

TẠP CHÍ

KHOA HỌC XÃ HỘI  
MIỀN TRUNG

Central Vietnamese Review of Social Sciences

Số: 02 (87) 2025  
ISSN 1859-2635

VIỆN KHOA HỌC XÃ HỘI VÙNG TRUNG BỘ VÀ TÂY NGUYÊN

# **CVRSS**

**Tap chí Khoa học xã hội miền Trung**

ISSN 1859 – 2635

## **TỔNG BIÊN TẬP**

TS. Trần Minh Đức

## **HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP**

PGS.TS. Bùi Đức Hùng (Chủ tịch)

Viện Khoa học xã hội vùng Trung Bộ

TS. Hoàng Hồng Hiệp

Viện Khoa học xã hội vùng Trung Bộ

GS.TS. Nguyễn Xuân Thắng

Ủy viên Bộ Chính trị

Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh

GS.TS. Nguyễn Chí Bền

Viện Văn hoá Nghệ thuật Việt Nam

GS.TS. Trần Thọ Đạt

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

GS.TS. Phạm Văn Đức

Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam

GS.TS. Nguyễn Xuân Kính

Viện Nghiên cứu Văn hoá

GS.TS. Eric Iksoon Im

University of Hawaii – Hilo, Hoa Kỳ

GS.TS. Đỗ Hoài Nam

Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam

GS.TS. Vũ Băng Tâm

University of Hawaii – Hilo, Hoa Kỳ

GS.TS. Nguyễn Quang Thuần

Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam

GS.TS. Trần Đăng Xuyên

Trường Đại học Sư phạm Hà Nội

## **BAN BIÊN TẬP**

ThS. Châu Ngọc Hoè

ThS. Nguyễn Thị Thanh Thủy

# CVRSS

Tạp chí Khoa học xã hội miền Trung

ISSN 1859 – 2635

Tạp chí ra 3 tháng 1 kỳ

Số 02 năm 2025

Năm thứ mười tám

## Mục lục

1. Phát triển hợp tác xã nông nghiệp tỉnh Đắk Lắk: Rào cản và giải pháp..... **3**  
*Nguyễn Duy Thụy*
2. Thực trạng bồi dưỡng kiến thức, nghiệp vụ phổ biến, giáo dục chính sách, pháp luật về bảo vệ môi trường ở tỉnh Quảng Nam và một số vấn đề đặt ra ..... **10**  
*Trần Minh Đức, Vũ Thị Ngọc*
3. Hội nghị Thượng đỉnh Tương lai của Liên Hợp Quốc và những vấn đề đặt ra cho thế giới và Việt Nam..... **19**  
*Nguyễn Văn Lịch, Phạm Thị Phương Anh*
4. Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua và sử dụng xe máy điện của sinh viên trên địa bàn thành phố Hà Nội ..... **27**  
*Nguyễn Danh Nam, Ưông Thị Ngọc Lan*
5. Phát triển kinh tế lâm nghiệp tại các huyện miền núi phía Bắc của tỉnh Quảng Nam ..... **37**  
*Nguyễn Hoàng Yến*
6. Ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ và eWOM đến ý định quay lại các điểm đến du lịch biển Phú Yên: Vai trò của niềm tin và giá trị cảm nhận ..... **46**  
*Lê Đức Tâm*
7. Nâng cao chất lượng dịch vụ vận chuyển khách du lịch bằng taxi tại thành phố Nha Trang... **56**  
*Lê Chí Công, Bùi Thị Thúy Vân*
8. Vận dụng mô hình SCP phát triển thị trường cá tra ở Đồng bằng sông Cửu Long – Nghiên cứu trường hợp tỉnh Tiền Giang ..... **64**  
*Mai Văn Xuân, Đỗ Đoàn Trang, Phan Phùng Phú, Mai Lệ Quyên*
9. Văn hóa doanh nghiệp và sự gắn bó của người lao động với công việc: Nghiên cứu thực nghiệm cho các doanh nghiệp FDI tại tỉnh Khánh Hòa ..... **73**  
*Lê Hữu Nghĩa, Nguyễn Thị Hồng Đào*
10. Xung đột xã hội về vấn đề môi trường tại tỉnh Quảng Ngãi trong bối cảnh công nghiệp hóa ..... **81**  
*Nguyễn Thị Thanh Xuyên*
11. Huy động, sử dụng nguồn nhân lực thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội vùng dân tộc thiểu số ở tỉnh Đắk Lắk ..... **90**  
*Đinh Như Hoài*
12. Về nhận diện và phân tích giá trị dân tộc vùng biên giới đất liền ở Việt Nam hiện nay..... **99**  
*Trần Thị Phương Anh, Hoàng Văn Chung*
13. Biên chứng giữa văn hóa và môi trường: Nghiên cứu các giá trị và thực hành truyền thống của cộng đồng vùng đầm phá thành phố Huế ..... **107**  
*Trần Mai Phương, Hồ Viết Hoàng*
14. Bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa vật thể trên địa bàn huyện Hòa Vang, thành phố Đà Nẵng trong giai đoạn hiện nay..... **115**  
*Trần Thị Hồng Hạnh*
15. Công tác bổ dụng đội ngũ quan lại qua thi cử dưới triều Nguyễn (1802-1885)..... **124**  
*Nguyễn Thế Hà, Phan Thùy Giang*
16. Vùng đất Trấn Biên – Biên Hòa (Đồng Nai) từ thế kỷ XVII đến nửa đầu thế kỷ XIX..... **135**  
*Nguyễn Đình Cơ, Nguyễn Phương Đại*
17. Khảo cứu, phê bình kịch hát trên tạp chí Bách Khoa..... **144**  
*Phạm Ngọc Hiền*

Giấy phép xuất bản số 81/GP-BTTTT cấp ngày 01/04/2024, Giấy phép bổ sung số 81/GP-BVHTTDL ngày 24/7/2025. Chế bản điện tử tại Viện Khoa học xã hội vùng Trung Bộ và Tây Nguyên; In 100 cuốn khổ 19 x 27cm; Số 02 năm 2025. In tại Công ty TNHH in Trùng Khoa, số 28 đường Nguyễn Chí Thanh, phường Thạch Thang, thành phố Đà Nẵng, Việt Nam. Nộp lưu chiểu tháng 06/2025.

# CVRSS

Central Vietnamese Review of Social Sciences

ISSN 1859 – 2635

Quarterly Review

No. 02, 2025

The 18<sup>th</sup> Year

## **Contents**

1. Development of Agricultural Cooperatives in Dak Lak Province: Barriers and Solutions..... **3**  
*Nguyen Duy Thuy*
2. The current situation of training in knowledge and professional skills for disseminating and educating environmental protection policies and laws in Quang Nam province and emerging issues..... **10**  
*Tran Minh Duc, Vu Thi Ngoc*
3. The United Nations Future Summit and its implications for the world and Vietnam.....**19**  
*Nguyen Van Lich, Pham Thi Phuong Anh*
4. Factors influencing university students' intention to purchase and use electric motorcycles in Hanoi.....**27**  
*Nguyen Danh Nam, Uong Thi Ngoc Lan*
5. Developing forestry-based economic activities in the northern mountainous districts of Quang Nam Province.....**37**  
*Nguyen Hoang Yen*
6. The influence of service quality and eWOM on revisit intention to Phu Yen coastal tourism destinations: The role of trust and perceived value.....**46**  
*Le Duc Tam*
7. Enhancing the quality of tourist taxi services in Nha Trang city.....**56**  
*Le Chi Cong, Bui Thi Thuy Van*
8. Applying the SCP Model to Develop the Pangasius Market in the Mekong Delta – A Case Study of Tien Giang Province.....**64**  
*Mai Van Xuan, Do Doan Trang, Phan Phung Phu, Mai Le Quyen*
9. Corporate culture and employees' work engagement: An empirical study in FDI enterprises in Khanh Hoa province.....**73**  
*Le Huu Nghia, Nguyen Thi Hong Dao*
10. Environmental-Related Social conflicts in Quang Ngai province in the context of industrialization....**81**  
*Nguyen Thi Thanh Xuyen*
11. Mobilizing and utilizing human resources for socio-economic development in ethnic minority areas of Dak Lak province.....**90**  
*Dinh Nhu Hoai*
12. On identifying and analyzing the ethnic values of Vietnam's land border areas today ..... **99**  
*Tran Thi Phuong Anh, Hoang Van Chung*
13. The dialectics of culture and environment: A study on traditional values and practices among lagoon communities in Hue city.....**107**  
*Tran Mai Phuong, Ho Viet Hoang*
14. Preserving and promoting the value of tangible cultural heritage in Hoa Vang District, Danang City in the current period..... **114**  
*Tran Thi Hong Hanh*
15. The Appointment of Mandarins through Examinations under the Nguyễn Dynasty (1802–1885) .. **124**  
*Nguyen The Ha, Phan Thuy Giang*
16. The land of Trấn Biên – Biên Hòa (Đồng Nai) from the 17th century to the first half of the 19th century..... **135**  
*Nguyen Dinh Co, Nguyen Phuong Dai*
17. Research, criticism of Vietnamese musical theater in Bach Khoa magazine ..... **144**  
*Pham Ngoc Hien*

## Vận dụng mô hình SCP phát triển thị trường cá tra ở Đồng bằng sông Cửu Long – Nghiên cứu trường hợp tỉnh Tiền Giang

**Mai Văn Xuân, Đỗ Đoàn Trang**

*Trường Đại học Bình Dương*

**Phan Phùng Phú**

*Thị ủy, Thị xã Cai Lậy, tỉnh Tiền Giang*

**Mai Lệ Quyên**

*Trung tâm Nghiên cứu Phát triển và Đồng Kiến tạo Tri thức, Thành phố Huế*

*Email liên hệ: doantrang.bolt@bdu.edu.vn*

**Tóm tắt:** Nghiên cứu này nhằm làm rõ tác động của các yếu tố trong mô hình SCP đến khả năng cạnh tranh và phát triển thị trường cá tra của địa phương. Với kỹ thuật phân tích PLS-SEM cho thấy, tồn tại mối quan hệ cùng chiều giữa 3 yếu tố i) chiến lược kinh doanh (C1); ii) đảm bảo chất lượng sản phẩm (C2); và iii) sử dụng nguyên liệu đầu vào có chất lượng (C3) ảnh hưởng quyết định đến sự biến thiên về hiệu quả sản phẩm (PE1) với  $R^2 = 56,9\%$ ; và hiệu quả về giá (PE2) với  $R^2 = 42,3\%$ . Chứng tỏ, các doanh nghiệp ở Tiền Giang bước đầu có chiến lược kinh doanh hiệu quả, chất lượng sản phẩm bảo đảm và sử dụng nguyên liệu đầu vào hợp lý. Nghiên cứu cũng chỉ rõ, yếu tố cạnh tranh quốc tế ( $S_1$ ), có ảnh hưởng mạnh nhất đến hành vi thị trường; tiếp đến là yếu tố liên kết hợp tác ( $S_4$ ). Vì vậy, các doanh nghiệp cần chú trọng nghiên cứu luật lệ kinh doanh quốc tế, tăng cường hợp tác để có chiến lược phát triển thị trường phù hợp hơn.

**Từ khóa:** Mô hình Cấu trúc - Hành vi - Kết quả thị trường (SCP).

### Applying the SCP Model to Develop the Pangasius Market in the Mekong Delta – A Case Study of Tien Giang Province

**Abstract:** This study aims to examine the impact of factors in the market SCP model on the competitiveness and development of the local Pangasius market. Using PLS-SEM analysis techniques, the testing results reveal positive relationships between the three factors: i) business strategy (C1); ii) product quality assurance (C2); and iii) use of quality input materials (C3) that significantly affect the variation in product efficiency (PE1) with  $R^2 = 56.9\%$ ; and price efficiency (PE2) with  $R^2 = 42.3\%$ . The findings imply that businesses in Tien Giang initially have effective business strategies, maintain guaranteed product quality, and make reasonable use of input materials. The study also shows that the international competition factor ( $S_1$ ) has the strongest influence on market behavior, followed by the cooperation factor ( $S_4$ ). Therefore, businesses need to focus on studying international trade regulations and strengthening cooperative relationships to have more suitable market development strategies.

**Keywords:** Market Structure – Conduct – Performance (SCP) Model.

**Ngày nhận bài:** 20/1/2025; **Ngày phản biện:** 17/2/2025; **Ngày duyệt đăng:** 20/3/2025

#### 1. Đặt vấn đề

Trong những năm qua kim ngạch xuất khẩu cá tra của Việt Nam tăng lên nhanh chóng và vững chắc, chiếm khoảng 25% trong tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản, luôn đứng vị trí số 2 chỉ sau con tôm. Đến nay, sản phẩm cá tra Việt Nam đã đến với 138 nước, chiếm 90 - 95% thị phần trên thị trường thế giới (VASEP). Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL), cái nôi phát triển ngành nuôi trồng thủy sản, chiếm tỷ trọng cao về diện tích nuôi (91,5%), sản lượng nuôi (96,8%) và giá trị xuất khẩu (83,0%) của cả nước. Tiền Giang là một trong số những địa phương chủ lực tham gia và tạo nên thị trường cá tra ở ĐBSCL. Tuy nhiên, ngành hàng cá tra đang đối mặt với nhiều khó khăn và thách thức, nhất là phát triển thị trường và xây dựng thương hiệu. Đến nay, còn thiếu các nghiên cứu thị trường cá tra có tính hệ thống, theo quan điểm tích hợp giữa phân tích chuỗi cung truyền thống với quan điểm giá trị gia tăng và cạnh tranh quốc tế. Mô hình Cấu trúc – Hành vi – Kết quả

thị trường (SCP) giúp nhận thức được đầy đủ hơn các yếu tố của chuỗi và mối tương tác giữa chúng trong một thị trường rộng hơn. Trong nghiên cứu này, chúng tôi đề cập một số nội dung về vận dụng mô hình SCP nhằm phân tích thị trường cá tra ở ĐBSCL; trên cơ sở đó để có chính sách phù hợp phát triển thị trường ngành hàng này được tốt hơn.

**2. Cơ sở khoa học về vận dụng Mô hình SCP**

**2.1. Phát triển thị trường**

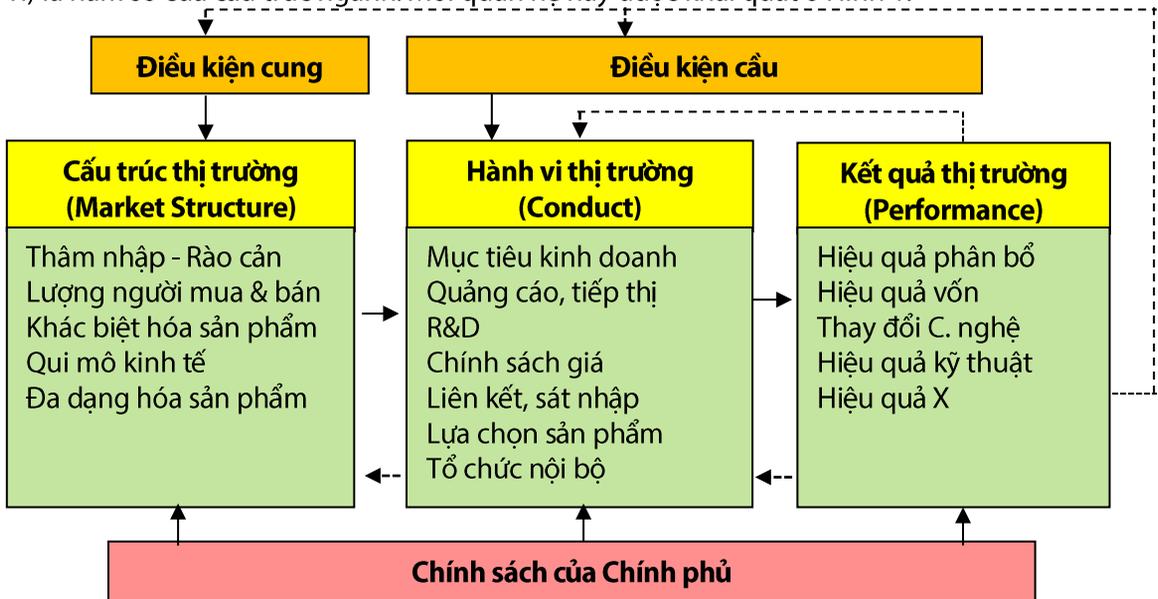
Theo nghiên cứu của Ansoff (1957), Hussain và cộng sự (2013) phát triển thị trường là chiến lược trong đó doanh nghiệp điều chỉnh dòng sản phẩm hiện tại của mình cho các sứ mệnh mới. Các học giả đã đề xuất ma trận chiến lược tăng trưởng với 4 lựa chọn, gồm: (i) thâm nhập thị trường (Market Penetration); (ii) phát triển thị trường mới cho sản phẩm hiện tại (Market Development); (iii) phát triển sản phẩm mới cho thị trường hiện tại (Product Development); (iv) phát triển sản phẩm mới cho thị trường mới (đa dạng hóa – Diversification). Từ ma trận chiến lược tăng trưởng của Ansoff (1957) cho thấy, hai chiến lược cơ bản để phát triển thị trường phổ biến nhất là: (i) thâm nhập thị trường và (ii) phát triển thị trường mới cho sản phẩm hiện tại. Các nghiên cứu liên quan cũng chỉ rõ rằng, hai chiến lược nêu trên đóng vai trò quan trọng trong phát triển và mở rộng thị trường của các doanh nghiệp. Trong khi đó, giải pháp phát triển sản phẩm mới cho thị trường hiện tại và đa dạng hóa sản phẩm lại là những chiến lược ít được lựa chọn hơn bởi sự gia tăng chi phí (Hussain và cộng sự, 2013).

**2.2. Khung phân tích về năng lực cạnh tranh của Michael Porter**

Porter (1990) xác định bốn yếu tố chính ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh quốc gia trong một số ngành cụ thể, bao gồm: điều kiện về yếu tố sản xuất; điều kiện về cầu; các ngành liên quan và hỗ trợ; và chiến lược, cơ cấu và tình hình cạnh tranh của doanh nghiệp. Nó được gọi là "Mô hình Kim cương" với bốn góc tương tác lẫn nhau. Ngoài ra, ông đã dùng chuỗi giá trị để phân tích khả năng cạnh tranh của một ngành hàng trên thị trường, bao gồm các hoạt động chính như: tiếp nhận đầu vào; quá trình sản xuất; hoạt động đầu ra; tiếp thị và bán hàng; và dịch vụ sau bán hàng.

**2.3. Mô hình Cấu trúc – Hành vi – Kết quả thị trường (SCP)**

Một trong những mô hình tân cổ điển về phân tích thị trường được phát triển bởi Bain (1956) và hiện đang được vận dụng khá phổ biến trong nghiên cứu thị trường đó là mô hình Cấu trúc – Hành vi – Kết quả thị trường (Structure – Conduct – Performance - SCP) (Delorme và cộng sự, 2002; Gebretsadik, 2020; Sulaiman và cộng sự, 2022). Nguyên lý cơ bản của mô hình SCP là hiệu quả kinh tế của một ngành là hàm số của hành vi người mua và người bán, và chính nó (hành vi) là hàm số của cấu trúc ngành. Mối quan hệ này được khái quát ở Hình 1.



**Hình 1: Mô hình Cấu trúc – Hành vi - Kết quả thị trường (SCP)**

(Nguồn: Beierlein và Woolverton, 1991; Lipczynski và cộng sự, 2005)

### 2.3.1. Cấu trúc thị trường (Structure)

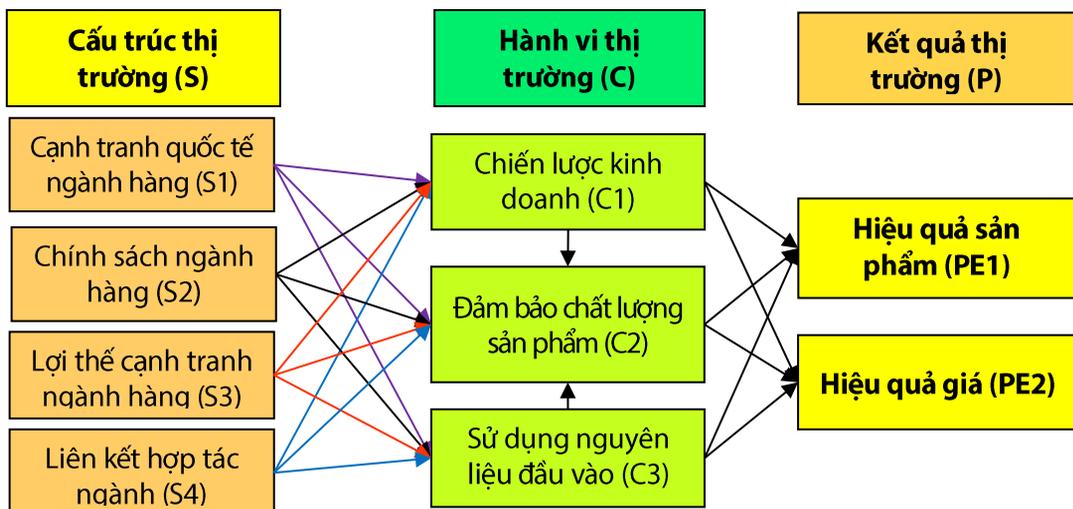
Các nghiên cứu chỉ ra rằng cấu trúc thị trường đề cập đến những vấn đề cụ thể liên quan đến tình trạng cạnh tranh của các doanh nghiệp như: thâm nhập thị trường, số lượng người mua và bán, đa dạng hóa sản phẩm, qui mô kinh tế,... Ở tầm vĩ mô nó đề cập đến vấn đề phân phối nguồn lực, vị trí địa lý và mô tả ngành (Gebretsadik, 2020; Abdinasir và cộng sự, 2021).

### 2.3.2. Hành vi thị trường (Conduct)

Hành vi (hay thực hiện) thị trường đề cập đến các hoạt động của người bán và người mua. Trong mô hình SCP, hành vi thị trường được cho là chịu ảnh hưởng trực tiếp của cấu trúc thị trường (Bain, 1956; Ayele và cộng sự, 2017; Sulaiman và cộng sự, 2022). Lipczynski và cộng sự (2005) cho rằng các yếu tố hành vi thị trường chịu ảnh hưởng của cấu trúc thị trường, bao gồm: mục tiêu kinh doanh, chính sách giá, thiết kế sản phẩm, thương hiệu, quảng cáo và tiếp thị, nghiên cứu và phát triển cũng như liên kết và sáp nhập.

### 2.3.3. Kết quả thị trường (Performance)

Kết quả thị trường thể hiện kết quả kinh tế của cấu trúc và hành vi thị trường như hiệu quả phân bổ, hiệu quả vốn, thay đổi công nghệ... Việc lựa chọn mô hình SCP trong phân tích thị trường chỉ ra mối liên hệ giữa cấu trúc với hành vi thực hiện và kết quả, hiệu quả thị trường. Những thay đổi trong cấu trúc thị trường (S) có thể tác động trực tiếp hoặc gián tiếp đến kết quả thị trường (P) thông qua hành vi thị trường (C). Nhiều nghiên cứu cũng chỉ ra mối quan hệ trong mô hình SCP không chỉ là một chiều mà hành vi và kết quả thị trường cũng có khả năng ảnh hưởng tác động trở lại đến cấu trúc thị trường (Delorme và cộng sự, 2002; Wicaksana và cộng sự, 2021). Khung phân tích các yếu tố tác động đến kết quả thị trường trong mô SCP dựa theo khung lý thuyết của Eleni và cộng sự (2009) được trình bày ở Hình 2. Theo khung nghiên cứu này, có 9 yếu tố (Factors) độc lập trong mô hình, mỗi yếu tố được đo lường với một vài biến số (Variables). Những yếu tố chủ yếu bao gồm: hiệu quả sản phẩm (PE1), tạo ra được sản phẩm có chất lượng phù hợp với nhu cầu thị trường; hiệu quả giá (PE2), các tác nhân trong chuỗi nhận được giá cả tốt hơn; cạnh tranh quốc tế (S1); chính sách ngành hàng (S2); lợi thế cạnh tranh (S3); liên kết hợp tác (S4); chiến lược kinh doanh (C1); bảo đảm chất lượng sản phẩm (C2); và sử dụng nguyên liệu đầu vào (C3). Trong đó, hai yếu tố PE1 và PE2 phản ánh kết quả thực hiện thị trường. Trong khi đó, bốn yếu tố S1-S4 và ba yếu tố C1-C3 phản ánh cấu trúc ngành và thực hiện thị trường tương ứng.



Hình 2: Khung phân tích các yếu tố tác động trong mô hình SCP

(Nguồn: Eleni và cộng sự, 2009)

## 2.4. Vận dụng mô hình SCP trong phân tích phát triển thị trường

Chính sách của Nhà nước (S2) liên quan đến việc khuyến khích doanh nghiệp hiện đại hóa qui trình công nghệ, nâng cao khả năng cạnh tranh... Rõ ràng, S2 có ảnh hưởng đến 3 biến thành phần của hành vi thị trường (C). Lợi thế cạnh tranh (S3) được kỳ vọng ảnh hưởng đến các biến thành phần (C). Do nó có thể làm thay đổi chi phí sản xuất và giá thành sản phẩm; điều này được

giả thuyết là có ảnh hưởng tích cực đến kết quả hoạt động thị trường. Ngoài ra, sự liên kết hợp tác ngành (S4) cũng được giả định có ảnh hưởng đến hoạt động thị trường. Mô hình SCP cho rằng, những hành vi thị trường của doanh nghiệp (C) đều có ảnh hưởng đến hiệu quả thị trường về giá (PE2) và chất lượng sản phẩm (PE1). Tất cả các biến số này được đo lường thông qua việc sử dụng thang đo Likert trên cơ sở sử dụng Bảng hỏi cấu trúc.

Trong khung phân tích này, các nhân tố cấu trúc thị trường được cho là có ảnh hưởng đến các nhân tố thực hiện thị trường. Trong đó, cạnh tranh quốc tế (S1) được kỳ vọng là có ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả sản phẩm (PE1). Ngoài ra, cạnh tranh quốc tế cũng ảnh hưởng trực tiếp đến C1, do nó buộc doanh nghiệp phải đổi mới quy trình công nghệ, cải thiện hệ thống kênh phân phối. Cạnh tranh quốc tế cũng có ảnh hưởng tích cực đến C2, do nhận thức của người tiêu dùng ngày càng đòi hỏi chất lượng sản phẩm cao hơn. Nó cũng có khả năng ảnh hưởng đến C3 vì đòi hỏi doanh nghiệp sử dụng nguyên liệu đầu vào ngày càng có chất lượng cao hơn.

Dựa trên việc tổng quan một cách có hệ thống các nghiên cứu vận dụng mô hình SCP trong phát triển thị trường, nhiều học giả cho rằng quan hệ phối hợp và hợp tác là nhiệm vụ tối quan trọng trong việc điều chỉnh các hành vi và hoạt động của từng thành viên trong hệ thống marketing, trong đó các lợi ích và các mối quan hệ mà các doanh nghiệp đơn lẻ xác định và duy trì có ảnh hưởng sâu sắc đến hành vi và hiệu quả của toàn hệ thống (Gebretsadik, 2020; Abdinasir và cộng sự, 2021). Việc xác định chiến lược cho một chuỗi đòi hỏi các tác nhân tham gia chuỗi có chung một số mục tiêu, mặc dù các quyết định chiến lược cuối cùng được thực hiện bởi các nhà quản lý riêng bên trong các doanh nghiệp, mức độ tham gia của các doanh nghiệp khác nhau trong chuỗi phụ thuộc vào cấu trúc của mạng lưới hiện có (Gebretsadik, 2020). Theo De Figueirêdo và cộng sự (2014), mặc dù mô hình tích hợp SCP phân tích chuỗi giá trị được cho là phức tạp hơn, nhưng việc vận dụng mô hình sẽ giúp các nhà quản lý nhận thức được đầy đủ hơn các yếu tố của chuỗi và mối tương tác giữa chúng trong một thị trường rộng hơn. Theo đó, cách thức phân tích tích hợp SCP đối với chuỗi giá trị chỉ ra các lựa chọn phù hợp trong hành vi thị trường của doanh nghiệp, các dạng thức mà chúng tương tác trong các hệ chuỗi chung của thị trường và kết quả mang lại cả doanh nghiệp và thị trường như là một chỉnh thể (Lelissa & Kuhl, 2018; Wicaksana và cộng sự, 2021).

Xuất phát từ thực trạng ngành hàng cá tra của Việt Nam nói chung và tỉnh Tiền Giang nói riêng, sản phẩm cá tra Việt Nam đã có mặt trên 138 nước và chiếm trên 95% thị phần cá tra xuất khẩu trên thị trường thế giới. Vì vậy, nghiên cứu phát triển thị trường cá tra với các nội dung phân tích truyền thống chưa đáp ứng được một cách đầy đủ và khoa học để nâng cao hiệu quả kinh tế và khả năng cạnh tranh của ngành hàng. Mô hình SCP được coi là công cụ quan trọng góp phần làm sáng tỏ hơn nội dung phân tích chuỗi giá trị cá tra trong một thị trường hòa nhập và rộng lớn hơn.

### **3. Phương pháp nghiên cứu**

#### **3.1. Phương pháp thu thập và tổng hợp số liệu**

Số liệu thứ cấp, được thu thập qua các báo cáo của VASEP, Cục Thống kê Tiền Giang, các cơ quan liên quan và các nguồn tài liệu mở khác.

Nguồn số liệu sơ cấp, được thực hiện theo các giai đoạn như sau:

Dựa trên cơ sở phân tích mối quan hệ giữa các yếu tố của mô hình SCP (xem Hình 1); khung phân tích các yếu tố tác động trong mô hình SCP (Hình 2); và tham khảo các nghiên cứu liên quan (Eleni và cộng sự, 2009), phương pháp chuyên gia và kỹ thuật phân tích Delphi được vận dụng để phát triển bảng hỏi ban đầu.

Dựa trên kết quả nghiên cứu định lượng sơ bộ, vận dụng phương pháp PLS-SEM, để kiểm chứng các thang đo đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả thị trường với các tiêu chuẩn (i) độ tin cậy nhất quán nội tại; (ii) giá trị hội tụ; (iii) giá trị phân biệt, bảng hỏi cấu trúc chính thức được xây dựng, bao gồm 9 yếu tố với 39 biến số (xem Bảng 1). Để vận dụng phương pháp phân tích SEM, phải đảm bảo ít nhất 5 mẫu cho một biến và qui mô mẫu khoảng 200-500 đơn vị (Hair và cộng sự, 2016). Trong nghiên cứu này, tổng thể mẫu điều tra là một tập hợp các đối tượng đa dạng, có nhiều thành phần, với kích thước là 500 đơn vị và có 6 nhóm đối tượng: i) Chủ hộ nuôi cá, thương lái, đại lý thu gom, 69 mẫu (14,5%); ii) Ban Giám đốc các doanh nghiệp chế biến (DNCB) thủy sản, 58 mẫu (12,2%); iii) Lãnh đạo Chi cục, Trung tâm, 70 mẫu (14,7%); iv) Lãnh đạo cấp huyện, Phòng ban, 9 mẫu (19,3%); v) Lãnh đạo cấp

tình, Sở Ban ngành, 79 mẫu (16,6%); vi) Chuyên gia, giảng viên các viện, trường đại học, hiệp hội, 109 mẫu (22,9%). Số đơn vị điều tra trong từng nhóm được xác định dựa vào qui mô và vai trò của chúng trong tổng thể và được lựa chọn một cách ngẫu nhiên kết hợp với chọn mẫu thuận tiện.

Phòng vấn trực tiếp kết hợp với sử dụng bảng hỏi cấu trúc được vận dụng để thu thập số liệu từ các đơn vị điều tra. Sau khi sàng lọc, thu được 477/530 phiếu hợp lệ để đưa vào phân tích. Cuộc điều tra được tiến hành vào cuối năm 2022. Kết quả thống kê cho thấy, trong 447 mẫu thu được, nam chiếm 65,8% và nữ, 34,2%; nhóm có độ tuổi 30-50 chiếm 52,0%, trên 50 tuổi, 26,4%, dưới 30 tuổi, 21,6%; số người có trình độ đại học chiếm 51,2%, trên đại học, 32,3%. Về ngành nghề và lĩnh vực hoạt động, nhóm cán bộ, chuyên gia, giảng viên, chiếm 29,9%; các đơn vị hoạt động sản xuất kinh doanh ngành hàng cá tra, 26,7%; cán bộ quản lý, 50,6%. Với cách chọn mẫu và phương pháp điều tra khoa học, chúng tôi tin tưởng, kết quả điều tra thống kê có thể cung cấp các thông tin đầy đủ, đáng tin cậy đáp ứng được cho công tác phân tích của mô hình SCP.

**Bảng 1: Tổng hợp các yếu tố và biến số trong bảng hỏi cấu trúc**

Mã hóa	Các yếu tố	Số biến	Mã biến số
S1	Cạnh tranh quốc tế về ngành hàng	5	S1a-S1e
S2	Chính sách thủy sản của Nhà nước	4	S2a-S2d
S3	Lợi thế so sánh ngành hàng	4	S3a-S3d
S4	Liên kết, hợp tác trong ngành hàng	4	S4a-S4d
C1	Chiến lược kinh doanh doanh nghiệp	5	C1a-C1E
C2	Bảo đảm chất lượng sản phẩm	4	C2a-C2d
C3	Sử dụng đầu vào có chất lượng	5	C3a-C3E
PE1	Sản phẩm tạo ra bởi doanh nghiệp	4	PE1a-PE1d
PE2	Giá bán sản phẩm	4	PE2a-PE2d
	<b>Cộng</b>	<b>39</b>	-

(Nguồn: Tổng hợp của tác giả)

### 3.2. Phương pháp phân tích

#### 3.2.1. Đánh giá độ tin cậy thang đo mô hình

Trước khi tiến hành phân tích độ tin cậy thang đo và kiểm định các giả thuyết thì kỹ thuật kiểm định đơn nhân tố Harman (the Harman's single factor test) cần được thực hiện để phát hiện hiện tượng sai lệch phương pháp chung (Common Method Bias – CMB). Việc đánh giá độ tin cậy của thang đo được thực hiện thông qua 2 chỉ số cơ bản, hệ số kiểm định Cronbach's Alpha (CA) và độ tin cậy tổng hợp (CR). Hệ số CR và CA chỉ ra các biến trong thang đo có hội tụ vào một cấu trúc tiềm ẩn duy nhất hay không. Thông thường, để kiểm định độ tin cậy của CA, nếu các biến số, có giá trị "hệ số tải ngoài" đạt từ 0,7 trở lên thì sẽ chấp nhận được.

Độ tin cậy và độ hội tụ, các hệ số tải ngoài (Outer Loadings) của các biến đo lường cần có giá trị cao hơn 0,70; độ hội tụ được đánh giá qua chỉ số phương sai trích trung bình (AVE) của các biến tiềm ẩn cần có giá trị tối thiểu 0,50 (Hair và cộng sự, 2016). Độ phân biệt (Discriminant Validity), về giá trị phân biệt thì có hai kỹ thuật phổ biến là chỉ số tương quan Heterotrait-Monotrait và tiêu chuẩn Fornell-Larcker (Ringle và cộng sự, 2022). Tuy nhiên, trong nghiên cứu này, chỉ số ma trận HTMT được sử dụng bởi nó được cho là ưu việt hơn tiêu chuẩn Fornell-Larcker trong đánh giá độ phân biệt (Henseler và cộng sự, 2015; Garson, 2016) và các chỉ số HTMT cần nhỏ hơn 0,85 (Kline, 2015).

#### 3.2.2. Mô hình SCP phân tích các yếu tố ảnh hưởng hiệu quả thị trường

Để đánh giá mô hình cấu trúc, kỹ thuật kiểm định với cỡ mẫu Bootstrapping N=5.000 (Henseler và cộng sự, 2015; Hair và cộng sự, 2016) được sử dụng. Các tiêu chí thường được sử dụng để đánh giá mô hình cấu trúc gồm: i) Hệ số đường dẫn; ii) Hệ số xác định R<sup>2</sup>; iii) Khả năng dự báo của mô hình – hệ số Q<sup>2</sup>; iv) Mức độ giải thích của biến độc lập tới biến phụ thuộc – hệ số f<sup>2</sup>; v) Giá trị VIF. Với kỹ thuật phân tích "blindfolding", các chỉ số Q<sup>2</sup> – Hệ số đánh giá năng lực dự báo ngoài mẫu đã được tính toán cho các cấu trúc trong mô hình. Với các chỉ số Q<sup>2</sup> nằm trong khoảng 0,25 ≤ Q<sup>2</sup> ≤ 0,5 cho thấy đa số các cấu trúc thành phần có năng lực dự báo đạt độ chính xác trung bình; và nếu Q<sup>2</sup> < 0,25 có khả năng dự báo với độ chính xác thấp hơn (Hair và cộng sự, 2019).

**4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận**

**4.1. Đánh giá các yếu tố ảnh hưởng hiệu quả thị trường cá tra Tiền Giang**

**4.1.1. Đánh giá độ tin cậy thang đo mô hình**

Kết quả cho thấy, kiểm định đơn nhân tố Harman có mức phương sai cao nhất là 26,054%, nhỏ hơn 50%, chứng tỏ số liệu không vi phạm kỹ thuật kiểm định nhân tố của CMB. Về độ tin cậy thang đo, kết quả tính toán cho thấy, tất cả các hệ số (CA và CR) đều thỏa mãn điều kiện, lớn hơn 0,7 và phương sai trích (AVE) đều lớn hơn 0,5 (hệ số CA = 0,835 – 0,940; và CR=0,884-0,957). Do đó, các thang đo đề xuất đạt được độ giá trị hội tụ, tất cả các chỉ báo đánh giá chất lượng mô hình đo lường đều đáp ứng yêu cầu, cụ thể:

a) Độ tin cậy và độ hội tụ: Các hệ số tải ngoài (Outer Loadings) của các biến đo lường đều có giá trị cao hơn 0,700 (từ 0,746 – 0,944) và độ hội tụ được đánh giá qua chỉ số phương sai trích trung bình (AVE) của các biến tiềm ẩn cũng đều cao hơn ngưỡng tối thiểu 0,5 (AVE = 0,603 - 0,848).

b) Độ phân biệt: Số liệu bảng 2 cho thấy các thang đo trong mô hình đều đạt giá trị phân biệt, thể hiện tất cả các chỉ số HTMT đều nhỏ hơn 0,85 (Kline, 2015). Đồng thời, kết quả kiểm định Bootstrap với độ tin cậy 95% cho thấy các chỉ số HTMT nằm trong khoảng phân vị từ 25,5% đến 97,5% của 5.000 mẫu bootstrap đều nhỏ hơn 1,0; nghĩa là mô hình thỏa mãn điều kiện về độ phân biệt. Như vậy, các chỉ số đánh giá thỏa mãn điều kiện kiểm định và theo đó, tất cả các biến tiềm ẩn đều được giữ lại để tiến hành phân tích các mối quan hệ cấu trúc (SEM).

**Bảng 2: Ma trận Heterotrait – Monotrait (MTHM)**

Biến số	C1	C2	C3	PE1	PE2	S1	S2	S3	S4
C1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
C2	<b>0,456</b>	-	-	-	-	-	-	-	-
C3	0,530	<b>0,626</b>	-	-	-	-	-	-	-
PE1	0,668	0,703	<b>0,725</b>	-	-	-	-	-	-
PE2	0,606	0,594	0,643	<b>0,781</b>	-	-	-	-	-
S1	0,520	0,537	0,546	0,697	<b>0,636</b>	-	-	-	-
S2	0,174	0,157	0,198	0,291	0,250	<b>0,176</b>	-	-	-
S3	0,141	0,198	0,166	0,279	0,267	0,177	<b>0,109</b>	-	-
S4	0,174	0,226	0,220	0,332	0,289	0,180	0,110	<b>0,082</b>	-

(Nguồn: Kết quả tính toán của tác giả).

**4.1.2. Mô hình SCP phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả thị trường cá tra tỉnh Tiền Giang**

Để đánh giá mô hình cấu trúc, kỹ thuật kiểm định với cỡ mẫu Bootstrapping N=5000 (Henseler và cộng sự, 2015; 2016) được sử dụng. Các tiêu chí được sử dụng để đánh giá mô hình cấu trúc gồm: i) Hệ số đường dẫn; ii) Hệ số xác định R<sup>2</sup>; iii) Khả năng dự báo của mô hình – hệ số Q<sup>2</sup>; iv) Mức độ giải thích của biến độc lập tới biến phụ thuộc – hệ số f<sup>2</sup>; và v) Giá trị VIF. Kết quả kiểm định được trình bày ở Bảng 3; Bảng 4. Số liệu ở Bảng 3 cho thấy, hệ số xác định R<sup>2</sup> các biến độc lập trong mô hình giải thích được 56,9% biến thiên của hiệu quả về sản phẩm cá tra (PE1); và 42,3% biến thiên của hiệu quả về giá (PE2) sản phẩm cá tra ở Tiền Giang. Như vậy, mức độ ảnh hưởng của các biến số độc lập đến kết quả nghiên cứu là rất đáng kể; và với khả năng dự báo ở mức trung bình, Q<sup>2</sup> = 0,310 - 0,398.

**Bảng 3: Kết quả phân tích mô hình SCP đối với R<sup>2</sup>, Q<sup>2</sup>**

Các biến tiềm ẩn	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> hiệu chỉnh	Chỉ số dự báo Q <sup>2</sup>
Chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp (C1)	0,217	0,211	0,200
Đảm bảo chất lượng sản phẩm cá tra (C2)	0,359	0,351	0,230
Sử dụng nguyên liệu đầu vào chất lượng C3)	0,245	0,239	0,229
Hiệu quả về sản phẩm cá tra (PE1)	0,569	0,566	0,398
Hiệu quả về giá sản phẩm cá tra (PE2)	0,423	0,419	0,310

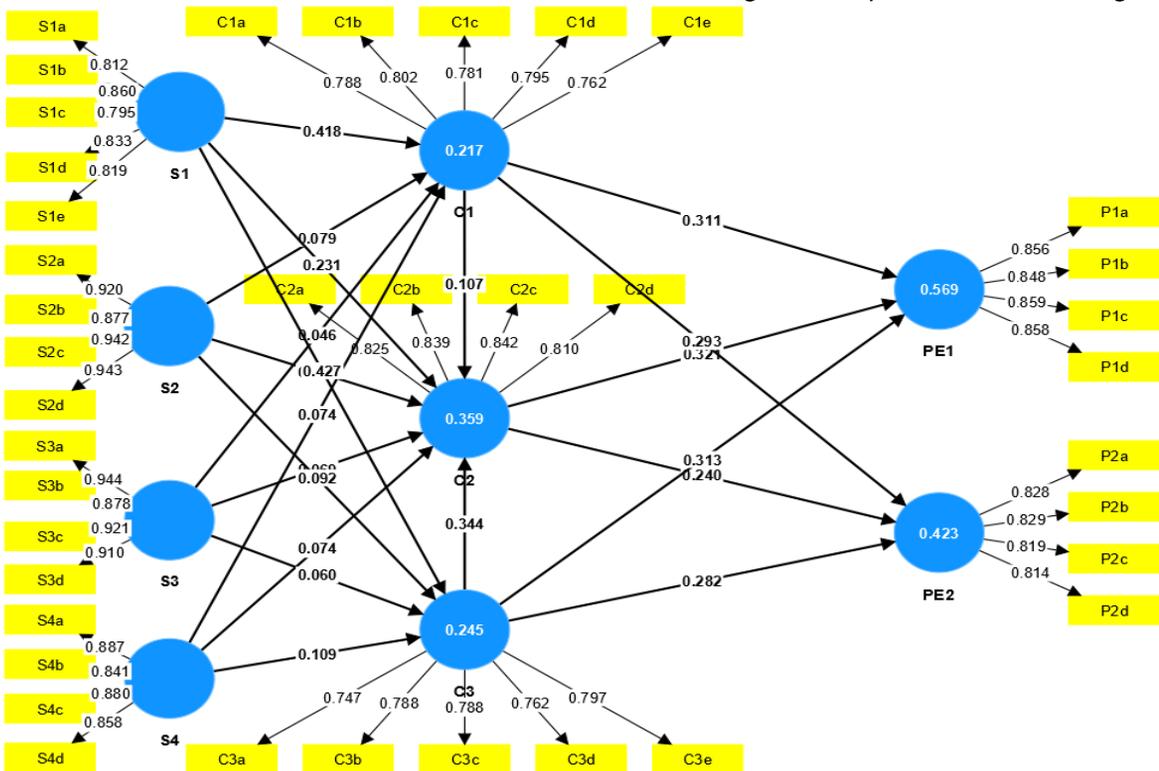
(Nguồn: Kết quả tính toán của tác giả).

Bên cạnh hệ số  $R^2$ , chỉ số  $f^2$  (Effect Size) được sử dụng để đo lường phương sai được giải thích bởi mỗi biến ngoại sinh trong mô hình. Theo Cohen (1988) nếu  $f^2 \geq 0,020$  được xem là nhỏ;  $f^2 \geq 0,150$  là vừa; và  $f^2 \geq 0,350$  là lớn. Kết quả kiểm định (Bảng 4) cho thấy các biến số có hệ số  $f^2$  tương đối phù hợp, chỉ ra mức độ quan trọng của các biến đó trong giải thích biến thiên của các biến phụ thuộc tương ứng ( $f^2$  có giá trị từ 0,069 đến 0,173). Cụ thể, trong mô hình, biến C1 có tác động vừa phải đến PE1 ( $f^2=0,173$ ); và PE2 ( $f^2=0,114$ ); biến C2 và C3 có tác động vừa phải đến PE1 ( $f^2=0,166$  và 0,149). Trong khi đó, biến C2 và C3 có vai trò tương đối thấp tác động đến PE2 ( $f^2=0,069$  và 0,090). Ngoài ra, kết quả cũng cho thấy các giá trị VIF của các biến thuộc mô hình đều nhỏ hơn 3,00 (VIF từ 1,301 đến 1,531) cho thấy không xuất hiện hiện tượng đa cộng tuyến trong mô hình.

**Bảng 4: Chỉ số mức độ tác động ( $f^2$ ) và hệ số phóng đại phương sai (VIF)**

Các quan hệ	$f^2$	VIF
C1 -> PE1	0,173	1,301
C1 -> PE2	0,114	1,301
C2 -> PE1	0,166	1,441
C2 -> PE2	0,069	1,441
C3 -> PE1	0,149	1,531
C3 -> PE2	0,090	1,531

(Nguồn: Kết quả tính toán của tác giả).



**Hình 3: Kết quả phân tích hệ số đường dẫn**

(Nguồn: Kết quả tính toán của tác giả).

Kết quả hệ số đường dẫn (Hình 3) và kiểm định mô hình cấu trúc cho thấy, tồn tại mối quan hệ cùng chiều giữa ba yếu tố bao gồm: Chiến lược kinh doanh doanh nghiệp (C1); Đảm bảo chất lượng sản phẩm cá tra (C2); Sử dụng nguyên liệu đầu vào có chất lượng (C3) ảnh hưởng trực tiếp đến Hiệu quả về sản phẩm (PE1) và Hiệu quả về giá bán cá tra (PE2) với mức ý nghĩa thống kê rất cao ( $P = 0,000$ ). Cụ thể, hệ số ước lượng của các yếu tố C1; C2; và C3 tác động đến PE1 lần lượt là  $\beta = 0,311$ ;  $\beta = 0,321$ ; và  $\beta = 0,313$  với  $R^2 = 0,569$  quyết định biến thiên về hiệu quả sản phẩm; và 3 yếu tố trên ảnh hưởng đến PE2 tương ứng là  $\beta = 0,293$ ;  $\beta = 0,240$ ; và  $\beta = 0,282$  với  $R^2 = 0,423$  quyết

định biến thiên hiệu quả về giá bán cá tra (xem kết quả phân tích hệ số đường dẫn hình 3). Từ kết quả phân tích trên, rõ ràng chiến lược kinh doanh doanh nghiệp (C<sub>1</sub>), chiến lược đảm bảo chất lượng sản phẩm cá tra (C<sub>2</sub>), và sử dụng nguyên liệu đầu vào có chất lượng (C<sub>3</sub>) ảnh hưởng đáng kể đến hiệu quả thị trường cá tra của tỉnh Tiền Giang. Điều đó cho thấy, ngành hàng cá tra Tiền Giang cần chú trọng đến 3 yếu tố chiến lược trên trong quá trình phát triển ngành hàng cá tra của địa phương.

Trong các yếu tố ảnh hưởng đến chiến lược kinh doanh doanh nghiệp (C<sub>1</sub>); đảm bảo chất lượng sản phẩm (C<sub>2</sub>); hiệu quả sử dụng nguyên liệu đầu vào (C<sub>3</sub>) thì yếu tố cạnh tranh quốc tế (S<sub>1</sub>) trong ngành cá tra có ảnh hưởng lớn nhất (hệ số  $\beta$  lần lượt là 0,418; 0,231; và 0,427); kế đến văn hóa liên kết hợp tác kinh doanh (S<sub>4</sub>); lợi thế cạnh tranh ngành hàng (S<sub>3</sub>); và cuối cùng là chính sách thủy sản về cá tra Việt Nam (S<sub>2</sub>). Kết quả phân tích mô hình cấu trúc SCP giúp hiểu sâu sắc hơn các yếu tố tác động đến năng lực cạnh tranh đó. Với kỹ thuật phát triển bảng hỏi cấu trúc, và kỹ thuật phân tích tương tác phụ thuộc PLS-SEM, mô hình cấu trúc SCP chỉ rõ các yếu tố quan trọng tác động đến kết quả và hiệu quả hoạt động của thị trường cá tra Tiền Giang; giúp cho các nhà quản lý hiểu được một cách rõ ràng và cụ thể hơn trong việc hoạch định các chính sách cụ thể để phát triển ngành hàng cá tra có hiệu quả và bền vững trong một thị trường cạnh tranh.

### 5. Kết luận và kiến nghị chính sách

Kết quả kiểm định mô hình SCP cho thấy, tồn tại mối quan hệ cùng chiều giữa ba yếu tố: chiến lược kinh doanh doanh nghiệp (C<sub>1</sub>); đảm bảo chất lượng sản phẩm (C<sub>2</sub>) và sử dụng nguyên liệu đầu vào có chất lượng (C<sub>3</sub>) ảnh hưởng quyết định sự biến thiên về hiệu quả sản phẩm (PE1) với  $R^2 = 56,9\%$ ; và ảnh hưởng tác động đến hiệu quả về giá bán (PE2) với  $R^2 = 42,3\%$ . Phân tích này cho thấy, các doanh nghiệp ở Tiền Giang bước đầu có chiến lược kinh doanh hiệu quả; chất lượng sản phẩm bảo đảm và sử dụng nguyên liệu đầu vào hợp lý. Phân tích cũng chỉ rõ, yếu tố cạnh tranh quốc tế (S<sub>1</sub>), có ảnh hưởng lớn nhất đến hành vi thị trường (C<sub>1</sub>, C<sub>2</sub>, C<sub>3</sub>) với hệ số  $\beta$  lần lượt là 0,418; 0,231 và 0,427. Điều này có thể thấy, do các yêu cầu về hàng rào kỹ thuật khắt khe hơn nên yếu tố cạnh tranh quốc tế tác động trực tiếp đến chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp mạnh hơn. Do đó, các DNCB xuất khẩu sản phẩm cá tra cần chú trọng nghiên cứu các điều kiện, luật lệ kinh doanh quốc tế nhất là với các nước có thị trường lớn để có chiến lược xuất nhập khẩu phù hợp hơn. Dựa trên các kết quả nghiên cứu đó, chúng tôi đề xuất một số kiến nghị sau:

*Thứ nhất, quy hoạch vùng nuôi cá tra theo hướng phát triển bền vững, bảo đảm chuỗi cung ứng ổn định, chất lượng, hiệu quả.* Quy hoạch vùng nuôi phải gắn với chuỗi ngành hàng cá tra từ các tác nhân cung cấp các yếu tố đầu vào đến hộ nuôi cá, dịch vụ hậu cần, thu gom, bán lẻ, các cơ sở chế biến thủy sản đến các doanh nghiệp xuất nhập khẩu, nhằm tạo ra các mối quan hệ hợp tác, kết nối sản xuất với thị trường.

*Thứ hai, phát triển thị trường và xây dựng thương hiệu cá tra Tiền Giang.* Các cơ quan chức năng liên quan cần xúc tiến xây dựng thương hiệu cá tra của địa phương, quảng bá sản phẩm cá tra ra thị trường thế giới. Khuyến khích các DNCB và xuất khẩu mở rộng hệ thống phân phối trực tiếp ra nước ngoài, chú trọng đến hệ thống phân phối lớn, các siêu thị ở nước ngoài nhằm tăng cường khả năng tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu.

*Thứ ba, tăng cường công tác quản lý nhà nước, nâng cao hiệu quả và khả năng cạnh tranh ngành hàng cá tra.* Cần xây dựng, cụ thể hóa các chính sách quản lý, hỗ trợ của Nhà nước trong phát triển ngành hàng cá tra; quán triệt quan điểm về tổ chức quản lý theo chuỗi giá trị sản phẩm để hạn chế tình trạng thiếu sự phối hợp đồng bộ giữa các cơ quan chức năng. Xúc tiến các hiệp định thương mại, am hiểu luật kinh doanh quốc tế, tránh để ngành hàng xuất khẩu cá tra của Việt Nam rơi vào tình trạng bị phạt bán phá giá, vi phạm các hàng rào kỹ thuật.

### Tài liệu tham khảo

Abdinasir, U., Haji J., & Tegegne B. (2021). Analysis of structure, conduct and performance of live goats market: the case of pastoralists, Moyale District, Ethiopia. *International Journal of Sciences & Applied Research*, 8(5).

Ansoff, H. I. (1957). Strategies for diversification. *Harvard Business Review*, 35(5), 113-124.

- Ayele, S., Zemedu, L., & Gebremdhin, D. (2017). Analysis of market structure, conduct and performance of beef cattle: The case of Dugda District, East Shoa Zone, Oromia Regional State, Ethiopia. *Journal of Biology, Agriculture and Healthcare*, 7(5). 5-11.
- Bain, J.S. (1956). *Barriers to New Competition*. Cambridge: Harvard University Press.
- Beierlein, J. G., & Woolverton, M. W. (1991). *Agribusiness marketing: the management perspective*. Prentice-Hall, Inc...
- De Figueirêdo, Jr. H. S., Meuwissen, M. P. M., & Oude Lansink, A. G. J. M. (2014). Integrating structure, conduct and performance into value chain analysis. *Journal on Chain and Network Science*, 14(1), 21-30.
- Delorme, Jr. C. D., Kamerschen, D. R., Klein, P. G., & Voeks, L. F. (2002). Structure, conduct and performance: a simultaneous equations approach. *Applied economics*, 34(17). 2135-2141.
- Eleni, K., Konstantinos, P., & Christos, K. (2009). An investigation of the supply chain of fisheries products in Greece. *Paper prepared for presentation at the 113th EAAE Seminar "A resilient European Food Industry and Food Chain in a Challenging World", Chania, Crete, Greece, date as in: September 3 - 6, 2009*.
- Garson, G. D. (2016). *Partial Least Squares Regression & Structural Model Statistical Associates*. Blue Book Series.
- Gebretsadik, D. (2020). Marketing chain and structure, conduct and performance of sesame: the case of Kafta Humera district, Western Zone of Tigray, Ethiopia. *Asian Journal of Agricultural Extension, Economics & Sociology*, 38(2), 14-36.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2016). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). *Sage publications*.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European business review*, 31(1). 2-24.
- Henseler, J., & Sarstedt, M. (2015). Goodness-of-fit indices for partial least squares path modeling. *Computational statistics*, 28(2). 565-580.
- Hussain, S., Khattak, J., Rizwan, A., & Latif, M. A. (2013). ANSOFF matrix, environment, and growth-an interactive triangle. *Management and Administrative Sciences Review*, 2(2). 196-206.
- Kline, R. B. (2015). Principles and practice of structural equation modeling. *Guilford publications*, New York.
- Lelissa, T. B., & Kuhil, A. M. (2018). The structure conduct performance model and competing Hypothesis-a review of literature. *Structure*, 9(1), 76-89.
- Lipczynski, J., Wilson J. & Goddard J. (2005). *Industrial Organization, Competition, Strategy, Policy*. FT Prentice Hall, London, second edition.
- Nguyễn Văn Thuận & Võ Thành Danh (2016). *Phát triển Ngành hàng cá tra ở Đồng bằng sông Cửu Long*. Nxb Đại học Cần Thơ.
- Porter, M. E. (1990). New Global Strategies for Competitive Advantage. *Planning Review*.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*, New York Free Press.
- Sulaiman, Z. P., Anindita, R., & Muhaimin, A. W. (2022). Analysis of the Structure, Conduct and Performance of the Chrysanthemum Flower Market in Pasuruan Regency (Study Case in Tutur Village). *HABITAT*, 33(01), 1-12.
- VASEP. Báo cáo tình hình xuất khẩu Thủy sản Việt Nam năm 2016 -2024. Truy xuất tại: [www.vasep.com.vn](http://www.vasep.com.vn), ngày 20/12/2024.
- Wicaksana, A. B., Setiawan, B., & Muhaimin, A. W. (2021). Analysis of Market Structure, Conduct, and Performance of the lemuru fish in Muncar District, Banyuwangi Regency, East Java. *Economic and Social of Fisheries and Marine Journal*, 9(1), 128-138.
- Yuan, K., Wu, R., & Bentler, P. M. (2010). Ridge structural equation modelling with correlation matrices for ordinal and continuous data'. *British Journal of Mathematical and Statistical Psychology*, 64, 107-133.

# THẺ LỆ GỬI BÀI CHO TẠP CHÍ KHOA HỌC XÃ HỘI MIỀN TRUNG

1. Bài viết gửi đăng trên Tạp chí Khoa học xã hội miền Trung phải là bài viết chưa từng được gửi đăng, đăng tải trên bất kỳ các sách, báo, tạp chí khác.
2. Bài viết gửi đăng có dung lượng từ 5.000-8.000 từ, được đánh máy vi tính trên khổ giấy A4, sử dụng font chữ Times New Roman, cỡ chữ 14, cách dòng Single, các đoạn 6 pt. Trang đầu tiên của bài viết bao gồm các thông tin về tác giả: họ và tên, học hàm, học vị, cơ quan công tác, số điện thoại, địa chỉ email liên hệ (nếu có từ 02 tác giả trở lên, đều phải đảm bảo đầy đủ thông tin trên).
3. Tiêu đề bài viết, tóm tắt (khoảng 100-200 từ), từ khoá phải được trình bày cả bằng tiếng Việt và tiếng Anh ngay sau trang thông tác giả.
4. Kết cấu bài viết được chia thành các mục, tiểu mục và cần đánh theo số thứ tự: 1. Đặt vấn đề; 2.; 2.1.; 2.1.1.; ...; n. Kết luận; Tài liệu tham khảo. Tên của mục và tiểu mục cần viết ngắn gọn, thể hiện bản chất của nội dung trình bày và không có dấu chấm ở cuối dòng.
5. Tên riêng của người, địa phương, thuật ngữ tiếng nước ngoài để nguyên văn, không phiên âm sang tiếng Việt, trừ những tên, thuật ngữ đã được Việt hoá (như Trung Quốc, Thái Lan, ...).
6. Bài viết phải đảm bảo trích dẫn đầy đủ các thông tin, số liệu, nội dung, đại ý, kết luận... (nếu tham khảo từ các tài liệu khác). Đối với các đoạn trích dẫn trong bài viết nếu trích dẫn nguyên văn thì phần trích dẫn phải được để trong dấu ngoặc kép, nếu là trích dẫn nội dung, đại ý (bao gồm cả số liệu, thông tin, kết luận, phát hiện, ... không dùng nguyên văn) thì không phải để trong dấu ngoặc kép. Cả 2 loại trích dẫn này đều được trích nguồn đầy đủ và ở dạng chữ thường.
7. Tài liệu trích dẫn được trình bày trong dấu ngoặc đơn và viết theo thứ tự sau:
  - Là tác giả Việt Nam: Họ và tên tác giả, năm xuất bản, số trang (nếu có). Ví dụ (Nguyễn Văn A, 2011, 10).
  - Là tác giả nước ngoài: Họ tác giả, năm, số trang (nếu có). Ví dụ (Stiglitz, 1986).
8. Chú thích được trình bày trong dấu ngoặc đơn và đánh số thứ tự 1, 2, 3. Nội dung của chú thích được trình bày ở cuối bài viết bằng mục Chú thích và đặt tên tài liệu tham khảo. Ví dụ: Vũng Nam Trung Bộ<sup>(1)</sup>. Cuối bài viết trình bày:

## Chú thích:

(1) Vũng Nam Trung Bộ bao gồm 8 tỉnh/thành phố Đà Nẵng, Quảng Nam, Quảng Ngãi, Bình Định, Phú Yên, Khánh Hoà, Ninh Thuận, Bình Thuận.

9. Tài liệu tham khảo được trình bày theo chuẩn quốc tế APA và được sắp xếp theo thứ tự Alphabet.

+ Đối với tài liệu là bài báo trong các tạp chí:

- *Tác giả người Việt Nam:* Họ và tên tác giả (năm xuất bản). Tiêu đề bài viết. *Tên tạp chí*, số quyển (số phát hành), số trang.

Ví dụ: Nguyễn Văn A, Nguyễn Văn B (2024). Phát triển kinh tế Việt Nam. *Tạp chí Khoa học xã hội miền Trung*, 1(82), 3-10.

- *Tác giả người nước ngoài:* Họ tác giả, tên viết tắt. (năm xuất bản). Tiêu đề bài viết. *Tên tạp chí*, số quyển (số phát hành), số trang. Ví dụ: Wang, S., Wang, J., Shen, W., & Wu, H. (2023). The evaluation of tourism service facilities in Chinese traditional villages based on the living protection concept: Theoretical framework and empirical case study. *Journal of Asian Architecture and Building Engineering*, 22(1), 14-31.

+ Đối với tài liệu là sách:

- *Tác giả người Việt Nam:* Họ và tên tác giả (năm xuất bản). *Tiêu đề sách (phiên bản)*. Nhà xuất bản. Nơi xuất bản.

Ví dụ: Nguyễn Văn A (chủ biên). (2024). *Giáo trình kinh tế phát triển*. Nxb Giáo dục. Hà Nội.

- *Tác giả người nước ngoài:* Họ tác giả, tên viết tắt. (năm xuất bản). *Tiêu đề sách (phiên bản)*. Nhà xuất bản. Nơi xuất bản. Ví dụ: Chang, H. J. (Ed.). (2003). *Rethinking development economics* (Vol. 1). Anthem Press.

+ Đối với tài liệu là bài đăng trên kỷ yếu hội thảo:

- *Tác giả người Việt Nam:* Họ và tên tác giả (năm xuất bản). Tiêu đề tham luận. *Tên kỷ yếu hội thảo* (Số trang). Nơi xuất bản.

Ví dụ: Nguyễn Văn A (2024). Điều chỉnh tỷ giá thị trường. *Hội thảo phát triển kinh tế miền Trung* (10-20). Đà Nẵng.

- *Tác giả người nước ngoài:* Họ tác giả, tên viết tắt. (năm xuất bản). Tiêu đề tham luận. *Tên kỷ yếu hội thảo* (số trang). Nơi xuất bản. Ví dụ: Kremer, M., Rao, G., & Schilbach, F. (2019). Behavioral development economics. In *Handbook of behavioral economics: applications and foundations 1* (Vol. 2, pp. 345-458). North-Holland.

+ Đối với tài liệu là bài đăng trên internet:

- *Tác giả người Việt Nam:* Họ và tên tác giả (năm xuất bản). *Tiêu đề bài viết*. Truy xuất từ đường dẫn trang web, ngày/tháng/năm truy cập.

Ví dụ: Minh Ngọc (2024). *FDI tháng 5/2024: Vốn điều chỉnh đạt mức tăng ấn tượng*. Truy xuất từ <https://baochinhphu.vn/fdi-thang-5-2024-von-dieu-chinh-dat-muc-tang-an-tuong-102240528083927875.htm>, ngày 10/5/2024.

- *Tác giả người nước ngoài:* Họ tác giả, tên viết tắt. (năm xuất bản). *Tiêu đề bài viết*. Truy xuất từ đường dẫn trang web, ngày/tháng/năm truy cập. Ví dụ: Lund, C. (2023). *The Effects of Mental Health Interventions on Labor Market Outcomes in Low- and Middle-Income Countries*. Truy xuất tại <https://www.nber.org/papers/w32423>, ngày 10/5/2024.

10. Xin gửi bản thảo bài viết qua địa chỉ email: [tckhxmientrung@gmail.com](mailto:tckhxmientrung@gmail.com)

**Lưu ý:** Toà soạn Tạp chí Khoa học xã hội miền Trung chỉ nhận bài viết đáp ứng đúng thể lệ gửi bài trên.

## Thông tin liên hệ:

Toà soạn Tạp chí Khoa học xã hội miền Trung

Địa chỉ: Đường Nam Kỳ Khởi Nghĩa, phường Ngũ Hành Sơn, thành phố Đà Nẵng.

Điện thoại: 0236.3962.510

Website: <https://isscr.vass.gov.vn> hoặc <https://vjol.info.vn/index.php/isscr/index>

**GIÁ: 30.000 đồng**

# CVRSS

**Central Vietnamese Review of Social Sciences**

**TẠP CHÍ KHOA HỌC XÃ HỘI MIỀN TRUNG**

Địa chỉ: Đường Nam Kỳ Khởi Nghĩa, phường Ngũ Hành Sơn, thành phố Đà Nẵng

Điện thoại: 0236.3962.510

Email: [tckhxmientrung@gmail.com](mailto:tckhxmientrung@gmail.com)