



## Tạp chí Quản lý và Kinh tế quốc tế

Trang chủ: <http://tapchi.ftu.edu.vn>

# TÁC ĐỘNG CỦA HOẠT ĐỘNG ĐỔI MỚI VÀ MẠNG LƯỚI KẾT NỐI ĐẾN XUẤT KHẨU CỦA DOANH NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ TẠI VIỆT NAM

Lê Thanh Hà<sup>1</sup>

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội, Việt Nam

Phạm Thị Linh Trang

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội, Việt Nam

Ngày nhận: 3/7/2020; Ngày hoàn thành biên tập: 11/9/2020; Ngày duyệt đăng: 16/9/2020

**Tóm tắt:** Nghiên cứu này sử dụng bộ dữ liệu từ Khảo sát Doanh nghiệp sản xuất quy mô vừa và nhỏ (DNVVN) tại Việt Nam từ năm 2011 đến 2015 để đánh giá tác động của hoạt động đổi mới và mạng lưới kết nối đến xuất khẩu của doanh nghiệp. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng hoạt động đổi mới, bao gồm giới thiệu các sản phẩm mới, cải tiến các sản phẩm hiện có và giới thiệu quy trình công nghệ mới, có liên quan chặt chẽ đến xuất khẩu. Các công ty xuất khẩu nếu họ có mối quan hệ với các đối tác trong nền kinh tế là nhà thầu phụ và có tổ chức công đoàn. Bên cạnh đó, việc ứng dụng Internet cũng có tác động tích cực đến hoạt động xuất khẩu.

**Từ khóa:** DNVVN, Xuất khẩu, Hoạt động đổi mới, Mạng lưới kết nối, Việt Nam

## IMPACTS OF INNOVATION AND NETWORKING ON EXPORT DECISIONS OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN VIETNAM

**Abstract:** This paper uses small and medium-sized enterprises' (SMEs) survey data in Vietnam from 2011 to 2015 to examine the effects of innovation and networking on export behavior of firms. Innovation including introduction of new products, improvement of existing products and introduction of new technological process are closely associated with export behavior. Firms are more likely to export if they have a network with diverse partners in the economy, have a union, or are subcontractors. Furthermore, the communication networks such as Internet are positively related to export behavior.

**Keywords:** SMEs, Export behavior, Innovation, Networking, Communication networks, Vietnam

### 1. Giới thiệu

Với xu thế toàn cầu hoá cùng cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 diễn ra ngày càng mạnh mẽ như hiện nay, xuất nhập khẩu là hoạt động có ý nghĩa hết sức quan trọng

<sup>1</sup> Tác giả liên hệ, Email: [lethanha@neu.edu.vn](mailto:lethanha@neu.edu.vn)

đối với nền kinh tế của Việt Nam nói chung và đối với các doanh nghiệp nói riêng. Hoạt động xuất khẩu, quan hệ kinh tế giữa các nước càng được mở rộng và đa dạng sẽ mang lại nhiều lợi ích, đóng góp tích cực vào sự phát triển kinh tế xã hội của đất nước. Do vậy, đẩy mạnh xuất khẩu là cần thiết. Nhu cầu cấp thiết đó đã nhấn mạnh tầm quan trọng của nghiên cứu liên quan tới đánh giá các nhân tố ảnh hưởng để đưa ra những giải pháp thích hợp nhằm thúc đẩy xuất khẩu của doanh nghiệp.

Trên thực tế có nhiều nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển cũng như quyết định xuất khẩu của doanh nghiệp. Trong đó hoạt động đổi mới được đánh giá là yếu tố then chốt trong việc duy trì năng lực cạnh tranh, đảm bảo sự tồn tại phát triển lâu dài của doanh nghiệp. Hoạt động đổi mới nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm, đáp ứng nhu cầu thị trường tốt nhất. Các nghiên cứu thực nghiệm đã chỉ rằng hoạt động đổi mới là một trong những yếu tố quyết định xuất khẩu của doanh nghiệp (Tomiura, 2007; Cassiman & cộng sự, 2010; Halpern & Muraközy, 2012).

Ngoài yếu tố về đổi mới, mạng lưới kết nối được hiểu như sự liên kết với các đối tác khác nhau trong nền kinh tế, bao gồm khách hàng, nhà cung ứng, cơ quan chính phủ, thậm chí các hãng cạnh tranh và sự kết nối thông qua mạng lưới máy tính (Tomiura, 2007; Ricci & Trionfetti, 2012) cũng được coi là yếu tố cực kỳ quan trọng đối với doanh nghiệp kể từ khi bắt đầu thành lập và phát triển. Mạng lưới kết nối thúc đẩy các hoạt động thương mại quốc tế nhờ giảm thiểu các rào cản về mặt thông tin, từ đó giảm chi phí giao dịch. Các nghiên cứu của Rauch & Trindade (2002); Rauch & Casella (2002); Kikuchi (2009) và Ricci & Trionfetti (2012) đã cung cấp các bằng chứng thực nghiệm chỉ ra tầm quan trọng của mạng lưới kết nối đối với hoạt động thương mại quốc tế.

Các nghiên cứu trước đây khi đánh giá về tác động của hoạt động đổi mới đều sử dụng chỉ tiêu liên quan tới hoạt động đầu tư R&D. Tuy nhiên, hoạt động này của doanh nghiệp chỉ là một phần trong hoạt động đổi mới. Việc đa dạng hóa các loại hình của hoạt động đổi mới và đánh giá tác động cụ thể của các loại hình sẽ gợi ý chính sách hiệu quả hơn. Ngoài ra chưa có nghiên cứu đưa ra câu trả lời rõ ràng về tác động của hoạt động đổi mới kết hợp cùng mạng lưới kết nối tới xuất khẩu của doanh nghiệp, đặc biệt đối với các nước đang phát triển như Việt Nam. Vì vậy, nghiên cứu này sẽ tiến hành đánh giá ảnh hưởng của hoạt động đổi mới và mạng lưới kết nối đến xuất khẩu trong các doanh nghiệp sản xuất quy mô vừa và nhỏ (DNVVN) của Việt Nam trong các năm 2011, 2013 và 2015. Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương (CIEM) đã thu thập số liệu điều tra. Từ đó, nhóm tác giả đưa ra kết luận và kiến nghị một số chính sách nhằm thúc đẩy hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam.

Phần còn lại của bài nghiên cứu được bố cục như sau. Phần 2 sẽ thảo luận các nghiên cứu liên quan từ đó phát triển các giả thuyết nghiên cứu, trong khi Phần 3 sẽ đưa ra mô hình lý thuyết và phân tích số liệu. Kết quả nghiên cứu sẽ được các tác giả trình bày trong Phần 4 và Phần 5 là kết luận.

## 2. Tổng quan nghiên cứu và lựa chọn giả thuyết

### 2.1 Hoạt động đổi mới

Nghiên cứu về ảnh hưởng của hoạt động nghiên cứu và phát triển (R&D) đến hành vi xuất khẩu của các công ty sản xuất Nhật Bản, Tomiura (2007) đã sử dụng bộ dữ liệu cấp doanh nghiệp từ *Khảo sát cơ bản về cấu trúc và hoạt động thương mại và sản xuất* với cỡ mẫu 118.300 doanh nghiệp thuộc các quy mô trong tất cả các ngành sản xuất công nghiệp tại Nhật Bản. Sử dụng hồi quy logit đánh giá cường độ đầu tư R&D và các biến khác tác động đến thực tiễn xuất khẩu của doanh nghiệp, tác giả đưa ra kết luận R&D nội bộ có liên quan tích cực đến xuất khẩu, đặc biệt đối với các công ty quy mô nhỏ và các công ty hoạt động trong các ngành dựa vào khoa học công nghệ. Basile (2001) phân tích mối quan hệ giữa đổi mới và hành vi xuất khẩu của các công ty sản xuất Ý dựa trên một mẫu bao gồm các công ty đã thực hiện một hoạt động đổi mới thông qua đầu tư R&D và/hoặc đầu tư vào các nhà máy hoặc thiết bị mới. Kết quả cho thấy hoạt động đổi mới là những yếu tố cạnh tranh rất quan trọng và giúp giải thích sự không đồng nhất trong thực tiễn xuất khẩu của các công ty Ý. Doanh nghiệp tiến hành hoạt động đổi mới sẽ xuất khẩu nhiều hơn so với các công ty không thực hiện các hoạt động này.

Bằng việc sử dụng bộ dữ liệu *Khảo sát ESEE Tây Ban Nha* đối với DNVVN trong ngành công nghiệp giai đoạn 1990 - 1998, Cassiman & cộng sự (2010) đã đánh giá mối quan hệ giữa hoạt động đổi mới và xuất khẩu. Kết quả chỉ ra một mối quan hệ tích cực giữa xuất khẩu và quyết định tiến hành hoạt động đổi mới của doanh nghiệp. Sự đổi mới sản phẩm nhưng không đổi mới quy trình ảnh hưởng đến năng suất và khiến doanh nghiệp Tây Ban Nha quyết định tham gia thị trường xuất khẩu. Dựa vào mô hình thực nghiệm có sửa đổi của Crépon & cộng sự (1998) (mô hình CDM), Halpern & Muraközy (2012) cũng nhận thấy kết quả tương tự với các nghiên cứu trước khi sử dụng bộ dữ liệu *Khảo sát đổi mới cộng đồng (CIS)* cho Hungary trong hai năm 2004 và 2006. Ngoài ra, nghiên cứu còn nhận thấy một vài điểm như chi tiêu R&D lớn hơn trong các lĩnh vực công nghệ cao và các doanh nghiệp nước ngoài vượt trội hơn so với các doanh nghiệp trong nước về đổi mới. Nghiên cứu của Aw & cộng sự (2008) cho dữ liệu doanh nghiệp Đài Loan trong ngành công nghiệp điện tử từ năm 2000 đến năm 2004 và nghiên cứu của Caldera & Debande (2010) với dữ liệu từ *Khảo sát chuyển giao công nghệ RedOTRI* do mạng lưới đại học chuyển giao công nghệ Tây Ban Nha thực hiện trong giai đoạn 2001-2005 cũng đưa ra các kết quả tương tự.

Các nghiên cứu nêu trên đa phần đều đánh giá tác động của hoạt động R&D đến xuất khẩu của doanh nghiệp. R&D được hiểu là hoạt động nghiên cứu, sáng tạo, phát triển nhằm mục đích chính là đưa ra kết quả nghiên cứu đáp ứng một cách tốt nhất nhu cầu của thị trường và chiến lược phát triển của doanh nghiệp. Còn hoạt động đổi mới là việc chủ động thay thế phần quan trọng, cốt lõi hay toàn bộ công nghệ đang sử dụng bằng một công nghệ khác tiên tiến hơn nhằm cải thiện năng suất, chất lượng, hiệu quả ... (đổi mới quy trình) hoặc tạo ra sản phẩm, dịch vụ mới phục vụ thị trường (đổi mới sản phẩm). Hoạt động đổi mới bao gồm một loạt các khâu như tổ chức, tài chính và thương mại, ... R&D là nền tảng cho mọi hoạt động đổi mới, có

thể được thực hiện ở các giai đoạn khác nhau trong quá trình đổi mới, nhưng nó không phải là hoạt động đại diện duy nhất cho hoạt động đổi mới của doanh nghiệp. Do vậy, thay vì sử dụng yếu tố R&D, bài viết này quyết định nghiên cứu về hoạt động đổi mới như một yếu tố đặc trưng của mỗi doanh nghiệp khi đánh giá ảnh hưởng đến việc tham gia xuất khẩu của chính doanh nghiệp đó. Sự tích cực đổi mới giúp doanh nghiệp nhanh chóng thích nghi với sự thay đổi của thị trường, đem lại lợi thế cạnh tranh trong phát triển thị trường nội địa và nước ngoài. Dựa theo lập luận ở đây, chúng tôi giả thuyết rằng:

*H1: Hoạt động đổi mới có tác động tích cực đến hành vi tham gia thị trường xuất khẩu của doanh nghiệp.*

## **2.2 Mạng lưới kết nối**

Hiện nay, các công ty có lợi thế thông qua kết nối trao đổi điện tử hoặc mạng lưới kết nối hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Tất cả các mối quan hệ này giúp doanh nghiệp đẩy mạnh xuất khẩu thông qua mở rộng kiến thức. Tomiura (2007) đã khẳng định tầm quan trọng của nhân tố này qua những kết luận có được từ bộ *Khảo sát cơ bản về cấu trúc và hoạt động thương mại và sản xuất Nhật Bản*. Ông sử dụng nhân tố mạng lưới kết nối và đưa ra kết quả bốn kênh truyền dẫn đều có tác động tích cực đến hành vi xuất khẩu của doanh nghiệp. Thứ nhất, doanh nghiệp sử dụng máy tính kết nối mạng nhằm tăng dòng thông tin, tiết kiệm thời gian và chi phí thu thập thông tin. Thứ hai, doanh nghiệp hợp tác với các doanh nghiệp khác trong các dự án kinh doanh chung. Thứ ba, doanh nghiệp tham gia vào các hiệp hội doanh nghiệp. Thông qua việc hợp tác trong các dự án chung hoặc tham gia vào các hiệp hội kinh doanh, doanh nghiệp sẽ có được thêm thông tin về thị trường xuất khẩu, nhà cung cấp hoặc đối thủ cạnh tranh. Cuối cùng, các công ty có công ty con hoạt động ở nước ngoài tạo điều kiện liên lạc trực tiếp với khách hàng tại thị trường xuất khẩu tiềm năng. Họ là những người trực tiếp mang lại doanh thu từ hàng hóa xuất khẩu nên những đóng góp về ý tưởng thiết kế sản phẩm phù hợp với thị hiếu địa phương là rất quan trọng. Có thể thấy, những nguồn kiến thức bên ngoài tác động đến xuất khẩu của doanh nghiệp.

Ricci & Trionfetti (2012) cũng đưa ra kết quả tương tự khi nghiên cứu về ảnh hưởng của kết nối mạng và mạng lưới hoạt động đến xuất khẩu của doanh nghiệp sử dụng bộ dữ liệu Khảo sát doanh nghiệp dựa trên khảo sát của Ngân hàng Thế giới về một mẫu đại diện của khu vực tư nhân trong nền kinh tế. Tác giả đưa ra biến "*Chỉ số mạng*" để đánh giá hiệu quả tổng thể của các mạng lưới kết nối đến xuất khẩu của doanh nghiệp. Kết quả nghiên cứu cho thấy mạng lưới kết nối với nước ngoài như tài chính nước ngoài hay sở hữu tư nhân nước ngoài đều liên quan tích cực đến xuất khẩu. Các công ty cũng xuất khẩu nhiều hơn nếu có công nghệ truyền thông tiên tiến hơn hoặc kết nối với các chủ thể trong nước mạnh mẽ hơn. Trong khi đó, các công ty sở hữu nhà nước và có tổ chức công đoàn lao động thì hiệu suất xuất khẩu của họ sẽ bị hạn chế.

Shimamoto & cộng sự (2019) mới đây nghiên cứu tác động của tương tác xã hội đối với hoạt động xuất khẩu của 296 DNVTN thuộc ngành công nghiệp dệt may từ

kết quả *Điều tra doanh nghiệp Việt Nam* của Tổng cục Thống kê Việt Nam năm 2010. Kết quả chỉ ra một công ty bắt đầu xuất khẩu thông qua việc tìm hiểu thông tin về kinh nghiệm xuất khẩu của doanh nghiệp cùng ngành - những đối tác chia sẻ thông tin và hiệu ứng tiêu cực. Điều này hàm ý rằng các doanh nghiệp thường do dự khi bắt đầu xuất khẩu vì họ nhận thấy sự cạnh tranh lớn giữa các công ty xuất khẩu hiện tại. Ngoài ra, các công ty quyết định tham gia vào thị trường xuất khẩu vì họ bị ảnh hưởng bởi năng suất hoặc công nghệ cao của đồng nghiệp. Cuối cùng, mối tương quan giữa kết quả của các tác nhân và các đối tác chia sẻ thông tin có thể phản ánh mối tương quan của các thuộc tính không quan sát được.

Các nghiên cứu trên đều cho rằng rào cản đối với doanh nghiệp khi gia nhập thương mại quốc tế thường là thông tin - đây có thể coi là một hình thức của chi phí xuất khẩu cố định. Do đó, các kênh mạng lưới kết nối làm giảm chi phí xuất khẩu cố định, từ đó làm cải thiện xuất khẩu. Chúng tôi đồng ý với quan điểm như trên, tuy nhiên nhận thấy rằng các nghiên cứu trên chưa đánh giá đầy đủ tác động của từng nhân tố có thể có trong mạng lưới kết nối của một doanh nghiệp. Do vậy, nghiên cứu này sẽ tổng hợp tất cả các nhân tố thể hiện mạng lưới kết nối trong doanh nghiệp, đặt trong trường hợp của các DN VVN Việt Nam khi gia nhập trở thành nhà xuất khẩu. Dựa vào phân tích trên, chúng tôi xây dựng giả thuyết:

*H2: Kết nối mạng Internet có tác động tích cực đến xuất khẩu.*

*H3: Mạng lưới kết nối với các chủ thể trong nền kinh tế có tác động tích cực đến xuất khẩu.*

Tại Việt Nam, một số nghiên cứu đã tiến hành phân tích liên quan tới đánh giá hoạt động xuất nhập khẩu như Đào (2013). Nghiên cứu này chỉ ra các nhân tố ảnh hưởng tới hoạt động xuất khẩu của Việt Nam, đặc biệt là trong giai đoạn khủng hoảng và gia nhập WTO. Nghiên cứu của Trần & Đặng (2018) chỉ ra tác động của đặc điểm doanh nghiệp và môi trường thể chế tới hoạt động xuất khẩu của doanh nghiệp Việt Nam. Tuy nhiên, tác động của hoạt động đổi mới và mạng lưới kết nối tới xuất khẩu tại Việt Nam lại chưa được đề cập tới.

### **3. Phương pháp nghiên cứu**

Nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích định lượng - thống kê mô tả số liệu dựa vào cuộc *Khảo sát Doanh nghiệp sản xuất quy mô vừa và nhỏ (SMEs)* tại Việt Nam trong giai đoạn 2011-2015. Sau khi tiến hành xử lý số liệu, chúng tôi thu được bộ dữ liệu bao gồm 4.737 doanh nghiệp qua 3 năm 2011, 2013 và 2015.

Dựa vào mô hình lý thuyết từ các nghiên cứu trước như Tomiura (2007), Ricci & Trionfetti (2012), chúng tôi đề xuất mô hình với các biến độc lập bao gồm biến thể hiện hoạt động đổi mới, biến liên quan đến mạng lưới kết nối và các biến kiểm soát về đặc điểm nội bộ doanh nghiệp, biến phụ thuộc là tham gia thị trường xuất khẩu của doanh nghiệp. Cụ thể như sau:

$$\text{Export} = \alpha + \beta_i * \text{CONTROL}_i + \varepsilon_i$$

Tuy nhiên theo Beveren & Vandebussche (2010), khi phân tích mối liên hệ giữa các hoạt động đổi mới của doanh nghiệp với hoạt động xuất khẩu của họ có thể phát sinh vấn đề nội sinh. Thực tế cho thấy khi doanh nghiệp có thể dự đoán được việc tham gia thị trường xuất khẩu và những nỗ lực đổi mới của họ sẽ được thúc đẩy bởi triển vọng này trong tương lai, khi ấy việc đưa ra cải tiến mới sẽ là nội sinh đối với hành vi xuất khẩu của doanh nghiệp. Vì vậy, để xử lý vấn đề này, chúng tôi sử dụng phương pháp mô hình hồi quy hai bước với biến công cụ là độ trễ của biến hoạt động đổi mới như được trao đổi trong nghiên cứu (Cassiman & cộng sự, 2010).

Thông tin về biến phụ thuộc và biến giải thích được mô tả chi tiết tại Bảng 1. Phương pháp hồi quy Probit sẽ được áp dụng với mô hình này.

**Bảng 1. Mô tả các biến sử dụng trong mô hình**

<b>Biến phụ thuộc</b>		
Export	Biến giả = 1 Doanh nghiệp có xuất khẩu trong năm nghiên cứu. = 0 Doanh nghiệp không xuất khẩu.	Doanh nghiệp có thực hiện hoạt động xuất khẩu trong năm nghiên cứu hay không.
<b>Biến độc lập</b>		
Size	Quy mô doanh nghiệp	Được xác định bằng số lượng người lao động thường xuyên của doanh nghiệp. Biến này được lấy log tự nhiên khi đưa vào mô hình.
KperL	Cường độ vốn	Được xác định bằng tỷ lệ vốn/lao động. Biến này được lấy log tự nhiên khi đưa vào mô hình.
Innovation	Biến giả = 1 Doanh nghiệp có tiến hành hoạt động đổi mới. = 0 Không đổi mới.	Doanh nghiệp có thực hiện các hoạt động đổi mới hay không.
NewTech	Biến giả = 1 Doanh nghiệp có tiến hành đổi mới quy trình sản xuất. = 0 Doanh nghiệp không đổi mới.	Doanh nghiệp có thực hiện các hoạt động đổi mới quy trình sản xuất hay không.
NewProduct	Biến giả = 1 Doanh nghiệp có tiến hành đổi mới sản phẩm. = 0 Doanh nghiệp không đổi mới.	Doanh nghiệp có thực hiện các hoạt động đổi mới sản phẩm hay không.
Internet	Biến giả = 1 Doanh nghiệp có kết nối Internet. = 0 Doanh nghiệp không có Internet.	Doanh nghiệp có sử dụng kết nối Internet hay không.
Competiton	Biến giả = 1 Doanh nghiệp gặp phải sự cạnh tranh trong cùng ngành. = 0 Không gặp phải sự cạnh tranh trong cùng ngành.	Doanh nghiệp có mối quan hệ với các doanh nghiệp khác trong cùng ngành hay không.
NetBank	= 1 Doanh nghiệp có quan hệ với 0 - 4 người. = 2 Có quan hệ với 5 - 9 người. = 3 Có quan hệ với 10 - 19 người. = 4 Có quan hệ với nhiều hơn 20 người.	Doanh nghiệp có mối quan hệ với bao nhiêu người trong lĩnh vực Ngân hàng.
GovAss	Biến giả = 1 Doanh nghiệp nhận được sự giúp đỡ từ Chính phủ. = 0 Không nhận được sự giúp đỡ từ Chính phủ.	Doanh nghiệp có mối quan hệ với Chính phủ hay không.

<b>Biến độc lập</b>		
ForeignInput	Biến giả = 1 Doanh nghiệp có nhập khẩu đầu vào. = 0 Không nhập khẩu đầu vào.	Doanh nghiệp có mối quan hệ với nhà cung cấp từ nước ngoài hay không.
ForeignFinance	Biến giả = 1 Doanh nghiệp có nguồn vay từ nước ngoài. = 0 Không có nguồn vay từ nước ngoài.	Doanh nghiệp có mối quan hệ với các tổ chức, nhà đầu tư từ nước ngoài hay không.
DAF	Biến giả = 1 Doanh nghiệp nhận được hỗ trợ từ các quỹ phát triển. = 0 Không nhận được hỗ trợ.	Doanh nghiệp có mối quan hệ với các Quỹ đầu tư phát triển hay không.
BusAssociation	Biến giả = 1 Doanh nghiệp có tham gia các hiệp hội kinh doanh. = 0 Không tham gia các hiệp hội kinh doanh.	Doanh nghiệp có tham gia các hiệp hội kinh doanh hay không.
Subcontractor	Biến giả = 1 Doanh nghiệp là nhà thầu phụ. = 0 Không là nhà thầu phụ.	Doanh nghiệp là nhà thầu phụ hay không.
Union	Biến giả = 1 Doanh nghiệp có tổ chức công đoàn. = 0 Không có công đoàn.	Doanh nghiệp có tổ chức công đoàn hay không.

*Nguồn: Khảo sát Doanh nghiệp sản xuất quy mô vừa và nhỏ Việt Nam giai đoạn 2011 - 2015*

### **3.1 Phân tích số liệu sử dụng**

Sau khi phân tích xử lý số liệu, chúng tôi có được bộ dữ liệu với số quan sát là 4.737 quan sát trên 3.335 doanh nghiệp.

Các thông tin mô tả về số liệu được cung cấp cụ thể trong Bảng 2.

**Bảng 2. Thống kê mô tả số liệu**

<b>Tên biến</b>	<b>Số quan sát</b>	<b>Trung bình</b>	<b>Độ lệch chuẩn</b>
Export	4.737	0,068123	0,251975
Size	4.737	1,975903	1,131459
KperL	4.737	5,329778	1,231967
Innovation	4.737	0,2695799	0,4437884
Internet	4.737	0,3899092	0,4877809
Competition	4.737	0,8807128	0,3241494
NetBank	4.737	1,99497	1,139591
GovAss	4.737	0,117165	0,32164
ForeignInput	4.737	0,0362173	0,1868439
ForeignFinance	4.737	0,0021558	0,0463838
DAF	4.737	0,0066111	0,0810453
BusAssociation	4.737	0,0812015	0,2731639
Subcontractor	4.737	0,1011189	0,3015179
Union	4.737	0,1039092	0,3051646
Sector	4.737	1,579908	0,8336628

*Nguồn: Tính toán của các tác giả dựa trên số liệu từ cuộc Khảo sát Doanh nghiệp sản xuất quy mô vừa và nhỏ Việt Nam giai đoạn 2011 - 2015*

Dữ liệu cho thấy mỗi biến được thống kê ở trên có độ lệch chuẩn không quá lớn so với trung bình. Nghĩa là giá trị của mỗi biến ở từng thời điểm nghiên cứu khác nhau không quá chênh lệch so với giá trị trung bình. Như vậy, giá trị các biến trên có tính biến động ở mức thấp.

**Bảng 3. So sánh doanh nghiệp xuất khẩu và doanh nghiệp không xuất khẩu**

Biến	Doanh nghiệp xuất khẩu Export = 1			Doanh nghiệp không xuất khẩu Export = 0		
	Số quan sát	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Số quan sát	Trung bình	Độ lệch chuẩn
Size	334	3,639321	1,097876	4.403	1,854302	1,033812
Productivity	334	47384,22	88473,51	4.403	29778,58	189836,8
KperL	334	5,328668	1,231947	4.403	5,329859	1,232064
Innovation	334	0,4520958	0,4984466	4.403	0,255735	0,436323
Internet	334	0,8772455	0,3286475	4.403	0,352941	0,477939
Competition	334	0,9135021	0,2813948	4.403	0,878316	0,326946
NetBank	334	2,472574	1,192066	4.403	1,960056	1,127849
GovAss	334	0,2346723	0,4242425	4.403	0,108592	0,31115
ForeignInput	334	0,2405063	0,4278425	4.403	0,021283	0,144338
ForeignFinance	334	0,0063291	0,0793874	4.403	0,001851	0,042983
DAF	334	0,0063291	0,0793874	4.403	0,006632	0,081171
BusAssociation	334	0,257384	0,4376546	4.403	0,068322	0,252317
Subcontractor	334	0,1826347	0,3869465	4.403	0,094935	0,293159
Union	334	0,4873418	0,5003678	4.403	0,075879	0,264825
Sector	334	1,411392	0,7223091	4.403	1,592227	0,839949

*Nguồn: Tính toán của các tác giả dựa trên số liệu từ cuộc Khảo sát Doanh nghiệp sản xuất quy mô vừa và nhỏ Việt Nam giai đoạn 2011 - 2015*

Ngoài ra, chúng tôi cũng so sánh đặc điểm của doanh nghiệp xuất khẩu và không xuất khẩu trong bộ dữ liệu ở Bảng 3. Khảo sát cho thấy phần lớn doanh nghiệp trong bộ dữ liệu không tham gia hoạt động xuất khẩu. Ngoài ra, các doanh nghiệp định hướng xuất khẩu thường có quy mô, năng lực sản xuất lớn hơn so với doanh nghiệp định hướng thị trường nội địa. Tỷ lệ các doanh nghiệp xuất khẩu đầu tư cho hoạt động đổi mới cũng cao hơn nhiều so với doanh nghiệp còn lại. Các doanh nghiệp trong mẫu khảo sát có tỷ lệ sử dụng Internet (87,77%) và cũng có nhiều kết nối với các đối tác khác nhau hơn so với doanh nghiệp sản xuất cho thị trường nội địa.



**Bảng 4. Hệ số tương quan giữa các biến**

	Export	Size	KperL	Innovation	Internet	Competition	NetBank	GovAss	ForeignInput	ForeignFinance	DAF	BusAssociation	Subcontractor	Union	Sector
Export	1														
Size	0,410	1													
KperL	0,0120	0,0653	1												
Innovation	0,114	0,161	0,0569	1											
Internet	0,275	0,611	0,198	0,159	1										
Competition	0,0287	0,109	0,0618	0,0702	0,106	1									
NetBank	0,106	0,311	0,0615	0,0627	0,196	0,0369	1								
GovAss	0,121	0,155	0,0228	0,0976	0,104	0,0082	0,111	1							
ForeignInput	0,301	0,331	0,0776	0,0575	0,218	0,0211	0,0986	0,0441	1						
ForeignFinance	0,0233	0,0499	0,0122	0,0342	0,0104	-0,0124	0,0572	0,0298	0,0885	1					
DAF	-0,0073	-0,0053	-0,0188	0,0123	-0,0247	-0,0036	0,0437	0,0962	0,0024	-0,0032	1				
BusAssociation	0,164	0,254	0,0340	0,130	0,198	0,0043	0,159	0,136	0,0938	0,0032	0,0016	1			
Subcontractor	0,0748	0,0900	0,0353	0,0818	0,0623	-0,0028	0,0547	0,0176	0,0308	-0,0154	-0,0033	0,0238	1		
Union	0,351	0,565	0,0751	0,129	0,398	0,0355	0,176	0,104	0,338	0,0572	-0,0246	0,232	0,0739	1	
Sector	-0,0401	0,0502	0,106	0,0240	0,0846	0,0202	0,0367	-0,0309	0,0525	-0,0040	-0,0042	-0,0065	0,0710	0,0300	1

*Nguồn: Tính toán của các tác giả dựa trên số liệu từ cuộc Khảo sát Doanh nghiệp sản xuất quy mô vừa và nhỏ Việt Nam giai đoạn 2011 - 2015*

Các biến độc lập ở đây hầu hết không có tương quan đáng kể (nhỏ hơn 0,7). Vì vậy, khả năng xuất hiện vấn đề đa cộng tuyến trong mô hình là thấp. Điều này hàm ý việc xây dựng mô hình với các biến giải thích như trên để nghiên cứu đánh giá các nhân tố ảnh hưởng tới hành vi xuất khẩu của doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Việt Nam là phù hợp.

#### **4. Kết quả nghiên cứu**

##### **4.1 Kết quả mô hình hồi quy cơ bản**

Bảng 5 thể hiện kết quả hồi quy từ các biến nêu trên. Phương trình được ước lượng bằng mô hình hồi quy probit.

**Bảng 5. Kết quả hồi quy cơ bản**

Các biến giải thích	Mô hình 1	Mô hình 2
	Export	Export
Size	0,657*** (0,0283)	0,486*** (0,0399)
KperL	0,0580** (0,0295)	-0,00295 (0,0311)
Innovation	0,249*** (0,0695)	0,168** (0,0740)
Internet	-	0,357*** (0,0937)
Competition	-	0,0268 (0,114)
NetBank	-	-0,0636** (0,0299)
GovAss	-	0,304*** (0,0927)
ForeignInput	-	0,608*** (0,123)
ForeignFinance	-	-0,135 (0,762)
DAF	-	-0,227 (0,656)
BusAssociation	-	0,206** (0,0990)
Subcontractor	-	0,212** (0,0989)
Union	-	0,168* (0,0939)
Số quan sát	4.737	4.737
Hệ số R2	0,295	0,326

Trong ngoặc đơn là độ lệch chuẩn điều chỉnh  
\*\*\* p<0,01, \*\* p<0,05, \* p<0,1

*Nguồn: Tính toán của các tác giả dựa trên số liệu từ cuộc Khảo sát Doanh nghiệp sản xuất quy mô vừa và nhỏ Việt Nam giai đoạn 2011 - 2015*

Mô hình 1 cho thấy tác động của các đặc điểm của doanh nghiệp như quy mô lao động của doanh nghiệp, tỷ lệ vốn lao động và biến *Innovation*. Biến *Innovation* có ý nghĩa thống kê và mang dấu dương hàm ý hành vi đổi mới trong các DNVVN Việt Nam có tác động tích cực đến hành vi xuất khẩu của doanh nghiệp. Hai biến thể hiện đặc điểm nội bộ của doanh nghiệp là biến quy mô và cường độ vốn của doanh nghiệp cũng có ý nghĩa tại các mức ý nghĩa truyền thống và thể hiện mối tương quan tích cực. Đối với các DNVVN trong nghiên cứu này thì những công ty càng có quy mô lớn và cường độ vốn lớn thì càng dễ có cơ hội thực hiện các hoạt động xuất khẩu, điều này phù hợp với các lý thuyết nghiên cứu trước đó và bằng chứng quan sát từ thực tế.

Các biến liên quan đến mạng lưới kết nối được thêm vào mô hình 2. Biến *Internet* thể hiện việc doanh nghiệp có sử dụng công nghệ thông tin trong việc tiếp nhận thông tin cũng là một yếu tố tích cực giúp doanh nghiệp trở thành doanh nghiệp xuất khẩu, xác định bằng chứng thực nghiệm từ Tomiura (2007) và Ricci & Trionfetti (2012).

Mối quan hệ giữa doanh nghiệp và nhân sự trong ngành Ngân hàng - NetBank cũng là một yếu tố có ảnh hưởng tiêu cực tới xuất khẩu. Có thể khi có quen biết sâu rộng với ngân hàng, doanh nghiệp sẽ bị lệ thuộc vào các quy định, thể chế, khó có thể tự chủ trong hoạt động sản xuất kinh doanh cũng như thâm nhập thị trường quốc tế. Biến GovAss cũng cho thấy có ý nghĩa thống kê và ảnh hưởng cùng chiều khi nhận được sự hỗ trợ về tài chính và công nghệ từ Chính phủ. Đây là một cách giúp doanh nghiệp tiếp cận nguồn tài nguyên hữu ích để xây dựng và phát triển, nâng cao khả năng cạnh tranh và hội nhập.

Tương tự đối với các biến Subcontractor, Union và ForeignInput cũng có ý nghĩa và hàm ý mỗi tương quan tích cực đối với xuất khẩu của doanh nghiệp. Có thể giải thích rằng khi một công ty tham gia làm nhà thầu phụ, họ sẽ có cơ hội tiếp nhận thêm nhiều thông tin, kiến thức về thị trường, sản phẩm,... tích lũy kinh nghiệm từ các công ty xuất khẩu trực tiếp. Ngoài ra sẽ có thêm nhiều điều kiện và cơ hội để họ trở thành nhà xuất khẩu chính thức. Việc doanh nghiệp nhập khẩu các nguồn nguyên liệu đầu vào từ nước ngoài sẽ giúp họ có mối quan hệ với các doanh nghiệp nước ngoài. Từ đó, các doanh nghiệp sẽ tận dụng thông tin đó để cải thiện xuất khẩu của mình.

#### 4.2 Kết quả mô hình xử lý nội sinh

Mối quan hệ giữa hành vi đổi mới và hoạt động xuất khẩu (Beveren & Vandebussche, 2010) thể hiện kết quả hồi quy trong mô hình tại Bảng 5 chưa tin cậy. Vì vậy, chúng tôi sử dụng biến giả là thông tin về hoạt động đổi mới của doanh nghiệp ở thời kỳ trước đó (L.Innovation) dựa trên lợi thế về số liệu mảng. Do tình hình đổi mới trong quá khứ gây ảnh hưởng đến hoạt động đổi mới trong giai đoạn tiếp theo của doanh nghiệp, tuy nhiên đối với hành vi xuất khẩu hiện tại lại không tác động trực tiếp. Cassiman & cộng sự (2010) đã sử dụng biến độ trễ liên quan tới thông tin hoạt động đổi mới để loại bỏ vấn đề nội sinh giữa hành vi đổi mới và hoạt động xuất khẩu.

Kết quả chạy mô hình hồi quy hai bước với biến công cụ thể hiện tại Bảng 6. Kết quả chỉ ra rằng tác động của hoạt động đổi mới trở nên rõ ràng hơn khi chúng ta kiểm soát vấn đề nội sinh trong mô hình. Xuất khẩu được cải thiện đáng kể khi doanh nghiệp tiến hành các hoạt động đổi mới.

**Bảng 6. Kết quả hồi quy mô hình hồi quy hai bước**

Các biến giải thích	(1) Export	(2) Innovation	(5) Export	(6) Innovation
Innovation	2,073*** (0,0817)	-	2,064*** (0,181)	-
Size	0,127 (0,228)	0,0394*** (0,0105)	0,185 (0,236)	0,00361 (0,0149)
KperL	0,000270 (0,0277)	0,00603 (0,00971)	-0,0137 (0,0299)	0,00114 (0,0101)
Internet	-	-	0,0449 (0,194)	0,0442 (0,0292)
Competition	-	-	0,0679 (0,144)	0,00998 (0,0367)
NetBank	-	-	0,0504 (0,0358)	-0,0333*** (0,00988)
GovAss	-	-	-0,175 (0,180)	0,136*** (0,0425)
ForeignInput	-	-	-0,0347 (0,282)	0,105 (0,0716)
BusAssociation	-	-	-0,154 (0,148)	0,107** (0,0427)
Subcontractor	-	-	-0,211* (0,124)	0,123*** (0,0386)
Union	-	-	-0,0862 (0,138)	0,0748* (0,0436)
L.Innovation	-	0,0285 (0,0285)	-	0,0256 (0,0284)
Hệ số cố định	-1,595 (1,070)	0,272*** (0,0556)	-1,871 (1,287)	0,362*** (0,0665)
Số quan sát	1.808	1.808	1.793	1.793
Hệ số R2	0,0718	0,0718	0,157	0,157

Trong ngoặc đơn là độ lệch chuẩn điều chỉnh

\*\*\* p<0,01, \*\* p<0,05, \* p<0,1

*Nguồn: Tính toán của các tác giả dựa trên số liệu từ cuộc Khảo sát Doanh nghiệp sản xuất quy mô vừa và nhỏ Việt Nam*

### 4.3 Kết quả hồi quy phân tích đổi mới

Kết quả hồi quy cơ bản chỉ ra rằng đổi mới có tác động tích cực đến thực trạng xuất khẩu của các DNVVN của Việt Nam. Trong phân tích này, chúng tôi chia hoạt động đổi mới thành ba loại là giới thiệu sản phẩm mới, cải tiến sản phẩm cũ và đưa ra quy trình sản xuất mới và tiến hành đánh giá tác động của từng hoạt động này tới xuất khẩu. Kết quả được thể hiện trong Bảng 7. Nghiên cứu chỉ ra rằng chỉ có hoạt động đổi mới liên quan tới cải tiến sản phẩm có ý nghĩa và tác động tích cực đến xuất khẩu. Sau khi kiểm soát vấn đề nội sinh có thể tồn tại trong mô hình, chúng tôi ghi nhận một tác động đáng kể tới hành vi xuất khẩu của các doanh nghiệp tại Việt Nam.

**Bảng 7. Kết quả hồi quy phân tích đổi mới**

Các biến giải thích	(1) Export	(2) NewProduct	(3) Export	(4) Improve Product	(5) Export	(6) NewTech
NewProduct	1,406 (2,757)	-	-	-	-	-
ImproveProduct	-	-	1,993*** (0,595)	-	-	-
NewTech	-	-	-	-	2,320 (2,964)	-
Size	0,561 (0,833)	0,00392 (0,00978)	0,486*** (0,176)	0,0406*** (0,00812)	0,603 (0,368)	0,0353*** (0,00638)
KperL	0,0468 (0,0600)	0,00585 (0,00902)	0,0473 (0,0409)	-0,00250 (0,00689)	0,0380 (0,0523)	0,00272 (0,00427)
L2.NewProduct	-	0,106 (0,117)	-	-	-	-
L2.ImproveProduct	-	-	-	0,0913*** (0,0248)	-	-
L2.NewTech	-	-	-	-	-	0,0416 (0,0272)
Hệ số cố định	-2,366 (4,800)	0,243*** (0,0527)	-2,962*** (0,722)	0,0608 (0,0392)	-3,257** (1,378)	-0,0342 (0,0257)
Số quan sát	1.808	1.808	1.808	1.808	1.808	1.808
Hệ số R2	0,700	0,700	0,0367	0,0367	0,580	0,580

Trong ngoặc đơn là độ lệch chuẩn điều chỉnh

\*\*\*  $p < 0,01$ , \*\*  $p < 0,05$ , \*  $p < 0,1$

*Nguồn: Tính toán của các tác giả dựa trên số liệu từ cuộc Khảo sát Doanh nghiệp sản xuất quy mô vừa và nhỏ Việt Nam*

### 5. Kết luận và hàm ý chính sách

Từ trước đến nay, các nghiên cứu chỉ ra rằng đầu tư vào nghiên cứu phát triển (R&D) hay những hoạt động đổi mới đóng góp một phần lớn vào hoạt động xuất khẩu của doanh nghiệp. Tuy nhiên, đây không phải là giải pháp duy nhất. Hiện nay, các công ty còn có được lợi thế thông qua kết nối Internet hoặc tương tác trong mạng lưới kết nối. Tất cả các phương thức này giúp nâng cao năng lực xuất khẩu bằng cách lan tỏa kiến thức thông qua quá trình tương tác với các đối tác bên ngoài. Do đó, bài

viết này đã giúp hiểu thêm về lợi thế của các doanh nghiệp xuất khẩu với vai trò quan trọng của các nguồn thông tin từ bên ngoài từ hoạt động xuất khẩu của các DNVVN Việt Nam.

Kết quả cho thấy những đặc điểm của doanh nghiệp như quy mô vốn và hoạt động đổi mới trong đó giới thiệu sản phẩm mới, cải tiến sản phẩm cũ và giới thiệu quy trình mới có vai trò quan trọng, tác động tích cực đến xuất khẩu. Ngoài ra, các nhân tố bên ngoài có ảnh hưởng đáng kể đến hành vi xuất khẩu. Mạng lưới thông tin rộng lớn từ Internet hữu ích đối với hành vi xuất khẩu của doanh nghiệp. Việc DNVVN Việt Nam tham gia vào các hiệp hội kinh doanh sẽ là cơ hội nhằm nâng cao năng lực xuất khẩu trong các ngành mà nhóm tác giả đã khảo sát. Việc doanh nghiệp có các tổ chức công đoàn có kết quả tích cực đối với hoạt động xuất khẩu của doanh nghiệp. Khi doanh nghiệp tham gia làm nhà thầu phụ sẽ cải thiện thực tiễn hoạt động này của các doanh nghiệp Việt Nam.

Kết quả nghiên cứu thực nghiệm tại Việt Nam hàm ý rằng hoạt động xuất khẩu phụ thuộc nhiều vào đặc điểm của từng doanh nghiệp. Tuy nhiên, các chính sách của chính phủ là cần thiết để doanh nghiệp có thể nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường quốc tế. Ngoài ra, những chính sách hỗ trợ doanh nghiệp đổi mới sản phẩm, quy trình, công nghệ cần được khuyến khích. Trước áp lực hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng, mỗi doanh nghiệp cần thực hiện tái cấu trúc và đổi mới. Đây là giải pháp mang ý nghĩa sống còn mà các doanh nghiệp Việt Nam phải lựa chọn để tồn tại và phát triển trong bối cảnh các doanh nghiệp này còn tồn tại nhiều yếu kém và đặc biệt là khả năng cạnh tranh chưa thực sự cao..

Ngoài ra, nghiên cứu cũng hàm ý rằng doanh nghiệp cần tích cực hơn trong quá trình tham gia vào các tổ chức, hiệp hội kinh doanh chung vì đây sẽ là nơi mà doanh nghiệp mở rộng và phát triển các mối quan hệ giao lưu hợp tác với nhiều chủ thể như nhà cung cấp, đối tác, đối thủ cạnh tranh... Ngoài ra, cần tăng cường các hoạt động này ở nước ngoài nhằm tận dụng cơ hội cho doanh nghiệp trong tương lai. Đối với những doanh nghiệp đã và đang tiến hành hoạt động xuất khẩu cần tăng cường lợi thế cạnh tranh đẩy mạnh xuất khẩu trên từng sản phẩm và thị trường riêng biệt. Đối với những doanh nghiệp chưa tham gia vào thị trường xuất khẩu, nên có những định hướng chính sách phát triển, để tạo lợi thế cạnh tranh, hội nhập với nền kinh tế toàn cầu.

### **Tài liệu tham khảo**

- Aw, B.Y., Roberts, M.J. & Xu, D.Y. (2008), "R&D investments, exporting, and the evolution of firm productivity", *American Economic Review*, Vol. 98 No. 2, pp. 451 - 456.
- Basile, R. (2001), "Export behaviour of Italian manufacturing firms over the nineties: the role of innovation", *Research Policy*, Vol. 30 No. 8, pp. 1185 - 1201.
- Beveren, I.V. & Vandenbussche, H. (2010), "Product and process innovation and firms' decision to export", *Journal of Economic Policy Reform*, Vol. 13 No. 1, pp. 3 - 24.
- Caldera, A. & Debande, O. (2010), "Performance of Spanish universities in technology transfer: An empirical analysis", *Research Policy*, Vol. 39 No. 9, pp. 1160 - 1173.
- Cassiman, B., Golovko, E. & Martínez-Ros, E. (2010), "Innovation, exports and productivity", *International Journal of Industrial Organization*, Vol. 28 No. 4, pp. 372 - 376.
- Crépon, B., Duguet, E. & Mairesse, J. (1998), "Research, innovation, and productivity: an econometric analysis at the firm level", *Economics of Innovation and New Technology*, Vol. 7 No. 2, pp. 115 - 158.

- Đào, N.T. (2013), “Đánh giá hoạt động xuất khẩu Việt Nam sau khi gia nhập WTO”, *Tạp chí Kinh tế đối ngoại*, Số 54, tr. 3 - 13.
- Halpern, L. & Muraközy, B. (2012), “Innovation, productivity and exports: the case of Hungary”, *Economics of Innovation and New Technology*, Vol. 21 No. 2, pp. 151 - 173.
- Kikuchi, T. (2009), “Time zones as a source of comparative advantage”, *Review of International Economics*, Vol. 17, pp. 961 - 968.
- Rauch, J. & Trindade, V. (2002), “Ethnic Chinese networks in international trade”, *Review of Economics and Statistics*, Vol. 84 No. 1, pp. 116 - 130.
- Rauch, J.E. & Casella, A. (2002), “Overcoming informational barriers to international resource allocation: Prices and ties”, *The Economic Journal*, Vol. 113 No. 484, pp. 21 - 42.
- Ricci, L.A. & Trionfetti, F. (2012), “Productivity, networks, and export performance: evidence from a cross-country firm dataset”, *Review of International Economics*, Vol. 20 No. 3, pp. 552 - 562.
- Shimamoto, D., Kim, Y.R. & Todo, Y. (2019), “The effect of social interactions on exporting activities: evidence from micro, small, and medium-sized enterprises in rural Vietnam” *RIETI Discussion Paper Series 19-E-020*.
- Tomiura, E. (2007), “Effects of R&D and networking on the export decision of Japanese firms”, *Research Policy*, Vol. 36 No. 5, pp. 758 - 767.
- Trần, Q.T. & Đặng B.T.D. (2018), “Firm characteristics, perceived obstacles of institutional environment and export performance: evidence from Vietnamese firms”, *External Economics Review*, Vol. 108, pp. 20 - 28.