ISSN 2615-9848
TẠP CHÍ QUẢN LÝ VÀ KINH TẾ QUỐC TẾ
SỐ 177 | 2025

Tạp chí Quản lý & Kinh tế Quốc tế

Trang chủ: http://tapchi.ftu.edu.vn

TÁC ĐỘNG CỦA NĂNG LỰC ĐỔI MỚI SÁNG TẠO VÀ KINH NGHIỆM XUẤT KHẨU ĐẾN HIỆU QUẢ XUẤT KHẨU CỦA CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

Phan Thu Trang[1]

Trường Đại học Thương mại, Hà Nội, Việt Nam

Ngày nhận: 13/03/2025**; Ngày hoàn thành biên tập**: 07/07/2025; **Ngày duyệt đăng:** 29/08/2025

DOI: https://doi.org/10.38203/jiem.vi.032025.1264

Tóm tắt: Nghiên cứu phân tích tác động của năng lực đổi mới sáng tạo và kinh nghiệm xuất khẩu đến hiệu quả xuất khẩu của doanh nghiệp Việt Nam. Phân tích hồi quy từ dữ liệu của 263 doanh nghiệp cho thấy cả hai yếu tố này đều có ảnh hưởng tích cực tới hiệu quả xuất khẩu của doanh nghiệp, khẳng định rằng doanh nghiệp có năng lực đổi mới sáng tạo và tích lũy đủ kinh nghiệm xuất khẩu sẽ đạt được hiệu quả xuất khẩu cao. Đặc biệt, kết quả cũng tìm ra tác động cộng hưởng khi doanh nghiệp sở hữu đồng thời cả hai nguồn lực này, sẽ mang lại hiệu quả xuất khẩu vượt trội. Từ đó, bài viết đề xuất các giải pháp chiến lược đối với các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam, đồng thời kiến nghị một số chính sách hỗ trợ từ phía cơ quan quản lý Nhà nước nhằm nâng cao hiệu quả xuất khẩu của Việt Nam trong thời gian tới.

Từ khóa: Xuất khẩu, Năng lực đổi mới sáng tạo, Kinh nghiệm xuất khẩu, Hiệu quả xuất khẩu, Doanh nghiệp Việt Nam

IMPACT OF INNOVATION CAPABILITY AND EXPORT EXPERIENCE ON EXPORT PERFORMANCE OF VIETNAMESE ENTERPRISES

Abstract: This study examines the impact of innovation capability and export experience on the export performance of Vietnamese enterprises. Regression analysis on a sample of 263 enterprises reveals that both factors contribute positively to export performance, affirming that enterprises with strong innovation capabilities and accumulated export experience achieve higher export performance. Notably, our findings indicate a synergistic effect of innovation capability and export experience, where enterprises exhibit superior export performance when they possess both resources concurrently. These insights suggest strategic solutions for Vietnamese export enterprises, as well as policy recommendations for government support, to enhance Vietnam's export performance in the future.

Keywords: Export, Innovation Capability, Export Experience, Export Performance, Vietnamese Enterprises

[1] Tác giả liên hệ, Email: trang.pt@tmu.edu.vn

1. Mở đầu

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và cạnh tranh quốc tế, các doanh nghiệp xuất khẩu không chỉ đối mặt với áp lực nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ, mà còn phải nắm bắt các xu hướng công nghệ và đổi mới nhằm duy trì lợi thế cạnh tranh. Nhiều nghiên cứu trước đây đã làm rõ vai trò tích cực của năng lực đổi mới sáng tạo và kinh nghiệm xuất khẩu đối với hiệu quả xuất khẩu của doanh nghiệp (Lê & Phạm, 2022; Yi & cộng sự, 2013; Guan & Ma, 2003; Cieślik & cộng sự, 2015; Love & cộng sự, 2016). Tuy nhiên, vẫn còn tồn tại khoảng trống trong việc hiểu rõ cách thức hai yếu tố này tương tác với nhau để tạo ra tác động cộng hưởng đối với hiệu quả xuất khẩu. Đổi mới sáng tạo có thể nâng cao khả năng cạnh tranh toàn cầu, nhưng khi thiếu kinh nghiệm thực tiễn về thị trường quốc tế, các nỗ lực đổi mới có thể không phát huy hiệu quả. Bên cạnh đó, kinh nghiệm xuất khẩu nếu không đi kèm năng lực đổi mới có thể khiến doanh nghiệp trì trệ và thiếu khả năng thích ứng với sự thay đổi nhanh chóng của môi trường kinh doanh (Oura & cộng sự, 2016). Điều này cho thấy sự cần thiết phải nghiên cứu một cách hệ thống và định lượng mối quan hệ tương hỗ giữa hai yếu tố này, đặc biệt khi các doanh nghiệp Việt Nam vẫn đang trong quá trình tích lũy kinh nghiệm quốc tế và năng lực đổi mới còn nhiều hạn chế.

Thực tế cho thấy, trong khi đổi mới sáng tạo giúp các doanh nghiệp tạo ra giá trị mới và tăng khả năng thích ứng với yêu cầu thị trường, kinh nghiệm xuất khẩu mang lại cho doanh nghiệp sự hiểu biết sâu sắc về các thị trường quốc tế, từ đó nâng cao khả năng ứng phó với các rào cản thương mại và thị trường. Khi hội tụ cả hai yếu tố này, tác động cộng hưởng không chỉ giúp doanh nghiệp vượt qua các thách thức cạnh tranh mà còn nâng cao hiệu quả xuất khẩu một cách bền vững.

Nghiên cứu này đóng góp về mặt lý luận bằng cách mở ra góc nhìn mới về cách các doanh nghiệp Việt Nam có thể kết hợp năng lực đổi mới và kinh nghiệm xuất khẩu để tối ưu hóa hiệu quả xuất khẩu. Qua đó, nghiên cứu không chỉ góp phần làm rõ vai trò của các yếu tố này mà còn mang lại các hàm ý thực tiễn giúp cải thiện hiệu quả xuất khẩu của doanh nghiệp Việt Nam trên thị trường quốc tế.

Bài viết được cấu trúc thành 5 phần. Sau phần mở đầu, phần 2 trình bày cơ sở lý thuyết và phát triển các giả thuyết nghiên cứu. Tiếp theo, phần 3 mô tả phương pháp nghiên cứu được triển khai sử dụng. Phần 4 trình bày kết quả nghiên cứu và thảo luận. Cuối cùng, phần 5 kết luận và đề xuất một số hàm ý quản trị, đồng thời kiến nghị một số chính sách nhằm nâng cao hiệu quả xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam.

2. Cơ sở lý thuyết và phát triển giả thuyết nghiên cứu

2.1 Năng lực đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp

Năng lực đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp là khả năng phát triển và ứng dụng các ý tưởng mới, sản phẩm, quy trình hoặc dịch vụ nhằm cải thiện hiệu quả và khả năng cạnh tranh trên thị trường (Oura & cộng sự, 2016). Đây là một nguồn lực chiến lược quan trọng, có thể được hình thành từ việc tích hợp các kỹ năng, tri thức và kinh nghiệm của nhân viên, cùng với việc đầu tư vào nghiên cứu và phát triển. Bản chất của năng lực đổi mới sáng tạo không chỉ nằm ở việc tạo ra những sản phẩm hoặc quy trình hoàn toàn mới, mà còn bao gồm việc cải tiến những gì đã có, nhằm tối ưu hóa hiệu quả kinh doanh và gia tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường (Yi & cộng sự, 2013).

Năng lực đổi mới sáng tạo cũng có ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả xuất khẩu của

doanh nghiệp. Thông qua việc phát triển các sản phẩm và dịch vụ khác biệt, doanh nghiệp có khả năng đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng toàn cầu, từ đó gia tăng doanh thu và mở rộng thị phần. Bên cạnh đó, việc cải tiến quy trình sản xuất và tối ưu hóa chuỗi cung ứng giúp giảm thiểu chi phí, nâng cao hiệu quả hoạt động và gia tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường quốc tế (Lê & Phạm, 2022). Khả năng này cho phép doanh nghiệp phản ứng linh hoạt trước các biến động về thuế quan, tỷ giá và tiêu chuẩn kỹ thuật, qua đó vượt qua những rào cản thương mại và mở rộng quy mô xuất khẩu (Guan & Ma, 2003). Hơn nữa, năng lực sáng tạo không chỉ giúp nâng cao giá trị thương hiệu quốc tế mà còn tạo điều kiện cho doanh nghiệp tiếp cận khách hàng mới, thúc đẩy tăng trưởng xuất khẩu một cách bền vững. Do vậy, giả thuyết nghiên cứu được đề xuất như sau:

H1: Năng lực đổi mới sáng tạo có tác động tích cực đến hiệu quả xuất khẩu của doanh nghiệp.

2.2 Kinh nghiệm xuất khẩu của doanh nghiệp

Kinh nghiệm xuất khẩu là sự tích lũy về kiến thức, kỹ năng và hiểu biết từ quá trình doanh nghiệp tham gia vào hoạt động thương mại quốc tế. Kinh nghiệm này bao gồm việc nắm rõ các quy định pháp lý, thuế quan, chính sách thương mại, cũng như văn hóa kinh doanh và thói quen tiêu dùng tại các thị trường nước ngoài (Cieślik & cộng sự, 2015; Oura & cộng sự, 2016). Từ đó, kinh nghiệm xuất khẩu không chỉ giúp doanh nghiệp ứng phó hiệu quả với những khó khăn và rủi ro trong quá trình xuất khẩu, mà còn góp phần xây dựng và duy trì các mối quan hệ bền vững với các đối tác quốc tế (Võ, 2016).

Kinh nghiệm xuất khẩu ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp trên thị trường quốc tế. Các doanh nghiệp có bề dày kinh nghiệm thường có khả năng quản lý hiệu quả các quy trình phức tạp liên quan đến hải quan và các vấn đề pháp lý, từ đó giảm thiểu rủi ro và chi phí trong hoạt động xuất khẩu (Love & cộng sự, 2016). Điều này giúp đảm bảo chuỗi cung ứng ổn định, giao hàng đúng hạn và cải thiện mối quan hệ với khách hàng quốc tế. Ngoài ra, kinh nghiệm xuất khẩu trang bị cho doanh nghiệp khả năng ứng phó linh hoạt hơn với những thay đổi về tỷ giá hối đoái, chính sách thương mại và nhu cầu của khách hàng. Kết quả là, kinh nghiệm này không chỉ giúp cải thiện hiệu quả xuất khẩu mà còn tăng cường khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp, đặc biệt trong bối cảnh thị trường toàn cầu đang diễn biến phức tạp và nhiều biến động (Cieślik & cộng sự, 2015; Dhliwayo, 2016).

Từ những phân tích trên, có thể thấy kinh nghiệm xuất khẩu không chỉ là một yếu tố hỗ trợ mà còn là nền tảng quan trọng cho sự phát triển bền vững của doanh nghiệp trong môi trường kinh doanh quốc tế. Nhờ vào việc tích lũy và áp dụng kinh nghiệm thực tế, doanh nghiệp có thể nâng cao năng lực cạnh tranh, từ đó thúc đẩy hiệu quả xuất khẩu và đạt được những thành công lâu dài trên thị trường quốc tế. Do vậy, giả thuyết nghiên cứu được đề xuất như sau:

H2: Kinh nghiệm xuất khẩu có tác động tích cực đến hiệu quả xuất khẩu của doanh nghiệp.

2.3 Tác động cộng hưởng của năng lực đổi mới sáng tạo và kinh nghiệm xuất khẩu

Khi doanh nghiệp đồng sở hữu cả năng lực đổi mới sáng tạo và kinh nghiệm xuất khẩu, sự cộng hưởng giữa hai nguồn lực này tạo ra tác động tích cực mạnh mẽ hơn so với việc chỉ sở hữu một trong hai yếu tố. Năng lực đổi mới sáng tạo giúp doanh nghiệp phát

triển các sản phẩm và dịch vụ có tính độc đáo, phù hợp với nhu cầu đa dạng và thay đổi liên tục của thị trường quốc tế. Trong khi đó, kinh nghiệm xuất khẩu mang lại cho doanh nghiệp sự hiểu biết sâu sắc về các quy trình và rào cản thương mại, cũng như khả năng quản lý các mối quan hệ quốc tế. Sự kết hợp giữa khả năng sáng tạo và kinh nghiệm thực tiễn giúp doanh nghiệp không chỉ phát triển sản phẩm xuất khẩu chất lượng cao mà còn tối ưu hóa quy trình xuất khẩu, từ đó đạt được hiệu quả vượt trội (Oura & cộng sự, 2016).

Sự cộng hưởng này giúp doanh nghiệp tăng cường khả năng linh hoạt và thích ứng nhanh chóng với những thay đổi của thị trường quốc tế. Khi doanh nghiệp có năng lực đổi mới sáng tạo mạnh mẽ, họ có thể phát triển các sản phẩm đột phá hoặc cải tiến dựa trên sự thay đổi về thị hiếu và nhu cầu của khách hàng nước ngoài. Nhờ có kinh nghiệm xuất khẩu, doanh nghiệp có thể áp dụng những sáng tạo này một cách hiệu quả trong quy trình thương mại quốc tế, từ việc đảm bảo tuân thủ các quy định hải quan đến việc tối ưu hóa chi phí vận chuyển. Sự kết hợp này giúp doanh nghiệp không chỉ đưa sản phẩm ra thị trường một cách nhanh chóng mà còn gia tăng khả năng thành công trong việc chiếm lĩnh thị phần quốc tế.

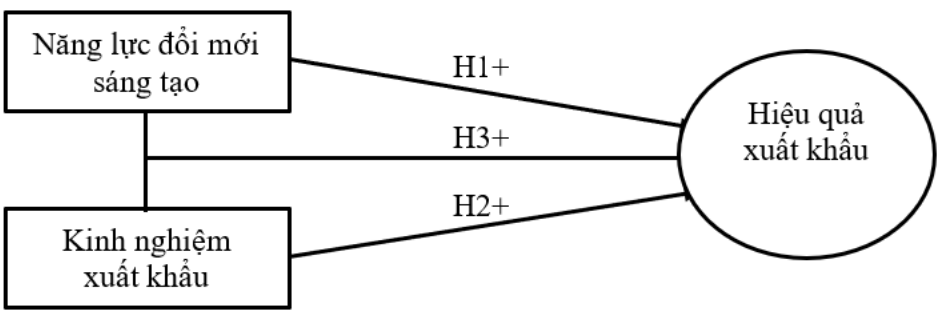
Đồng thời, tác động cộng hưởng của năng lực đổi mới sáng tạo và kinh nghiệm xuất khẩu giúp doanh nghiệp xây dựng và củng cố thương hiệu quốc tế một cách bền vững. Sự đổi mới không chỉ tạo ra giá trị gia tăng cho sản phẩm mà còn nâng cao giá trị thương hiệu. Kinh nghiệm xuất khẩu giúp đảm bảo chuỗi cung ứng ổn định và tạo dựng lòng tin từ đối tác quốc tế, qua đó củng cố vị thế của doanh nghiệp trên thị trường toàn cầu. Khi kết hợp cả hai yếu tố, doanh nghiệp không chỉ tăng cường hiệu quả xuất khẩu mà còn củng cố vị thế của mình trên thị trường quốc tế, đảm bảo cho sự phát triển bền vững trong tương lai. Từ những nhận định trên, giả thuyết nghiên cứu được đề xuất như sau:

> *H3: Năng lực đổi mới sáng tạo và kinh nghiệm xuất khẩu có tác động cộng hưởng tích cực đến hiệu quả xuất khẩu của doanh nghiệp.*

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1 Mô hình nghiên cứu

Từ cơ sở lý luận và các giả thuyết đã phát triển, mô hình nghiên cứu được đề xuất như sau:



Hình 1. Mô hình nghiên cứu

Nguồn: Đề xuất của tác giả

Phương pháp nghiên cứu định lượng được sử dụng để kiểm định mô hình và các giả

thuyết nghiên cứu về tác động của năng lực đổi mới sáng tạo và kinh nghiệm xuất khẩu đến hiệu quả xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam. Phương trình hồi quy được thiết lập với 2 biến độc lập năng lực đổi mới sáng tạo và kinh nghiệm xuất khẩu của doanh nghiệp, 1 biến tương tác của 2 biến độc lập này và 2 biến kiểm soát tuổi doanh nghiệp và quy mô lao động của các doanh nghiệp Việt Nam. Cụ thể như sau:

$$HQXK = a_0 + a_1 NLĐM + a_2 KNXK + a_3 NLĐM*KNXK + a_4 TUOI + a_5 QMLĐ + \varepsilon$$

trong đó, HQXK là hiệu quả xuất khẩu của doanh nghiệp Việt Nam; a_0, a_1, …, a_5 là các hệ số trong phương trình hồi quy; NLĐM, KNXK là năng lực đổi mới sáng tạo và kinh nghiệm xuất khẩu của doanh nghiệp Việt Nam; TUOI, QMLĐ là các biến kiểm soát về tuổi và quy mô lao động của doanh nghiệp; ε là sai số chuẩn.

3.2 Dữ liệu nghiên cứu

Bộ thang đo các biến nghiên cứu được xây dựng từ các nghiên cứu đã công bố. Từ đó, bảng hỏi điều tra được thiết kế nhằm thu thập dữ liệu từ các doanh nghiệp xuất khẩu tại Việt Nam. Trong đó, các câu hỏi được xây dựng nhằm đo lường từng khía cạnh cụ thể của từng biến tiềm ẩn. Cụ thể, năng lực đổi mới sáng tạo được đo bằng 5 biến quan sát (NLĐM1 đến NLĐM5), biến kinh nghiệm xuất khẩu được đo lường bằng 4 biến quan sát (KNXK1 đến KNXK4) và hiệu quả xuất khẩu được đo lường bằng 3 biến quan sát (HQXK1 đến HQXK3). Các biến quan sát sử dụng thang đo Likert 5 điểm (1 - rất kém đến 5 – rất tốt), phù hợp với nghiên cứu khoa học và đảm bảo độ tin cậy. Bên cạnh đó, các biến đặc trưng doanh nghiệp như quy mô, độ tuổi và doanh thu bình quân năm cũng được đo lường rõ ràng trong bảng hỏi thông qua các câu hỏi định lượng. Cụ thể, quy mô doanh nghiệp được xác định dựa trên số lượng lao động chia theo nhóm (dưới 10, 10-49, 50-99, 100-199 và từ 200 người trở lên), tuổi doanh nghiệp được phản ánh qua số năm kinh nghiệm xuất khẩu (dưới 3 năm đến từ 20 năm trở lên), còn doanh thu bình quân được phân nhóm từ dưới 3 tỷ đến trên 500 tỷ đồng.

Bảng hỏi được gửi qua email và bưu điện đến các doanh nghiệp xuất khẩu uy tín được công bố trong các báo cáo xuất nhập khẩu hàng năm của Bộ Công Thương giai đoạn 2016-2024. Sau khi thu thập dữ liệu, các bảng hỏi thiếu thông tin quan trọng được loại bỏ. Cuối cùng, mẫu nghiên cứu hoàn thiện gồm 263 bảng hỏi hợp lệ, hình thành tập dữ liệu từ 263 doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam. Quy mô mẫu này đủ lớn để thực hiện phân tích hồi quy, đáp ứng yêu cầu mẫu tối thiểu theo hướng dẫn của Tabachnick & Fidell (2012). Cụ thể, với mô hình 5 biến quan sát trong nghiên cứu này, cỡ mẫu tối thiểu cần thiết để thực hiện phân tích hồi quy là 90 quan sát, tính theo công thức 50 cộng với 8 lần số biến độc lập (50 + 8×5), hoặc là 109 quan sát, tính theo một công thức khác là 104 cộng với số biến độc lập (104 + 5). Do đó, mẫu nghiên cứu gồm 263 quan sát đảm bảo độ tin cậy cần thiết cho các ước lượng thống kê tiếp theo.

Bảng 1. Mẫu nghiên cứu thực nghiệm

Tiêu chí	Số lượng	Tỷ lệ (%)	Tiêu chí	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Loại hình doanh nghiệp	*263*	*100*	*Số lao động bình quân*	*263*	*100*
Nhà nước	38	14,45	Dưới 10 người	44	16,73
Công ty cổ phần	93	35,36	10 - 49 người	72	27,38

Bảng 1. Mẫu nghiên cứu thực nghiệm *(tiếp theo)*

Tiêu chí	Số lượng	Tỷ lệ (%)	Tiêu chí	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Tư nhân, TNHH	58	22,05	50 - 99 người	70	26,62
Có vốn nước ngoài	43	16,35	100 - 199 người	61	23,19
Khác	31	11,79	Từ 200 người trở lên	16	6,08
Kinh nghiệm xuất khẩu	*263*	*100*	*Doanh thu bình quân*	*263*	*100*
Dưới 3 năm	69	26,24	Dưới 3 tỷ đồng	41	15,59
Từ 3 đến dưới 5 năm	80	30,42	3 đến dưới 50 tỷ đồng	58	22,05
Từ 5 đến dưới 10 năm	50	19,01	50 đến dưới 100 tỷ đồng	82	31,18
Từ 10 đến dưới 20 năm	30	11,41	100 đến dưới 500 tỷ đồng	48	18,25
Từ 20 năm trở lên	34	12,93	Từ 500 tỷ trở lên đồng	34	12,93

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

Mẫu nghiên cứu bao gồm 263 doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam với đa phần là các công ty cổ phần (35,36%), tiếp theo là các doanh nghiệp tư nhân và TNHH (22,05%) và doanh nghiệp nhà nước (14,45%). Về quy mô lao động, phần lớn doanh nghiệp có quy mô từ 10 đến dưới 100 người (54%), trong đó các nhóm có từ 10 đến 49 người và 50 đến 99 người lần lượt chiếm tỷ lệ 27,38% và 26,62%. Xét về kinh nghiệm xuất khẩu, các doanh nghiệp chủ yếu có kinh nghiệm từ 3 đến dưới 10 năm (49,43%). Về doanh thu bình quân, các doanh nghiệp có doanh thu từ 50 đến dưới 100 tỷ đồng chiếm tỷ lệ cao nhất (31,18%), cho thấy đa phần là các doanh nghiệp có quy mô vừa trong xuất khẩu.

Phân tích mô tả các biến quan sát được trình bày trong bảng dưới đây. Theo đó, các biến quan sát có giá trị trung bình dao động từ khoảng 2,16 đến 3,50, cho thấy mức độ đồng thuận ở mức trung bình đến khá giữa các yếu tố được khảo sát. Độ lệch chuẩn của các biến nằm trong khoảng từ 1,119 đến 1,278, phản ánh mức độ phân tán vừa phải của dữ liệu quanh giá trị trung bình, cho thấy có sự khác biệt nhất định trong đánh giá của các đối tượng khảo sát.

Bảng 2. Phân tích mô tả các biến quan sát

Tên biến	Ký hiệu	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Nguồn tác giả
Năng lực đổi mới sáng tạo	NLĐM			Oura & cộng sự (2016); Guan & Ma (2003); Yi & cộng sự (2013)
Năng lực nghiên cứu và phát triển	NLĐM1	2,65	1,119	
Năng lực đổi mới marketing	NLĐM2	3,12	1,192	
Năng lực đổi mới sản xuất	NLĐM3	2,78	1,218	
Năng lực đổi mới tổ chức	NLĐM4	3,19	1,157	
Năng lực đổi mới chiến lược	NLĐM5	3,02	1,228	

Bảng 2. Phân tích mô tả các biến quan sát *(tiếp theo)*

Tên biến	Ký hiệu	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Nguồn tác giả
Kinh nghiệm xuất khẩu	KNXK			Love & cộng sự (2016) ; Oura & cộng sự (2016); Cieślik & cộng sự (2015)
Kinh nghiệm xử lý đơn hàng xuất khẩu	KNXK1	3,50	1,204	
Kinh nghiệm nghiệp vụ xuất khẩu	KNXK2	2,49	1,129	
Tích lũy kiến thức về thị trường xuất khẩu	KNXK3	2,16	1,278	
Tích lũy thông tin về thị trường xuất khẩu	KNXK4	2,68	1,144	
Hiệu quả xuất khẩu	HQXK			Oura & cộng sự (2016); Love & cộng sự (2016); Guan & Ma (2003)
Mục tiêu thị phần xuất khẩu	HQXK1	3,15	1,190	
Mục tiêu doanh thu xuất khẩu	HQXK2	3,15	1,174	
Mục tiêu lợi nhuận xuất khẩu	HQXK3	3,32	1,264	

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

3.3 Phương pháp phân tích

Trước khi phân tích mối quan hệ giữa các biến, bài viết thực hiện các kiểm định bộ thang đo nghiên cứu. Đầu tiên, độ tin cậy của thang đo được đánh giá thông qua hệ số Cronbach's Alpha với các biến hình thành từ các biến quan quan sát, với ngưỡng chấp nhận từ 0,7 trở lên, cho thấy các mục đo lường có tính nhất quán nội tại tốt. Tiếp theo, các biến độc lập được hình thành từ nhiều biến quan sát được kiểm định thông qua phân tích thành tố (Principal Component Analysis). Hai tiêu chí được sử dụng để đánh giá tính thích hợp của biến tiềm ẩn hình thành là hệ số KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) từ 0,7 trở lên và kiểm định Bartlett's Test có ý nghĩa thống kê (nhỏ hơn 0,05), cho thấy dữ liệu phù hợp để phân tích thành tố. Ngoài ra, tỷ lệ phương sai trích của thành tố thứ nhất cần đạt tối thiểu 50%, thể hiện mức độ giải thích đủ lớn của thành tố chính đối với toàn bộ tập biến quan sát (Tabachnick & Fidell, 2012; Hair & cộng sự, 2014).

Sau khi xác lập các biến thành phần đại diện cho năng lực đổi mới sáng tạo và kinh nghiệm xuất khẩu, nghiên cứu tiến hành phân tích hồi quy tuyến tính bội để kiểm định mô hình nghiên cứu, trong đó hiệu quả xuất khẩu là biến phụ thuộc và các yếu tố độc lập bao gồm năng lực đổi mới sáng tạo, kinh nghiệm xuất khẩu, tương tác giữa hai biến này, cùng với các biến kiểm soát như tuổi và quy mô lao động. Trước khi chạy hồi quy, các giả định cần thiết được kiểm tra để đảm bảo độ tin cậy của mô hình. Cụ thể, hiện tượng đa cộng tuyến được đánh giá thông qua hệ số phóng đại phương sai (VIF), với ngưỡng chấp nhận là VIF nhỏ hơn 4; trong khi đó, hiện tượng tự tương quan được đánh giá qua hệ số Durbin-Watson, với giá trị nằm trong khoảng từ 1,5 đến 2,5 được xem là chấp nhận được (Tabachnick & Fidell, 2012; Hair & cộng sự, 2014). Các kiểm định này đảm bảo rằng mô hình hồi quy xây dựng là đáng tin cậy và có thể sử dụng để đưa ra kết luận thống kê chính xác.

4. Kết quả và thảo luận

4.1 Kết quả kiểm định thang đo nghiên cứu

Kết quả phân tích nhân tố khám phá (EFA) cho thấy hai nhân tố có giá trị riêng ban đầu (Initial Eigenvalues) lần lượt là 3,889 và 2,026, vượt ngưỡng 1,0 theo tiêu chí Kaiser, cho thấy chúng đủ điều kiện để được giữ lại trong mô hình. Như lý luận, hai thành tố chính tương ứng với hai biến tiềm ẩn năng lực đổi mới sáng tạo (NLĐM) và kinh nghiệm xuất khẩu (KNXK). Cụ thể, thành tố thứ nhất bao gồm 5 biến quan sát (NLĐM1 đến NLĐM5) với hệ số tải nhân tố dao động từ 0,645 đến 0,926, phản ánh mức độ đóng góp cao và nhất quán vào cùng một cấu trúc tiềm ẩn. Thành tố thứ hai bao gồm bốn biến quan sát (KNXK1 đến KNXK4) với hệ số tải từ 0,777 đến 0,903, thể hiện sự hội tụ khái niệm rõ ràng. Các kết quả này xác nhận tính hợp lệ của thang đo và cho thấy cấu trúc nhân tố được trích xuất phù hợp với dữ liệu khảo sát.

Bảng 3. Phân tích thành tố khám phá EFA

	Thành tố	
	1	**2**
NLĐM3	0,926	
NLĐM2	0,913	
NLĐM1	0,664	
NLĐM4	0,656	
NLĐM5	0,645	
KNXK2		0,903
KNXK1		0,830
KNXK4		0,804
KNXK3		0,777
Giá trị riêng ban đầu	3,889	2,026

Nguồn: Tính toán của tác giả

Kết quả kiểm định thang đo qua phân tích thành tố khẳng định CFA (Confirmatory Factor Analysis) cho thấy các chỉ số Cronbach's Alpha của các biến nghiên cứu đều lớn hơn 0,7, đảm bảo độ tin cậy cao và nhất quán nội tại của các thang đo. Cụ thể, chỉ số Cronbach's Alpha của năng lực đổi mới sáng tạo (NLĐM) là 0,833, kinh nghiệm xuất khẩu (KNXK) là 0,860 và hiệu quả xuất khẩu (HQXK) là 0,880, vượt ngưỡng chấp nhận, cho thấy các thang đo này có tính nhất quán đáng tin cậy. Kiểm định KMO và Bartlett của các thang đo cũng cho giá trị lớn hơn 0,7 và đạt mức ý nghĩa thống kê ở ngưỡng tin cậy 95%, khẳng định sự phù hợp của dữ liệu để thực hiện phân tích nhân tố. Thêm vào đó, giá trị bình phương trích xuất của thành tố thứ nhất của các biến đều lớn hơn 50%, trong đó NLĐM đạt 61,061%, KNXK đạt 70,876% và HQXK đạt 80,652%. Kết quả này cho thấy các thang đo có khả năng giải thích hơn 50% thông tin của các biến quan sát tạo nên chúng. Từ các kết quả này, có thể khẳng định rằng các thang đo nghiên cứu được sử dụng trong bài có độ tin cậy và tính giá trị cao, phù hợp để phân tích hồi quy để kiểm định mô hình và các giả thuyết nghiên cứu đã đề xuất.

Bảng 4. Kiểm định thang đo các biến nghiên cứu

Tên biến	Ký hiệu	Cronbach's Alpha	Kiểm định KMO & Bartlett	Bình phương trích xuất của thành tố thứ nhất (%)
Năng lực đổi mới sáng tạo	NLĐM	0,833	0,729	61,061
Năng lực nghiên cứu và phát triển	NLĐM1		(Sig. =0,000)	
Năng lực đổi mới marketing	NLĐM2			
Năng lực đổi mới sản xuất	NLĐM3			
Năng lực đổi mới tổ chức	NLĐM4			
Năng lực đổi mới chiến lược	NLĐM5			
Kinh nghiệm xuất khẩu	KNXK2	0,860	0,773	70,876
Kinh nghiệm xử lý đơn hàng xuất khẩu	KNXK1		(Sig. =0,000)	
Kinh nghiệm nghiệp vụ xuất khẩu	KNXK2			
Tích lũy kiến thức về thị trường xuất khẩu	KNXK3			
Tích lũy thông tin về thị trường xuất khẩu	KNXK4			
Hiệu quả xuất khẩu	HQXK	0,880	0,739	80,652
Mục tiêu thị phần xuất khẩu	HQXK1		(Sig. =0,000)	
Mục tiêu doanh thu xuất khẩu	HQXK2			
Mục tiêu lợi nhuận xuất khẩu	HQXK3			

Nguồn: Tính toán của tác giả

4.2 Kết quả phân tích hồi quy

Theo Bảng 3, mô hình nghiên cứu đạt độ tin cậy cao với giá trị F là 36,325 với p-value là 0,000, cho thấy ý nghĩa thống kê tổng thể. Giá trị R^2 hiệu chỉnh đạt 0,403, hàm ý mô hình giải thích được 40,3% biến thiên của biến phụ thuộc. Hệ số Durbin-Watson là 1,980, cho thấy không có tự tương quan đáng kể giữa các biến trong mô hình và các giá trị VIF của các biến đều nhỏ hơn 2, đảm bảo không có đa cộng tuyến. Một cách khái quát, kết quả hồi quy cho thấy các biến độc lập NLĐM, KNXK và biến tương tác NLĐM*KNXK đều có tác động đáng kể đến biến phụ thuộc HQXK ở ngưỡng thống kê 95%, trong khi hai biến kiểm soát TUOI và QMLĐ lại không có tác động đáng kể. Kết quả này cho phép tiếp tục kiểm định các giả thuyết nghiên cứu, cụ thể tại Bảng 5.

Bảng 5. Kết quả phân tích hồi quy

	Hệ số chưa chuẩn hóa		t	Sig.	Đa cộng tuyến	
	B	Độ lệch chuẩn			*Dung sai*	*VIF*
(hệ số)	-0,101	0,148	-0,686	0,493		

Bảng 5. Kết quả phân tích hồi quy *(tiếp theo)*

	Hệ số chưa chuẩn hóa		t	Sig.	Đa cộng tuyến	
	B	**Độ lệch chuẩn**			***Dung sai***	***VIF***
NLĐM	0,233***	0,052	4,452	0,000	0,833	1,201
KNXK	0,207***	0,052	4,022	0,000	0,857	1,166
NLĐM*KNXK	0,567***	0,051	11,108	0,000	0,903	1,107
TUOI	0,006	0,036	0,178	0,859	0,976	1,025
QMLĐ	-0,034	0,041	-0,824	0,411	0,976	1,025
$R = 0,643$; $R^2 = 0,414$; R^2 hiệu chỉnh = 0,403; Durbin-Watson = 1,980						
Sai số = 0,773; F = 36,325; Sig.= 0,000.						

*Chú thích: *** biểu thị mức ý nghĩa 1%.*

Nguồn: Tính toán của tác giả

4.3 Phân tích thảo luận kết quả nghiên cứu

Về tác động của năng lực đổi mới sáng tạo, phân tích hồi quy cho thấy biến NLĐM có tác động tích cực đến biến phụ thuộc hiệu quả xuất khẩu (HQXK) ở ngưỡng tin cậy 95% (B là 0,233 và p-value là 0,000). Như vậy, giả thuyết H1 được khẳng định đúng, năng lực đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp Việt Nam càng cao thì hiệu quả xuất khẩu càng cao. Kết quả này tương đồng với các nghiên cứu trước của Lê & Phạm (2022), Yi & cộng sự (2013) và Guan & Ma (2003), xác nhận việc tìm ra năng lực đổi mới sáng tạo là một trong những nhân tố cốt lõi thúc đẩy năng lực cạnh tranh và mở rộng thị phần trên thị trường quốc tế. Thực trạng hiện nay cho thấy, nhiều doanh nghiệp Việt Nam đã nhận thức được tầm quan trọng của đổi mới sáng tạo và đang tập trung vào việc đầu tư nghiên cứu và phát triển (R&D), cải tiến quy trình sản xuất và ứng dụng công nghệ tiên tiến vào sản phẩm.

Trên thực tế, lĩnh vực dệt may có thể gợi ý cho thấy vai trò của đổi mới, tuy nhiên do mô hình nghiên cứu không đưa biến ngành vào phân tích nên các ví dụ này chỉ mang tính minh họa và không phản ánh kết luận khái quát từ dữ liệu thống kê. Doanh nghiệp tập trung đã tạo ra những sản phẩm mới với thiết kế thân thiện môi trường và đạt tiêu chuẩn chất lượng cao, nhờ đó chiếm lĩnh được các thị trường tiêu chuẩn khắt khe như Châu Âu và Mỹ. Việc áp dụng các công nghệ sản xuất tiên tiến và cải tiến quy trình đã giúp các doanh nghiệp này không chỉ tăng cường chất lượng sản phẩm mà còn nâng cao dịch vụ khách hàng, từ đó đóng góp vào hiệu quả xuất khẩu. Tương tự, trong ngành nông sản, một số doanh nghiệp được cho là có đầu tư đổi mới công nghệ bảo quản và chế biến. Tuy nhiên, do không đưa biến ngành vào mô hình phân tích nên những nội dung này chỉ mang tính chất mô tả hiện tượng và không đại diện cho kết quả phân tích định lượng của nghiên cứu.

Dù có nhiều doanh nghiệp đã thành công trong việc phát triển năng lực đổi mới, vẫn còn một bộ phận không nhỏ gặp khó khăn trong quá trình này. Hạn chế về tài chính, công nghệ và nguồn nhân lực chính là những yếu tố cản trở khả năng đổi mới của họ, trong đó có thể bao gồm cả các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Tuy nhiên, kết quả ước lượng cho thấy biến quy mô doanh nghiệp không có ý nghĩa thống kê, do đó không thể kết luận chắc chắn về ảnh hưởng của nhóm doanh nghiệp này từ mô hình định lượng, dẫn đến việc không thể theo kịp sự thay đổi nhanh chóng của công nghệ và nhu cầu thị trường. Kết quả nghiên

cứu cũng chỉ ra rằng những doanh nghiệp thiếu hụt năng lực đổi mới sáng tạo thường có hiệu quả xuất khẩu thấp hơn, qua đó làm giảm khả năng cạnh tranh trong một môi trường thương mại quốc tế ngày càng khốc liệt. Sự khan hiếm về đổi mới sáng tạo có thể khiến những doanh nghiệp này bị bỏ lại phía sau trong cuộc đua hội nhập toàn cầu, làm giảm tiềm năng phát triển bền vững trong tương lai.

Về tác động của kinh nghiệm xuất khẩu, theo Bảng 3, biến KNXK có tác động tích cực đến biến phụ thuộc hiệu quả xuất khẩu (HQXK) ở ngưỡng tin cậy 95% (B là 0,207 và p-value là 0,000). Như vậy, giả thuyết H2 cũng được khẳng định đúng. Kết quả này phù hợp với các nghiên cứu trước của Zhou & cộng sự (2007), Cieślik & cộng sự (2015) và Love & cộng sự (2016) khi tìm ra kinh nghiệm xuất khẩu giúp doanh nghiệp giảm thiểu rủi ro và nâng cao hiệu quả hoạt động trong môi trường quốc tế. Thực tế cho thấy nhiều doanh nghiệp Việt Nam, đặc biệt là trong các ngành công nghiệp chế biến, chế tạo, nông sản và dệt may, đã tích lũy được một lượng lớn kinh nghiệm xuất khẩu sau nhiều năm tham gia vào thị trường quốc tế. Các doanh nghiệp này đã xây dựng được mạng lưới đối tác quốc tế, có khả năng duy trì quan hệ thương mại lâu dài và hiểu rõ những biến động của thị trường nước ngoài. Kinh nghiệm này giúp họ dự đoán và ứng phó nhanh chóng với các thay đổi về quy định thương mại, thuế quan hay yêu cầu của thị trường, từ đó tối ưu hóa lợi nhuận và gia tăng hiệu quả xuất khẩu.

Ngoài ra, kinh nghiệm xuất khẩu cũng giúp doanh nghiệp tối ưu hóa các quy trình nội bộ liên quan đến sản xuất và vận chuyển, từ đó nâng cao năng lực cạnh tranh. Chẳng hạn, các doanh nghiệp có kinh nghiệm thường có khả năng đàm phán tốt hơn với đối tác quốc tế, giảm thiểu chi phí giao dịch và rủi ro về thanh toán quốc tế. Điều này giúp họ đạt được hiệu quả xuất khẩu cao hơn so với các doanh nghiệp mới tham gia vào thị trường xuất khẩu, chưa có sự am hiểu sâu sắc về thương mại quốc tế.

Về tác động cộng hưởng, kết quả hồi quy ở Bảng 3 cho thấy biến tương tác NLĐM*KNXK có tác động tích cực đến biến phụ thuộc hiệu quả xuất khẩu ở ngưỡng tin cậy 95%. Có thể thấy hệ số của biến tương tác này lớn hơn nhiều so với hệ số tác động của hai biến năng lực đổi mới sáng tạo và kinh nghiệm xuất khẩu khi đứng độc lập. Kết quả này phù hợp với Oura & cộng sự (2016) khi cho rằng sự kết hợp giữa năng lực đổi mới sáng tạo và kinh nghiệm xuất khẩu tạo ra lợi thế hiệp lực, giúp doanh nghiệp thích ứng linh hoạt và khai thác hiệu quả cơ hội trên thị trường quốc tế. Điều này hàm ý rằng các doanh nghiệp Việt Nam sở hữu đồng thời năng lực đổi mới sáng tạo và kinh nghiệm xuất khẩu thì sẽ đạt hiệu quả xuất khẩu cao hơn nhiều nếu chỉ có một trong hai yếu tố này. Như vậy, giả thuyết H3 được khẳng định đúng.

Thực tế, doanh nghiệp Việt Nam đã nhận thấy lợi ích từ việc kết hợp năng lực đổi mới sáng tạo và kinh nghiệm xuất khẩu. Trong ngành chế biến thực phẩm, một số doanh nghiệp đã áp dụng công nghệ tiên tiến nhằm cải thiện chất lượng sản phẩm và tăng thời gian bảo quản. Bên cạnh đó, nhờ vào kinh nghiệm xuất khẩu, họ có thể thiết lập mối quan hệ thương mại bền vững với các đối tác quốc tế, từ đó mở rộng thị trường xuất khẩu sang các thị trường tiêu chuẩn cao như Châu Âu và Nhật Bản. Sự phối hợp này không chỉ tạo ra doanh thu ấn tượng mà còn nâng cao danh tiếng của thương hiệu Việt trên thị trường toàn cầu. Việc sở hữu đồng thời cả hai yếu tố giúp doanh nghiệp dễ dàng thích nghi với các tiêu chuẩn chất lượng và yêu cầu thị trường. Kinh nghiệm xuất khẩu cung cấp kiến thức cần thiết về quy định và rào cản thương mại, cho phép doanh nghiệp tối ưu hóa quy trình xuất khẩu và giảm thiểu rủi ro. Trong khi đó, năng lực đổi mới sáng tạo giúp doanh nghiệp

phát triển sản phẩm phù hợp với xu hướng tiêu dùng mới, tạo lợi thế cạnh tranh lâu dài.

Dù vậy, nhiều doanh nghiệp nhỏ và vừa vẫn gặp khó khăn trong việc tập trung vào cả hai yếu tố do hạn chế về tài chính và nguồn lực. Mặc dù mô hình không cho thấy ảnh hưởng có ý nghĩa của quy mô doanh nghiệp, về mặt lý thuyết có thể kỳ vọng rằng nếu các doanh nghiệp nhỏ và vừa phát triển đồng thời năng lực đổi mới sáng tạo và kinh nghiệm xuất khẩu, thì hiệu quả xuất khẩu có thể được cải thiện so với những đối thủ chỉ chú trọng vào một yếu tố. Cuối cùng, sự kết hợp giữa năng lực đổi mới sáng tạo và kinh nghiệm xuất khẩu không chỉ gia tăng hiệu quả xuất khẩu mà còn nâng cao giá trị sản phẩm. Trong ngành dệt may, những doanh nghiệp biết ứng dụng công nghệ sản xuất hiện đại và có kinh nghiệm trong việc đáp ứng các yêu cầu quốc tế đã phát triển được những sản phẩm thời trang chất lượng cao, phù hợp với thị trường phát triển. Kết quả nghiên cứu nhấn mạnh rằng, để tối ưu hóa hiệu quả xuất khẩu, các doanh nghiệp Việt Nam cần phát triển đồng thời cả hai nguồn lực này, nhằm vượt qua thách thức và nắm bắt cơ hội trong môi trường kinh doanh toàn cầu.

Như vậy, kết quả nghiên cứu nhấn mạnh rằng, để tối ưu hóa hiệu quả xuất khẩu, các doanh nghiệp Việt Nam cần phát triển đồng thời cả hai nguồn lực này, nhằm vượt qua thách thức và nắm bắt cơ hội trong môi trường kinh doanh toàn cầu. Từ đó, các hàm ý quản trị quan trọng có thể rút ra từ kết quả nghiên cứu.

Thứ nhất, các doanh nghiệp Việt nam cần xây dựng chiến lược đầu tư bài bản vào hoạt động nghiên cứu và phát triển (R&D), đặc biệt là trong việc cải tiến sản phẩm và quy trình sản xuất theo hướng đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế. Điều này là cần thiết để khai thác lợi ích từ năng lực đổi mới sáng tạo - vốn đã được chứng minh là có tác động tích cực và đáng kể đến hiệu quả xuất khẩu. Doanh nghiệp có thể ưu tiên thành lập các phòng nghiên cứu nội bộ, khuyến khích nhân viên đề xuất sáng kiến cải tiến và hợp tác với các viện nghiên cứu để nâng cao năng lực công nghệ.

Thứ hai, kinh nghiệm xuất khẩu cần được phát triển không chỉ thông qua thực tiễn mà còn thông qua hệ thống quản trị tri thức nội bộ. Kết quả nghiên cứu cho thấy các doanh nghiệp có nhiều kinh nghiệm thường tối ưu hóa quy trình sản xuất, vận hành và dự đoán tốt các rủi ro thị trường. Do đó, các doanh nghiệp nên lưu trữ và chia sẻ kiến thức xuất khẩu thông qua hệ thống quản trị dữ liệu, đồng thời xây dựng các chương trình đào tạo nội bộ giúp đội ngũ nhân sự tích lũy kinh nghiệm từ những tình huống thực tiễn.

Thứ ba, đối với các doanh nghiệp còn hạn chế về tài chính và nguồn lực, đặc biệt là doanh nghiệp nhỏ và vừa, việc phát triển đồng thời hai yếu tố này đòi hỏi sự lựa chọn chiến lược. Các doanh nghiệp nên cân nhắc tập trung vào những thị trường ngách, nơi họ có thể phát huy lợi thế từ đổi mới sản phẩm, đồng thời học hỏi kinh nghiệm xuất khẩu từ các đối tác chiến lược thông qua hình thức liên kết, gia công hoặc đồng thương hiệu.

Cuối cùng, để khai thác hiệu quả lợi thế cộng hưởng giữa đổi mới sáng tạo và kinh nghiệm xuất khẩu, các doanh nghiệp Việt Nam cần thiết lập các nhóm dự án liên phòng ban có tính tích hợp cao, kết nối bộ phận R&D với bộ phận thị trường quốc tế. Điều này sẽ giúp doanh nghiệp phát triển sản phẩm dựa trên am hiểu thực tế thị trường, đồng thời tăng khả năng đáp ứng nhanh với thay đổi từ phía đối tác và người tiêu dùng toàn cầu.

5. Kết luận

Nghiên cứu này làm rõ vai trò tích cực của năng lực đổi mới sáng tạo và kinh nghiệm

xuất khẩu đối với hiệu quả hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam. Cụ thể, các doanh nghiệp có năng lực đổi mới sáng tạo cao không chỉ phát triển được các sản phẩm mới mà còn có khả năng thích ứng tốt với các yêu cầu và xu hướng của thị trường quốc tế, từ đó cải thiện hiệu quả xuất khẩu. Bên cạnh đó, kinh nghiệm xuất khẩu giúp doanh nghiệp quản lý hiệu quả các quy trình thương mại, tối ưu hóa chi phí và giảm thiểu rủi ro, góp phần nâng cao sức cạnh tranh quốc tế. Đặc biệt, tác động cộng hưởng giữa năng lực đổi mới sáng tạo và kinh nghiệm xuất khẩu được chứng minh là tạo ra hiệu quả vượt trội. Khi doanh nghiệp sở hữu đồng thời cả hai nguồn lực này, doanh nghiệp Việt Nam có thể tận dụng được tối đa cơ hội từ thị trường, từ đó đạt được thành tích xuất khẩu tốt hơn so với những doanh nghiệp chỉ có một trong hai yếu tố.

Về mặt lý luận, nghiên cứu này đóng góp vào việc hiểu rõ hơn mối liên hệ giữa năng lực đổi mới sáng tạo và kinh nghiệm xuất khẩu đối với hiệu quả xuất khẩu của doanh nghiệp. Kết quả này cũng củng cố thêm cơ sở lý thuyết về tác động cộng hưởng của các nguồn lực chiến lược, đặc biệt trong bối cảnh của các doanh nghiệp đang phát triển như Việt Nam. Về mặt thực tiễn, nghiên cứu đề xuất một số hàm ý quản trị thiết thực nhằm hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam tối ưu hóa hiệu quả xuất khẩu thông qua việc đầu tư bài bản vào R&D, xây dựng hệ thống quản trị tri thức xuất khẩu, lựa chọn chiến lược thị trường phù hợp với năng lực nội tại và thúc đẩy sự phối hợp liên phòng ban giữa bộ phận đổi mới và bộ phận thị trường quốc tế. Những gợi ý này không chỉ nhằm khắc phục các vấn đề nội tại của doanh nghiệp mà còn góp phần nâng cao khả năng thích ứng, đổi mới và hội nhập trong môi trường kinh doanh toàn cầu ngày càng cạnh tranh.

Bên cạnh những kết quả đạt được, nghiên cứu vẫn tồn tại một số hạn chế. Thứ nhất, dữ liệu được thu thập từ mẫu 263 doanh nghiệp trong một thời điểm nhất định nên chưa phản ánh được sự thay đổi theo thời gian, làm hạn chế khả năng suy diễn động thái dài hạn. Thứ hai, nghiên cứu chỉ tập trung vào hai yếu tố chính, trong khi hiệu quả xuất khẩu còn có thể chịu ảnh hưởng bởi các yếu tố khác như khả năng thích ứng công nghệ, năng lực marketing quốc tế hay chất lượng nguồn nhân lực. Do đó, các nghiên cứu tiếp theo nên mở rộng mô hình theo hướng đa biến, sử dụng dữ liệu bảng theo thời gian để kiểm định mối quan hệ nhân quả mạnh hơn, đồng thời so sánh giữa các ngành hoặc quy mô doanh nghiệp nhằm đưa ra khuyến nghị chính sách sát thực hơn với từng nhóm đối tượng.

Tài liệu tham khảo

Cieślik, J., Kaciak, E. & Thongpapanl, N. (2015), "Effect of export experience and market scope strategy on export performance: evidence from Poland", *International Business Review*, Vol. 24 No. 5, pp. 772-780.

Dhliwayo, S. (2016), "Export experience and financial performance of small and medium enterprises", *Environmental Economics*, Vol. 7 No. 3, pp. 8-16.

Guan, J. & Ma, N. (2003), "Innovative capability and export performance of Chinese firms", *Technovation*, Vol. 23 No. 9, pp. 737-747.

Hair, J.F., William B.C., Barry B.J. & Rolph A.E. (2014), *Multivariate Data Analysis*, 7th Edition, Harlow: Pearson Education Limited.

Lê, Đ.N. & Phạm, T.T. (2022), "Tác động của hoạt động đổi mới đến xuất khẩu tại doanh nghiệp nhỏ và vừa: nghiên cứu trường hợp của Việt Nam", *Tạp chí Phát triển Khoa học và Công nghệ - Kinh tế - Luật và Quản lý*, Tập 2, Số 6, tr. 2449-2462.

Love, J.H., Roper, S. & Zhou, Y. (2016), "Experience, age and exporting performance in UK SMEs", *International Business Review*, Vol. 25 No. 4, pp. 806-819.

Oura, M.M., Zilber, S.N. & Lopes, E.L. (2016), "Innovation capacity, international experience and export performance of SMEs in Brazil", *International Business Review*, Vol. 25 No. 4, pp. 921-932.

Tabachnick, B.G. & Fidell, L.S. (2012), *Using Multivariate Statistics*, 6th Edition, Pearson.

Võ, V.D. (2016), "Ảnh hưởng của kinh nghiệm quản lý đến mối quan hệ giữa khoảng cách văn hóa và kết quả xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam", *Tạp chí Khoa học Thương mại*, Số 89/90, tr. 113-121.

Yi, J., Wang, C. & Kafouros, M. (2013), "The effects of innovative capabilities on exporting: Do institutional forces matter?", *International Business Review*, Vol. 22 No. 2, pp. 392-406.