ISSN 1859-3666
E-ISSN 2815-5726

MỤC LỤC

KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ

1. Nguyễn Hoàng - Chuyển đổi số và cam kết phát triển bền vững: Động lực đổi mới sáng tạo cho doanh nghiệp Việt Nam. ***Mã số: 195.1SMET.11*** 3

Digital transformation and commitment to sustainable development: The driving force of innovation for Vietnamese businesses

2. Nguyễn Trần Hưng - Hiệu quả quản lý nhà nước đối với bán lẻ trực tuyến tại Việt Nam - nghiên cứu từ các doanh nghiệp bán lẻ. ***Mã số: 195.1TrEM.11*** 15

State Management Effectiveness of Online Retail in Vietnam - Research at Retail Enterprises

3. Hà Thị Cẩm Vân, Vũ Thị Thanh Huyền, Lê Mai Trang, Trần Việt Thảo và Nguyễn Thị Thu Hiền - Đo lường khoảng cách về năng suất giữa doanh nghiệp FDI và doanh nghiệp nội địa ngành công nghiệp chế biến chế tạo Việt Nam. ***Mã số: 195.1IIEM.11*** 39

Measuring the Productivity Gap Between FDI and Domestic Enterprises in the Vietnam's Manufacturing Industry

QUẢN TRỊ KINH DOANH

4. Nguyễn Minh Nhật và Đào Lê Kiều Oanh - Mức độ hiệu quả của các mô hình học máy tree-based trong phát hiện giao dịch gian lận thẻ tín dụng. ***Mã số: 195.2FiBa.21*** 57

The Effectiveness of Tree-Based Machine Learning Models in Detecting Credit Card Fraud Transactions

ISSN 1859-3666
E-ISSN 2815-5726

5. Lê Nguyễn Diệu Anh - Nghiên cứu tác động của rào cản xuất khẩu đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam. ***Mã số: 195.2IBMg.21*** 72

Research on the Impact of Export Barriers Affecting the Organizational performance of Vietnamese Export Enterprise

6. Trần Văn Khởi - Nghiên cứu năng lực văn hóa của người lao động tại các khu công nghiệp ở Việt Nam. ***Mã số: 195.2HRMg.21*** 85

The study of the cultural competence of workers in industrial zones in Vietnam

7. Bùi Thị Thanh, Phan Quốc Tấn, Lê Công Thuận và Phạm Tô Thục Hân - Nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp thông qua triển khai kinh tế tuần hoàn. ***Mã số: 195.2DEco.21*** 98

Enhancing Firm Performance Through Implementing Circular Economy

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

8. Nguyễn Quỳnh Anh - Hoàn thiện quản lý chính sách về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại Việt Nam. ***Mã số: 195.3SMET.31*** 110

Enhancing Policy Management for Consumer Protection in Vietnam

NGHIÊN CỨU TÁC ĐỘNG CỦA RÀO CẢN XUẤT KHẨU ĐẾN HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG CỦA DOANH NGHIỆP XUẤT KHẨU VIỆT NAM

Lê Nguyễn Diệu Anh
Trường Đại học Thương mại
Email: dieuanh.ln@tmu.edu.vn

Ngày nhận: *03/09/2024* ***Ngày nhận lại:*** *25/10/2024* ***Ngày duyệt đăng:*** *28/10/2024*

Bài viết phân tích tác động của các rào cản xuất khẩu đến hiệu quả hoạt động của 282 doanh nghiệp xuất khẩu tại Việt Nam. Kết quả hồi quy cho thấy các rào cản nguồn nhân lực, văn hóa, sản phẩm, tài chính và hành chính đều có ảnh hưởng tiêu cực và đáng kể đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Rào cản nguồn nhân lực và tài chính là những yếu tố ảnh hưởng mạnh nhất, khi sự thiếu hụt nhân sự có chuyên môn và khó khăn trong tiếp cận nguồn vốn làm giảm khả năng cạnh tranh quốc tế của doanh nghiệp. Những phát hiện này nhấn mạnh sự cần thiết của các chính sách hỗ trợ từ phía chính phủ, bao gồm đơn giản hóa thủ tục hành chính và tăng cường các chương trình đào tạo và hỗ trợ tài chính cho doanh nghiệp. Nghiên cứu đóng góp vào hiểu biết về mối quan hệ giữa rào cản xuất khẩu và hiệu quả hoạt động trong bối cảnh nền kinh tế đang phát triển, đồng thời cung cấp gợi ý chiến lược cho các nhà quản lý doanh nghiệp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

Từ khóa*: Xuất khẩu, rào cản xuất khẩu, hiệu quả hoạt động, doanh nghiệp xuất khẩu, Việt Nam.*

JEL Classifications*: F13, O12, O24.*

DOI*: 10.54404/JTS.2024.195V.05*

1. Mở đầu

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng, xuất khẩu đóng vai trò quan trọng trong chiến lược phát triển kinh tế của Việt Nam. Nhiều doanh nghiệp Việt Nam đã tận dụng các cơ hội từ các hiệp định thương mại tự do (FTA) để mở rộng thị trường và gia tăng kim ngạch xuất khẩu (Trần Thị Thùy Linh, 2022). Tuy nhiên, cùng với những cơ hội mở ra, các doanh nghiệp cũng phải đối mặt với nhiều loại rào cản xuất khẩu khác nhau từ các thị trường quốc tế, bao gồm rào cản thuế quan và phi thuế quan (Mai Xuân Đào và cộng sự, 2021; Trần Thị Ngọc Lan và Lê An Hữu Vinh, 2021).

Những rào cản xuất khẩu này có thể tác động tiêu cực đến hiệu quả hoạt động, gây ra sự gia tăng chi phí, giảm khả năng cạnh tranh và hạn chế sự tiếp cận thị trường nước ngoài của doanh nghiệp xuất khẩu. Các rào cản này, theo Leonidou (2004), bao gồm các yếu tố như hạn chế về nhân lực, quy định hành chính và vấn đề văn hóa, tất cả đều có thể làm giảm khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp. Trước những chính sách bảo hộ và chủ nghĩa dân tộc đang gia tăng trên toàn cầu, các doanh nghiệp

buộc phải phát triển các chiến lược quản lý linh hoạt để điều chỉnh hoạt động xuất khẩu của mình (Trần Minh Nguyệt, 2019).

Do đó, nghiên cứu về rào cản xuất khẩu và tác động đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp là chủ đề luôn có tính cấp thiết. Trong bối cảnh Việt Nam ngày càng tham gia nhiều hiệp định thương mại đa phương và song phương, hiểu rõ các rào cản thương mại đối với xuất khẩu và chuẩn bị trước giải pháp không chỉ có ý nghĩa về mặt lý luận mà còn có giá trị thực tiễn, giúp các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam nâng cao khả năng thích ứng, gia tăng hiệu quả hoạt động và đảm bảo vị thế cạnh tranh của sản phẩm Việt trên thị trường quốc tế.

2. Cơ sở lý luận

2.1. Tổng quan về rào cản xuất khẩu

Rào cản xuất khẩu có thể được hiểu là các yếu tố cản trở khả năng của doanh nghiệp trong việc khởi xướng, phát triển và duy trì hoạt động thương mại tại thị trường nước ngoài (Leonidou, 2000). Những yếu tố này bao gồm các khó khăn về quy trình, chi phí, văn hóa và pháp lý khi doanh nghiệp tiếp cận thị trường quốc tế. Leonidou (2004) đã chỉ ra rằng, những rào cản này không chỉ làm tăng chi phí mà còn phức tạp hóa quy trình xuất khẩu, từ đó ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động. Rào cản xuất khẩu không chỉ hạn chế khả năng khai thác cơ hội kinh doanh quốc tế mà còn giảm hiệu quả tài chính của doanh nghiệp, làm trì hoãn tiến trình quốc tế hóa và trong nhiều trường hợp, buộc doanh nghiệp phải từ bỏ hoàn toàn hoạt động xuất khẩu.

Về phân loại, bên cạnh hai nhóm tổng quát thuế quan và phi thuế quan, các học giả đã đề xuất phân rào cản xuất khẩu thành nhiều loại, theo các tiêu chí khác nhau (Morgan và Katsikeas, 1997; Mataveli và cộng sự, 2022). Nghiên cứu này tổng hợp và phân loại rào cản xuất khẩu thành năm nhóm chính, gồm: rào cản nguồn nhân lực, rào cản văn hóa, rào cản sản phẩm, rào cản hành chính và rào cản tài chính. Từ đó, các giả thuyết nghiên cứu được phát triển về tác động cụ thể của từng loại rào cản đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.

2.2. Giả thuyết nghiên cứu về tác động của các loại rào cản xuất khẩu

Rào cản nguồn nhân lực (human capital barriers) đề cập đến những yếu tố liên quan đến năng lực, kiến thức và kỹ năng của đội ngũ nhân sự trong doanh nghiệp, đặc biệt trong lĩnh vực xuất khẩu. Theo nghiên cứu của Hutchinson và cộng sự (2006), những yếu tố chính bao gồm thiếu hụt nhân viên chuyên môn, năng lực quản lý hạn chế và thiếu hiểu biết về thị trường quốc tế. Những hạn chế này, thường do thiếu đào tạo chuyên sâu và kinh nghiệm thực tế trong môi trường kinh doanh toàn cầu, không chỉ cản trở khả năng nắm bắt cơ hội kinh doanh mà còn ảnh hưởng tiêu cực đến việc thiết lập mối quan hệ quốc tế.

Rào cản nguồn nhân lực tác động tiêu cực đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp trên nhiều khía cạnh. Hạn chế kiến thức và kỹ năng trong đội ngũ nhân sự khiến doanh nghiệp gặp khó khăn trong việc xây dựng và thực hiện chiến lược xuất khẩu, dẫn đến việc bỏ lỡ cơ hội kinh doanh và giảm khả năng cạnh tranh (Tesfom et al., 2006). Thiếu hiểu biết về quy trình xuất khẩu và các quy định có thể gây ra sai sót, làm gia tăng chi phí và thời gian xử lý (Vissak et al., 2020). Những hạn chế này dẫn đến suy giảm doanh số, lợi nhuận và thị phần, làm giảm tiềm năng tăng trưởng của doanh nghiệp xuất khẩu trong dài hạn. Từ những lý luận trên, giả thuyết nghiên cứu đầu tiên được đề xuất như sau:

Giả thuyết H1: *Rào cản nguồn nhân lực có tác động tiêu cực đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp*.

Rào cản văn hóa (cultural barriers) đề cập đến những khác biệt về ngôn ngữ, phong tục tập quán và cách thức kinh doanh giữa quốc gia xuất khẩu và quốc gia nhập khẩu. Theo Ghemawat (2001), khoảng cách văn hóa có thể tạo ra sự không chắc chắn và rủi ro trong

các giao dịch quốc tế, ảnh hưởng đến giao tiếp, quy trình đàm phán và xây dựng mối quan hệ kinh doanh. Các giá trị văn hóa khác nhau cũng có thể gây khó khăn trong việc hiểu và đáp ứng nhu cầu của khách hàng nước ngoài, cũng như ảnh hưởng đến khả năng thiết lập mối quan hệ kinh doanh lâu dài.

Về tác động đến hiệu quả hoạt động, khác biệt văn hóa có thể dẫn đến sai lầm chiến lược, làm giảm uy tín và vị thế cạnh tranh (Voldnes & Gronhaug, 2015), hay hiểu lầm trong giao tiếp do khác biệt văn hóa có thể kéo dài hoặc thất bại trong đàm phán, cản trở việc thiết lập mối quan hệ bền vững. Chỉ khi vượt qua được rào cản này, doanh nghiệp mới có thể tạo ra lợi thế cạnh tranh so với đối thủ cạnh tranh địa phương. Dựa trên các phân tích đã được trình bày, bài viết đề xuất giả thuyết thứ hai như sau:

Giả thuyết H2: *Rào cản văn hóa có tác động tiêu cực đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp*.

Rào cản sản phẩm đề cập đến những khó khăn mà các doanh nghiệp phải đối mặt trong quá trình phát triển, sản xuất và điều chỉnh sản phẩm nhằm phù hợp với yêu cầu của thị trường xuất khẩu. Các doanh nghiệp thường gặp phải các trở ngại liên quan đến việc đáp ứng tiêu chuẩn chất lượng, yêu cầu về đóng gói và nhãn mác của các thị trường nước ngoài, điều này có thể khác biệt đáng kể so với thị trường nội địa (Leonidou, 2004). Để vượt qua những rào cản này, doanh nghiệp cần đầu tư thêm vào nguồn lực, công nghệ và nghiên cứu thị trường sâu sắc để điều chỉnh sản phẩm cho phù hợp với sở thích và nhu cầu của khách hàng quốc tế (Cavusgil & Zou, 1994). Những thách thức này không chỉ giới hạn ở khía cạnh sản phẩm mà còn bao gồm việc quảng bá thương mại và cung cấp dịch vụ sau bán hàng, từ đó tạo ra áp lực lớn lên các hoạt động xuất khẩu.

Khả năng thích ứng sản phẩm có tác động đáng kể đến cơ hội kinh doanh và thị phần của doanh nghiệp tại thị trường nước ngoài (Katsikeas & Morgan, 1994). Các doanh nghiệp có khả năng điều chỉnh sản phẩm một cách nhanh chóng và hiệu quả sẽ có lợi thế trong việc đáp ứng nhu cầu của khách hàng, đồng thời tận dụng được những xu hướng thị trường mới. Ngược lại, những khó khăn trong việc thích ứng sản phẩm có thể dẫn đến việc bỏ lỡ các cơ hội kinh doanh hoặc gặp bất lợi trong cạnh tranh với các đối thủ địa phương (Mataveli và cộng sự, 2022). Từ những lập luận trên, bài viết đề xuất giả thuyết thứ ba như sau:

Giả thuyết H3: *Rào cản sản phẩm có tác động tiêu cực đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp*.

Rào cản tài chính đề cập đến những thách thức trong việc tiếp cận và quản lý nguồn vốn phục vụ cho hoạt động xuất khẩu. Doanh nghiệp thường gặp khó khăn trong việc huy động vốn, quản lý rủi ro tỷ giá và đối phó với chi phí tài chính cao liên quan đến giao dịch quốc tế. Những thách thức này có thể cản trở khả năng đầu tư vào nghiên cứu thị trường, phát triển sản phẩm và mở rộng hoạt động xuất khẩu. Theo nghiên cứu của Leonidou (2004), việc thiếu hụt nguồn vốn và khó khăn trong tiếp cận tín dụng xuất khẩu là những rào cản tài chính phổ biến, đặc biệt đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Thêm vào đó, sự phát triển tài chính của một quốc gia có thể ảnh hưởng tích cực đến khả năng xuất khẩu của doanh nghiệp (Linh et al., 2019), trong khi việc thiếu tín dụng có thể dẫn đến nhiều khó khăn cho các công ty xuất khẩu.

Khả năng tài chính của doanh nghiệp có ảnh hưởng trực tiếp đến việc tận dụng các cơ hội kinh doanh và mở rộng thị trường xuất khẩu (Mataveli và cộng sự, 2022). Các doanh nghiệp có nguồn lực tài chính vững mạnh thường có khả năng đầu tư vào các hoạt động marketing quốc tế, tham gia hội chợ thương mại và thiết lập mạng lưới phân phối tại các thị trường nước ngoài. Ngược lại, các hạn chế

về tài chính có thể khiến doanh nghiệp phải từ bỏ các cơ hội đầu tư hoặc hạn chế quy mô hoạt động xuất khẩu của mình. Tuy nhiên, quản lý hiệu quả nguồn lực tài chính hạn chế cũng có thể thúc đẩy doanh nghiệp tìm kiếm các giải pháp sáng tạo trong hoạt động xuất khẩu, giúp cải thiện hiệu quả và khả năng cạnh tranh trên thị trường quốc tế (Katsikeas & Morgan, 1994). Rõ ràng, các rào cản tài chính không chỉ ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu mà còn quyết định đến sự phát triển bền vững của doanh nghiệp trên thị trường quốc tế. Từ những lập luận trên, bài viết đề xuất giả thuyết thứ tư như sau:

Giả thuyết H4: *Rào cản tài chính có tác động tiêu cực đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp*.

Rào cản hành chính đề cập đến những thách thức mà doanh nghiệp phải đối mặt trong việc tuân thủ các quy định, thủ tục hải quan và chính sách của nước nhập khẩu. Các doanh nghiệp xuất khẩu thường gặp khó khăn trong việc xử lý các thủ tục giấy tờ phức tạp, đáp ứng các yêu cầu về chứng nhận và giấy phép, cũng như đối phó với các rào cản phi thuế quan (Leonidou, 2004). Những yêu cầu này có thể khác nhau đáng kể giữa các quốc gia, điều này buộc doanh nghiệp phải đầu tư thời gian và nguồn lực để nghiên cứu và đảm bảo tuân thủ. Hơn nữa, sự thiếu minh bạch và không ổn định trong chính sách thương mại của nước nhập khẩu có thể tạo ra những thách thức bổ sung cho hoạt động xuất khẩu. Tình trạng này không chỉ gây khó khăn trong việc lập kế hoạch mà còn làm tăng rủi ro cho doanh nghiệp khi tham gia vào thị trường quốc tế.

Rào cản hành chính có thể ảnh hưởng đáng kể đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp, đặc biệt là trong việc gia tăng thời gian và chi phí thực hiện các giao dịch xuất khẩu (Mataveli và cộng sự, 2022). Các thủ tục hải quan phức tạp và chậm trễ trong quá trình thông quan có thể làm gián đoạn chuỗi cung ứng, từ đó ảnh hưởng đến uy tín của doanh nghiệp với khách hàng nước ngoài. Chi phí tuân thủ các quy định và tiêu chuẩn của nước nhập khẩu có thể cản trở khả năng cạnh tranh và giảm lợi nhuận của doanh nghiệp trên thị trường quốc tế. Dựa trên những lập luận trên, bài viết đề xuất giả thuyết thứ năm như sau:

Giả thuyết H5: *Rào cản hành chính có tác động tiêu cực đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp*.

3. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu định lượng được triển khai. Từ tổng quan các công trình nghiên cứu đã công bố, bài viết xây dựng mô hình và các giả thuyết nghiên cứu, đồng thời xác lập bộ thang đo nghiên cứu để đo lường các loại rào cản xuất khẩu. Thang đo này tập trung vào các yếu tố chính ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động xuất khẩu của doanh nghiệp, giúp đảm bảo tính khách quan và độ tin cậy trong quá trình khảo sát thực địa. Phương trình hồi quy được xác định như sau:

$$Y = \beta_0 + \beta_1*X1 + \beta_2*X2 + \beta_3*X3 + \beta_4*X4 + \beta_5*X5 + \beta_6*X6 + \beta_7*X7 + \beta_8*X8 + \varepsilon$$

Với:

Y: là kết quả hoạt động của doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam;

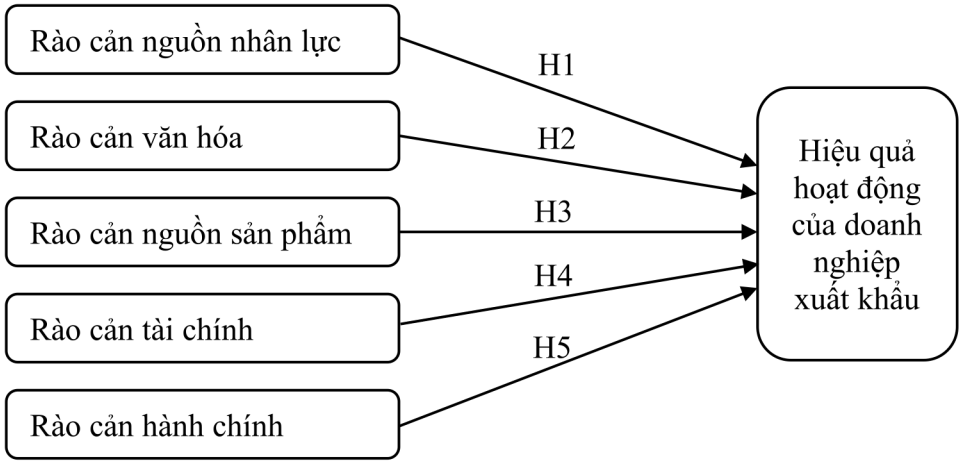
β_0, β_1, …, β_8: các hệ số cần tìm;

X1, X2, …, X5: lần lượt là các loại rào cản xuất khẩu về nguồn nhân lực, văn hóa, sản phẩm, tài chính và hành chính;

X6, X7, X8: lần lượt là các biến kiểm soát về kinh nghiệm xuất khẩu, quy mô lao động và doanh thu của doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam;

ε: sai số chuẩn.

Để thu thập dữ liệu sơ cấp, bảng hỏi khảo sát được thiết kế dựa trên các thang đo đã xác lập và 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 từ năm 2016 đến 2023. Sau khi nhận về, các bảng hỏi khảo sát được kiểm tra và lọc bỏ những bảng hỏi thiếu thông



(Nguồn: Tác giả đề xuất)

Hình 1: *Mô hình nghiên cứu lý thuyết*

tin quan trọng. Cuối cùng thu được 282 bảng hỏi hoàn chỉnh, tạo thành mẫu nghiên cứu gồm 282 doanh nghiệp xuất khẩu (Bảng 1).

Về cấu trúc mẫu, các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam tham gia khảo sát phần lớn đều có kinh nghiệm xuất khẩu từ 3 đến dưới

Bảng 1: *Mẫu khảo sát điều tra*

Tiêu chí	Số lượng	Tỷ lệ	Tiêu chí	Số lượng	Tỷ lệ
Kinh nghiệm xuất khẩu	*282*	*100%*	*Thị trường chính*	*282*	*100%*
Dưới 3 năm	70	24,82%	ASEAN	53	18,79%
Từ 3 đến dưới 5 năm	83	29,43%	Châu Á (trừ ASEAN)	93	32,98%
Từ 5 đến dưới 10 năm	69	24,47%	Châu Âu EU	43	15,25%
Từ 10 đến dưới 20 năm	35	12,41%	Mỹ, Canada	38	13,48%
Từ 20 năm trở lên	25	8,87%	Khác	55	19,50%
Lao động (người)	*282*	*100%*	*Doanh thu (VND)*	*282*	*100%*
Dưới 10 lao động	53	18,79%	Dưới 10 tỷ	42	14,89%
10 - 99 lao động	74	26,24%	Từ 10 đến dưới 100 tỷ	57	20,21%
100 - 199 lao động	79	28,01%	Từ 100 đến dưới 300 tỷ	86	30,50%
200 - 999 lao động	61	21,63%	Từ 300 đến dưới 1000 tỷ	64	22,70%
≥ 1000 lao động	15	5,32%	Từ 1000 tỷ trở lên	33	11,70%

(Nguồn: Khảo sát của tác giả)

Bảng 2: *Thang đo nghiên cứu*

STT	Biến nghiên cứu	Ký hiệu	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Hệ số tải	Nguồn tác giả
1.	Rào cản nguồn nhân lực	X1	Cronbach's Alpha = 0,926; KMO = 0,831; Sig. = 0,000; Giá trị cột trụ đầu = 77,560 %			
1.1	Thiếu nhân lực quản lý XK	X11	3.24	1.168	0.959	Hutchinson et al. (2006); Leonidou (2004); Mataveli và cộng sự (2022)
1.2	Thiếu nhân lực chuyên môn XK	X12	2,77	1,302	0,917	
1.3	Thiếu kiến thức thị trường XK	X13	2,83	1,069	0,910	
1.4	Thiếu kênh phân phối XK	X14	2,87	1,205	0,854	
1.5	Không nắm rõ quy trình XK	X15	2,77	1,199	0,749	
2.	Rào cản văn hóa	X2	Cronbach's Alpha = 0,862; KMO = 0,728; Sig, = 0,000; Giá trị cột trụ đầu = 78,521 %			
2.1	Khác biệt thói quen của nước XK	X21	2,59	1,047	0,905	Ghemawat (2001); Mataveli và cộng sự (2022)
2.2	Khác biệt văn hóa của nước XK	X22	2,91	1,122	0,886	
2.3	Khác biệt ngôn ngữ của nước XK	X23	2,28	1,086	0,866	
3.	Rào cản sản phẩm	X3	Cronbach's Alpha = 0,865; KMO = 0,744; Sig, = 0,000; Giá trị cột trụ đầu = 71,541 %			
3.1	Năng lực sản xuất thấp	X31	2,81	0,931	0,911	Cavusgil and Zou (1994); Katsikeas and Morgan (1994); Leonidou (2004)
3.2	Năng lực công nghệ thấp	X32	3,07	0,998	0,887	
3.3	Khả năng thích ứng sản phẩm thấp	X33	2,85	0,940	0,797	
3.4	Khó tiếp cận nhà phân phối	X34	2,37	1,001	0,781	
4.	Rào cản tài chính	X4	Cronbach's Alpha = 0,881; KMO = 0,848; Sig, = 0,000; Giá trị cột trụ đầu = 62,951 %			
4.1	Chi phí tài chính trong XK	X41	2,62	1,214	0,857	Katsikeas and Morgan (1994); Leonidou (2004); Mataveli và cộng sự (2022)
4.2	Khó tiếp cận ngân hàng đảm bảo	X42	2,85	1,150	0,816	
4.3	Tiếp cận tín dụng hạn chế	X43	2,61	1,209	0,806	
4.4	Khó xin được hạn tín dụng	X44	3,15	1,303	0,781	
4.5	Thiếu nguồn lực tài chính	X45	2,85	1,194	0,769	
4.6	Khó tiếp cận bảo hiểm tín dụng	X46	3,22	1,211	0,725	

5.	Rào cản hành chính	X5	Cronbach's Alpha = 0,868; KMO = 0,827; Sig, = 0,000; Giá trị cột trụ đầu = 66,877 %			
5.1	Thủ tục giấy tờ XK	X51	3,01	1,211	0,924	Cavusgil and Zou (1994); Leonidou (2004)
5.2	Xin giấy phép, hạn ngạch	X52	3,15	1,097	0,898	
5.3	Thuế hải quan	X53	2,79	1,089	0,871	
5.4	Vệ sinh dịch tễ	X54	3,18	1,060	0,697	
5.5	Rào cản hải quan	X55	2,89	1,104	0,663	
6.	Hiệu quả hoạt động	Y	Cronbach's Alpha = 0,819; KMO = 0,751; Sig. = 0,000; Giá trị cột trụ đầu = 65,116 %			
6.1	Doanh thu	Y1	3,67	1,224	0,854	Cavusgil và Zou (1994); Katsikeas và cộng sự (2000)
6.2	Lợi nhuận	Y2	3,67	1,149	0,814	
6.3	Thị phần	Y3	3,62	1,229	0,809	
6.4	Mục tiêu chiến lược	Y4	4,20	1,058	0,747	

(Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu bằng SPSS)

5 năm, chiếm tỷ lệ cao nhất với 29,43%, tiếp theo là nhóm doanh nghiệp có kinh nghiệm từ 5 đến dưới 10 năm (24,47%). Về thị trường xuất khẩu chính, tỷ trọng lớn nhất là các doanh nghiệp xuất khẩu sang khu vực Châu Á (trừ ASEAN) với 32,98%, cho thấy sự tập trung cao vào thị trường này. Về quy mô lao động, các doanh nghiệp có từ 100 đến 199 lao động chiếm tỷ lệ cao nhất với 28,01%, trong khi doanh thu chủ yếu tập trung vào nhóm doanh nghiệp có doanh thu từ 100 đến dưới 300 tỷ VND, chiếm 30,50%. Số liệu này phản ánh sự đa dạng trong cơ cấu kinh nghiệm, quy mô và thị trường chính của các doanh nghiệp trong mẫu nghiên cứu.

Kết quả kiểm định thang đo nghiên cứu (Bảng 2) cho thấy tất cả các chỉ số Cronbach's Alpha đều lớn hơn 0.7, chứng tỏ các thang đo có độ tin cậy cao và đạt mức chấp nhận trong nghiên cứu khoa học. Đồng thời, các kiểm định KMO và Bartlett đều cho giá trị lớn hơn 0.7 và có ý nghĩa thống kê ở ngưỡng tin cậy 95%, điều này xác nhận tính phù hợp của dữ liệu đối với phân tích nhân tố khám phá. Ngoài ra, các giá trị Bình phương trích xuất của thành tố thứ nhất của các biến đều trên 50%, cho thấy các thành tố này có khả năng giải thích hơn 50% thông tin của các biến quan sát (items) cấu thành, từ đó khẳng định độ tin cậy và tính hợp lệ của các thang đo sử dụng trong nghiên cứu này.

Trong nghiên cứu này, phương pháp phân tích hồi quy được áp dụng nhằm kiểm định mô hình và các giả thuyết về tác động của các rào cản xuất khẩu đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp Việt Nam. Việc sử dụng phương pháp này là phù hợp vì các thang đo đã được kiểm định, đảm bảo độ tin cậy và tính hợp lệ, cung cấp dữ liệu đáng tin cậy cho việc phân tích định lượng. Phân tích hồi quy cho phép đánh giá mức độ và hướng tác động của từng loại rào cản đến các chỉ số hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam, giúp làm rõ mối quan hệ giữa các biến độc lập (các loại rào cản) và biến phụ thuộc (hiệu quả hoạt động). Kết quả hồi quy thu được sẽ là cơ

sở để phân tích và thảo luận trong phần tiếp theo về kết quả nghiên cứu, cung cấp những hiểu biết thực tiễn về ảnh hưởng của các rào cản xuất khẩu đối với các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam.

4. Kết quả nghiên cứu

Kết quả phân tích hồi quy cho thấy mô hình nghiên cứu đạt độ tin cậy cao (Bảng 3). Giá trị F = 39,503 với p-value (Sig.) = 0,000 khẳng định mô hình có ý nghĩa thống kê, tức là có thể giải thích được sự biến thiên của hiệu quả hoạt động doanh nghiệp qua các rào cản xuất khẩu đã đưa vào mô hình. Giá trị R^2 hiệu chỉnh = 0,523 cho thấy mô hình có thể giải thích được 52,3% sự thay đổi của biến phụ thuộc, một tỷ lệ phù hợp đối với các nghiên cứu trong lĩnh vực kinh tế doanh nghiệp. Hệ số Durbin-Watson = 1,949 cho thấy không có hiện tượng tự tương quan trong phần dư, đảm bảo tính độc lập giữa các quan sát. Ngoài ra, các giá trị VIF của tất cả các biến đều nhỏ hơn 2, chứng tỏ không có hiện tượng đa cộng tuyến trong mô hình. Những kết quả này khẳng định độ tin cậy và tính hợp lệ của mô hình hồi quy, tạo cơ sở vững chắc cho các phân tích sâu hơn về tác động của rào cản xuất khẩu đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp Việt Nam. Cụ thể như sau:

Tác động của rào cản nguồn nhân lực: Theo kết quả hồi quy ở bảng 3, biến X1 có tác động tiêu cực đến biến phụ thuộc hiệu quả hoạt động (Y) ở ngưỡng tin cậy 95% (Coef. = -0,308 & P = 0,000). Như vậy, *giả thuyết H1 được khẳng định đúng*: rào cản nguồn nhân

Bảng 3: *Kết quả phân tích hồi quy bội*

	Hệ số chưa chuẩn hóa		t	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến	
	B	*Sai số*			*Dung sai*	*VIF*
(hệ số)	-0.100	0.150	-0.668	0.505		
X1	-0.308***	0.050	-6.141	0.000	0.673	1.486
X2	-0.157***	0.044	-3.599	0.000	0.887	1.128
X3	-0.181***	0.048	-3.808	0.000	0.751	1.332
X4	-0.266***	0.049	-5.433	0.000	0.708	1.413
X5	-0.174***	0.043	-4.011	0.000	0.903	1.107
X6	-0.016	0.036	-0.450	0.653	0.929	1.077
X7	0.060	0.034	1.767	0.078	0.960	1.041
X8	-0.003	0.036	-0.089	0.929	0.971	1.030

$R = 0,732$; $R^2 = 0,537$; R^2 hiệu chỉnh = 0,523; Durbin-Watson = 1,949

Sai số ước tính = 0,691; F = 39,503; Sig.= 0,000.

Ghi chú: * mức ý nghĩa thống kê p < 0,05
** mức ý nghĩa thống kê p < 0,01
*** mức ý nghĩa thống kê p < 0,001
(Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu bằng SPSS)

lực càng cao thì hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp Việt Nam càng thấp. Điều này có nghĩa là khi các doanh nghiệp gặp khó khăn về nguồn nhân lực, khả năng cạnh tranh và hiệu suất xuất khẩu cũng giảm theo. Các doanh nghiệp Việt Nam thường gặp trở ngại do đội ngũ quản lý thiếu kinh nghiệm và kiến thức về thị trường quốc tế, dẫn đến khó khăn trong việc xây dựng chiến lược và ra quyết định kịp thời. Điều này khiến các doanh nghiệp bỏ lỡ nhiều cơ hội kinh doanh quan trọng trên thị trường toàn cầu.

Hơn nữa, việc thiếu hụt nhân sự chuyên môn trong các lĩnh vực quan trọng như logistics, marketing toàn cầu và quan hệ quốc tế cũng là một yếu tố làm tăng chi phí vận hành và làm giảm hiệu quả hoạt động. Các doanh nghiệp không có đủ nguồn lực để quản lý chuỗi cung ứng hoặc điều phối hoạt động giao nhận hàng hóa, dẫn đến việc tăng chi phí và chậm trễ trong hoạt động xuất khẩu, làm giảm khả năng cạnh tranh của họ trên thị trường quốc tế. Đồng thời, sự thiếu hiểu biết về nhu cầu thị trường, quy định thương mại và đối thủ cạnh tranh tại các quốc gia xuất khẩu làm cho chiến lược xuất khẩu của doanh nghiệp trở nên kém hiệu quả, dẫn đến việc sản phẩm khó được tiêu thụ và doanh thu sụt giảm.

Tác động của rào cản văn hóa: Kết quả hồi quy ở bảng 3 cho thấy biến X2 có tác động tiêu cực đến biến phụ thuộc hiệu quả hoạt động (Y) ở ngưỡng tin cậy 95% (Coef. = -0,157 & P = 0,000). Kết quả này cho phép *khẳng định giả thuyết H2 đúng*: rào cản văn hóa càng cao thì hiệu quả hoạt động doanh nghiệp Việt Nam càng thấp. Sự khác biệt về văn hóa giữa các thị trường, bao gồm phong tục, tập quán và ngôn ngữ, thường tạo ra khó khăn trong việc thấu hiểu và đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng nước ngoài, dẫn đến thất bại trong việc thâm nhập và mở rộng thị trường xuất khẩu. Thêm vào đó, rào cản ngôn ngữ là một trở ngại lớn, làm giảm khả năng tương tác hiệu quả với các đối tác quốc tế. Sự thiếu hụt khả năng giao tiếp bằng ngôn ngữ của đối tác nước ngoài có thể dẫn đến những hiểu lầm trong quá trình thương thảo hợp đồng, xử lý các vấn đề sau khi bán hàng và thậm chí trong các cuộc đàm phán quan trọng. Điều này không chỉ ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh mà còn có thể gây tổn hại đến mối quan hệ lâu dài với các đối tác quốc tế. Ngoài ra, việc thiếu hiểu biết về phong cách làm việc và quy tắc kinh doanh của các nước khác cũng khiến doanh nghiệp gặp khó khăn trong việc duy trì mối quan hệ đối tác, làm giảm khả năng cạnh tranh xuất khẩu.

Kết quả nghiên cứu này chỉ ra rằng việc xây dựng một chiến lược xuất khẩu linh hoạt, phù hợp với văn hóa địa phương là điều cần thiết để cải thiện hiệu quả hoạt động. Các doanh nghiệp cần tập trung nghiên cứu kỹ lưỡng các yếu tố văn hóa của thị trường mục tiêu để điều chỉnh sản phẩm và dịch vụ cho phù hợp hơn. Đồng thời, nâng cao kỹ năng ngoại ngữ cho nhân viên cũng là yếu tố quan trọng để giúp doanh nghiệp giảm thiểu những rủi ro trong giao tiếp và tăng cường khả năng hợp tác quốc tế.

Tác động của rào cản sản phẩm: Theo kết quả hồi quy ở bảng 3, biến này X3 có tác động tiêu cực đến biến phụ thuộc hiệu quả hoạt động (Y) ở ngưỡng tin cậy 95% (Coef. = -0,181 & P = 0,000). Như vậy, *giả thuyết H3 được khẳng định đúng*: rào cản sản phẩm càng cao thì hiệu quả hoạt động doanh nghiệp Việt Nam càng thấp. Cụ thể, những rào cản này bao gồm việc hạn chế về năng lực sản xuất, khó khăn trong việc nâng cấp công nghệ để đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế và việc không thể tùy chỉnh sản phẩm phù hợp với nhu cầu thị trường nước ngoài. Điều này khiến doanh nghiệp không thể cạnh tranh hiệu quả và giảm khả năng đạt được nhiều lợi ích kinh doanh quan trọng.

Ngoài ra, khả năng thích ứng sản phẩm với thị trường quốc tế cũng gặp nhiều hạn chế.

Do sự khác biệt về văn hóa, quy định pháp lý và yêu cầu tiêu dùng, các doanh nghiệp thường không thể điều chỉnh sản phẩm để phù hợp với thị hiếu địa phương, dẫn đến việc bị từ chối hoặc giảm khả năng tiêu thụ tại các thị trường xuất khẩu. Điều này làm suy giảm hiệu quả hoạt động xuất khẩu và ảnh hưởng đến doanh thu của doanh nghiệp.

Cuối cùng, khó khăn trong việc thiết lập và duy trì mạng lưới phân phối tại các thị trường quốc tế cũng là một rào cản lớn. Khi doanh nghiệp không thể tìm được các đối tác phân phối đáng tin cậy, việc tiếp cận và duy trì khách hàng mục tiêu trở nên khó khăn hơn, dẫn đến sự suy giảm khả năng tăng trưởng và mở rộng thị phần trên thị trường toàn cầu.

Tác động của rào cản tài chính: Kết quả hồi quy ở bảng 3 cho thấy biến X4 có tác động tiêu cực đến biến phụ thuộc hiệu quả hoạt động (Y) ở ngưỡng tin cậy 95% (Coef. = -0,266 & P = 0,000). Kết quả này cho phép *khẳng định giả thuyết H4 đúng*: rào cản tài chính càng cao thì hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp Việt Nam càng thấp. Nhiều doanh nghiệp thường gặp khó khăn trong việc tiếp cận nguồn vốn, gây trở ngại cho việc đầu tư vào sản xuất và mở rộng quy mô hoạt động. Việc thiếu hụt vốn không chỉ cản trở khả năng thực hiện các dự án phát triển sản phẩm và marketing, mà còn làm giảm tính cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường quốc tế.

Ngoài ra, các yếu tố tài chính như lãi suất cao, chi phí vay vốn lớn và sự thiếu hụt các dịch vụ tài chính hỗ trợ cho xuất khẩu cũng đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ra rào cản cho doanh nghiệp. Khi chi phí tài chính gia tăng, doanh nghiệp sẽ gặp khó khăn trong việc duy trì hoạt động xuất khẩu bền vững và điều này có thể dẫn đến việc cắt giảm chi phí, làm giảm chất lượng sản phẩm và dịch vụ. Việc không thể đầu tư vào công nghệ mới hay cải tiến quy trình sản xuất sẽ khiến cho sản phẩm của doanh nghiệp không đáp ứng được các tiêu chuẩn khắt khe của thị trường quốc tế.

Kết quả nghiên cứu này nhấn mạnh rằng việc giảm thiểu rào cản tài chính là rất cần thiết để nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Doanh nghiệp cần tìm kiếm các nguồn tài trợ linh hoạt và hợp lý để cải thiện khả năng tài chính, đồng thời xem xét việc hợp tác với các tổ chức tài chính hoặc các quỹ đầu tư để tăng cường nguồn lực. Cải thiện khả năng tài chính không chỉ giúp các doanh nghiệp có thể đầu tư vào sản xuất mà còn tạo điều kiện để họ xây dựng chiến lược phát triển bền vững, từ đó tối ưu hóa hiệu suất xuất khẩu và nâng cao vị thế cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

Tác động của rào cản hành chính: Theo kết quả hồi quy ở bảng 3, biến này X5 có tác động tiêu cực đến biến phụ thuộc hiệu quả hoạt động (Y) ở ngưỡng tin cậy 95% (Coef. = -0,174 & P = 0,000). Như vậy, *giả thuyết H5 được khẳng định đúng*: rào cản hành chính càng cao thì hiệu quả hoạt động doanh nghiệp Việt Nam càng thấp. Các rào cản này bao gồm các quy định hải quan, thủ tục giấy tờ phức tạp, yêu cầu về giấy phép và kiểm tra chất lượng. Khi phải đối mặt với những quy trình hành chính kéo dài và phức tạp, doanh nghiệp không chỉ phải chịu chi phí gia tăng mà còn có nguy cơ giảm sút uy tín và sức cạnh tranh, dẫn đến việc mất khách hàng.

Hơn nữa, nghiên cứu cũng cho thấy rằng sự thiếu minh bạch trong các quy định hành chính gây khó khăn cho doanh nghiệp trong việc tuân thủ yêu cầu pháp lý. Các doanh nghiệp thường mất nhiều thời gian và nguồn lực để tìm hiểu các quy định này, điều này làm giảm khả năng tập trung vào các hoạt động sản xuất và mở rộng thị trường. Sự không ổn định trong quy trình xuất khẩu do các quy định thường xuyên thay đổi gây ra sự không chắc chắn, ảnh hưởng tiêu cực đến khả năng lập kế hoạch tài chính và chiến lược xuất khẩu của doanh nghiệp.

Tác động của tuổi, kinh nghiệm xuất khẩu và quy mô lao động của doanh nghiệp xuất khẩu: Kết quả hồi quy ở bảng 3 cho thấy tuổi (X6), kinh nghiệm xuất khẩu (X7) và quy mô lao động (X8) *không* có tác động đáng kể có tác động tích cực đến hiệu quả hoạt động (Y) ở ngưỡng tin cậy 95%. Điều này cho thấy rằng, mặc dù tuổi đời của doanh nghiệp, sự tích lũy kinh nghiệm trong lĩnh vực xuất khẩu và quy mô lao động có thể đóng một vai trò nhất định, nhưng chúng không phải là những yếu tố quyết định chính trong việc nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp Việt Nam.

Thực trạng này phản ánh rằng nhiều doanh nghiệp xuất khẩu tại Việt Nam hiện nay vẫn chưa tận dụng tốt những lợi thế từ tuổi đời, kinh nghiệm và quy mô lao động của mình. Nhiều công ty có tuổi đời lâu năm vẫn gặp khó khăn trong việc thích ứng với các thay đổi của thị trường toàn cầu, do đó không phát huy hết tiềm năng của mình. Đồng thời, những doanh nghiệp mới hoặc có quy mô nhỏ đôi khi lại có những chiến lược sáng tạo hơn, mặc dù thiếu kinh nghiệm hoặc nguồn lực nhân lực lớn. Điều này cho thấy rằng, để tăng cường hiệu quả hoạt động, doanh nghiệp cần tập trung vào việc cải thiện chiến lược kinh doanh, đầu tư vào công nghệ, đổi mới quy trình sản xuất và phát triển các kênh phân phối hiệu quả, thay vì chỉ dựa vào các yếu tố truyền thống như tuổi tác hay quy mô.

5. Đề xuất giải pháp

Để vượt qua các rào cản xuất khẩu, các doanh nghiệp Việt Nam cần triển khai một chiến lược toàn diện nhằm giải quyết những thách thức đa dạng mà họ phải đối mặt, bao gồm các rào cản về nguồn nhân lực, văn hóa, sản phẩm, tài chính và hành chính.

Thứ nhất, về rào cản nguồn nhân lực, việc đầu tư vào đào tạo và phát triển đội ngũ là rất quan trọng. Các chương trình đào tạo cần tập trung vào kiến thức thị trường quốc tế, kỹ năng đàm phán và ngôn ngữ. Doanh nghiệp có thể hợp tác với các trường đại học để phát triển khóa học phù hợp và tổ chức hội thảo, khóa học ngắn hạn để nâng cao kỹ năng cho nhân viên. Để thu hút và giữ chân nhân tài, doanh nghiệp cần có chính sách đãi ngộ cạnh tranh và cơ hội thăng tiến rõ ràng.

Thứ hai, để khắc phục rào cản văn hóa, doanh nghiệp nên nghiên cứu kỹ lưỡng văn hóa kinh doanh của các thị trường mục tiêu và tham gia các hội chợ thương mại quốc tế để thiết lập mối quan hệ với các đối tác địa phương. Ngoài ra, tổ chức các chương trình giao lưu văn hóa và trao đổi nhân viên sẽ giúp nâng cao hiểu biết và gắn kết giữa các bên.

Thứ ba, để khắc phục rào cản sản phẩm, doanh nghiệp cần đầu tư mạnh vào nghiên cứu và phát triển để nâng cao chất lượng sản phẩm, đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế. Doanh nghiệp nên áp dụng các hệ thống quản lý chất lượng quốc tế như ISO, HACCP để kiểm soát quy trình sản xuất một cách nghiêm ngặt và đầu tư vào công nghệ sản xuất tiên tiến nhằm cải thiện hiệu quả.

Thứ tư, đối với rào cản tài chính, doanh nghiệp cần xây dựng chiến lược tài chính dài hạn và đa dạng hóa nguồn vốn. Tận dụng các chương trình hỗ trợ tài chính từ chính phủ và hợp tác với ngân hàng để tiếp cận gói tín dụng ưu đãi là rất quan trọng. Áp dụng các công cụ quản lý rủi ro tài chính như bảo hiểm tín dụng xuất khẩu giúp giảm thiểu rủi ro trong giao dịch quốc tế.

Thứ năm, về rào cản hành chính, doanh nghiệp nên xây dựng đội ngũ chuyên trách về thủ tục hải quan và pháp lý quốc tế, chịu trách nhiệm cập nhật quy định mới và đảm bảo tuân thủ các quy định pháp lý. Sử dụng dịch vụ tư vấn pháp lý và hải quan chuyên nghiệp sẽ giúp xử lý các vấn đề phức tạp. Tham gia vào các hiệp hội ngành nghề cũng hỗ trợ doanh nghiệp cập nhật thông tin và chia sẻ kinh nghiệm về rào cản hành chính.

Đối với các cơ quan nhà nước, cần tiếp tục cải thiện môi trường kinh doanh và đơn giản

hóa thủ tục hành chính liên quan đến hoạt động xuất khẩu. Cần tăng cường hỗ trợ tài chính cho doanh nghiệp xuất khẩu thông qua các chương trình ưu đãi tín dụng và bảo hiểm xuất khẩu, giúp giảm bớt gánh nặng tài chính cho các doanh nghiệp. Chính phủ cũng nên đẩy mạnh hợp tác quốc tế để tháo gỡ các rào cản thương mại, tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp Việt Nam tiếp cận thị trường nước ngoài, sẽ mở rộng cơ hội xuất khẩu cho doanh nghiệp. Đồng thời, cần tăng cường đào tạo và phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành xuất khẩu thông qua việc hợp tác với các trường đại học và trung tâm đào tạo chuyên nghiệp, nhằm đáp ứng nhu cầu nhân lực cho các hoạt động xuất khẩu.

6. Kết luận

Nghiên cứu này đã xác định và phân tích năm loại rào cản xuất khẩu chính mà doanh nghiệp Việt Nam đang phải đối mặt, bao gồm rào cản nguồn nhân lực, văn hóa, sản phẩm, tài chính và hành chính. Kết quả cho thấy tất cả các rào cản này đều có tác động đáng kể đến hiệu quả hoạt động, với rào cản nguồn nhân lực và tài chính là những yếu tố ảnh hưởng mạnh nhất. Để giúp doanh nghiệp vượt qua những thách thức này, nghiên cứu đã đề xuất một loạt giải pháp tập trung vào nâng cao năng lực nguồn nhân lực, tăng cường hiểu biết về văn hóa, cải thiện chất lượng sản phẩm, củng cố khả năng tài chính và đơn giản hóa thủ tục hành chính.

Về lý thuyết, nghiên cứu đã đóng góp vào việc mở rộng hiểu biết về mối quan hệ giữa các rào cản xuất khẩu và hiệu quả hoạt động trong bối cảnh của một nền kinh tế đang phát triển như Việt Nam. Những kết quả này không chỉ cung cấp bằng chứng thực nghiệm về tầm quan trọng của việc quản lý hiệu quả các rào cản xuất khẩu mà còn giúp các nhà quản lý doanh nghiệp và hoạch định chính sách có cái nhìn sâu sắc hơn về những thách thức trong hoạt động xuất khẩu, từ đó xây dựng chiến lược và chính sách hỗ trợ phù hợp.

Mặc dù nghiên cứu đã đạt được những kết quả đáng kể, vẫn còn một số hạn chế, đặc biệt là việc chỉ tập trung vào các doanh nghiệp xuất khẩu tại Việt Nam, có thể không phản ánh đầy đủ thực trạng của các quốc gia đang phát triển khác. Để khắc phục những hạn chế này, các nghiên cứu trong tương lai nên mở rộng phạm vi địa lý để so sánh và đối chiếu với các quốc gia khác. Hơn nữa, việc sử dụng dữ liệu bảng sẽ giúp theo dõi sự thay đổi của các rào cản theo thời gian và đánh giá tác động lâu dài của chúng đến hiệu quả hoạt động. Các nghiên cứu tiếp theo cũng nên xem xét tác động của các yếu tố môi trường vĩ mô, như chính sách thương mại và biến động kinh tế toàn cầu, đối với mối quan hệ giữa các rào cản xuất khẩu và hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.◆

***Tài liệu tham khảo*:**

Cavusgil, S. T., & Zou, S. (1994), "Marketing strategy-performance relationship: An investigation of the empirical link in export market ventures", *Journal of Marketing*, 58(1), 1-21.

Ghemawat, P. (2001), "Distance still matters: The hard reality of global expansion", *Harvard Business Review*, 79(8), 137-147.

Hutchinson, K., Quinn, B., & Alexander, N. (2006), "SME retailer internationalisation: case study evidence from British retailers", *International Marketing Review*, 23(1), 25-53.

Katsikeas, C. S., & Morgan, R. E. (1994), "Differences in perceptions of exporting problems based on firm size and export market experience", *European Journal of Marketing*, 28(5), 17-35.

Leonidou, L. C. (2004), "An analysis of the barriers hindering small business export development", *Journal of Small Business Management*, 42(3), 279-302.

Mai Xuân Đào; Nguyễn Thị Cẩm Loan; Trần Thị Lan Nhung (2021), "Mối quan hệ giữa chương trình hỗ trợ xuất khẩu, rào cản xuất khẩu và kết quả hoạt động xuất khẩu nông sản của các doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam vào thị trường ASEAN+3", *Nghiên cứu Tài chính – Marketing*, no.4 - tr.38-52.

Mataveli Mara, Ayala Juan Carlos, Gil Alfonso J., Roldá José L. (2022), "An analysis of export barriers for firms in Brazil", *European Research on Management and Business Economics*, Volume 28, Issue 3, 100200.

Morgan, R. E., & Katsikeas, C. S. (1997), "Obstacles to export initiation and expansion", *Omega*, 25(6), 677-690.

Tesfom, G., Lutz, C., & Ghauri, P. (2006), "Solving export marketing problems of small and medium-sized firms from developing countries", *Journal of African Business*, 7 (1-2), 57–87.

Trần Minh Nguyệt (2019), "Xu hướng, tác động và biện pháp ứng phó của Việt Nam đối với các rào cản kỹ thuật trong thương mại quốc tế", *Châu Mỹ ngày nay*, no.8 - tr.51-59.

Trần Thị Ngọc Lan, Lê An Hữu Vinh (2021), "Rào cản phi thuế quan và giải pháp ứng phó của các doanh nghiệp xuất - nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh", *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, no.9 - tr.149-152.

Trần Thị Thùy Linh (2022), "Kỳ vọng xuất khẩu Việt Nam trong bối cảnh phục hồi và phát triển kinh tế năm 2022", *Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương*, no.607 - tr.7-9.

Vissak, T., Francioni, B., & Freeman, S. (2020), "Foreign market entries, exits and re entries: The role of knowledge, network relationships and decision-making logic", *International Business Review*, 29,(1) 101592.

Voldnes, G., & Gronhaug, K. (2015), "Cultural adaptation in cross-national buyer-seller relationships: A study of Russian buyers and Norwegian sellers of seafood", *International Journal Emerging Markets*, 10(4), 837-857.

Summary

This article analyzes the impact of export barriers on the organizational performance of 282 export enterprises in Vietnam. Regression results indicate that barriers related to human resources, culture, product, finance, and administration all have a negative and significant impact on enterprise performance. Among these, human resource and financial barriers have the strongest impact, as the shortage of skilled personnel and difficulties in accessing capital reduce the international competitiveness of Vietnamese export enterprises. These findings highlight the necessity for government support policies, including the simplification of administrative procedures and the enhancement of training and financial support programs for enterprises. The study contributes to the understanding of the relationship between export barriers and performance in the context of a developing economy and offers strategic insights for business managers aiming to strengthen competitiveness in the international market.