

MỤC LỤC

KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ

- 1. Nguyễn Phương Linh và Nguyễn Đức Nhuận** - Sự ảnh hưởng của marketing mix đến giá trị cảm nhận và niềm tin của khách hàng - nghiên cứu thực nghiệm ở Việt Nam. **Mã số: 193.1BMkt.11** 3

The Effect of Marketing Mix on Customers' Perceived Value and Trust - An Empirical Study in Vietnam

- 2. Nguyễn Thu Hoài** - Ảnh hưởng của Google và Facebook đến tỷ suất sinh lời trên thị trường chứng khoán Việt Nam. **Mã số: 193.1Deco.11** 20

The influence of Google and Facebook on Profitability rates on the Vietnamese stock market

QUẢN TRỊ KINH DOANH

- 3. Nguyễn Đắc Thành, Đinh Văn Sơn và Vũ Thị Thu Hương** - Đầu tư nghiên cứu và phát triển về vai trò trung gian của đổi mới sản phẩm trong doanh nghiệp dệt may niêm yết trên thị trường chứng khoán. **Mã số: 193.2FiBa.21** 33

Investing in research and development on the intermediary role of product innovation in publicly listed textile enterprises

- 4. Nguyễn Thị Thanh, Nguyễn Thị Thanh Phương và Bùi Thị Ngọc** - Nghiên cứu ảnh hưởng của các yếu tố đến chất lượng lợi nhuận của các công ty sản xuất niêm yết tại Việt Nam. **Mã số: 193.2FiBa.21** 53

Research Factors Affecting Earnings Quality on Listed Manufacturing Companies in Vietnam

- 5. Nguyễn Thị Quỳnh Hương, Bùi Thị Quỳnh Trang và Dương Thị Hồng Nhung**
- Tích hợp lý thuyết dựa trên nguồn lực và lý thuyết ba điểm mấu chốt trong nghiên cứu điểm đến du lịch thông minh tại Sapa, Lào Cai. *Mã số: 193.2TRMg.21* 68

Integrating Resource-Based Theory and the Triple Bottom Line in the Study of Smart Tourism Destinations in Sapa, Lao Cai

- 6. Trần Thị Hương, Nguyễn Minh Ngọc, Ao Thị Thu Hoài và Nguyễn Công Tiệp**
- Tác động của tiếp thị truyền thông xã hội, kiến thức sản phẩm xanh, vai trò trung gian của thái độ và chuẩn chủ quan đến ý định mua nội thất xanh của người tiêu dùng thành phố Hồ Chí Minh. *Mã số: 193.2.BMkt.21* 87

The Impact of Social Media Marketing, Green Product Knowledge, the Mediating Role of Attitude and Subjective Criteria Regarding Green Furniture Buying Intent of Consumers (Ntd) In Ho Chi Minh City

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

- 7. Phạm Hùng Đức, Phạm Thị Thuý Hằng và Đặng Hữu Phúc** - Mối quan hệ của phong cách lãnh đạo công đến hành vi đổi mới sáng tạo của cán bộ nhân viên tại các cơ quan hành chính công ở thành phố Hồ Chí Minh - vai trò trung gian của động lực phục vụ công và tác động xã hội cảm nhận. *Mã số: 193.3HRMg.31* 101

The Relationship Between Public Leadership Style And Employees' Innovative Behavior in Public Administrative Agencies in Ho Chi Minh City - The Mediating Role of Public Service Motivation and Perceived Social Impact

ĐẦU TƯ NGHIÊN CỨU VÀ PHÁT TRIỂN VỀ VAI TRÒ TRUNG GIAN CỦA ĐỔI MỚI SẢN PHẨM TRONG DOANH NGHIỆP DỆT MAY NIÊM YẾT TRÊN THỊ TRƯỜNG CHỨNG KHOÁN

Nguyễn Đắc Thành *

Email: thanhnd@tmu.edu.vn

Đinh Văn Sơn *

Email: dvson@tmu.edu.vn

Vũ Thị Thu Hương *

Email: huong.vtt@tmu.edu.vn

* Trường Đại học Thương mại

Ngày nhận: 22/06/2024

Ngày nhận lại: 12/08/2024

Ngày duyệt đăng: 19/08/2024

Các doanh nghiệp dệt may Việt Nam hiện nay cần phải theo đuổi xu hướng tăng trưởng bao trùm dựa trên đổi mới sáng tạo, trong đó cần chú trọng đặc biệt đến đổi mới sản phẩm. Mục tiêu của nghiên cứu này là định hình vai trò của đổi mới sản phẩm trong việc tạo ra lợi thế cạnh tranh và tăng kết quả xuất khẩu của doanh nghiệp. Nghiên cứu sử dụng kết hợp học thuyết dựa trên nguồn lực và học thuyết các bên liên quan để xem xét ảnh hưởng của đầu tư cho nghiên cứu và phát triển, thực hành trách nhiệm xã hội tới kết quả xuất khẩu của doanh nghiệp dệt may niêm yết. Dữ liệu khảo sát được thu thập từ mẫu bao gồm các nhà quản trị và chuyên gia về thiết kế và phát triển sản phẩm bằng kỹ thuật PLS-SEM. Phát hiện đã chỉ ra rằng cả năng lực đổi mới sản phẩm và kết quả đổi mới sản phẩm đều bị ảnh hưởng bởi các hoạt động thực hành trách nhiệm xã hội và đầu tư vào nghiên cứu và phát triển sản phẩm. Hiệu ứng trung gian bổ sung của đổi mới sản phẩm đã được xác nhận trong mối quan hệ giữa hai yếu tố này đến kết quả xuất khẩu. Sau cùng, một số khuyến nghị trong ngắn hạn và dài hạn được đề xuất nhằm thúc đẩy đổi mới sản phẩm cho nhóm công ty này.

Từ khóa: Doanh nghiệp dệt may niêm yết; đổi mới sản phẩm; kết quả xuất khẩu; nghiên cứu và phát triển; trách nhiệm xã hội doanh nghiệp.

JEL Classifications: D22, F23, M16, O31, O32.

DOI: 10.54404/JTS.2024.193V.03

1. Giới thiệu

Xuất khẩu (XK) là một trong những động lực chủ yếu của tăng trưởng và phát triển kinh tế tại Việt Nam. Ngành dệt may là một ngành

XK chủ lực và luôn nằm trong top 3 ngành có kinh ngạch XK cao nhất của Việt Nam. Song kể từ hậu đại dịch Covid-19 thì ngành này đã và đang phải đối mặt với sự suy giảm đáng kể

trong tổng cầu. Sự giảm sút nghiêm trọng này là hệ quả của tình trạng suy thoái kinh tế thế giới cũng như áp lực “xanh hóa” ngành đến từ chỉ thị tra soát chuỗi cung ứng của OECD, EU và Luật thẩm định chuỗi cung ứng của Đức. Do đó, hướng đi dài hạn của ngành này là tập trung vào ĐMSP theo hướng xanh hóa, hướng tới sản xuất tuần hoàn. Song, làm như thế nào để các DN dệt may nước ta có thể tạo sự khác biệt đáng kể và cải thiện kết quả xuất khẩu (KQXK) trên các thị trường chủ lực. Mặc dù các nghiên cứu về yếu tố ảnh hưởng đến KQXK rất phong phú, song vẫn còn rất khan hiếm nghiên cứu liên quan đến ảnh hưởng của các tiền tố về nguồn lực DN như trách nhiệm xã hội của DN (CSR), sự đầu tư R&D và đặc biệt là vai trò của đổi mới sản phẩm (ĐMSP). Khi các DN XK ở quốc gia đang phát triển phải đương đầu với khó khăn trong việc thâm nhập thị trường lớn, dường như rất cần phải thay đổi hướng tiếp cận chiến lược kinh doanh quốc tế, chuyển dịch từ chiến lược dẫn đầu về chi phí sang chiến lược khác biệt hóa. Trong số các loại chiến lược khác biệt hóa thì chiến lược ĐMSP được xem xét như là hạt nhân, nó tạo ra lợi thế cạnh tranh (LTCT) dựa trên sự khác biệt hóa từ hàng hóa hoặc dịch vụ mới nhằm phù hợp với tiêu chuẩn về xu hướng và lối sống của quốc gia nhập khẩu. ĐMSP đặc biệt đối với các DN ở các nước đang phát triển như Việt Nam là hết sức quan trọng vì lợi thế về chi phí thấp, giá nhân công rẻ mạt có thể bị thay thế và bị mất dần đi theo thời gian. Ngược lại, sản phẩm khác biệt hóa đặc biệt cần thiết vì nó ngăn chặn gia nhập, bảo vệ và chống lại sự sao chép, định vị trong tâm trí của mỗi khách hàng nhất là trong ngành may mặc và thời trang - một ngành thường chịu biến động mạnh bởi xu hướng thị trường.

Mối quan hệ giữa đầu tư vào R&D, CSR và KQXK là một chủ đề nghiên cứu đáng để xem xét nhằm tìm hiểu cách thức các DN có thể nâng cao khả năng cạnh tranh quốc tế, phân tích mối liên kết này giúp khám phá R&D, CSR và tương tác của chúng ảnh hưởng ra sao đến KQXK trên bình diện một ngành chủ lực và một nhóm DN. Song vẫn còn ít các nghiên cứu quan tâm mối liên quan hệ giữa nguồn lực - ĐMSP - KQXK cũng như vai trò đồng thời giữa năng lực R&D, hoạt động CSR trong việc nâng cao KQXK của DN, đặc biệt là phân tích vai trò của ĐMSP. Để giải thích những lập luận này, dựa trên mô hình nghiên cứu tích hợp giữa học thuyết các bên liên quan và học thuyết dựa trên nguồn lực (RBV), bài báo tập trung làm sáng tỏ những tiền tố ảnh hưởng đến ĐMSP trong môi trường kinh doanh quốc tế cũng như tác động của ĐMSP đến KQXK của DN dệt may niêm yết (DN DMNY). Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng sẽ xác nhận vai trò trung gian truyền dẫn của ĐMSP trong sự liên kết giữa thực hành CSR và sự đầu tư R&D đến KQXK của DN dệt may trong bối cảnh hiện nay. Điều này có ý nghĩa quan trọng từ góc độ quản lý, cụ thể là các nhà quản trị công ty sẽ nhận thức rõ ràng hơn về lợi ích của việc đầu tư vào R&D cùng với tập trung vào hoạt động CSR có liên hệ chặt chẽ với ĐMSP kết hợp đồng thời với nhau sẽ giúp nâng cao KQXK của DN.

Bài báo được chia thành 6 phần chính. Phần mở đầu giới thiệu về bối cảnh và mục đích của nghiên cứu. Tiếp đó phần 2 trình bày về hai học thuyết hành vi tổ chức nền tảng có liên quan đến ĐMSP và KQXK làm cơ sở khoa học để đưa ra các lập luận về giả thuyết nghiên cứu trong phần tiếp theo. Phương pháp nghiên cứu sẽ được đề cập trong Phần 4. Các kết quả nghiên cứu chính sẽ được phân

tích và luận giải trong phần 5. Phần cuối cùng tập trung thảo luận về một số khuyến nghị đề xuất nhằm thúc đẩy ĐMSP của DN DMNY.

2. Học thuyết nền tảng có liên quan

Học thuyết nguồn lực và học thuyết các bên liên quan là những học thuyết quan trọng thuộc lý thuyết hành vi tổ chức, hai học thuyết này có thể kết hợp để bổ sung và hỗ trợ nhằm giải thích một cách toàn diện yếu tố thúc đẩy việc thực hiện ĐMSP và giúp DN có thể đạt được KQXK tốt. Vì thế trong phần này trình bày tư tưởng chính học thuyết, bối cảnh môi trường và sự vận dụng vào việc xác định yếu tố đầu tư nguồn lực R&D cũng như thực hành CSR tác động đến KQXK. Trong khi học thuyết nguồn lực giúp xác định được yếu tố nguồn lực R&D ảnh hưởng đến KQXK thì học thuyết thứ hai đòi hỏi DN cần phối hợp với các lực lượng bên ngoài, các bên liên quan đến hoạt động XK của DN.

2.1. Học thuyết dựa trên nguồn lực

Mối quan hệ giữa nguồn lực và KQXK của DN đã được tìm thấy ở trong các nghiên cứu trước đây, theo đó nguồn lực được hiểu là các yếu tố đầu vào của quá trình sản xuất kinh doanh, nguồn lực chia thành nguồn lực bên trong và nguồn lực bên ngoài. Theo quan điểm dựa trên nguồn lực (Resource based view) của Barney (1991) thì để duy trì LTCT của DN trên thị trường quốc tế thì nguồn lực bên trong DN chính là chìa khóa tạo ra LTCT bền vững (Võ Văn Dứt, 2023). Cũng theo RBV thì một nguồn lực cần thỏa mãn tiêu chí VRIN, tức là có các đặc điểm về tính giá trị, tính khan hiếm, tính không sao chép và tính không thay thế được. Các hoạt động R&D là nguồn lực đầu vào quan trọng để đổi mới DN, nhất là đối với những DN sản xuất có hoạt động kinh doanh quốc tế như DN dệt may, nhờ vào R&D mà DN có thể sử dụng nguồn lực để tạo ra năng lực cốt lõi dựa trên sự khác

biệt hóa về sản phẩm mới, sản phẩm cải tiến từ đó có thể thâm nhập sâu hơn vào các thị trường nước ngoài. Như vậy, kinh phí dành cho R&D được xem là một khoản đầu tư dài hạn để giúp DN tự đổi mới và nâng cấp công nghệ từ đó giúp DN tạo ra các sản phẩm cạnh tranh tốt hơn đối thủ, chiếm lĩnh phân khúc thị trường và giành được KQXK tốt. Trong nghiên cứu này sự đầu tư R&D thể hiện bằng việc DN có mức độ sẵn sàng trích lập khoản ngân sách dành cho hoạt động nghiên cứu và triển khai sản phẩm.

2.2. Học thuyết các bên liên quan

Lý thuyết này được lần đầu giới thiệu vào những năm 70 của thế kỷ trước và sau đó được phát triển bởi Freeman (1984). Theo ông có nhiều bên liên quan với DN như: cổ đông, nhà đầu tư, khách hàng, nhà cung cấp, đối thủ cạnh tranh, cộng đồng dân cư, chính phủ,... Trọng tâm cốt lõi của học thuyết này là hoạt động của DN phải bắt nguồn từ yêu cầu hoặc nhu cầu của các bên liên quan, học thuyết này ngày càng được áp dụng phổ biến trong các lĩnh vực nghiên cứu về đạo đức kinh doanh hoặc trách nhiệm xã hội (CSR) (Lê Nhật Hạnh, 2019). Việc kinh doanh trong môi trường quốc tế như xuất khẩu hàng hóa cần tuân thủ các quy tắc CSR đối với cộng đồng, khách hàng, nhà cung cấp, luật pháp của nước sở tại là điều bắt buộc. Đối với các DN dệt may thì ngoài việc đáp ứng các yêu cầu từ quốc gia nhập khẩu thì cũng phải quan tâm đến khía cạnh về sử dụng lao động (nhất là lao động nữ), bảo vệ môi trường sinh thái và các hàng rào kỹ thuật của các hiệp định FTAs thế hệ mới. Sản phẩm xuất khẩu cần thỏa mãn đầy đủ và nghiêm ngặt từ các tiêu chuẩn khác nhau của kinh doanh quốc tế, chính vì vậy ĐMSP được xem là một hoạt động cần thiết và cấp bách để DN dệt may có thể hiện thực hóa các trách nhiệm với mỗi chủ

thể khác nhau trong chuỗi cung ứng may mặc toàn cầu. Từ ý tưởng ĐMSP đến thương mại hóa thành công sản phẩm mới là kết quả của việc thực hành liên kết và đảm bảo sự hợp tác giữa các bên trong các công đoạn của chuỗi giá trị.

3. Phát triển giả thuyết nghiên cứu

3.2. Ảnh hưởng của sự đầu tư R&D, thực hành CSR đến đổi mới sản phẩm

3.1.1. Ảnh hưởng của sự đầu tư R&D đến đổi mới

Các DN phát triển tập trung vào công nghệ và đầu tư lớn nhiều tiền vào hoạt động R&D có thể duy trì LTCT và có thể tăng trưởng hơn trong tương lai (Lee, Kim, & Lee, 2011). Một vài nghiên cứu quốc tế khác cũng đã cho thấy việc tập trung vào R&D sản phẩm mới và cải tiến quy trình sản xuất mang lại những lợi ích rõ rệt đối với DN. Cụ thể, sản phẩm khác biệt giúp DN tạo lập LTCT so với đối thủ cạnh tranh, từ đó tăng doanh số bán hàng và nâng cao lợi nhuận độc quyền (Filatotchev & Piesse, 2009; Jiménez-Jiménez & Sanz-Valle, 2011). Năng suất và động lực tạo ra tri thức sáng tạo của DN giảm đi do sự thiếu chú trọng đầu tư vào R&D (Schmenner, 2004). Dựa trên các nghiên cứu thực nghiệm trước đây, có một sự kỳ vọng rằng tồn tại mối liên hệ tích cực từ sự sẵn sàng đầu tư R&D và năng lực ĐMSP, với kỳ vọng rằng đầu tư càng nhiều cho R&D thì năng lực ĐMSP của DN ngày càng tăng lên.

Kết quả nghiên cứu của Phan Tố Uyên, Trần Thị Hồng Việt, Đặng Thu Hương, and Nguyễn Hữu Xuyên (2020) đã chỉ ra rằng yếu tố đầu tư vào R&D có tác động đến cả kết quả ĐMSP và đổi mới quy trình tại các DN nông nghiệp Việt Nam. Theo nhóm tác giả này thì R&D là tập hợp của chuỗi các hoạt động đầu tư từ nghiên cứu phát triển sản phẩm, nghiên cứu phát triển bao bì, nghiên

cứu phát triển công nghệ và nghiên cứu phát triển quy trình. Nhờ có R&D, những sản phẩm có thiết kế, chất liệu, đặc điểm và công dụng mới được tung ra thị trường. Các loại chất liệu bao bì với thiết kế kiểu dáng, màu sắc mới, các công nghệ sản xuất và chế biến mới để sản phẩm đạt chất lượng với giá thành tối ưu, đồng thời nghiên cứu để cải tiến, phát triển các quy trình sản xuất, phục vụ và vận hành máy móc tối ưu nhằm mang tới hiệu suất cao hơn cho DN.

Tương tự như với hàng nông sản thì sản phẩm dệt may đã trở thành sản phẩm toàn cầu nơi mà các quốc gia, các DN XK đang tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị. Chính vì thế, để có thể duy trì chỗ đứng bền vững trong chuỗi cung ứng toàn cầu thì rất cần đầu tư hạ tầng cho R&D, khi đó hoạt động này sẽ có khả năng ảnh hưởng trực diện đến kết quả ĐMSP. Do vậy, nhóm tác giả đề xuất giả thuyết nghiên cứu sau đây:

H_{1a}: Sự sẵn sàng đầu tư vào R&D có ảnh hưởng cùng chiều đến năng lực ĐMSP

H_{1b}: Sự sẵn sàng đầu tư cho R&D có ảnh hưởng cùng chiều đến kết quả ĐMSP

3.1.2 Ảnh hưởng của thực hành CSR và ĐMSP

Theo học thuyết RBV, DN như là một thực thể có nguồn lực, có khả năng tạo ra LTCT cũng như nuôi dưỡng kết quả hoạt động của DN (Barney, 1991). CSR kích thích sự phát triển các nguồn lực vô hình của DN, việc thực hành CSR giúp phát triển năng lực ĐMSP, từ đó có thể đạt được LTCT bền vững. Ngoài ra, học thuyết dựa trên tri thức (Knowledge based theory) còn cho rằng các DN có thể tích hợp và phân phối tri thức, điều này thúc đẩy mối liên kết tích cực giữa CSR và ĐMSP. Các DN có thể phát triển mạng lưới và mối quan hệ bền chặt với các bên liên quan thông qua việc thực hiện hoạt động CSR. Vì vậy, họ

cần phải nhận thức được vai trò và tầm quan trọng của từng bên liên quan (như nhà cung cấp, khách hàng, trung gian thương mại) và áp dụng những tri thức này vào chiến lược tiếp thị quốc tế của họ (Gras-Gil, Manzano, & Fernández, 2016). Do vậy, áp dụng CSR cho phép dòng tri thức bên ngoài vào DN và DN có thể sở hữu cũng như áp dụng tri thức đó để tạo ra những ý tưởng sản phẩm mới.

Dệt may là một trong số những nhóm ngành thâm dụng lao động, hơn nữa lại còn sử dụng nhiều phụ nữ trong quá trình làm việc. Ngoài ra, đây cũng là ngành phải tuân thủ các quy tắc nghiêm ngặt của FTAs thế hệ mới như EVFTA, CPTPP. Chính vì thế, hội đồng quản trị trong các DN DMNY cần phải chủ động sáng tạo, đổi mới mạnh mẽ từ nhận thức đến mô hình tổ chức sản xuất kinh doanh nhằm đón nhận cơ hội từ hội nhập quốc tế. Việc thực hiện CSR đối với người lao động trong các DN dệt may cần tuân thủ tiêu chuẩn quốc tế cũng như pháp luật về lao động trong nước. Do vậy, sự quan tâm đến nhận thức và thực hiện đầy đủ CSR đối với lao động là rất cần thiết. Trong quá trình thực hiện CSR, các DN DMNY cũng cần thường xuyên cập nhật, tiếp thu các quy định và yêu cầu mới từ các nguồn bên ngoài để bảo đảm quyền và lợi ích chính đáng của các bên liên quan.

Một nghiên cứu gần đây về tác động của CSR đến ĐMST của DN được thực hiện bởi tác giả Nguyễn Văn Hà (2023), nhưng nghiên cứu về một loại hình ĐMST cụ thể như ĐMSP của DN vẫn còn chưa phân tích kỹ lưỡng, đặc biệt đối với những sản phẩm mang tính XK toàn cầu. Do vậy, cần phải nghiên cứu và đánh giá ảnh hưởng của thực hành CSR đến năng lực ĐMSP của DN dệt may Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế ngày càng mạnh mẽ. Trên thực tế các DN phải chủ động triển khai chiến lược CSR cho

các sản phẩm và dịch vụ mới của họ để giải quyết cả nhu cầu hiện tại và nhu cầu chưa được đáp ứng của khách hàng, xã hội cũng như các bên liên quan khác. Hầu hết mọi quan hệ này chỉ được giải thích thông qua nghiên cứu lý luận (chẳng hạn như học thuyết RBV), chỉ gần đây nghiên cứu của Zhou, Wang, and Zhao (2020) đã đề xuất luận điểm cho rằng bằng cách xem xét và đáp ứng các mối quan tâm và sự mong đợi của các bên liên quan khác nhau, thực hành CSR giúp DN thiết lập các hoạt động và các bên liên quan bao gồm nhà cung cấp, khách hàng, nhà đầu tư và người lao động. Điều này tạo điều kiện thuận lợi cho việc trao đổi thông tin và tri thức một cách đa dạng. Cơ hội tiếp thu, khám phá và sử dụng thông tin và tri thức phong phú cả trong và ngoài nước và sự kết hợp lại các thứ này góp phần tạo ra ĐMSP. Từ phương diện cả lý thuyết và thực nghiệm, các chiến lược CSR có khả năng thúc đẩy sự đổi mới đối với sản phẩm, dịch vụ. Chính vì thế, nhóm tác giả đưa ra luận điểm như sau:

H_{2a}: Thực hành CSR có ảnh hưởng cùng chiều đến năng lực ĐMSP của DN

H_{2b}: Thực hành CSR có ảnh hưởng cùng chiều đến kết quả ĐMSP của DN

3.2. Ảnh hưởng của ĐMSP đến kết quả xuất khẩu

Ngày nay, ĐMST được xem là một yêu cầu và đòi hỏi cấp bách đối với bất kỳ DN nào, đối với DN XK lại càng cần thiết hơn bởi đặc trưng sự biến động ở thị trường quốc tế thường phức tạp hơn so với thị trường nội địa. ĐMST nói chung và ĐMSP nói riêng giúp DN tạo lập LTCT trên thị trường quốc tế. Đã xuất hiện ngày càng nhiều hơn các nghiên cứu ảnh hưởng của ĐMST đến KQXK của DN, chẳng hạn như công trình của Bayraktar, Hancerliogullari, Cetinguc, and Calisir (2017) và Hamelink

and Opdenakker (2019). Theo đó kết quả của các nghiên cứu này cho rằng sự ảnh hưởng đáng kể của ĐMST đến kết quả hoạt động của DN XK. Những nhà nghiên cứu này cho thấy rằng sự tăng trưởng của một DN có liên quan tích cực đến sự ĐMST trong sản phẩm, tiếp thị hàng hóa và cả ĐMST tổ chức. Một số công trình khác cũng đã chứng minh rằng các loại hình ĐMST khác nhau đã làm tăng KQXK một cách cả trực tiếp hoặc gián tiếp (Bodlaj, Kadic-Magljalic, & Vida, 2020; Rauf, Ma, & Jalil, 2019; Reçica, Hashi, Jackson, & Krasniqi, 2019). ĐMSP là một trong số những loại hình ĐMST quan trọng và phổ biến nhất của các DN XK, sản phẩm liên tục được cải tiến và làm mới sẽ cho phép DN đáp ứng tốt hơn thị hiếu của khách hàng tại các quốc gia nhập khẩu. Cụ thể hơn, sản phẩm mới giúp DN xây dựng và củng cố LTCT bằng cách mang đến sự khác biệt nổi bật cho DN. Những điểm khác biệt này có thể giúp gia tăng giá trị của hàng hóa, dịch vụ đồng thời thu hút sự quan tâm của khách hàng quốc tế. Quan trọng hơn, mối quan hệ giữa DN - đối tác - khách hàng sẽ ngày càng gắn kết thông qua các sáng kiến về ĐMSP, điều này có thể thúc đẩy nhóm đối tác và khách hàng quốc tế trung thành hơn, thiết lập mối quan hệ lâu dài hơn với DN XK (Nguyễn Hoàng, 2024; Sulton & Sawabi, 2022). Như vậy, là giữa ĐMSP và KQXK có khả năng tồn tại sợi dây liên kết chặt chẽ, cho nên dựa trên luận cứ khoa học và thực nghiệm giả thuyết nghiên cứu được đề nghị như sau:

H₃: DN có Năng lực ĐMSP càng cao, thì KQXK của DN càng cao

H₄: Kết quả ĐMSP càng tăng lên, KQXK của DN cũng tăng lên

3.3. Ảnh hưởng của sự đầu tư R&D, thực hành CSR đến KQXK: Vai trò trung gian của ĐMSP

3.3.1. Ảnh hưởng của sự đầu tư vào R&D đến kết quả XK: Vai trò trung gian của ĐMSP

Theo Frascati (2015) thì hoạt động R&D là “những công việc sáng tạo và có hệ thống được thực hiện để tăng lượng vốn tri thức bao gồm vốn tri thức của loại người, văn hóa, xã hội và sử dụng vốn tri thức này để tìm ra những ứng dụng mới”. Hoạt động R&D “góp phần đưa ra thị trường các sản phẩm có chất lượng cao, tăng cường sự tự chủ và hấp thu công nghệ, thích nghi và nâng cấp các công nghệ nhập, từ đó dẫn đến KQXK của DN được cải thiện, tránh nhập khẩu các công nghệ lạc hậu và tiết kiệm chi phí” (Lê Thanh Tùng & Quan Minh Quốc Bình, 2020; Sikka, 1998). Mở rộng khả năng XK sản phẩm là một trong những vai trò hết sức quan trọng của R&D. Thống nhất với quan điểm này, các DN sẽ phát triển được các loại sản phẩm mới, dịch vụ mới hoặc các tính năng mới, chức năng mới nhằm cải tiến sản phẩm/dịch vụ hiện có của họ thông qua hoạt động đầu tư vào R&D (Lê Thanh Tùng & Quan Minh Quốc Bình, 2020; Zhu & Huang, 2012).

Cạnh tranh trên thị trường quốc tế có thể đòi hỏi cần sự đầu tư nhiều hơn vào tài sản hữu hình nhằm cải thiện và nâng cao năng lực sản xuất của DN, đồng thời giúp tăng khả năng chịu chi phí cạnh tranh cao khi tham gia sâu vào thị trường XK. Mặc dù có sự gia tăng về nghiên cứu chủ đề mối quan hệ giữa ĐMST và XK song có rất ít các công trình thực nghiệm về tác động của việc tích lũy tài sản hữu hình đến KQXK (Carboni & Medda, 2020; İpek, 2018). Để tiếp cận vào thị trường toàn cầu, các nhà XK phải chi trả khoản chi phí chìm, mở rộng quy mô và chiều rộng thị trường, đồng thời điều chỉnh sản phẩm của họ

nhằm phù hợp với những tiêu chuẩn và thị hiếu khác nhau của người tiêu dùng nước ngoài. Các công ty XK cũng phải thiết lập và duy trì mạng lưới phân phối cho sản phẩm họ. Nghiên cứu do Liu and Lu (2015) thực hiện đã chỉ ra rằng đầu tư vật chất của một DN có ảnh hưởng đáng kể đến xu hướng XK giữa các DN Trung Quốc, đặc biệt trong các ngành cạnh tranh hơn. Ngoài ra, Rho and Rodrigue (2016) tuyên bố rằng xây dựng chi phí chìm cố định trong khi thâm nhập vào thị trường nước ngoài. Trong phân tích của họ, đầu tư ở cấp DN và hành vi XK phát triển cùng một lúc và các tài sản cố định hữu hình khác có tác động tích cực đến thời gian và tăng trưởng doanh thu tại các thị trường XK. Cuối cùng Peluffo (2016) đã kiểm định giả thuyết thống kê và xác nhận rằng đầu tư cơ sở vật chất mới tạo điều kiện thuận lợi cho việc thâm nhập thị trường nước ngoài và tăng cường độ XK trong số các DN đã từng XK. Ghi lại sự khác biệt mang tính hệ thống giữa các DN XK và DN không XK về quy mô, tài sản vốn, tỷ lệ hoàn vốn đầu tư và tỷ lệ đầu tư vật chất, một số tác giả cho rằng mối quan hệ nhân quả ngược tồn tại trong liên kết giữa sự đầu tư vào tài sản hữu hình và KQXK (Rho & Rodrigue, 2016). Trong giới hạn bài báo này, nhóm tác giả xem xét đầu tư vào R&D là một nguồn lực bên trong DN và tác nhân của ĐMSP. Do đó, chúng tôi tập trung phân tích mối quan hệ giữa sự đầu tư cho R&D và KQXK của DN thông qua ĐMSP. Đây là một giả thuyết xứng đáng được kiểm định vì nó làm sâu sắc hơn khi xem xét mối liên kết sự sẵn sàng đầu tư R&D - ĐMSP - KQXK. Sự sẵn sàng đầu tư cho R&D có thể giúp tích lũy tài sản hữu hình. Đồng thời, sự đầu tư hữu hình để bổ sung cho các hoạt động R&D và thương mại hóa các sản phẩm mới do hoạt động R&D tạo ra. Mối liên hệ giữa sự sẵn sàng đầu tư vào

R&D, ĐMSP và KQXK được kiểm tra dưới dạng phát biểu giả thuyết sau đây:

H_{5a}: Sự sẵn sàng đầu tư R&D có tác động cùng chiều đến KQXK của DN

H_{5b}: ĐMSP đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa Sự sẵn sàng đầu tư R&D và KQXK của DN

3.3.2 Ảnh hưởng của thực hành CSR và kết quả XK: Vai trò trung gian của ĐMSP

a) Ảnh hưởng của thực hành CSR và kết quả XK

Mối quan hệ giữa việc áp dụng các thực hành CSR và KQXK đã được tìm hiểu và khám phá trong các nghiên cứu trước đây. Về khía cạnh khoa học, học thuyết các bên liên quan cho rằng DN cần phải đáp ứng nhu cầu của các bên liên quan, nhiều bên liên quan có thể đặt ra các yêu cầu, tiêu chuẩn chẳng hạn như các sản phẩm công nghiệp tiêu dùng như dệt may cần bảo đảm tuân thủ các cam kết về môi trường sinh thái. Bởi lẽ người tiêu dùng cuối cùng hiếm khi liên lạc được với nhà sản xuất, áp lực mà họ gây ra đối với các trung gian thương mại đòi hỏi các nhà sản xuất có trách nhiệm hơn đối với sản phẩm của họ. Về khía cạnh thực nghiệm, nghiên cứu của Xu, Zeng, and Chen (2018) tuyên bố rằng các DN có bảo tồn năng lượng sản xuất, giảm phát thải thì có nhiều khả năng theo đuổi việc mở rộng quốc tế. Điều này sẽ tác động đáng kể đến KQXK. Do đó, tuân thủ và kinh doanh có trách nhiệm làm cho DN tăng giá trị cảm nhận của sản phẩm, củng cố hình ảnh thương hiệu và tăng lòng trung thành của khách hàng trên toàn cầu. Kết quả là, việc áp dụng các nguyên tắc thực hành CSR có thể giúp DN tạo ra sự khác biệt với các DN còn lại trong kinh doanh quốc tế, cho phép nhà XK có được một vị trí đặc quyền trên thị trường XK, từ đó giúp cải thiện KQXK. Kể từ đây, chúng tôi đưa ra các giả thuyết như sau:

H_{6a}: Thực hành CSR tác động cùng chiều đến KQXK của DN

b) ĐMSP đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa thực hành CSR và kết quả XK

Trong bối cảnh kinh doanh quốc tế, việc đáp ứng sự mong đợi của các bên liên quan nước ngoài tại các thị trường có tiêu chuẩn xã hội và môi trường cao như EU, Mỹ, Nhật Bản,... đòi hỏi các DN phải nỗ lực đáng kể trong việc thăm dò vai trò của ĐMST (Costa, Lages, & Hortinha, 2015; Martos-Pedrero, Jiménez-Castillo, Ferrón-Vilchez, & Cortés-García, 2023). Theo đó, việc đối thoại thường xuyên và chủ động với các bên liên quan đó là thường gắn liền với việc áp dụng các thực hành CSR tạo ra cơ hội chuyển đổi nhu cầu của một số bên liên quan thành hành động ĐMST cho phép DN tăng cường khả năng cạnh tranh toàn cầu của họ, do đó nâng cao KQXK (Martos-Pedrero et al., 2023). Trong quá trình này, các DN áp dụng các nguyên tắc thực hành CSR như một phần quan trọng của chiến lược khác biệt hóa sẽ cần kết hợp với sự đầu tư vào R&D có thể dẫn đến cả ĐMSP và đổi mới quy trình liên quan đến CSR. Về vấn đề này, khi DN áp dụng thực hành CSR để tạo dấu ấn phân biệt sản phẩm của mình ở nước ngoài, DN đó có khả năng thu được lợi ích lớn hơn từ việc xây dựng danh tiếng. ĐMSP có thể là biến số đại diện nhằm giải thích đầy đủ hơn mối quan hệ giữa thực hành CSR và KQXK (Bocquet, Le Bas, Mothe, & Poussing, 2017). Vì vậy, có thể kết luận rằng ĐMSP là yếu tố có thể tạo điều kiện thuận lợi cho chiến lược khác biệt hóa dựa trên định hướng vào CSR, giúp DN giành được LTCT và tăng KQXK (Martos-Pedrero et al., 2023). Nghiên cứu của Bocquet et al. (2017) cũng ủng hộ luận điểm cho rằng tầm quan trọng của việc đưa ĐMST vào như một biến trung gian trong các mô

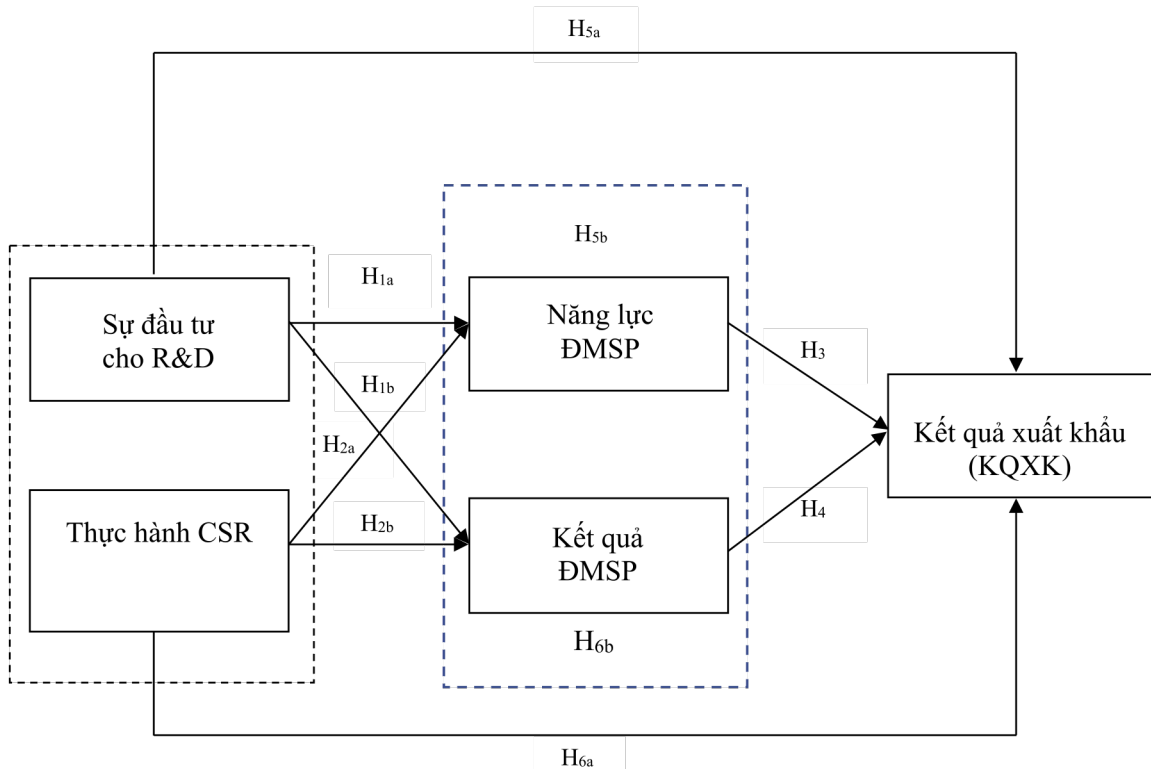
hình nghiên cứu lý thuyết phân tích mối quan hệ giữa CSR và lợi nhuận và ông đã đi đến kết luận rằng các DN áp dụng thực hành CSR đạt được sự tăng trưởng thông qua ĐMSP và đổi mới quy trình. Tương tự như vậy, kết quả nghiên cứu của Reverte, Gomez-Melero, and Cegarra-Navarro (2016) đã cho thấy rằng ĐMST làm trung gian trong mối quan hệ giữa thực hành CSR và kết quả hoạt động (bao gồm cả kết quả tài chính và phi tài chính) của DN có trách nhiệm với môi trường tại Tây Ban Nha. Những phát hiện này cho thấy rằng DN áp dụng các thực hành CSR sẽ có khả năng đạt được kết quả tốt hơn thông qua ĐMST, mà họ sử dụng như một công cụ để đạt được kết quả tích cực. Phù hợp với lập luận này, có nghĩa là tồn tại mối liên kết tích cực giữa CSR và ĐMSP, cũng như tác động tích cực của ĐMSP làm tăng KQXK. Mà loại hình ĐMSP là loại hình đặc trưng nhất của ĐMST, do vậy chúng tôi đề xuất rằng ĐMSP là cấu trúc tiềm ẩn đóng vai trò trung gian giải thích mối quan hệ giữa thực hành CSR và KQXK. Từ đó giả thuyết được đề nghị như sau:

H_{6b}: ĐMSP đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa thực hành CSR và KQXK

4. Phương pháp nghiên cứu

4.1. Phương pháp lấy mẫu và thu thập dữ liệu

Nghiên cứu này sử dụng 2 phương pháp chọn mẫu: Chọn mẫu theo chủ đích và chọn mẫu theo kỹ thuật bootstrap. Theo đó, trung bình với 34 DN dặt may, nhóm tác giả đã gửi đến 15 bảng hỏi trên mỗi DN DMNY cho các đối tượng có am hiểu về hoạt động cải tiến và phát triển sản phẩm, thiết kế sản phẩm, trưởng bộ phận bán hàng, trưởng/phó trưởng phòng kinh doanh nhãn hiệu thời trang riêng của các DN này.



(Nguồn: Đề xuất của nhóm tác giả)

Hình 1: Mô hình nghiên cứu lý thuyết đề xuất

Phương pháp lấy mẫu theo chủ đích được sử dụng với tiêu chí giá trị vốn hóa trên thị trường chứng khoán. Theo đó, trong mỗi sàn giao dịch chứng khoán tác giả lựa chọn DN DMNY có giá trị vốn hóa cao nhất (loại bỏ các DN DMNY đang bị hạn chế giao dịch chứng khoán), kết hợp với phương pháp chọn mẫu theo chủ đích, nhóm tác giả đã lựa chọn được 34 DN DMNY đáp ứng về mặt cơ cấu và yêu cầu. Bên cạnh đó tiêu chí về việc đáp viên cần có sự hiểu biết đến hoạt động và quy trình sản xuất, tiếp thị sản phẩm dệt may cũng được sử dụng cho chọn mẫu giúp tăng khả năng khái quát hóa của kết quả nghiên cứu.

Tính đến hết ngày 31/12/2023, có 60 DN DMNY trên các sàn HSX, HNX và UPCOM, trong số này có khoảng gần 20 DN DMNY được niêm yết trên 2 sàn HOSE và HNX còn lại chủ

yếu là các DN niêm yết trên sàn đăng ký giao dịch Upcom. Để thuận tiện cho việc phân tích, 34 DN DMNY được chia thành 03 nhóm chính trên 3 sàn giao dịch như bảng 1 dưới đây:

Phương pháp PLS - SEM không yêu cầu số lượng mẫu tối thiểu, song bài báo này được thực hiện từ việc thu thập dữ liệu khảo sát bằng việc phát triển một bảng hỏi và gửi đến cho đối tượng tham gia của 510 đối tượng từ DN DMNY trên thị trường chứng khoán. Sau khi thu về và kiểm tra, có 412 phiếu phản hồi (đạt tỷ lệ phản hồi là 80,8%), tiến hành kiểm tra có 25 quan sát bị loại do có nhiều câu trả lời bị bỏ trống. Cuối cùng 387 bản hỏi hoàn chỉnh đã được sử dụng để phân tích dữ liệu một cách chính thức. Mô hình nghiên cứu được xử lý qua phần mềm Smart PLS professional phiên bản 4.0.9.2.

Bảng 1: Thống kê số lượng và tỷ lệ DN DMNY trên SGDCK năm 2023

Sàn giao dịch	Tổng số DN DMNY (DN)	Số lượng DN DMNY khảo sát (DN)	Tỷ trọng mẫu (%)
Sàn HOSE	10	5	50%
Sàn HNX	8	4	50%
Sàn Upcom	42	25	59,5%
Tổng cộng	60	34	56,7%

(Nguồn: Vietstock.vn (2024) và tổng hợp của nhóm tác giả)

4.2. Phương pháp phân tích dữ liệu

Kỹ thuật bình phương tối thiểu từng phần (PLS-SEM) được sử dụng để phân tích dữ liệu khảo sát. Đầu tiên, mô hình đo lường được kiểm tra nhằm đánh giá độ tin cậy nhất quán nội bộ, giá trị hội tụ và giá trị phân biệt của các thang đo. Tiếp đó, kỹ thuật phân tích bootstrapping với 5.000 mẫu hoàn lại được thực hiện để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu và ước lượng hệ số tác động của mô hình cấu trúc (Hair, Risher, Sarstedt, & Ringle, 2019). Ngoài ra, kỹ thuật phân tích mô hình

đường dẫn được thực hiện nhằm đánh giá hiệu ứng của biến trung gian.

5. Kết quả nghiên cứu

5.1. Kết quả thống kê đặc điểm DN khảo sát

Kỹ thuật thống kê mô tả được sử dụng để có thông tin về đặc điểm mẫu DN liên quan đến thị trường XK, phương thức XK, tỷ trọng doanh thu XK và cơ cấu hàng may mặc XK. Kết quả thống kê mẫu DN khảo sát được trình bày theo bảng 2 dưới đây:

Các DN DMNY thường là những DN có quy mô vốn và tài sản rất lớn, có thời gian dài

Bảng 2: Thống kê đặc điểm hoạt động xuất khẩu của nhóm DN DMNY năm 2023

Tiêu chí	Tỷ trọng %	Tiêu chí	Tỷ trọng %
Thị trường xuất khẩu		Phương thức xuất khẩu	
Mỹ	45,2	Phương thức gia công (CMT)	59,4
EU	41,6	Phương thức mua nguyên liệu (FOB)	18,6
Nhật Bản	7,2	Phương thức thiết kế gốc (ODM)	3,6
Hàn Quốc	4,7	Phương thức thiết bị gốc (OEM)	12,7
Thị trường khác	1,3	Phương thức thương hiệu gốc (OBM)	5,7
Tổng cộng	100%	Tổng cộng	100%
Tỷ trọng doanh thu xuất khẩu		Cơ cấu sản phẩm xuất khẩu	
Dưới 25% tổng doanh thu	9,3	Áo các loại (thun, jacket, sơ mi)	32,6
Từ 25% đến dưới 50% tổng doanh thu	25,1	Quần áo trẻ em	24,0
Từ 50% đến dưới 75% tổng doanh thu	57,4	Đồ bảo hộ lao động	9,8
Trên 75% tổng doanh thu	8,2	Đồ bộ comple, suit	16,8
		Quần áo y tế	5,4
		Khác	11,4
Tổng cộng	100%	Tổng cộng	100%

(Nguồn: Vietstock.vn (2024) và tính toán của nhóm tác giả)

hoạt động trong lĩnh vực XK hàng may mặc và trang phục. Do đó, cơ cấu sản phẩm XK hết sức đa dạng từ những sản phẩm truyền thống có thể mạnh XK như áo thun, áo khoác, áo sơ mi, quần áo trẻ em cho đến gần đây cơ cấu hàng may mặc, trang phục có sự thay đổi rõ rệt khi các sản phẩm như đồ bảo hộ lao động, bộ comple, quần áo y tế lại tăng nhanh (chủ yếu do xu hướng coi trọng sức khỏe từ thời kỳ hậu đại dịch Covid-19). Đối với thị trường XK thì 4 thị trường lớn nhất của nhóm DN DMNY Việt Nam là Mỹ, EU, Nhật Bản và Hàn Quốc với tỷ trọng lần lượt là 45,2%; 41,6%; 7,2% và 4,7%. Cơ cấu doanh thu XK chiếm tỷ trọng cao trong tổng doanh thu của DN với gần 60% nhóm DN DMNY có tỷ trọng doanh thu XK trên tổng doanh thu đạt từ 50% đến 75%, khoảng ¼ nhóm DN có tỷ trọng doanh thu XK từ 25% đến 50%. Điều này cho thấy rằng các DN DMNY phụ thuộc khá nhiều vào hoạt động XK. Đối với phương thức sản xuất hàng may mặc thì có thể thấy rằng hơn 3 phần 4 DN DMNY là đang thực hiện phương thức CMT và FOB - đây là những phương thức sản xuất gia công với lợi nhuận mang lại hết sức khiêm tốn, ít tạo giá trị gia tăng trong khi đó thì các phương thức sản xuất kinh doanh có thiết kế riêng, có thương hiệu riêng như ODM, OBM thường mang lại giá trị gia tăng cao thì tỷ trọng rất khiêm tốn với con số chưa đến 10%. Điều này cho thấy rằng các DN DMNY vẫn còn đang thực hiện các khâu, công đoạn thấp trong chuỗi giá trị may mặc toàn cầu.

5.2. Kết quả đánh giá mô hình đo lường

5.2.1. Kết quả đánh giá mức độ tin cậy nhất quán nội bộ

Tiêu chuẩn đánh giá mức độ tin cậy nội bộ đó là thang đo đạt được độ tin cậy về các chỉ báo và độ tin cậy tổng hợp.

Kết quả của Bảng 3 cho thấy rằng hệ số CA của tất cả 6 cấu trúc tiềm ẩn nằm trong khoảng từ 0,770 đến 0,857 (đều cao hơn ngưỡng 0,7) và độ tin cậy tổng hợp CR của các cấu trúc này nằm trong khoảng từ 0,853 đến 0,895. Như vậy, mô hình đo lường đạt được độ tin cậy nhất quán nội bộ (Hair et al., 2019).

5.2.2. Kết quả đánh giá mức độ chính xác về sự hội tụ

Để kiểm tra mức độ chính xác về sự hội tụ của mô hình đo lường kết quả theo đó thì phương sai được trích xuất trung bình (AVE) là chỉ số được khuyến nghị sử dụng. Kết quả từ Bảng 3 cho thấy rằng giá trị AVE của tất cả các cấu trúc tiềm ẩn đều lớn hơn 0,5 (giá trị thấp nhất cũng đạt 0,584 > 0,5). Điều này cho thấy rằng mô hình đo lường đã đạt được tính chính xác về sự hội tụ, theo đề xuất của Hair et al. (2019).

5.2.3. Đánh giá mức độ chính xác về sự phân biệt

Phương pháp truyền thống trước đây để đánh giá mức độ chính xác về sự phân biệt là sử dụng chỉ số căn bậc hai của AVE (\sqrt{AVE}) do Fornell and Larcker (1981) đề xuất. Cụ thể là:

Theo khuyến nghị, giá trị trên đường chéo chính của ma trận lớn hơn so với giá trị cùng dòng và cùng cột của nó. Bảng 4 đã tiết lộ rằng giá trị hệ số Fornell & Larcker của cả 5 khái niệm nghiên cứu luôn lớn hơn so với giá trị cùng dòng và cùng cột tương ứng của nó. Ngoài ra, cách tiếp cận gần đây để xem xét tính phân biệt đó là sử dụng thêm cả chỉ số tương quan HTMT do Henseler, Ringle, and Sarstedt (2015) đề xuất. Theo đó, khi giá trị của HTMT giữa cặp thang đo từ 0,9 trở lên thì mô hình đo lường khó đạt yêu cầu về sự phân biệt. Kết quả từ bảng 5 chỉ ra rằng tất cả cấu trúc tiềm ẩn đều thấp hơn 0,9 (giá trị lớn nhất cũng chỉ đạt 0,869 < 0,9). Khi đó cần thực

Bảng 3: Kết quả đánh giá một số chỉ tiêu chính của mô hình đo lường

Cấu trúc tiềm ẩn	Chỉ báo	Hệ số Cronbach alpha	Độ tin cậy tổng hợp CR	Phương sai trích bình quân AVE	Giá trị VIF bên ngoài
Trách nhiệm xã hội (CSR)	CSR1	0,772	0,853	0,593	1,505
	CSR2				1,411
	CSR3				1,582
	CSR4				1,719
Kết quả xuất khẩu (EP)	EP1	0,857	0,894	0,584	1,904
	EP2				1,845
	EP3				1,956
	EP4				1,701
	EP5				1,881
	EP6				1,433
Năng lực đổi mới sản phẩm (PIC)	PIC1	0,853	0,895	0,631	1,606
	PIC2				2,120
	PIC3				2,424
	PIC4				1,877
	PIC5				1,915
Kết quả đổi mới sản phẩm (PIP)	PIP1	0,770	0,867	0,684	1,446
	PIP2				1,679
	PIP3				1,683
Đầu tư cho nghiên cứu & phát triển (RD)	RD1	0,776	0,857	0,600	1,500
	RD2				1,374
	RD3				1,849
	RD4				1,541

(Nguồn: Kết quả phân tích bằng SmartPLS 4)

hiện kỹ thuật bootstrapping để kiểm định giả thuyết liệu có tồn tại sự phân biệt giữa các cặp thang đo trong mô hình đo lường hay không.

Kết quả kiểm định Bootstrap ở khoảng tin cậy cho thấy chỉ số HTMT nằm trong khoảng phân vị từ 2,5% tới 97,5% với xác suất 95%. Tất cả các giá trị HTMT của 5000 mẫu bootstrap trong khoảng 95% đều nhỏ hơn 1, chẳng hạn khoảng tin cậy 95% của chỉ số $HTMT_{CSR - EP}$ nằm trong khoảng [0,088; 0,320] và thấp hơn 1. Vì vậy, có thể bác bỏ giả thuyết H_0 với độ tin cậy 95%. Nói cách khác các giá trị HTMT đều bé hơn 1. Như vậy, cả hai tiêu chuẩn đánh giá tính chính xác

về sự phân biệt do Fornell and Larcker (1981) đề xuất và chỉ số HTMT đều khẳng định rằng mô hình đo lường này thỏa mãn yêu cầu về sự phân biệt.

5.3. Đánh giá mô hình cấu trúc phương trình SEM

5.3.1. Kết quả kiểm định giả thuyết thống kê

Việc kiểm định giả thuyết thống kê được thực hiện theo phương pháp bootstrap (Hair et al., 2019). Kết quả ước lượng mô hình cấu trúc tại Bảng 6 chỉ ra rằng các mối quan hệ tác động trực tiếp của thực hành CSR và sự đầu tư vào R&D đều ảnh hưởng một cách ý nghĩa thống kê đến năng lực ĐMSP và kết quả

Bảng 4: Đánh giá tính phân biệt qua chỉ tiêu Fornell & Lacker và HTMT

	Thực hành TNXH (CSR)	Kết quả xuất khẩu (EP)	Năng lực ĐMSP (PIC)	Kết quả ĐMSP (PIP)	Sự đầu tư cho R&D
Thực hành TNXH (CSR)	0,770				
Kết quả xuất khẩu (EP)	0,594 (0,721)	0,764			
Năng lực ĐMSP (PIC)	0,498 (0,586)	0,640 (0,740)	0,794		
Kết quả ĐMSP (PIP)	0,514 (0,646)	0,537 (0,655)	0,462 (0,572)	0,827	
Sự đầu tư cho R&D	0,474 (0,602)	0,725 (0,869)	0,588 (0,722)	0,467 (0,602)	0,775

Chú thích: Giá trị \sqrt{AVE} nằm trên đường chéo in đậm, giá trị HTMT nằm trong dấu ngoặc đơn (Nguồn: Kết quả phân tích bằng SmartPLS 4)

Bảng 5: Kiểm định khoảng tin cậy 95% về giá trị HTMT

	Hệ số cấu trúc gốc (O)	Hệ số cấu trúc mẫu (M)	Độ chệch	Phân vị 2,5%	Phân vị 97,5%
Thực hành CSR → Kết quả xuất khẩu	0,215	0,219	0,004	0,088	0,320
Thực hành CSR → Năng lực ĐMSP	0,282	0,286	0,003	0,162	0,396
Thực hành CSR → Kết quả ĐMSP	0,377	0,376	-0,001	0,249	0,494
Năng lực ĐMSP → Kết quả xuất khẩu	0,220	0,215	-0,005	0,089	0,347
Kết quả ĐMSP → Kết quả xuất khẩu	0,120	0,121	0,000	0,021	0,231
Sự đầu tư R&D → Kết quả xuất khẩu	0,438	0,438	0,000	0,334	0,540
Sự đầu tư R&D → Năng lực ĐMSP	0,454	0,453	-0,002	0,342	0,557
Sự đầu tư R&D → Kết quả ĐMSP	0,288	0,291	0,003	0,165	0,399

(Nguồn: Kết quả phân tích bằng SmartPLS 4)

ĐMSP thể hiện qua cột giá trị $P < 0,05$. Ngoài ra, hệ số cấu trúc đường dẫn (cột trọng số trung bình mẫu) đều dương, điều này cho thấy là các mối quan hệ đều là thuận chiều với nhau. Như vậy, tất cả các mối quan hệ trực tiếp đều được ủng hộ. Mặt khác thì giá trị của cả hệ số VIF bên trong và hệ số VIF bên ngoài đều thấp hơn 3 (xem bảng 3 và bảng 6). Cho nên, theo Hair et al. (2019) thì có thể khẳng định không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến hoàn hảo trong mô hình.

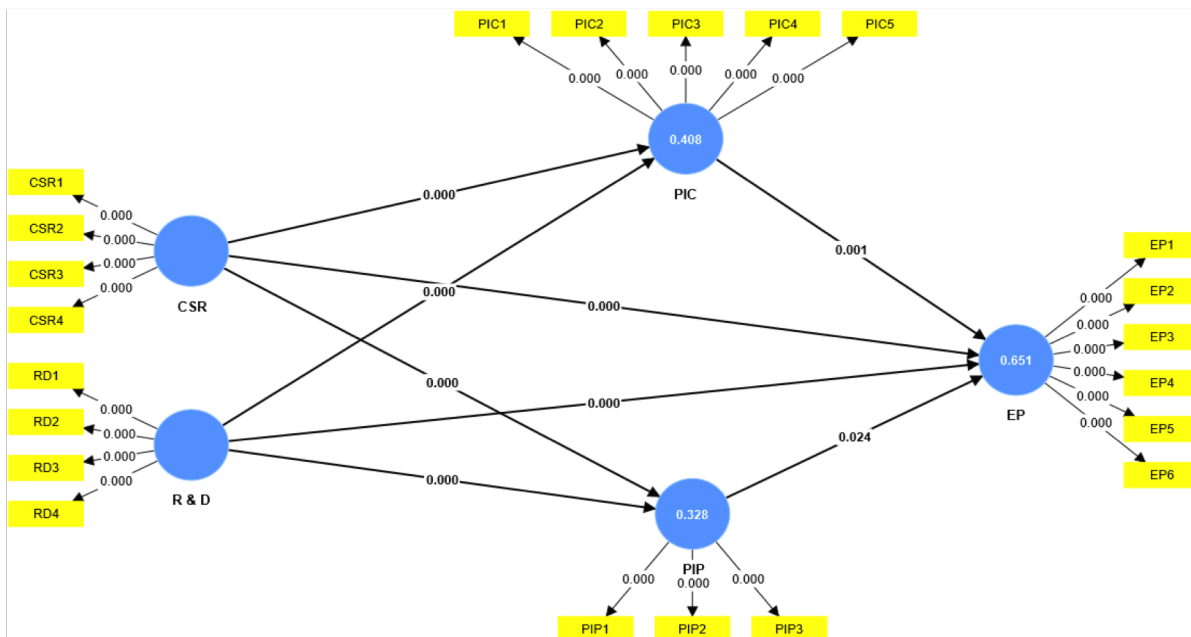
5.3.2. Kết quả phân tích vai trò trung gian của ĐMSP trong mô hình

Bảng 7 cho thấy rằng tất cả các tác động gián tiếp của mô hình cấu trúc đều mang ý nghĩa thống kê (giá trị của cột giá trị $P < 0,05$). Kết quả này khi kết hợp với kết quả ước lượng của bảng 6 đi đến chứng minh rằng có tồn tại hiệu ứng trung gian một phần trong mô hình cấu trúc. Bên cạnh đó, tác động trực tiếp và tác động gián tiếp đều cùng chiều với nhau (thể hiện qua hệ số đường dẫn của Bảng

Bảng 6: Kết quả ước lượng mối quan hệ trực tiếp trong mô hình cấu trúc

Mối quan hệ	Trọng số gốc (O)	Trọng số trung bình mẫu (M)	Độ lệch tiêu chuẩn	Giá trị thống kê t	Giá trị P	VIF bên trong	Kết luận giả thuyết
CSR → EP	0,215	0,219	0,058	3,678	0,000	1,588	Ứng hộ
CSR → PIC	0,282	0,286	0,058	4,882	0,000	1,290	Ứng hộ
CSR → PIP	0,377	0,376	0,062	6,046	0,000	1,290	Ứng hộ
PIC → EP	0,220	0,215	0,066	3,358	0,001	1,737	Ứng hộ
PIP → EP	0,120	0,121	0,053	2,261	0,024	1,531	Ứng hộ
R&D → EP	0,438	0,438	0,052	8,368	0,000	1,704	Ứng hộ
R&D → PIC	0,454	0,453	0,055	8,230	0,000	1,290	Ứng hộ
R&D → PIP	0,288	0,291	0,059	4,842	0,000	1,290	Ứng hộ

(Nguồn: Kết quả phân tích bằng SmartPLS 4)



(Nguồn: Kết quả ước lượng bootstrap từ SmartPLS 4)

Hình 2: Kết quả ước lượng mô hình cấu trúc với biến trung gian ĐMSP

6 và Bảng 7 đều mang dấu dương). Từ đó, có thể khẳng định rằng hiệu ứng trung gian của mô hình cấu trúc mà nhóm tác giả xây dựng là hiệu ứng trung gian từng phần bổ sung (Demming, Jahn, & Boztuğ, 2017; Vũ Hữu Thành & Nguyễn Minh Hà, 2023).

Một số phát hiện của nghiên cứu này có tương đồng với các nghiên cứu trước đó, chẳng hạn ảnh hưởng cùng chiều của R&D đến ĐMSP tương đồng với nghiên cứu của Phan Tô Uyên et al. (2020) cũng như Rese, Baier, and Rausch (2022) khi đã xác nhận vai

Bảng 7: Kết quả ước lượng mối quan hệ trung gian trong mô hình cấu trúc PLS SEM

Mối quan hệ	Trọng số gốc (O)	Trọng số trung bình mẫu (M)	Độ lệch tiêu chuẩn	Giá trị thống kê t	Giá trị P	Hiệu ứng trung gian
Thực hành CSR → Năng lực ĐMSP → Kết quả xuất khẩu	0,062	0,060	0,020	3,113	0,002	Trung gian bổ sung
Thực hành CSR → Kết quả ĐMSP → Kết quả xuất khẩu	0,045	0,045	0,021	2,116	0,034	Trung gian bổ sung
Đầu tư R&D → Năng lực ĐMSP → Kết quả xuất khẩu	0,100	0,098	0,033	2,993	0,003	Trung gian bổ sung
Đầu tư R&D → Kết quả ĐMSP → Kết quả xuất khẩu	0,035	0,035	0,017	2,010	0,045	Trung gian bổ sung

(Nguồn: Kết quả phân tích bằng SmartPLS 4)

trò của đầu tư vào R&D đến ĐMSP của DN XK. Thực hành CSR cũng được tìm thấy có ảnh hưởng thuận chiều đến ĐMSP tương tự như với Zhou et al. (2020) cùng với González-Ramos, Guadamillas, and Donate (2023). Theo đó CSR về khía cạnh môi trường và xã hội có ảnh hưởng cùng chiều đối với năng lực ĐMSP. Thông qua nghiên cứu này nhóm tác giả củng cố thêm cho dòng nghiên cứu này bằng cách thúc đẩy ĐMSP được xây dựng thông qua thực hành cam kết CSR của một DN. Ngoài ra thì phát hiện ảnh hưởng tích cực của ĐMSP đến KQXK của DN dệt may được chứng minh trong công trình của Zhang and Zhu (2016), nghiên cứu phát hiện rằng kết quả ĐMSP có quan hệ cùng chiều với KQXK của DN sản xuất ở Trung Quốc (với ngành may mặc và trang phục).

Bên cạnh đó, kết quả ước lượng mô hình đường dẫn đã xác nhận vai trò trung gian của năng lực ĐMSP và kết quả ĐMSP trong mối quan hệ giữa thực hành CSR, đầu tư vào R&D và KQXK. Đây là những mối quan hệ chưa từng được kiểm chứng trong những

nghiên cứu trước đây. Phát hiện của nghiên cứu chỉ ra rằng cả năng lực ĐMSP và kết quả ĐMSP đóng vai trò trung gian bổ sung, trong đó vai trò của năng lực ĐMSP mạnh mẽ hơn, rõ nét hơn so với kết quả ĐMSP. Điều này có thể được luận giải là do khi DN DMNY tích lũy từ đó chuyển hóa nội lực thành LTCT để tạo ra kết quả cao trong kinh doanh quốc tế. Song cả hai yếu tố đều giúp giải thích và bổ sung thêm cơ chế ảnh hưởng của thực hành CSR và sự đầu tư vào R&D đến KQXK. Điều này góp phần mở rộng sự hiểu biết về cơ chế truyền dẫn của nguồn lực bên trong của DN DMNY đến KQXK.

6. Một số khuyến nghị

6.1. Đối với cơ quan quản lý nhà nước

+ Cần có sự kiểm soát chặt chẽ hơn từ Cơ quan quản lý nhà nước đối với việc trích lập quỹ phát triển khoa học công nghệ tại các DN DMNY. Theo Chính phủ (2014) quy định rằng “Doanh nghiệp khu vực ngoài nhà nước được quyền trích từ thu nhập tính thuế thu nhập doanh nghiệp một tỷ lệ hợp lý, tối đa 10% để lập quỹ phát triển khoa học và công

nghe của doanh nghiệp”. Do đó, các bộ ban ngành chức năng nên cân nhắc thêm việc áp dụng các biện pháp chế tài, xử phạt nghiêm ngặt những DN nào không tuân thủ các quy định về việc trích lập quỹ này.

+ Cơ quan chức năng cũng cần nhanh chóng nỗ lực giải quyết các vấn đề, bao gồm các khó khăn về chuyên đổi số, áp dụng khoa học công nghệ và triển khai hoạt động R&D nói riêng vào quá trình XK hàng may mặc. Tạo ra các cơ chế để khuyến khích sự hợp tác giữa 5 nhà (Nhà nước - Nhà sản xuất - Nhà cung cấp - Nhà trường - Nhà khoa học) trong việc nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ đáp ứng xu hướng “xanh hóa” trong ngành dệt may. Nếu không nhóm DN ngành này có nguy cơ rơi vào thế mắc kẹt “sandwich” khi không cạnh tranh được với các nước đi sau có chi phí nhân công rẻ hơn (như Băng La Đét, Philippin) trong khi lại chưa cạnh tranh được với các nước đi trước có lợi thế công nghệ tiên tiến như Trung Quốc. Chính vì lý do này, đầu tư vào R&D cần đầy đủ và kịp thời nhằm nâng cao năng lực nội sinh của DN.

+ Đưa các chương trình xúc tiến thương mại quốc gia vào nội dung các hiệp định hợp tác song phương hoặc đa phương, tạo điều kiện hỗ trợ các gian hàng triển lãm, hỗ trợ chi phí thuê mặt bằng trong các chương trình thúc đẩy đầu tư ngành hàng dệt may ở nước ngoài.

+ Cuối cùng là Nhà nước cần phải xây dựng cơ sở dữ liệu các chuyên gia về công nghệ và công bố, cập nhật thường xuyên để DN DMNY có thể tiếp xúc và thuê tư vấn. Điều này là do các kết quả nghiên cứu và hồ sơ của các nhà khoa học chỉ được đăng trong

các tạp chí chuyên ngành, nên rất khó tiếp cận với DN. Một cổng thông tin bao gồm các kết quả nghiên cứu cũng như dữ liệu về các nhà khoa học/các chuyên gia về công nghệ sẽ giúp DN DMNY kết nối với mục tiêu thương mại hóa sản phẩm đổi mới.

6.2. Đối với doanh nghiệp dệt may niêm yết

Việc học tập, nghiên cứu, áp dụng các phương pháp sản xuất mới, công nghệ tiên tiến vào quá trình vận hành là rất quan trọng nhằm giảm thiểu việc sử dụng máy móc, thiết bị, phương tiện, hóa chất gây hại cho con người và môi trường. Với thế mạnh trong việc huy động vốn trên thị trường chứng khoán, DN DMNY cần mạnh dạn đầu tư vào việc mua sắm thiết bị may mặc đồng bộ đạt tiêu chuẩn kỹ thuật theo quy định của các FTA thế hệ mới. Các đơn hàng ngày càng ngắn lại do xu hướng thay đổi của thị trường, nên DN DMNY cần nhanh chóng cập nhật và đổi mới công nghệ để đáp ứng nhu cầu sản xuất, chẳng hạn chương trình sản xuất sạch hơn, tiết kiệm năng lượng, quản trị nước thải. Thu hút nhân lực R&D, chuyên gia giỏi bằng việc trích lập ở mức tối đa từ thu nhập tính thuế thu nhập DN cho quỹ phát triển khoa học công nghệ theo Nghị định 95/2014/NĐ-CP. Hiện tại có rất ít các DN DMNY có khoản đầu tư cho quỹ này mặc dù tiềm lực tài chính của nhóm DN này là có vì lợi thế huy động vốn từ những giao dịch cổ phiếu. Điều này là hệ quả từ hạn chế bởi tư duy và nhận thức của ban lãnh đạo DN, họ dường như bỏ qua vai trò của đầu tư R&D cùng với việc chạy theo “đơn hàng gia công” bằng mọi cách, khiến cho năng lực R&D nội sinh của DN DMNY còn rất yếu.

Ngành công nghiệp dệt may và thời trang toàn cầu đang chịu sự kiểm soát nghiêm ngặt đối với việc tuân thủ các tiêu chuẩn, luật pháp và quy định liên quan đến lao động. Đảm bảo quyền con người và các điều kiện làm việc là yếu tố cơ bản để các DN DMNY tồn tại và phát triển trong bối cảnh thị trường ngày càng cạnh tranh khốc liệt. Vì vậy, nhóm các DN DMNY này cần phải thực hiện tốt các cam kết bảo vệ quyền của người lao động thông qua các chính sách lao động công bằng và minh bạch; Đảm bảo lợi ích lâu dài cho người lao động bao gồm cả lợi ích về tài chính (như tiền lương, tiền thưởng, phụ cấp, phúc lợi,...) và lợi ích phi tài chính (an toàn vệ sinh lao động, điều kiện làm việc,...). Bên cạnh đó, các DN DMNY cũng cần hợp tác với các nhà cung cấp đầu vào để bảo đảm đáp ứng đầy đủ tiêu chuẩn lao động tại cơ sở. Sau cùng, họ phải tham gia đánh giá các chứng nhận XK cũng như các bằng phát minh, sáng chế.

6.3. Đối với Hiệp hội dệt may Việt Nam

Phát triển theo hướng xanh hóa, bền vững đã, đang và sẽ là xu hướng cũng như sự lựa chọn ưu tiên trên toàn cầu bởi những lợi ích kép của nó tác động tích cực đến xã hội và cải thiện môi trường cũng như các bên liên quan, trong đó cả DN dệt may, người lao động và khách hàng đều được hưởng lợi. Tuy nhiên, để đạt được điều này, đòi hỏi Hiệp hội dệt may, hiệp hội bông sợi cần:

Thường xuyên hỗ trợ tổ chức các chương trình hội thảo, hội nghị phổ biến cập nhật các văn bản pháp luật tới DN dệt may Việt Nam chẳng hạn như Thỏa thuận xanh EU, cơ chế điều chỉnh carbon tại biên giới,... nhằm tạo điều kiện giúp các DN dệt may thích ứng nhanh với tiêu chuẩn xanh của EU.

Đẩy mạnh tuyên truyền, phổ biến các kiến thức cơ bản về xanh hóa, bền vững đến các yêu cầu đặt ra đối với DN để đáp ứng các chính sách và tiêu chuẩn về xanh hóa, bền vững ở các quốc gia XK.

Chia sẻ rộng rãi các mô hình xanh hóa, mô hình sản xuất tuần hoàn và phát triển bền vững hiệu quả, các phương pháp hay, cách làm tốt trong hệ thống để các DN DMNY học hỏi, nhân rộng và áp dụng vào hoạt động XK của DN mình.

7. Kết luận

Bằng việc nghiên cứu lý luận và thực nghiệm đã cho thấy rằng sự đầu tư vào R&D và hoạt động CSR đều đóng vai trò hết sức quan trọng trong nâng cao KQXK. Các DN DMNY đầu tư vào R&D có nhiều khả năng ĐMSP và đạt được KQXK cao hơn so với DN không chú trọng. Bên cạnh đó, hoạt động CSR cũng giúp bổ sung thêm cho điều này bằng cách tăng cường tác động lên ĐMSP, từ đó cải thiện KQXK, đặc biệt thông qua nâng cao năng lực ĐMSP. Sự tương tác giữa đầu tư vào R&D và CSR đã tạo ra hiệu ứng tương hỗ giúp cải thiện đáng kể năng lực cạnh tranh của DN DMNY trên thị trường toàn cầu. Chính vì vậy, các DN XK muốn nâng cao kết quả hoạt động của mình nên chú trọng đầu tư một cách chiến lược vào cả hoạt động R&D và CSR. Để hưởng lợi từ hoạt động XK thì các nhà quản trị cần khai thác đồng thời hai hoạt động này thông qua nâng cao năng lực ĐMSP và tăng kết quả ĐMSP của DN. ◆

Tài liệu tham khảo:

Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, 17(1), 99-120.

Bayraktar, C. A., Hancerliogullari, G., Cetinguc, B., & Calisir, F. (2017). Competitive strategies, innovation, and firm performance: an empirical study in a developing economy environment. *Technology Analysis & Strategic Management*, 29(1), 38-52.

Bocquet, R., Le Bas, C., Mothe, C., & Poussing, N. (2017). CSR, innovation, and firm performance in sluggish growth contexts: A firm-level empirical analysis. *Journal of business ethics*, 146, 241-254.

Bodlaj, M., Kadic-Maglajlic, S., & Vida, I. (2020). Disentangling the impact of different innovation types, financial constraints and geographic diversification on SMEs' export growth. *Journal of Business research*, 108, 466-475.

Carboni, O. A., & Medda, G. (2020). Linkages between R&D, innovation, investment and export performance: evidence from European manufacturing firms. *Technology Analysis & Strategic Management*, 32(12), 1379-1392.

Costa, C., Lages, L. F., & Hortinha, P. (2015). The bright and dark side of CSR in export markets: Its impact on innovation and performance. *International business review*, 24(5), 749-757.

Chính phủ. (2014). *Nghị định quy định về đầu tư và cơ chế tài chính đối với hoạt động khoa học và công nghệ*. Hà Nội.

Demming, C. L., Jahn, S., & Boztuğ, Y. (2017). Conducting mediation analysis in marketing research. *Marketing: ZFP—Journal of Research and Management*, 39(3), 76-93.

Filatotchev, I., & Piesse, J. (2009). R&D, internationalization and growth of newly list-

ed firms: European evidence. *Journal of international business studies*, 40(8), 1260-1276.

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, 18(1), 39-50.

Frascati, M. (2015). Guidelines for collecting and reporting data on research and experimental development. *The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities*.

Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.

González-Ramos, M. I., Guadamillas, F., & Donate, M. J. (2023). The relationship between knowledge management strategies and corporate social responsibility: Effects on innovation capabilities. *Technological Forecasting and Social Change*, 188, 122287.

Gras-Gil, E., Manzano, M. P., & Fernández, J. H. (2016). Investigating the relationship between corporate social responsibility and earnings management: Evidence from Spain. *BRQ Business Research Quarterly*, 19(4), 289-299.

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.

Hamelink, M., & Opendakker, R. (2019). How business model innovation affects firm performance in the energy storage market. *Renewable energy*, 131, 120-127.

Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural

equation modeling. *Journal of the academy of marketing science*, 43(1), 115-135.

İpek, İ. (2018). The resource-based view within the export context: An integrative review of empirical studies. *Journal of Global Marketing*, 31(3), 157-179.

Jiménez-Jiménez, D., & Sanz-Valle, R. (2011). Innovation, organizational learning, and performance. *Journal of Business research*, 64(4), 408-417.

Lee, Y., Kim, S., & Lee, H. (2011). The impact of service R&D on the performance of Korean information communication technology small and medium enterprises. *Journal of Engineering and Technology Management*, 28(1-2), 77-92.

Lê Nhật Hạnh. (2019). Chiến lược marketing bền vững cho doanh nghiệp: Mô hình khái niệm dựa trên lý thuyết nguồn lực và lý thuyết các bên liên quan. *Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế*, số 5(492), 46-55.

Lê Thanh Tùng, & Quan Minh Quốc Bình. (2020). Thực trạng hoạt động R&D của doanh nghiệp Việt Nam và giải pháp thúc đẩy. *Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế*, số 6, tháng 6/2020(505).

Liu, Q., & Lu, Y. (2015). Firm investment and exporting: Evidence from China's value-added tax reform. *Journal of International Economics*, 97(2), 392-403.

Martos-Pedrero, A., Jiménez-Castillo, D., Ferrón-Vilchez, V., & Cortés-García, F. J. (2023). Corporate social responsibility and export performance under stakeholder view: The mediation of innovation and the moderation of the legal form. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 30(1), 248-266.

Nguyễn Hoàng. (2024). Đổi mới sáng tạo và tác động đến hiệu quả xuất khẩu: Nghiên cứu thực nghiệm tại các doanh nghiệp Việt Nam. *Khoa học thương mại*(Số 187), 3 - 16.

Nguyễn Văn Hà. (2023). *Nghiên cứu tác động của việc thực hiện trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến đổi mới sáng tạo của các doanh nghiệp Việt Nam*. Retrieved from Hà Nội:

Peluffo, A. (2016). The role of investments in export growth. *Small Business Economics*, 47(1), 115-137.

Phan Tố Uyên, Trần Thị Hồng Việt, Đặng Thu Hương, & Nguyễn Hữu Xuyên. (2020). *Đổi mới sáng tạo và năng suất, chất lượng trong doanh nghiệp*. Hà Nội NXB Lao động - Xã hội.

Rauf, A., Ma, Y., & Jalil, A. (2019). Revisiting the innovation-export nexus using industry-level data: Evidence from China's large-and medium-sized industrial enterprises. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 9(3), 73.

Reçica, F., Hashi, I., Jackson, I., & Krasniqi, B. A. (2019). Innovation and the export performance of firms in transition economies: The relevance of the business environment and the stage of transition. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 38(4), 476-506.

Rese, A., Baier, D., & Rausch, T. M. (2022). Success factors in sustainable textile product innovation: An empirical investigation. *Journal of Cleaner Production*, 331, 129829.

Reverte, C., Gomez-Melero, E., & Cegarra-Navarro, J. G. (2016). The influence of corporate social responsibility practices on

organizational performance: evidence from Eco-Responsible Spanish firms. *Journal of Cleaner Production*, 112, 2870-2884.

Rho, Y., & Rodrigue, J. (2016). Firm-level investment and export dynamics. *International Economic Review*, 57(1), 271-304.

Schmenner, R. W. (2004). Service businesses and productivity. *Decision sciences*, 35(3), 333-347.

Sikka, P. (1998). Analysis of in-house R&D centres of innovative firms in India. *Research Policy*, 27(4), 429-433.

Sulton, M., & Sawabi, S. (2022). The Effect of Marketing, Product, Process, and Organizational Innovations on the Marketing Performance. *KnE Social Sciences*, 386-399.

Vietstock.vn. (2024). Doanh nghiệp dệt may niêm yết. Retrieved from <https://vietstock.vn/search?search=Doanh%20nghi%E1%BB%87p%20d%E1%BB%87t%20may>

Võ Văn Dứt. (2023). Vai trò của môi trường cá nhân và chỉ tiêu nghiên cứu và phát triển đối với kết quả xuất khẩu của các DNNVV tại Việt Nam. *Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế*, số 3(538), 55-66.

Vũ Hữu Thành, & Nguyễn Minh Hà. (2023). *Giáo trình phân tích dữ liệu: Áp dụng mô hình PLS - SEM nâng cao* (Vol. tập 2). TP Hồ Chí Minh: NXB ĐH Quốc gia TP Hồ Chí Minh.

Xu, X., Zeng, S., & Chen, H. (2018). Signaling good by doing good: How does environmental corporate social responsibility affect international expansion? *Business Strategy and the Environment*, 27(7), 946-959.

Zhang, J., & Zhu, M. (2016). Market orientation, product innovation and export performance: evidence from Chinese manufac-

turers. *Journal of Strategic marketing*, 24(5), 377-397.

Zhou, H., Wang, Q., & Zhao, X. (2020). Corporate social responsibility and innovation: A comparative study. *Industrial Management & Data Systems*, 120(5), 863-882.

Zhu, Z., & Huang, F. (2012). The effect of R&D investment on firms' financial performance: evidence from the Chinese listed IT firms.

Summary

Nowadays, Vietnamese listed textile firms need to pursue the inclusive growth by focusing on product innovation. This study aims at considering the significant role of product innovation in the maintaining a competitive advantage and the boosting of export performance of Vietnamese listed garment enterprises. The article uses theory of organizational behaviour to explore the firm's resources which impact on firm's export performance via product innovation. Survey data were collected from a sample of managers and experts by using PLS – SEM method. The finding showed that both product innovation capabilities and product innovation performance were influenced by CSR, R&D investment. Besides, the mediating role of product innovation in the link CSR, R&D investment and export performance has also affirmed through the SEM assessment. Finally, several short term and long term export growth policies have been proposed and discussed.