

**BỘ KẾ HOẠCH VÀ ĐẦU TƯ BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
VIỆN NGHIÊN CỨU QUẢN LÝ KINH TẾ TRUNG ƯƠNG**

BÙI THỊ QUYÊN

**NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA
DOANH NGHIỆP BƯU CHÍNH VIỆT NAM
TRONG TIẾN TRÌNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ**

Ngành: Kinh tế phát triển
Mã số: 9.31.01.05

TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ KINH TẾ

Hà Nội - Năm 2020

Công trình được hoàn thành tại: **Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương**

Người hướng dẫn khoa học: 1. TS. Nguyễn Thị Tuệ Anh
2. PGS.TS. Vũ Đức Thanh

Phản biện 1: PGS.TS Bùi Văn Huyền

Phản biện 2: PGS.TS. Lê Thị Lan Hương

Phản biện 3: PGS.TS. Vũ Sỹ Cường

Luận án sẽ được bảo vệ trước Hội đồng chấm luận án cấp Viện họp tại Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương vào hồigiờ ... ngày ... tháng... năm 20...

Có thể tìm hiểu luận án tại thư viện:
Thư viện Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương
Thư viện Quốc Gia, Hà Nội

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Sự cần thiết nghiên cứu đề tài luận án

Trong tương quan chung của nền kinh tế, bưu chính được đánh giá là một trong những lĩnh vực dịch vụ quan trọng của đất nước, có tốc độ tăng trưởng nhanh, góp phần đáng kể vào thu nhập quốc gia và giải quyết vấn đề việc làm cho người lao động. Việt Nam ngày càng hội nhập sâu, rộng hơn vào nền kinh tế thế giới, tích cực chuẩn bị những điều kiện cần thiết để đón nhận những cơ hội và vượt qua thách thức do hội nhập mang lại.

Đứng trước thực trạng các doanh nghiệp bưu chính của Việt Nam đang gặp nhiều khó khăn như chất lượng nguồn nhân lực, cơ sở hạ tầng mạng lưới bưu chính, ứng dụng khoa học công nghệ vào sản xuất kinh doanh còn hạn chế. Tất cả những điều này sẽ làm giảm sức cạnh tranh của các doanh nghiệp này trong tiến trình hội nhập quốc tế. Vì thế cần có các nghiên cứu để tìm ra phương pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính Việt Nam thời kỳ mới. Do đó, nghiên cứu sinh lựa chọn đề tài *“Nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính Việt Nam trong tiến trình hội nhập quốc tế”* là đề tài nghiên cứu của luận án.

2. Mục đích và ý nghĩa của nghiên cứu đề tài luận án

Mục đích nghiên cứu đề tài luận án nhằm đánh giá thực trạng năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính Việt Nam. Từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính Việt Nam trong tiến trình hội nhập quốc tế.

3. Những đóng góp mới của luận án

Xây dựng khung lý thuyết về năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính. Xác định 05 tiêu chí để đánh giá định tính năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính Việt Nam.

Lựa chọn mô hình SEM để đánh giá định lượng mức độ ảnh hưởng của các yếu tố bên trong đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp bưu chính Việt Nam.

Từ kết quả phân tích, luận án đánh giá định tính thực trạng năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính Việt Nam. Từ kết quả phân tích, luận án đánh giá định lượng mức độ ảnh hưởng của các yếu tố bên trong đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp bưu chính Việt Nam, luận án chỉ ra: Năng lực cung ứng dịch vụ có tác động mạnh nhất đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính Việt Nam, tiếp theo là năng lực máy móc, thiết bị và khả năng ứng dụng khoa học công nghệ, năng lực tổ chức quản lý, năng lực phát triển mạng lưới, năng lực hội nhập và năng lực tài chính.

Đề xuất 02 nhóm giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính Việt Nam: Nhóm giải pháp đối với các doanh nghiệp bưu chính và nhóm giải pháp về phía Nhà nước.

4. Kết cấu của luận án

Ngoài phần mở đầu, kết luận, danh mục tài liệu tham khảo và phụ lục, nội dung luận án sẽ bao gồm 04 chương.

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN CÁC NGHIÊN CỨU VỀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP BƯU CHÍNH TRONG TIẾN TRÌNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ

1.1. Tổng quan các công trình nghiên cứu đã công bố về năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính trong tiến trình hội nhập quốc tế

1.1.1. Tổng quan các công trình nghiên cứu đã công bố ngoài nước về năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính trong tiến trình hội nhập quốc tế

Các công trình nghiên cứu về năng lực cạnh tranh tiêu biểu như: nghiên cứu “Assessing the competitiveness of Canada’s agrifood Industry” của các tác giả VarDwer, E.Martin và R.Westgren (1991); Nghiên cứu “Innovation and competitiveness” của J.Fagerberg, D.C.Mowery và R.R.Nelson, Oxford University Press (2003); Nghiên cứu “Competitiveness and the employment relationship in Europe: Is there a global missing link in HRM?” của nhóm tác giả Cristina Simón và Gayle Allard (2008); Nghiên cứu “Competitive strategy” của Micheal E. Porter (1980); ...

Các công trình nghiên cứu về năng lực cạnh tranh và phát triển trong lĩnh vực bưu chính tiêu biểu như: nghiên cứu “Postal development report 2019” của UPU (2019); Nghiên cứu “Aggregated LPI 2012-2018” của World Bank (2018); Nghiên cứu “Postal service competitiveness, an essential element in competitive struggle” của Irina Olimpia SUSANU, Lecturer Ph.D. Nicoleta CRISTACHE, Lecturer Ph.D. Sofia DAVID, Lecturer Ph.D (2008)...

1.1.2. Tổng quan các công trình nghiên cứu đã công bố trong nước về năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính trong tiến trình hội nhập quốc tế

Công trình nghiên cứu “Tăng cường năng lực cạnh tranh của tập đoàn Bưu chính viễn thông Việt Nam trong điều kiện Việt Nam là thành viên của tổ chức Thương mại thế giới” của Trần Thị Anh Thu (2012); Nghiên cứu “Hoàn thiện quản lý chất lượng dịch vụ tại các doanh nghiệp bưu chính ở nước ta hiện nay” của Ngô Phúc Hạnh (2008); Nghiên cứu “Phát triển chiến lược marketing của Tổng công ty bưu chính Việt Nam trong giai đoạn hiện nay” của Trần Thị Thập (2011); Nghiên cứu “Chính sách phát triển sản phẩm – dịch vụ của

Tổng công ty bưu chính Việt Nam trong giai đoạn hiện nay” của Trần Thị Hòa (2012)...

1.1.3. Tổng quan các công trình nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp

Nội dung này có các công trình nghiên cứu “Competitiveness of firms: Review of theory, frameworks and models” của Ambastha và Momaya (2004); Nghiên cứu “Crafting and executing strategy” của Thompson, Strickland & Gamble (2007); Nghiên cứu “Nâng cao năng lực cạnh tranh của các công ty chứng khoán Việt Nam” của Nguyễn Duy Hùng (2016),...

1.1.4. Những vấn đề thuộc đề tài luận án chưa được các công trình công bố nghiên cứu giải quyết

Khoảng trống nghiên cứu của luận án là nghiên cứu về các tiêu chí đánh giá năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp bưu chính Việt Nam và xây dựng mô hình đo lường mức độ ảnh hưởng của các yếu tố bên trong đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp bưu chính Việt Nam.

1.1.5. Những vấn đề luận án sẽ tập trung nghiên cứu giải quyết

Một là, nghiên cứu lý luận về năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính và làm rõ các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính Việt Nam trong tiến trình hội nhập quốc tế đồng thời lựa chọn các tiêu chí điển hình đánh giá năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính Việt Nam.

Hai là, phân tích thực trạng về năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính Việt Nam hiện nay; Chỉ ra nguyên nhân, hạn chế và các vấn đề cần tiếp tục nghiên cứu giải quyết để nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính Việt Nam trong tiến trình hội nhập quốc tế.

Ba là, luận giải và đề xuất phương hướng và các giải pháp có tính khả thi để nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính Việt Nam trong tiến trình hội nhập quốc tế.

1.2. Phương hướng giải quyết các vấn đề nghiên cứu của luận án

1.2.1. Mục tiêu và câu hỏi nghiên cứu

Mục tiêu nghiên cứu của luận án là: Đánh giá thực trạng năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính Việt Nam và đề xuất định hướng, giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính Việt Nam thích ứng với tiến trình hội nhập quốc tế.

Câu hỏi nghiên cứu cần được trả lời trong luận án là: Những tiêu chí nào được sử dụng để đánh giá năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính? Những yếu tố nào ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính? Thực trạng năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp bưu chính những năm vừa qua như thế nào? Có những giải pháp nào để nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính Việt Nam?

1.2.2. Đối tượng nghiên cứu và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của luận án là năng lực cạnh tranh, các tiêu chí đánh giá và các yếu tố ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính Việt Nam trong tiến trình hội nhập quốc tế.

Phạm vi nghiên cứu của luận án

*Về nội dung: Luận án tập trung nghiên cứu các tiêu chí đánh giá năng lực cạnh tranh, đo lường mức độ ảnh hưởng của các yếu tố bên trong đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính Việt Nam trong tiến trình hội nhập quốc tế.

* Về không gian: Luận án tập trung nghiên cứu năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp bưu chính Việt Nam trên thị trường dịch vụ bưu chính Việt Nam.

*Về thời gian: Số liệu phân tích, đánh giá thực năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính Việt Nam từ 2008 đến năm 2019.

1.2.3. Cách tiếp cận và phương pháp nghiên cứu

Cách tiếp cận của luận án: Tiếp cận lịch sử/logic; Tiếp cận từ góc độ chuyên ngành kinh tế phát triển; Tiếp cận từ phía Nhà nước; Tiếp cận từ phía các doanh nghiệp.

Luận án sử dụng phương pháp nghiên cứu: (1) Phương pháp thu thập số liệu: Phương pháp thu thập số liệu thứ cấp, phương pháp thu thập số liệu sơ cấp, phương pháp điều tra, phỏng vấn và (2) Phương pháp xử lý số liệu: thống kê mô tả, phân tích định tính, phân tích định lượng.

CHƯƠNG 2: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP BƯU CHÍNH TRONG TIẾN TRÌNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ

2.1. Năng lực cạnh tranh và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính

2.1.1. Khái niệm năng lực cạnh tranh

Năng lực cạnh tranh là khả năng tạo ra sản phẩm hoặc dịch vụ ưu việt và phù hợp hơn đối với yêu cầu của thị trường so với các đối thủ cạnh tranh, tạo ra lợi thế hơn so với các đối thủ cạnh tranh.

2.1.2. Khái niệm năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp

Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp thể hiện thực lực và lợi thế của doanh nghiệp so với đối thủ cạnh tranh trong việc thoả mãn tốt nhất các đòi hỏi của khách hàng để thu lợi nhuận ngày càng cao, bằng việc khai thác, sử dụng thực lực và lợi thế bên trong, bên ngoài nhằm tạo ra những sản phẩm, dịch vụ hấp dẫn người tiêu dùng để tồn tại và phát triển, thu được lợi nhuận ngày càng cao và cải tiến vị trí so với các đối thủ cạnh tranh trên thị trường.

2.1.3. Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính trong tiến trình hội nhập

Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính là khả năng cung cấp dịch vụ hiệu quả, mở rộng thị phần và đạt được lợi nhuận cao hơn so với các đối thủ cạnh tranh. Một doanh nghiệp có năng lực cạnh tranh tốt khi nó đạt được các kết quả cạnh tranh thuộc nhóm dẫn đầu thị trường hoặc nhóm có ưu thế nổi trội nhất trên thị trường.

2.2. Các tiêu chí đánh giá năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính trong tiến trình hội nhập

Luận án lựa chọn các tiêu chí sau để đánh giá năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp bưu chính Việt Nam: Khả năng duy trì và mở rộng thị phần; Chất lượng dịch vụ; Giá cả dịch vụ; Thương hiệu, uy tín và hình ảnh doanh nghiệp; Hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

2.3. Các yếu tố ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính trong tiến trình hội nhập

2.3.1. Yếu tố bên ngoài doanh nghiệp

Các yếu tố thuộc môi trường vĩ mô đó là: Môi trường kinh tế, môi trường luật pháp, môi trường chính trị, môi trường dân số, môi trường văn hóa – xã hội, môi trường công nghệ kỹ thuật, yếu tố hội nhập.

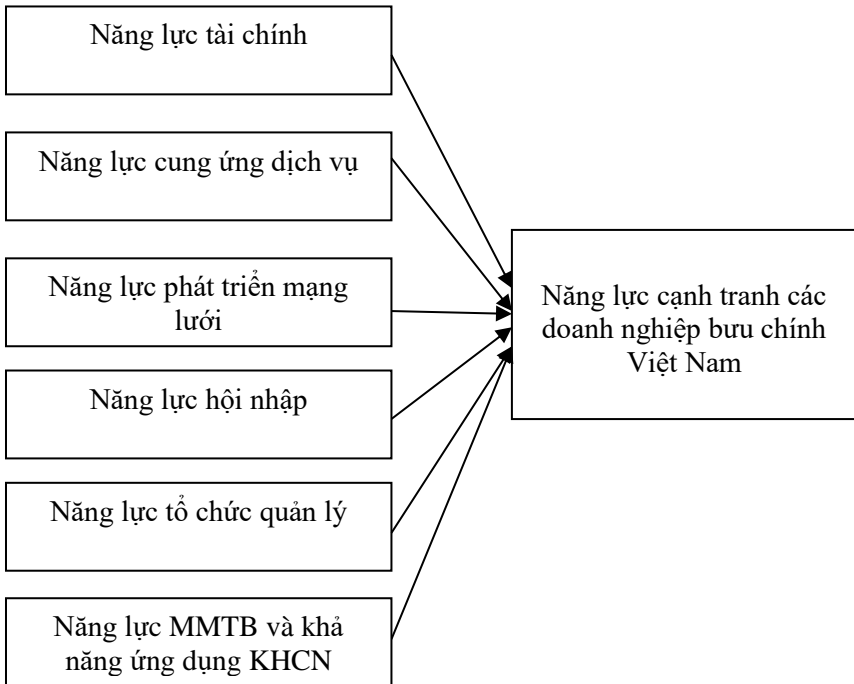
Các yếu tố thuộc môi trường vi mô đó là: Đối thủ cạnh tranh, khách hàng, trung gian marketing, nhà cung ứng, công chúng.

2.3.2. Yếu tố bên trong doanh nghiệp

Các yếu tố bên trong doanh nghiệp là: Năng lực tài chính; Năng lực cung ứng dịch vụ; Năng lực phát triển mạng lưới; Năng lực hội nhập; Năng lực tổ chức, quản lý; Năng lực máy móc thiết bị và khả năng ứng dụng khoa học công nghệ.

2.4. Các mô hình lý thuyết phân tích năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp

Trên cơ sở nghiên cứu lý thuyết của các mô hình đã được nghiên cứu, luận án xác định mô hình nghiên cứu ảnh hưởng của các yếu tố bên trong đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính Việt Nam như sau:



Hình 2.6: Mô hình lý thuyết đo lường các yếu tố bên trong ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp bưu chính Việt Nam

Các giả thuyết nghiên cứu được đưa ra là:

Giả thuyết H1: Năng lực tài chính có tác động dương tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính Việt Nam

Giả thuyết H2: Năng lực cung ứng dịch vụ có tác động dương tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính Việt Nam

Giả thuyết H3: Năng lực phát triển mạng lưới có tác động dương tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính Việt Nam

Giả thuyết H4: Năng lực hội nhập có tác động dương tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính Việt Nam

Giả thuyết H5: Năng lực tổ chức, quản lý có tác động dương tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính Việt Nam

Giả thuyết H6: Năng lực máy móc, thiết bị và khả năng ứng dụng khoa học công nghệ có tác động dương tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính Việt Nam

Nghiên cứu định lượng chính thức: *Mẫu nghiên cứu:* Mẫu nghiên cứu là 316 đơn vị. *Phương pháp chọn mẫu:* Mẫu nghiên cứu được lựa chọn là các doanh nghiệp bưu chính tại Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh. *Phân tích dữ liệu:* Dữ liệu đã được làm sạch và nhập vào phần mềm sẽ được phân tích theo các bước sau: Phân tích thống kê mô tả; Kiểm định giá trị của thang đo; Phân tích nhân tố khám phá EFA; Phân tích CFA; Kiểm định mức độ phù hợp của mô hình bằng phân tích SEM và phân tích bootstrap.

CHƯƠNG 3: THỰC TRẠNG NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP BƯU CHÍNH VIỆT NAM TRONG TIẾN TRÌNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ

3.1. Khái quát thực trạng doanh nghiệp bưu chính Việt Nam trong tiến trình hội nhập quốc tế

Theo xếp hạng toàn cầu do UPU thực hiện, năm 2018, Việt Nam được xếp hạng 50/172 đối với chỉ số phát triển bưu chính 2IPD thì sang năm 2019, Việt Nam xếp hạng thứ 45/172 nước, tăng 5 bậc về thứ hạng và tăng 0,06 điểm về điểm số so với năm 2018.

Về số lượng doanh nghiệp: Tính tới thời điểm ngày 15.19.2019, số lượng các doanh nghiệp bưu chính được cấp phép hoạt động tại thị trường Việt Nam là 431 doanh nghiệp với đầy đủ thành phần kinh tế.

Về doanh thu: Nhu cầu về các dịch vụ bưu chính của người dân ngày một gia tăng, số lượng các doanh nghiệp tham gia vào thị trường bưu chính Việt Nam ngày càng lớn do đó khiến doanh thu của lĩnh vực này liên tục tăng qua các năm. Doanh thu năm 2019 đạt 34.311 tỷ đồng.

Về quy mô lao động: Số lượng lao động trong các doanh nghiệp bưu chính biến động liên tục qua các năm. Năm 2019, số lượng lao động trong các doanh nghiệp bưu chính khoảng 74.500 lao động.

3.2. Phân tích đánh giá thực trạng năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính Việt Nam trong tiến trình hội nhập quốc tế

3.2.1. Khả năng duy trì và mở rộng thị phần

Qua kết quả phân tích trên, có thể đánh giá được mức độ hoạt động hiệu quả nhất thuộc về các doanh nghiệp bưu chính có vốn Nhà

nước và các doanh nghiệp này đang nắm vị trí thống lĩnh thị trường bưu chính Việt Nam, sau đó là các doanh nghiệp có vốn tư nhân.

3.2.2. Chất lượng dịch vụ

Về chất lượng dịch vụ: nhìn chung chất lượng dịch vụ bưu chính qua từng năm đã được nâng lên, điều này chứng tỏ các doanh nghiệp đã từng bước hoàn thiện dịch vụ của mình. Theo đánh giá của khách hàng tổ chức và khách hàng cá nhân, chất lượng dịch vụ của doanh nghiệp bưu chính Nhà nước cao hơn các doanh nghiệp bưu chính tư nhân.

3.2.3. Giá cả dịch vụ

Mỗi doanh nghiệp đều xây dựng và niêm yết một bảng giá cụ thể, tuy nhiên với các khách hàng đặc thù (khách hàng có nhu cầu sử dụng dịch vụ lớn) thì các doanh nghiệp lại có các chính sách riêng để đảm bảo lợi ích cho khách hàng.

3.2.4. Thương hiệu, uy tín và hình ảnh doanh nghiệp

Các doanh nghiệp đều đã chú trọng đến việc xây dựng hình ảnh thương hiệu của mình. Tuy nhiên, qua đánh giá các doanh nghiệp bưu chính Nhà nước có uy tín và thương hiệu hơn so với các doanh nghiệp bưu chính tư nhân.

3.2.5. Hiệu quả hoạt động kinh doanh

Doanh thu của nhóm các doanh nghiệp có vốn tư nhân thấp nhất trong 3 nhóm: doanh nghiệp có vốn Nhà nước, doanh nghiệp có vốn tư nhân và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài.

Mức năng suất lao động của các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài cao hơn hẳn các doanh nghiệp trong nước. Mức năng suất

lao động của các doanh nghiệp bưu chính Nhà nước cao hơn mức năng suất của các doanh nghiệp bưu chính tư nhân.

3.3. Phân tích các yếu tố bên ngoài ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính Việt Nam trong tiến trình hội nhập quốc tế

3.3.1. Các yếu tố thuộc môi trường vĩ mô

Môi trường kinh tế: Nền kinh tế Việt Nam 6 tháng đầu năm tiếp tục chuyển biến tích cực, tổng sản phẩm trong nước đạt mức tăng trưởng khá, đạt 6,76%. Kinh tế vĩ mô ổn định, xuất khẩu tạo dấu ấn quan trọng, niềm tin người tiêu dùng đạt mức kỷ lục, lạm phát được kiểm soát thấp nhất trong 3 năm 2017-2019.

Môi trường luật pháp: Trong thời gian qua, Chính phủ đã rất nỗ lực trong việc hoàn thiện thể chế chính sách, ban hành luật bưu chính, các nghị quyết và các cam kết, các văn bản hướng dẫn. Tuy nhiên, vẫn chưa có các văn bản hay bộ luật liên quan tới bán hàng qua kênh thương mại điện tử.

Môi trường chính trị: Việt Nam có nền chính trị luôn ổn định, đây là một bảo đảm cho sự gắn kết để thực hiện chính sách kinh tế nhất quán. Lý do để Việt Nam luôn là điểm đầu tư hấp dẫn của các doanh nghiệp bưu chính nước ngoài cũng là dựa trên sự ổn định chính trị.

Môi trường dân số: Lực lượng lao động của Việt Nam ước tính khoảng 48,8 triệu người sẽ là nguồn cung dồi dào cho các doanh nghiệp bưu chính.

Môi trường văn hóa xã hội: Giao dịch các dịch vụ bưu chính qua internet đang dần trở thành xu hướng phổ biến của xã hội, điều này buộc các doanh nghiệp cần phát triển các dịch vụ theo hướng phục vụ nhu cầu của xã hội.

Môi trường công nghệ - kỹ thuật: Do sự phát triển của công nghệ, thay vì nhận đơn hàng bằng tay, ghi chép đơn hàng bằng tay, các doanh nghiệp bưu chính cần sử dụng các phần mềm mới, các app tiện lợi.

Yếu tố hội nhập: Việc Việt Nam gia nhập vào các tổ chức WTO, ASEAN, APEC,... hay tích cực tham gia vào đàm phán, ký kết các Hiệp định thương mại tự do, giúp xóa bỏ rào cản về thuế quan và tạo ra nhiều cơ hội chuyên phát hàng hóa phi mậu dịch đối với các doanh nghiệp bưu chính.

3.3.2. Các yếu tố thuộc môi trường vi mô

Đối thủ cạnh tranh: Tính tới thời điểm hiện tại, Việt Nam có hơn 400 doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực bưu chính với đầy đủ các thành phần kinh tế. Sự xuất hiện ngày càng nhiều hơn các doanh nghiệp nước ngoài, với đầu tư lớn và cách làm chuyên nghiệp là dấu hiệu tích cực đối với thị trường nhưng cũng đồng nghĩa các doanh nghiệp Việt Nam sẽ phải cạnh tranh gay gắt hơn.

Khách hàng: Khách hàng của các doanh nghiệp bưu chính có thể là tổ chức hoặc cá nhân. Khách hàng tạo nên thị trường, quy mô của khách hàng tạo nên quy mô thị trường.

Trung gian marketing: Các trung gian marketing sẽ giúp doanh nghiệp bưu chính tập trung vào hoạt động kinh doanh chính của mình vì các đơn vị này sẽ đảm trách khâu hậu cần cho những chiến dịch tiếp thị khách hàng.

Nhà cung ứng: Các nhà cung ứng của các doanh nghiệp bưu chính đó là nhà cung cấp thiết bị bưu chính, công nghệ phần cứng, mềm, logistics,...

Công chúng bao gồm: Giới công chúng tài chính và giới công chúng nội bộ. Các doanh nghiệp cần phải quan tâm đến thái độ của công chúng đối với các hoạt động và dịch vụ của mình.

3.4. Phân tích các yếu tố bên trong ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp buru chính Việt Nam

3.4.1. Kết quả nghiên cứu định tính

Phương pháp nghiên cứu định tính, bao gồm: Thực hiện phỏng vấn sâu, xây dựng và phát triển thang đo các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp buru chính Việt Nam, thiết kế bảng hỏi sơ bộ.

3.4.2. Kết quả nghiên cứu định lượng

Nghiên cứu định lượng sơ bộ: Bộ thang đo các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp buru chính Việt Nam bao gồm 6 yếu tố với 32 biến quan sát và 1 yếu tố đánh giá năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp buru chính Việt Nam gồm 5 biến quan sát sẽ được đưa vào để thiết kế bảng câu hỏi để khảo sát chính thức.

Nghiên cứu định lượng chính thức: Sau khi tiến hành phân tích thống kê mô tả, luận án kiểm định giá trị của thang đo bằng hệ số tin cậy Cronbach's Alpha có 6 thang đo biến độc lập gồm 31 biến quan sát và 1 thang đo biến phụ thuộc gồm 3 biến quan sát trong mô hình thỏa mãn điều kiện để sử dụng trong phân tích EFA. Kết quả phân tích EFA cho thấy 7 thang đo với 33 biến (sau khi loại biến HN1) thỏa mãn điều kiện sử dụng trong phân tích CFA. Phân tích nhân tố khẳng định CFA của 7 thang đo với 33 biến quan sát thỏa mãn điều kiện được thực hiện bằng phần mềm AMOS 21.

Kiểm định bằng mô hình SEM cho kết quả ước lượng chuẩn hóa của các tham số, cho thấy, yếu tố ảnh hưởng mạnh nhất tới năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp bưu chính là: Năng lực cung ứng dịch vụ (29,5%), thứ hai là yếu tố Năng lực máy móc thiết bị và khả năng ứng dụng khoa học công nghệ (27,4%), thứ ba là yếu tố Năng lực tổ chức, quản lý (24,5%), thứ tư là yếu tố Năng lực phát triển mạng lưới (23%), thứ năm là yếu tố Năng lực hội nhập (22%) và cuối cùng ảnh hưởng yếu nhất là yếu tố Năng lực tài chính (15,2%).

3.4.3. Kết quả kiểm định các giả thuyết mô hình nghiên cứu

Tổng hợp kết quả kiểm định mô hình nghiên cứu với 06 biến độc lập và 01 biến phụ thuộc, các giả thuyết H1, H2, H3, H4, H5, H6 đều được chấp nhận. Khi tăng những yếu tố này sẽ làm gia tăng năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính.

3.4.4. Thảo luận kết quả sau kiểm định

Giá trị trung bình của các thang đo các yếu tố ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp bưu chính Việt Nam dao động trong khoảng 2,88 đến 3,59. Yếu tố Năng lực hội nhập có giá trị trung bình thấp nhất và yếu tố Năng lực tài chính có giá trị trung bình cao nhất. Nhìn chung, năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp bưu chính Việt Nam hiện nay chỉ dừng lại ở mức trung bình và còn khá thấp. Các doanh nghiệp bưu chính có vốn Nhà nước có năng lực cạnh tranh cao hơn so với các doanh nghiệp bưu chính có vốn tư nhân.

Về năng lực tài chính: Các doanh nghiệp bưu chính có vốn Nhà nước luôn dẫn đầu thị trường về doanh thu, thị phần, vốn điều lệ. Do đó, về năng lực tài chính, các doanh nghiệp bưu chính có vốn Nhà nước có khả năng cạnh tranh hơn các doanh nghiệp bưu chính có vốn tư nhân.

Về năng lực cung ứng dịch vụ, các doanh nghiệp bưu chính có vốn Nhà nước có năng lực cạnh tranh hơn hẳn các doanh nghiệp bưu chính có vốn tư nhân.

Về năng lực phát triển mạng lưới, các doanh nghiệp bưu chính có vốn Nhà nước có khả năng cạnh tranh hơn vì các doanh nghiệp có vốn Nhà nước đang dẫn đầu về hệ thống hạ tầng về số điểm phục vụ bưu chính, mạng vận chuyển hay số bưu cục. Các doanh nghiệp bưu chính có vốn tư nhân bắt buộc phải phụ thuộc vào hạ tầng bưu chính của khu vực Nhà nước nên không thể cạnh tranh được.

Về năng lực hội nhập: các doanh nghiệp bưu chính có vốn Nhà nước có năng lực cạnh tranh hơn các doanh nghiệp bưu chính tư nhân. Vì ngoài hai doanh nghiệp bưu chính Nhà nước lớn nhất có quan hệ với các đối tác nước ngoài, còn lại các doanh nghiệp bưu chính có vốn tư nhân hầu như không mở rộng quan hệ hợp tác mà chỉ tìm kiếm cơ hội kinh doanh ở thị trường trong nước.

Về năng lực tổ chức quản lý: các doanh nghiệp bưu chính có vốn Nhà nước có năng lực cạnh tranh hơn về hơn so với các doanh nghiệp bưu chính có vốn tư nhân.

Về năng lực máy móc, thiết bị và khả năng ứng dụng khoa học công nghệ: các doanh nghiệp bưu chính có vốn Nhà nước có khả năng cạnh tranh hơn so với các doanh nghiệp bưu chính tư nhân. Bởi các doanh nghiệp tư nhân với nguồn lực tài chính hạn chế nên không đủ khả năng để đầu tư, nâng cấp máy móc kỹ thuật hiện đại phục vụ cho quá trình kinh doanh nên khó để cạnh tranh với các doanh nghiệp có vốn Nhà nước.

3.5. Kết luận về những nguyên nhân làm giảm năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính Việt Nam

Thứ nhất, năng lực tài chính của các doanh nghiệp bưu chính tư nhân đa phần yếu kém. Thứ hai, chất lượng dịch vụ của các doanh nghiệp còn thấp. Thứ ba, năng lực tổ chức, quản lý của hầu hết các doanh nghiệp bưu chính đều kém. Thứ tư, trình độ người lao động còn kém. Thứ năm, các doanh nghiệp bưu chính còn yếu kém về năng lực hội nhập. Thứ sáu, còn tồn tại những bất cập về hạ tầng bưu chính. Thứ bảy, hệ thống pháp luật về bưu chính chưa đầy đủ và đồng bộ.

CHƯƠNG 4: GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP BƯU CHÍNH VIỆT NAM TRONG HỘI NHẬP QUỐC TẾ THỜI KỲ TỚI NĂM 2030

4.1. Bối cảnh và dự báo tác động của hội nhập quốc tế tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính Việt Nam thời kỳ tới năm 2030

4.1.1. Bối cảnh quốc tế và trong nước ảnh hưởng tới doanh nghiệp bưu chính Việt Nam

Bối cảnh quốc tế: Trong kỷ nguyên số hiện tại, bưu chính đã định vị mình là một nhà cung ứng quan trọng cho thương mại điện tử toàn cầu. Bưu chính trở thành đối tác phân phối chính cho các doanh nghiệp bán hàng trực tuyến thông qua một mạng lưới kết nối toàn cầu của mình.

Bối cảnh trong nước: Năm 2019, Việt Nam tăng 3,5 điểm (từ 58 điểm lên 61,5 điểm) cao hơn điểm trung bình toàn cầu (60,7 điểm) và tăng 10 bậc (từ vị trí 77 lên vị trí 67) theo kết quả xếp hạng của WEF. Năm 2019 cũng ghi dấu một bước tiến quan trọng của Việt Nam

hội nhập vào nền kinh tế thế giới bằng hiệp định thương mại tự do EVFTA và Hiệp định bảo hộ đầu tư EVIPA.

4.1.2. Dự báo tác động của hội nhập quốc tế tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính Việt Nam thời kỳ tới năm 2030

Dự báo giai đoạn 2020 - 2030, cạnh tranh giành đơn hàng chuyên phát từ thương mại điện tử sẽ tiếp tục tăng mạnh. Dự báo doanh thu của ngành bưu chính chuyên phát sẽ đạt quy mô hơn 10 tỷ USD vào năm 2020, trong đó nhiều DN sẽ có mức tăng trưởng cao từ 60-200% mỗi năm. Theo chiến lược đến năm 2025 vừa được Bộ Thông tin và truyền thông công bố, tốc độ tăng trưởng của bưu chính vẫn được duy trì ở mức cao, doanh thu dịch vụ bưu chính tăng gấp 3 - 4 lần (đạt 3-4 tỷ USD). Tiếp tục đóng góp vào tỷ trọng GDP quốc gia tối thiểu 0,5%. Toàn ngành sẽ phát triển mạng điểm phục vụ rộng khắp cả nước, tiến tới đến năm 2025 có 85% số xã có điểm phục vụ bưu chính có người phục vụ và năm 2030 là 90% số xã. Việt Nam cũng sẽ nâng cao thứ hạng trong bảng xếp hạng phát triển bưu chính do Liên minh Bưu chính thế giới (UPU) công bố. Đến năm 2025, Việt Nam nằm trong Top 40 của thế giới.

4.2. Định hướng phát triển và nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính Việt Nam trong hội nhập quốc tế thời kỳ tới năm 2030

Phát triển hạ tầng bưu chính theo hướng đẩy mạnh chuyển đổi số trong bưu chính; Chuyển dịch từ dịch vụ bưu chính truyền thống sang dịch vụ bưu chính số, trong đó, chú trọng các dịch vụ liên quan đến Chính phủ điện tử và các dịch vụ mang tính hỗ trợ/logistics cho thương mại điện tử; Xây dựng cơ sở dữ liệu về DN bưu chính và định

hướng chuyển đổi số cho các DN bưu chính; Đến hết năm 2020, Việt Nam vào nhóm 40 - 45 quốc gia dẫn đầu về Bưu chính của Liên minh Bưu chính Thế giới UPU.

4.3. Các giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính Việt Nam trong hội nhập quốc tế thời kỳ tới năm 2030

4.3.1. Nhóm giải pháp 1: Nhóm giải pháp đối với các doanh nghiệp bưu chính Việt Nam

Nâng cao năng lực tài chính: Để nâng cao năng lực tài chính, các doanh nghiệp bưu chính Việt Nam cần xây dựng một chiến lược tài chính thông minh với nhiều kênh huy động đảm bảo như: huy động nguồn vốn nội bộ từ các cổ đông, các quỹ,... và các nguồn vốn từ bên ngoài như tín dụng thương mại, tín dụng ngân hàng, khách hàng ứng trước, tín dụng thu mua tài sản,... Mặt khác, doanh nghiệp cần xác định chính xác nhu cầu về từng loại vốn: Thị trường, đầu tư thiết bị và công nghệ, lao động tiền lương, kế hoạch tài chính,...

Nâng cao chất lượng dịch vụ: Các DN bưu chính trong nước cần triển khai nhiều giải pháp chủ yếu để nâng cao chất lượng dịch vụ như: Áp dụng công nghệ thông tin toàn bộ vào các khâu dịch vụ bưu chính; Trang bị hệ thống camera để giám sát quá trình khai thác vận chuyển cũng như thái độ ứng xử, giao tiếp của nhân viên đối với khách hàng. Thực hiện tốt việc chăm sóc khách hàng, phân loại khách hàng theo từng đối tượng: khách hàng lớn, khách hàng trung thành, khách hàng đặc biệt, khách hàng tiềm năng,...

Nâng cao năng lực tổ chức, quản lý: Thứ nhất, chủ doanh nghiệp thường xuyên cập nhật kiến thức, những kỹ năng cần thiết như: kỹ năng lãnh đạo, kỹ năng quản lý sự biến đổi trong môi trường cạnh

tranh, kỹ năng thuyết trình, kỹ năng đàm phán và giao tiếp,... Thứ hai, chủ doanh nghiệp cần thường xuyên theo dõi, phân tích, đánh giá và điều chỉnh trong từng quá trình sản xuất và chiến lược của doanh nghiệp. Thứ ba, áp dụng linh hoạt các mô hình tổ chức quản lý hiện đại, linh hoạt thay vì các mô hình truyền thống. Thứ tư, các chủ doanh nghiệp cần trang bị đầy đủ kiến thức, năng lực tiếp cận tiêu chuẩn quốc tế.

Đào tạo, phát triển đội ngũ nhân lực: Thứ nhất, hoàn thiện hệ thống chương trình đào tạo, dạy nghề thống nhất và chuyên nghiệp trong cả nước ở tất cả các bậc học. Thứ hai, khuyến khích và tạo điều kiện phát triển các mô hình xã hội hóa, mô hình đào tạo theo nhu cầu của thị trường, mô hình đào tạo liên kết doanh nghiệp - viện - trường, mô hình liên doanh, liên kết quốc tế.... Thứ ba, đẩy mạnh các hoạt động đào tạo nâng cao trình độ cho cán bộ công chức, người lao động ở các doanh nghiệp. Thứ tư, có chính sách và chế độ đãi ngộ đặc biệt để thu hút nhân tài, khuyến khích chuyên gia trong và ngoài nước.

Nâng cao năng lực hội nhập: Các doanh nghiệp bu chính cần phối hợp, liên kết mạnh mẽ với các doanh nghiệp hỗ trợ và liên quan từ khâu cung cấp máy móc, hỗ trợ mảng công nghệ thông tin hay chuỗi cung ứng logistics để cùng khai thác lợi thế của các bên.

4.3.2. Nhóm giải pháp 2: Nhóm giải pháp về phía Nhà nước

Hoàn thiện hệ thống pháp luật: Nhà nước cần hoàn thiện đồng bộ hệ thống văn bản quy phạm pháp luật trong hoạt động kinh doanh bu chính. Xây dựng văn bản dưới luật hướng dẫn đồng bộ bao gồm các quy định bắt buộc thực hiện, chế tài xử phạt vi phạm hành chính khi vi phạm các quy định này. Hoàn thiện các quy định về bu chính

liên quan tới mua bán qua kênh thương mại điện tử hay có thêm quy định về chính sách giá, các yêu cầu chứng từ trên đường vận chuyển.

Thành lập hiệp hội bưu chính: Hiệp hội bưu chính ra đời sẽ hỗ trợ, bảo đảm lợi ích của các doanh nghiệp và việc tham gia hiệp hội cũng sẽ mang lại nhiều cơ hội tương tác cho các doanh nghiệp.

Các giải pháp khác: Bộ Thông tin và truyền thông cần chỉ đạo xây dựng mã bưu chính đến từng địa chỉ để các doanh nghiệp bưu chính thuận lợi cho việc áp dụng công nghệ thông tin và công nghệ số vào chia chọn, vận chuyển và phát bưu gửi; Mở rộng các phương tiện di chuyển cho lĩnh vực bưu chính: xe ba bánh hoặc các phương tiện di chuyển phù hợp hơn với các đặc thù riêng của từng khu vực...

4.4. Một số kiến nghị đối với Nhà nước

Thứ nhất, Nhà nước tạo môi trường về pháp luật và các cơ chế, chính sách thuận lợi cho các doanh nghiệp bưu chính phát triển bình đẳng và cạnh tranh lành mạnh, đóng góp ngày càng cao vào tăng trưởng và phát triển kinh tế đất nước. *Thứ hai,* Nhà nước tháo gỡ một số cơ chế trong lĩnh vực quản lý để đẩy mạnh việc triển khai dịch vụ logistic. Đặc biệt là việc tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp bưu chính trong lĩnh vực cấp và thuê đất. Đây là điều kiện để xây dựng nền tảng hạ tầng logistic, góp phần bảo đảm vai trò hỗ trợ, giảm chi phí trong triển khai dịch vụ logistic tại Việt Nam. *Thứ ba,* Nhà nước tiếp tục cải thiện thực chất hơn môi trường đầu tư kinh doanh, củng cố nền tảng kinh tế vĩ mô, thúc đẩy hệ sinh thái khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo, tạo mọi điều kiện thuận lợi nhất hỗ trợ và thúc đẩy phát triển khởi nghiệp. *Thứ tư,* các doanh nghiệp bưu chính được bình đẳng trong tiếp cận các chính sách và tham gia các chương trình hỗ trợ của Chính phủ.

Thứ năm, Nhà nước hỗ trợ liên kết giữa các doanh nghiệp bưu chính nhỏ và doanh nghiệp bưu chính lớn.

KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ HƯỚNG NGHIÊN CỨU TIẾP THEO CỦA LUẬN ÁN

Thực tiễn, trong giai đoạn từ 2008-2019, các doanh nghiệp bưu chính Việt Nam đã đạt được các kết quả rất ấn tượng, doanh thu liên tục tăng qua các năm, số lượng các doanh nghiệp bưu chính cũng phát triển nhanh chóng. Sự phát triển của hơn 400 doanh nghiệp bưu chính đã đóng góp tích cực vào công cuộc đổi mới và phát triển kinh tế đất nước. Tuy nhiên, từ phân tích số liệu và đánh giá thực trạng năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp bưu chính Việt Nam dựa trên các tiêu chí, trong sự so sánh với các đối thủ cạnh tranh nước ngoài, cho thấy năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp bưu chính Việt Nam vẫn còn khá kém. Trước những cơ hội và thách thức mới đến từ thị trường cạnh tranh trong khu vực và thế giới, phát triển các doanh nghiệp bưu chính Việt Nam có sức cạnh tranh cao là một yêu cầu tất yếu đối với nước ta, nhằm góp phần tạo dựng và khẳng định vị trí của quốc gia về lĩnh vực bưu chính trong khu vực và trên thế giới

Những đóng góp mới của luận án

Về mặt lý luận:

(i) Xây dựng khung lý thuyết về năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính Việt Nam phù hợp với đặc điểm của các doanh nghiệp bưu chính và các điều kiện về môi trường kinh doanh hiện nay ở Việt Nam.

(ii) Đề xuất phương pháp định lượng để đánh giá mức độ ảnh hưởng của các yếu tố bên trong đến năng lực cạnh tranh của các doanh

nghiệp bưu chính Việt Nam, theo đó năng lực cung ứng dịch vụ là yếu tố có tác động mạnh nhất đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính Việt Nam, tiếp theo là năng lực máy móc, thiết bị và khả năng ứng dụng khoa học công nghệ, năng lực tổ chức quản lý, năng lực phát triển mạng lưới, năng lực hội nhập và năng lực tài chính.

Về mặt thực tiễn:

(i) Phân tích thực trạng năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính Việt Nam thông qua thực trạng các tiêu chí đánh giá năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính Việt Nam và thông qua đánh giá ảnh hưởng của các yếu tố đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp bưu chính Việt Nam.

(ii) Chỉ ra những nguyên nhân làm giảm năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp bưu chính Việt Nam.

(iii) Kiến nghị và đề xuất hệ thống giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp bưu chính Việt Nam tầm nhìn tới năm 2030.

Những hạn chế của luận án

Trong quá trình xây dựng hệ thống lý thuyết về năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bưu chính, tác giả gặp rất nhiều khó khăn khi tiếp cận với các công trình nghiên cứu đã công bố về lĩnh vực bưu chính, đặc biệt là các công trình ngoài nước, thời gian công bố của các công trình khá lâu và ít số liệu minh chứng... dẫn đến một số phần lý thuyết tác giả không thể hoàn thành tốt.

Hạn chế của phương pháp đánh giá định lượng: Các doanh nghiệp bưu chính có vốn Nhà nước chiếm số lượng rất ít nhưng lại có nhiều ưu thế, chiếm lĩnh thị phần lớn nhờ độc quyền tự nhiên. Trong

khi đó số lượng các doanh nghiệp có vốn tư nhân rất nhiều. Do đó, kết quả đánh giá có thể phản ánh chưa chính xác.

Kiến nghị hướng nghiên cứu tiếp theo

Tác giả mong muốn mở rộng phạm vi nghiên cứu và có những nghiên cứu sâu hơn về các chỉ tiêu tài chính của doanh nghiệp bưu chính (để làm căn cứ tính các chỉ tiêu ROA, ROE,...)

Bổ sung thêm các yếu tố bên trong ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp bưu chính Việt Nam và phân tích định lượng các yếu tố này.

DANH MỤC CÔNG TRÌNH ĐÃ CÔNG BỐ CỦA TÁC GIẢ

1. Bùi Thị Quyên (2016), “Nâng cao chất lượng dịch vụ bưu chính Nhà nước trong bối cảnh mới”, *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, 08/2016, Số 19, tr. 33-35.
2. Bùi Thị Quyên (2019), “Giải pháp nâng cao chất lượng nguồn nhân lực bưu chính Việt Nam thời kỳ hội nhập”, *Tạp chí Khoa học và Công nghệ*, 04/2019, Số 51, tr. 123-128.
3. Bùi Thị Quyên (2019), “Phát triển doanh nghiệp bưu chính một số quốc gia trên thế giới và kinh nghiệm cho Việt Nam”, *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, 06/2019, Số 16, tr. 81-83.
4. Bùi Thị Quyên (2019), “Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp bưu chính Việt Nam trong tiến trình hội nhập quốc tế”, *Kỷ yếu hội thảo khoa học quốc gia 2019: “Cải thiện môi trường kinh doanh nâng cao năng lực cạnh tranh của Việt Nam trong cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4”*, tr.52
5. Bùi Thị Quyên (2020), “Đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) vào lĩnh vực bưu chính Việt Nam”, *Kỷ yếu hội thảo khoa học quốc gia: “Cách mạng công nghiệp lần thứ tư: Khởi nghiệp và phát triển doanh nghiệp Việt Nam”*, tr. 248-256
6. Bùi Thị Quyên (2020), “Nâng cao năng lực đổi mới sáng tạo trong các doanh nghiệp bưu chính Việt Nam”, *Kỷ yếu hội thảo khoa học quốc gia: “Tăng trưởng xanh: Quản trị và phát triển doanh nghiệp”*, tr. 125-134