghiên cứu liên quan đến chủ đề áp dụng chứng nhận chất lượng, đặc biệt là ở các thị trường mới nổi. Nghiên cứu nhấn mạnh vai trò quan trọng của khách hàng, hiệp hội doanh nghiệp, cơ quan quản lý và đối thủ cạnh tranh trong việc thúc đẩy các quyết định của SME trong việc áp dụng chứng nhận chất lượng. Kết quả nghiên cứu có ý nghĩa đối với các doanh nghiệp, các tổ chức chứng nhận và các nhà hoạch định chính sách nhằm khuyến khích và củng cố cam kết của các SME đối với các tiêu chuẩn chất lượng được quốc tế công nhận tại Việt Nam và các thị trường mới nổi khác.

Mặc dù kết quả nghiên cứu mang lại giá trị, nó cũng có những hạn chế. Đầu tiên, việc chỉ nghiên cứu về SME tại Việt Nam có thể giới hạn việc áp dụng kết quả trong các bối cảnh tương tự. Thứ hai, dữ liệu của nghiên cứu chỉ lấy vào năm 2015, hạn chế khả năng đánh giá biến động của biến phụ thuộc trong một thời gian dài. Thứ ba, nghiên cứu dựa trên góc độ của các bên liên quan bên ngoài và có thể bỏ sót một số yếu tố quyết định đến từ chính doanh nghiệp. Xem xét những lưu ý này, nghiên cứu trong tương lai có thể kết hợp nhiều khung lý thuyết hơn, dựa trên dữ liệu từ nhiều nước và khoảng thời gian dài hơn để giải thích đầy đủ hơn những ảnh hưởng bên ngoài và bên trong tác động đến việc áp dụng chứng nhận chất lượng của doanh nghiệp.

Tài liệu tham khảo

1. Agresti, A. (2012). *Categorical data analysis* (Vol. 792). John Wiley & Sons.
2. Anderson, S. W., Daly, J. D., & Johnson, M. F. (1999). Why firms seek ISO 9000 certification: Regulatory compliance or competitive advantage? *Production and Operations Management*, 8(1), 28–43. <https://doi.org/10.1111/j.1937-5956.1999.tb00059.x>
3. Barbosa, L. C. F. M., de Oliveira, O. J., Machado, M. C., Morais, A. C. T., Bozola, P. M., & Santos, M. G. F. (2021). Lessons learned from quality management system ISO 9001:2015 certification: practices

- and barrier identification from Brazilian industrial companies. *Benchmarking: An International Journal*, 29(8), 2593–2614. <https://doi.org/10.1108/BIJ-07-2021-0382>.
4. Berliner, D., & Prakash, A. (2014). Public authority and private rules: How domestic regulatory institutions shape the adoption of global private regimes. *International Studies Quarterly*, 58(4), 793–803. [10.1111/isqu.12166](https://doi.org/10.1111/isqu.12166).
 5. Doerga, D. (2021). *The Impact of ISO 9001 Certification on Organisational Performance. A systematic review of the impact of ISO 9001 Certification on organisational performance in the manufacturing industry in India: Recommendations for manufacturing organisations in Guyana*. Bachelors of Arts Thesis, University of Bedfordshire.
 6. Guler, I., Guillén, M. F., & Macpherson, J. M. (2002). Global Competition, Institutions, and the Diffusion of Organizational Practices: The International Spread of ISO 9000 Quality Certificates. *Administrative Science Quarterly*, 47(2), 207–232. <https://doi.org/10.2307/3094804>.
 7. Jahn, G., Schramm, M., & Spiller, A. (2005). The reliability of certification: Quality labels as a consumer policy tool. *Journal of Consumer Policy*, 28(1), 53–73. <https://doi.org/10.1007/s10603-004-7298-6>.
 8. Kakouris, A. P., & Sfakianaki, E. (2018). Impacts of ISO 9000 on Greek SMEs business performance. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 35(10), 2248–2271. <https://doi.org/10.1108/IJQRM-10-2017-0204>.
 9. Kim, S., & Lee, S. (2012). Stakeholder pressure and the adoption of environmental logistics practices: Is eco-oriented culture a missing link? *The International Journal of Logistics Management*, 23(2), 238–258. <https://doi.org/10.1108/09574091211265378>.
 10. Lazibat, T., Damić, M., & Markotić, I. (2022). Determinants, barriers and outcomes of ISO 9001 implementation in SMEs. *Business Excellence*, 16(1), 93–104. <https://doi.org/10.22598/pibe/2022.16.1.93>
 11. Menard, S. (2002). *Applied logistic regression analysis* (No. 106). Sage.
 12. Montiel, I., Christmann, P., & Zink, T. (2019). The effect of sustainability standard uncertainty on certification decisions of firms in emerging economies. *Journal of Business Ethics* 154(3), 667–681. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3350-0>.
 13. Nguyễn, T.-D., & Ngô, T. Q. (2022). The role of technological advancement, supply chain, environmental, social, and governance responsibilities on the sustainable development goals of SMEs in Vietnam. *Economic Research*, 35(1), 4557–4579. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2021.2015611>.
 14. Otrachshenko, V., Hartwell, C. A., & Popova, O. (2023). Energy efficiency, market competition, and quality certification: Lessons from Central Asia. *Energy Policy*, 177, 113539. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2023.113539>.
 15. Psomas, E., & Antony, J. (2017). Total quality management elements and results in higher education institutions: The Greek case. *Quality Assurance in Education* 25(2):206-223. DOI:10.1108/QAE-08-2015-0033.
 16. Qi, G., Zeng, S., Li, X., & Tam, C. (2012). Role of internalization process in defining the relationship between ISO 14001 certification and corporate environmental performance. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 19(3), 129–140. <https://doi.org/10.1002/csr.258>.
 17. Santos, G., Rebelo, M., Lopes, N., Alves, MR, & Silva, R. (2016). Implementing and certifying ISO 14001 in Portugal: motives, difficulties and benefits after ISO 9001 certification. *Total Quality Management & Business Excellence*, 27 (11–12), 1211–1223 <https://doi.org/10.1080/14783363.2015.1065176>.
 18. Sıtkı İlkay, M., & Aslan, E. (2012). The effect of the ISO 9001 quality management system on the performance of SMEs. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 29(7), 753-778.

19. Tarí, J.J., Heras-Saizarbitoria, I. & Dick, G (2014). Internal and external drivers for quality certification in the service industry: Do they have different impacts on success?. *Serv Bus* 8, 337–354. <https://doi.org/10.1007/s11628-013-0198-6>.
20. Văn, L. T. H., Nguyễn, H. H., & Võ, D. H. (2020). Corporate Social Responsibility: A study on consumer awareness in Vietnam. *Review of Pacific Basin Financial Markets and Policies*, 23(03), 2050019 <https://doi.org/10.1142/S0219091520500198>.

Thông tin tác giả:**1. Trần Ngọc Mai, TS.**

- Đơn vị công tác: Học viện Ngân hàng

- Địa chỉ email: maitn@hvn.edu.vn

Ngày nhận bài: 31/10/2023

Ngày nhận bản sửa: 29/11/2023

Ngày duyệt đăng: 10/12/2023