

MỤC LỤC

KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ

- 1. Nguyễn Hoàng** - Vai trò của đổi mới sáng tạo đối với khả năng vượt rào cản xuất khẩu và tác động đến hiệu quả xuất khẩu của doanh nghiệp Việt Nam. **Mã số: 197.IIEM.11** 3
The Role of Innovation in Overcoming Export Barriers and Its Impact on the Export Performance of Vietnamese Enterprises
- 2. Lê Nguyễn Diệu Anh** - Kiến thức thị trường, cam kết xuất khẩu và kết quả xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam. **Mã số: 197.IIEM.11** 15
Market Knowledge, Export Commitment and Export Performance of Vietnamese Enterprises
- 3. Nguyễn Thế Vinh** - Tác động của chuyển đổi số đến đổi mới công nghệ xanh của các doanh nghiệp sản xuất tại Việt Nam. **Mã số: 197.ISMET.11** 27
The Impact of Digital Transformation on Green Technology Innovation in Manufacturing Enterprises in Vietnam

QUẢN TRỊ KINH DOANH

- 4. Trần Thị Hiền, Tạ Khánh Ngọc Minh, Vũ Thị Ngân và Trịnh Khánh Linh** - Ảnh hưởng của thông tin truyền thông số về ESG tới ý định mua hàng của người tiêu dùng trẻ: trường hợp nhãn hàng sữa MILO trên địa bàn thành phố Hà Nội. **Mã số: 197.2BAdm.21** 43
The impact of ESG information in digital media on young consumer's buying intention: the case of MILO milk brand in Hanoi city

- 5. Trần Văn Khôi, Lê Mạnh Hùng và Dương Thị Hồng Nhung** - Tác động của phong cách lãnh đạo của người quản lý đến hiệu suất làm việc của nhân viên tại các khách sạn: Khảo sát tại thành phố Hà Nội, Việt Nam. **Mã số: 197.2HRMg.21** 61

The Impact of Managerial Leadership Styles on Employee Performance In Hotels: A Survey in Hanoi City, Vietnam

- 6. Trần Thị Bích Hiền** - Tác động của kinh nghiệm, năng lực chuyên môn đến khả năng phát hiện gian lận trên báo cáo tài chính với vai trò trung gian của chủ nghĩa hoài nghi nghề nghiệp - trường hợp các công ty kiểm toán Non-Big4 Việt Nam. **Mã số: 197.2BAcc.21** 75

The Impact of Experience and Professional Competence on Financial Statement Fraud Detection With The Mediating Role of Professional Skepticism – The Case of Non-Big4 Vietnamese Auditing Firm

- 7. Lê Thị Nhung** - Tác động của đầu tư tới giá trị doanh nghiệp: Bằng chứng thực nghiệm từ thị trường chứng khoán Việt Nam. **Mã số: 197.2FiBa.21** 91

The Impact of Investment on Firm Value: Empirical Evidence from Vietnam Stock Market

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

- 8. Ngô Thị Mai** - Tác động của tổ chức học tập đến kết quả công việc của giảng viên: vai trò của hành vi đổi mới sáng tạo. **Mã số: 197.3OMIs.31** 101

The Impact of Learning Organization on Lecturers' Work Performance: The Role of Innovative Work Behavior

VAI TRÒ CỦA ĐỔI MỚI SÁNG TẠO ĐỐI VỚI KHẢ NĂNG VƯỢT RÀO CẢN XUẤT KHẨU VÀ TÁC ĐỘNG ĐẾN HIỆU QUẢ XUẤT KHẨU CỦA DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

Nguyễn Hoàng
Trường Đại học Thương mại
Email: nguyenhoang@tmu.edu.vn

Ngày nhận: 04/09/2024

Ngày nhận lại: 29/10/2024

Ngày duyệt đăng: 01/11/2024

Bài báo nghiên cứu tác động của khả năng vượt rào cản xuất khẩu và đổi mới sáng tạo đến hiệu quả xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam. Thông qua phân tích hồi quy trên mẫu 356 doanh nghiệp, kết quả cho thấy cả khả năng vượt rào cản xuất khẩu và đổi mới sáng tạo đều có ảnh hưởng tích cực, đáng kể đến hiệu quả xuất khẩu. Đặc biệt, đổi mới sáng tạo đóng vai trò điều tiết, khuếch đại tác động của khả năng vượt rào cản, giúp doanh nghiệp tăng cường khả năng thích ứng và cạnh tranh trong bối cảnh quốc tế đầy biến động. Nghiên cứu góp phần làm rõ mối quan hệ giữa các yếu tố trên, đồng thời gợi ý các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả xuất khẩu cho doanh nghiệp Việt Nam.

Từ khóa: Đổi mới sáng tạo, rào cản xuất khẩu, khả năng vượt rào cản, hiệu quả xuất khẩu, doanh nghiệp Việt Nam.

JEL Classifications: F23, F68, O31

DOI: 10.54404/JTS.2024.197V.01

1. Mở đầu

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng, xuất khẩu đã trở thành một trong những động lực chính thúc đẩy tăng trưởng kinh tế của Việt Nam. Tuy nhiên, quá trình xuất khẩu luôn phải đối mặt với nhiều rào cản khác nhau từ các thị trường quốc tế, đặc biệt các thị trường lớn và tiềm năng như liên minh Châu Âu (EU), Hoa Kỳ, Nhật Bản. Các rào cản (như thuế quan, rào cản kỹ thuật, quy định pháp lý,

văn hóa) không chỉ làm tăng chi phí và thời gian xuất khẩu, mà còn tạo ra nhiều thách thức đối với khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam trên thị trường quốc tế. Trong bối cảnh đó, đổi mới sáng tạo trở thành yếu tố quan trọng, giúp doanh nghiệp không chỉ vượt qua những rào cản xuất khẩu này mà còn tối ưu hóa hiệu quả kinh doanh quốc tế.

Vai trò của đổi mới sáng tạo trong xuất khẩu không chỉ giới hạn trong nâng cao chất

lượng sản phẩm hay quy trình sản xuất, mà bao hàm cả xây dựng và triển khai các mô hình kinh doanh linh hoạt, các chiến lược tiếp cận thị trường sáng tạo và giải pháp công nghệ tiên tiến (Võ Văn Dứt, 2022). Doanh nghiệp có khả năng đổi mới sáng tạo sẽ dễ dàng thích nghi với những thay đổi từ thị trường quốc tế, đồng thời nâng cao năng lực vượt qua những rào cản kỹ thuật và pháp lý vốn rất phức tạp. Điều này đặc biệt cần thiết trong bối cảnh thương mại quốc tế không ngừng thay đổi, với các tiêu chuẩn và quy định ngày càng khắt khe, đòi hỏi các doanh nghiệp phải nhanh chóng thích nghi để duy trì và phát triển hoạt động xuất khẩu.

Tính cấp thiết của nghiên cứu về vai trò của đổi mới sáng tạo trong việc vượt qua rào cản xuất khẩu càng trở nên quan trọng khi nhìn vào thực trạng hoạt động xuất khẩu hiện nay của Việt Nam. Là một nước có tiềm năng lớn về sản xuất và xuất khẩu, đặc biệt trong lĩnh vực nông sản, các doanh nghiệp nước ta, dù đã có những thành công nhất định trong thời gian qua, vẫn gặp phải nhiều thách thức khi tiếp cận thị trường quốc tế do hạn chế về khả năng đổi mới sáng tạo. Việc thiếu hụt các chiến lược sáng tạo trong sản phẩm, quy trình sản xuất và quản lý đã khiến nhiều doanh nghiệp gặp khó khăn trong việc cạnh tranh trên các thị trường lớn như Mỹ, châu Âu hay Nhật Bản, nơi các tiêu chuẩn chất lượng và quy định an toàn rất cao (Lê Đức Nhã và Phạm Tiến Thành, 2022).

Trong bối cảnh này, nghiên cứu về vai trò của đổi mới sáng tạo đối với khả năng vượt rào cản xuất khẩu và tác động đến hiệu quả xuất khẩu của doanh nghiệp Việt Nam vừa có tính cấp thiết và thời sự. Bài viết không chỉ cung cấp cái nhìn tổng thể về tầm quan trọng của đổi mới sáng tạo trong tăng

cường năng lực xuất khẩu, mà còn đưa ra những giải pháp cụ thể giúp doanh nghiệp cải thiện hiệu quả kinh doanh trên thị trường quốc tế.

2. Cơ sở lý luận

2.1. Rào cản xuất khẩu và hiệu quả xuất khẩu của doanh nghiệp

Rào cản xuất khẩu được định nghĩa là những yếu tố, điều kiện, quy định gây khó khăn hoặc các hạn chế khác cản trở khả năng thiết lập, phát triển và duy trì hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp trên thị trường quốc tế (Leonidou, 2000; Kahiya, 2018). Theo Ortega (2003), rào cản xuất khẩu gây lãng phí nguồn lực, ảnh hưởng tiêu cực đến hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh và hiệu suất xuất khẩu của doanh nghiệp. Leonidou (2000) ghi nhận 20 rào cản xuất khẩu, được phân thành 6 nhóm, gồm: hạn chế về nguồn lực, khác biệt về môi trường, bộ máy hành chính và pháp luật xuất khẩu, thiếu sự hỗ trợ của chính phủ, khó khăn thâm nhập và khai thác thị trường nước ngoài, áp lực cạnh tranh.

Khả năng vượt rào cản xuất khẩu được hiểu là năng lực của doanh nghiệp trong việc nhận diện, đối phó và tìm giải pháp để vượt qua những rào cản khi thâm nhập và mở rộng thị trường quốc tế (Trần Hoa Phượng, 2021). Đây không chỉ là khả năng vượt qua các vấn đề kỹ thuật như tiêu chuẩn chất lượng hay thuế quan, mà còn bao gồm việc thích nghi với các yếu tố văn hóa, pháp lý và kinh tế tại các thị trường nước ngoài. Khả năng này đòi hỏi doanh nghiệp phải có sự linh hoạt, nhạy bén trong việc quản lý nguồn lực, xây dựng chiến lược và tận dụng các mối quan hệ hợp tác quốc tế để giảm thiểu hoặc loại bỏ những rào cản mà họ phải đối mặt (Ortega, 2003; Ayob và cộng sự, 2023).

Khả năng vượt rào cản xuất khẩu có vai trò

quan trọng quyết định hiệu quả xuất khẩu của doanh nghiệp. Doanh nghiệp có khả năng vượt qua được những rào cản sẽ không chỉ mở rộng được thị trường tiêu thụ mà còn cải thiện được vị thế cạnh tranh quốc tế. Tiên quyết nhất phải kể đến các rào cản pháp lý, đòi hỏi doanh nghiệp phải có khả năng tuân thủ các quy định và tiêu chuẩn của thị trường nước ngoài. Khả năng này giúp doanh nghiệp đáp ứng tốt thị trường xuất khẩu, hạn chế thấp nhất rủi ro về pháp lý và xử phạt, giảm thiểu chi phí thời gian và tài chính phát sinh, giúp nâng cao uy tín thương hiệu, lợi thế cạnh tranh và hiệu quả xuất khẩu, tạo tiền đề quan trọng mở rộng thị trường xuất khẩu sang các quốc gia khó tính như Mỹ, EU, Úc, Nhật Bản (Trần Văn Chân và Phạm Thành Công, 2023).

Vượt rào cản xuất khẩu bao hàm cả khả năng thích nghi với các yếu tố văn hóa và ngôn ngữ giúp doanh nghiệp xây dựng được lòng tin với khách hàng quốc tế, từ đó mở rộng mạng lưới đối tác và khách hàng (Kahiya, 2018; Ayob và cộng sự, 2023). Khả năng vượt qua rào cản văn hóa, ví dụ như hiểu biết sâu về phong tục, tập quán và sở thích của người tiêu dùng, giúp doanh nghiệp dễ dàng tùy chỉnh sản phẩm, dịch vụ cho phù hợp với nhu cầu của thị trường mục tiêu. Điều này giúp gia tăng khả năng thành công của doanh nghiệp khi thâm nhập vào các thị trường mới. Đồng thời, khả năng vượt rào cản tài chính, như quản lý hiệu quả nguồn vốn, chi phí vận hành, bảo hiểm hoặc xử lý các biến động tỷ giá hối đoái, giúp doanh nghiệp tối ưu hóa lợi nhuận từ hoạt động xuất khẩu. Nhờ vào việc giảm thiểu những tổn thất tiềm năng liên quan đến các yếu tố tài chính, doanh nghiệp có thể duy trì tính cạnh tranh về giá cả và tăng trưởng doanh thu xuất khẩu bền vững.

Từ những luận điểm trên, giả thuyết nghiên cứu thứ nhất được đề xuất về vai trò

tích cực của năng lực vượt rào cản xuất khẩu đối với hiệu quả xuất khẩu của doanh nghiệp, như sau:

Giả thuyết H1: *Khả năng vượt rào cản xuất khẩu có tác động tích cực đến hiệu quả xuất khẩu của doanh nghiệp.*

2.2. Đổi mới sáng tạo và hiệu quả xuất khẩu của doanh nghiệp

Đổi mới sáng tạo được định nghĩa là một sản phẩm hoặc quy trình mới được cải tiến hoặc là sự kết hợp, có sự khác biệt đáng kể so với các sản phẩm hoặc quy trình trước đó của doanh nghiệp đã cung cấp cho người tiêu dùng sử dụng. Đổi mới sáng tạo là hoạt động tạo ra quy trình, phương pháp, hệ thống hoặc sản phẩm mới giúp nâng cao hiệu quả hoạt động nói chung và hoạt động sản xuất kinh doanh nói riêng (Schumpeter, 1934).

Đổi mới sáng tạo có tác động sâu sắc đến hiệu quả xuất khẩu của doanh nghiệp, đóng vai trò then chốt trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường quốc tế. Tác động trực tiếp này thể hiện qua các nội dung đổi mới sáng tạo có thể của doanh nghiệp, gồm: đổi mới sản phẩm, đổi mới quy trình, đổi mới phương pháp kinh doanh và mạng lưới phân phối (Ortigueira-Sánchez và cộng sự, 2022; Ayob và cộng sự, 2023). Đổi mới sản phẩm tạo ra những sản phẩm có chất lượng vượt trội hoặc khác biệt so với đối thủ, đảm bảo thu hút khách hàng mới đồng thời duy trì lòng trung thành của khách hàng hiện tại, từ đó tăng doanh thu xuất khẩu. Ví dụ, các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản có thể áp dụng công nghệ tiên tiến trong chế biến để gia tăng giá trị cho sản phẩm, giúp thâm nhập vào những thị trường khó tính như Châu Âu hay Châu Mỹ.

Đổi mới quy trình sản xuất giúp doanh nghiệp tăng hiệu quả hoạt động và giảm chi phí sản xuất trên cơ sở đảm bảo các tiêu

chuẩn chất lượng của sản phẩm, đáp ứng tốt rào cản kỹ thuật khắt khe của thị trường xuất khẩu, tối ưu hóa quy trình, nâng cao chất lượng, rút ngắn thời gian và giảm giá thành sản phẩm (Dong và cộng sự, 2022). Hơn nữa, đổi mới sáng tạo quản trị sản xuất còn giúp doanh nghiệp tiếp cận tài chính ưu đãi, tận dụng hiệu quả các hiệp định thương mại tự do (FTA), giảm thiểu thấp nhất chi phí rủi ro,... góp phần quan trọng thúc đẩy tăng trưởng xuất khẩu.

Đổi mới sáng tạo trong mô hình kinh doanh và cách tiếp cận khách hàng giúp doanh nghiệp thích ứng nhanh chóng với thay đổi của thị trường quốc tế (Ayob và cộng sự, 2023; Dong và cộng sự, 2022). Ví dụ, việc áp dụng các nền tảng thương mại điện tử và số hóa quy trình kinh doanh giúp doanh nghiệp tiếp cận được nhiều khách hàng quốc tế hơn mà không tốn nhiều chi phí mở rộng hệ thống phân phối truyền thống, từ đó không chỉ vượt qua các rào cản về địa lý và chi phí vận chuyển mà còn tạo ra các kênh giao tiếp trực tiếp với khách hàng quốc tế. Việc áp dụng các nền tảng thương mại điện tử, logistics thông minh hay hệ thống thanh toán toàn cầu cho phép doanh nghiệp tối ưu hóa được toàn bộ quy trình, từ sản xuất, phân phối đến dịch vụ hậu mãi, tạo nên chuỗi cung ứng xuất khẩu bền vững.

Từ những ưu thế của đổi mới sáng tạo đề cập trên đây, giả thuyết nghiên cứu thứ hai được xây dựng như sau:

Giả thuyết H2: *Đổi mới sáng tạo có tác động tích cực đến hiệu quả xuất khẩu của doanh nghiệp.*

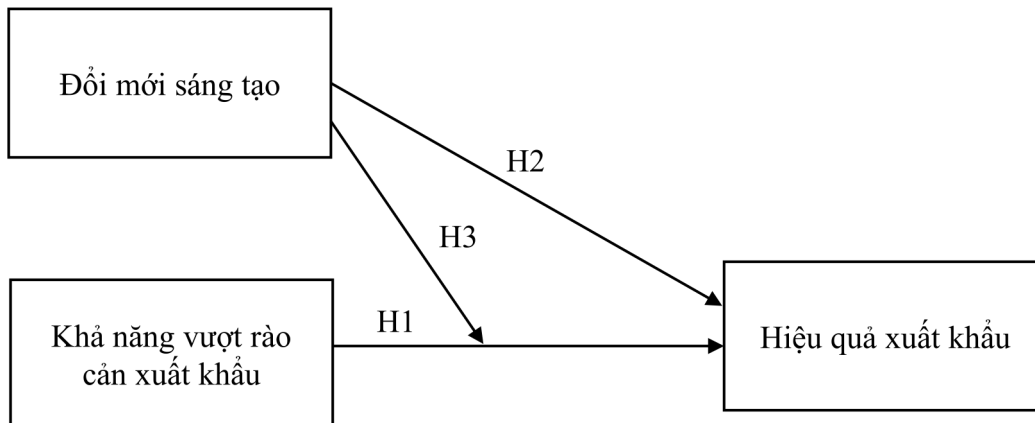
2.3. Vai trò điều tiết của đổi mới sáng tạo

Trong bối cảnh các doanh nghiệp đối mặt với nhiều rào cản phức tạp khi tiếp cận thị trường quốc tế, từ rào cản kỹ thuật, pháp lý, văn hóa đến tài chính, đổi mới sáng tạo không

chỉ giúp vượt qua các thách thức mà còn khai thác được các cơ hội thị trường (Tinits và cộng sự, 2024). Cụ thể, đổi mới sáng tạo giúp doanh nghiệp tăng cường năng lực giải quyết các yêu cầu kỹ thuật và pháp lý phức tạp của các thị trường xuất khẩu. Thay vì đơn thuần đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế, doanh nghiệp có khả năng đổi mới sáng tạo sẽ phát triển các sản phẩm và quy trình tiên tiến đáp ứng được hoặc thậm chí vượt trội so với yêu cầu đề ra. Điều này giúp doanh nghiệp không chỉ vượt qua các rào cản mà còn định vị thương hiệu là nhà cung cấp chất lượng cao trên thị trường quốc tế, điển hình nhất là các doanh nghiệp tiên phong áp dụng các quy trình sản xuất và công nghệ sạch trước đòi hỏi ngày càng cao về an toàn thực phẩm hiện nay (Ayob và cộng sự, 2023).

Đổi mới sáng tạo giúp tăng cường khả năng thích ứng với các yếu tố văn hóa và thị trường xuất khẩu. Doanh nghiệp có thể phát triển những sản phẩm và dịch vụ phù hợp với thị hiếu và nhu cầu cụ thể của từng thị trường xuất khẩu nhờ vào khả năng sáng tạo linh hoạt. Điều này đặc biệt quan trọng khi doanh nghiệp mở rộng sang các thị trường mới hoặc các khu vực có đặc điểm văn hóa và quy định pháp lý khác biệt. Đổi mới sáng tạo giúp doanh nghiệp không chỉ vượt qua các rào cản về ngôn ngữ, văn hóa mà còn tối ưu hóa chiến lược kinh doanh và tiếp cận thị trường một cách hiệu quả hơn (Tinits và cộng sự, 2024).

Những lập luận trên cho thấy đổi mới sáng tạo có vai trò điều tiết tăng cường tác động tích cực của khả năng vượt rào cản xuất khẩu đến hiệu quả xuất khẩu của doanh nghiệp. Nói cách khác, đổi mới sáng tạo không chỉ tác động trực tiếp, mà kết hợp với khả năng vượt rào cản sẵn có của doanh nghiệp sẽ mang lại hiệu quả xuất khẩu vượt trội cho doanh nghiệp.



(Nguồn: Đề xuất của tác giả)

Hình 1: Mô hình nghiên cứu

Giả thuyết H3: *Đổi mới sáng tạo có vai trò điều tiết tích cực mối quan hệ giữa khả năng vượt rào cản xuất khẩu và hiệu quả xuất khẩu của doanh nghiệp.*

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng kết hợp phân tích tài liệu để xây dựng các giả thuyết nghiên cứu, mô hình lý thuyết và bộ thang đo phù hợp cho việc đo lường các yếu tố liên quan đến đổi mới sáng tạo, khả năng vượt rào cản xuất khẩu và hiệu quả xuất khẩu của doanh nghiệp Việt Nam. Từ đó, bảng hỏi khảo sát điều tra được phát triển để thu thập dữ liệu từ các doanh nghiệp xuất khẩu tại Việt Nam. Bảng hỏi được thiết kế gồm các phần chính: thông tin doanh nghiệp, mức độ đổi mới sáng tạo, khả năng vượt rào cản xuất khẩu và hiệu quả xuất khẩu của doanh nghiệp. Các thang đo Likert từ 1 đến 5 được sử dụng để đo lường mức độ đồng ý hoặc không đồng ý của các doanh nghiệp với các biến số liên quan đến đổi mới sáng tạo và xuất khẩu.

Dữ liệu được thu thập thông qua gửi bảng hỏi qua email và bưu điện đến các doanh nghiệp xuất khẩu uy tín, được lựa chọn dựa trên danh sách công bố trong các báo cáo

xuất nhập khẩu hàng năm của Bộ Công Thương giai đoạn 2016 - 2023. Quá trình thu thập dữ liệu kết thúc với 356 bảng hỏi hợp lệ, sau khi đã loại bỏ các bảng thiếu thông tin quan trọng. Mẫu nghiên cứu cuối cùng bao gồm 356 doanh nghiệp xuất khẩu, đảm bảo tính đại diện và độ tin cậy cao cho việc phân tích dữ liệu và kiểm định các giả thuyết nghiên cứu.

Cụ thể, về loại hình, công ty cổ phần chiếm tỷ lệ lớn nhất với 35,96%, tiếp theo là doanh nghiệp tư nhân, công ty trách nhiệm hữu hạn (TNHH) với 23,03%. Về quy mô lao động, đa phần các doanh nghiệp tham gia khảo sát là doanh nghiệp nhỏ và có dưới 200 lao động chiếm 94,1%, phản ánh đúng cấu trúc phân bố trong nền kinh tế nước ta hiện nay. Về ngành nghề kinh doanh, nhóm thương mại - dịch vụ chiếm ưu thế với 39,61%, tiếp theo là nhóm nông nghiệp với 26,97%. Về doanh thu, đa phần doanh nghiệp có doanh thu dưới 50 tỷ đồng chiếm 69,38%, phản ánh xu hướng phổ biến trong các đặc điểm doanh nghiệp tham gia khảo sát.

Sau khi thu thập dữ liệu, phần mềm SPSS được sử dụng để kiểm tra độ tin cậy và tính giá trị của bộ thang đo, cũng như kiểm định

Bảng 1: Mẫu khảo sát điều tra

Tiêu chí	Số lượng	Tỷ lệ	Tiêu chí	Số lượng	Tỷ lệ
<i>Loại hình doanh nghiệp</i>	356	100%	<i>Quy mô lao động</i>	356	100%
Nhà nước	43	12,08%	Dưới 10 lao động	60	16,85%
Công ty cổ phần	128	35,96%	10 - 49 lao động	101	28,37%
Tư nhân, TNHH	82	23,03%	50 - 99 lao động	94	26,40%
Có vốn nước ngoài	62	17,42%	100 - 199 lao động	80	22,47%
Khác	41	11,52%	Từ 200 LĐ trở lên	21	5,90%
<i>Ngành nghề kinh doanh</i>	356	100%	<i>Doanh thu bình quân</i>	356	100%
Nông nghiệp	96	26,97%	Dưới 1 tỷ đồng	59	16,57%
Thương mại - dịch vụ	141	39,61%	1 - dưới 10 tỷ đồng	80	22,47%
Xây dựng	83	23,31%	10 - dưới 50 tỷ đồng	108	30,34%
Công nghiệp	33	9,27%	50 - 100 tỷ đồng	68	19,10%
Khác	3	0,84%	Trên 100 tỷ đồng	41	11,52%

(Nguồn: Tác giả tổng hợp)

các giả thuyết nghiên cứu thông qua các phương pháp phân tích hồi quy, phân tích nhân tố khẳng định (CFA). Kết quả kiểm định được trình bày trong bảng 2 dưới đây:

Kết quả kiểm định thang đo cho thấy độ tin cậy cao của các thang đo nghiên cứu. Các chỉ số Cronbach's Alpha của các biến đều lớn hơn 0,7 (VRC = 0,833; ĐMST = 0,847; HQXK = 0,924), đáp ứng tiêu chuẩn về độ tin cậy nội tại của thang đo, cho thấy các biến quan sát trong mỗi thang đo có sự tương quan chặt chẽ. Hơn nữa, kiểm định KMO & Bartlett đều cho giá trị KMO trên 0,7 và mức ý nghĩa thống kê Sig. = 0,000, đạt ngưỡng tin cậy 95%, khẳng định tính thích hợp của các thang đo đối với phân tích nhân tố. Chỉ số bình phương trích xuất của thành tố thứ nhất trong mỗi thang đo đều trên 50% (VRC = 60,917%; ĐMST = 68,985%; HQXK = 81,424%), chứng tỏ các thành tố này giải thích trên 50% phương sai của các biến quan sát, khẳng định rằng các thang đo được sử

dụng trong nghiên cứu này có độ tin cậy và khả năng giải thích cao.

Các kết quả kiểm định trên là cơ sở vững chắc cho phân tích hồi quy, trong đó có 2 biến độc lập là khả năng vượt rào cản xuất khẩu và đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp, 1 biến tương tác của 2 biến độc lập và 2 biến kiểm soát tuổi doanh nghiệp và quy mô nhân sự của doanh nghiệp xuất khẩu, nhằm phân tích tác động đến biến phụ thuộc hiệu quả xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam. Cụ thể, phương trình hồi quy được xác lập như sau:

$$HQXK = a_0 + a_1 * VRC + a_2 * ĐMST + a_3 * VRC * ĐMST + a_4 * TUOI + a_5 * QMLD + \epsilon$$

Với:

HQXK: Hiệu quả xuất khẩu của doanh nghiệp;

a_0, a_1, \dots, a_5 : Các hệ số cần tìm;

VRC: là khả năng vượt rào cản xuất khẩu của doanh nghiệp xuất khẩu;

ĐMST: là thực trạng đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp xuất khẩu;

Bảng 2: Bộ thang đo và kiểm định thang đo các biến nghiên cứu

Tên biến	Ký hiệu	Cronbach's Alpha	Kiểm định KMO & Bartlett	Bình phương trích xuất của thành tố thứ nhất	Nguồn tác giả
<i>Khả năng vượt rào cản xuất khẩu</i>	VRC	0,833	0,726 (Sig. = 0,000)	60,917	
- Vượt rào cản thuế quan và phi thuế quan	VRC1				
- Vượt rào cản logistics và hạ tầng	VRC2				
- Vượt rào cản khác biệt về pháp lý và quy định	VRC3				
- Vượt rào cản tiếp cận thị trường	VRC4				
- Vượt rào cản khác biệt văn hóa và ngôn ngữ	VRC5				
<i>Đổi mới sáng tạo</i>	ĐMST	0,847	0,757 (Sig. = 0,000)	68,985	Ayob và cộng sự (2023)
- Đổi mới sáng tạo công nghệ	ĐMST1				
- Đổi mới sáng tạo sản phẩm	ĐMST2				
- Đổi mới sáng tạo quy trình	ĐMST3				
- Đổi mới sáng tạo marketing	ĐMST4				
<i>Hiệu quả xuất khẩu</i>	HQXK	0,924	0,787 (Sig. = 0,000)	81,424	
- Doanh thu xuất khẩu	HQXK1				
- Lợi nhuận xuất khẩu	HQXK2				
- Thị phần xuất khẩu	HQXK3				
- Mục tiêu chiến lược xuất khẩu	HQXK4				

(Nguồn: Tác giả tổng hợp)

TUOI, QMLĐ: là các biên kiểm soát về đặc điểm doanh nghiệp về tuổi đời và quy mô lao động của doanh nghiệp xuất khẩu;
ε: sai số chuẩn.

4. Kết quả nghiên cứu

Kết quả hồi quy tổng hợp trong bảng 3 cho thấy mô hình đạt độ tin cậy dựa trên các chỉ số thống kê thu được. Cụ thể, giá trị F = 49,110 với p-value (Sig.) = 0,000 cho thấy mô hình có ý nghĩa thống kê ở mức rất cao, khẳng định rằng mối quan hệ giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc là có ý nghĩa. Giá trị R bình phương hiệu chỉnh = 0,404 cho thấy mô hình giải thích được 40,4% biến thiên của biến phụ thuộc, điều này thể hiện mức độ phù hợp tương đối của mô hình. Hệ

số Durbin-Watson = 2,037 chỉ ra rằng không có hiện tượng tự tương quan giữa các phần dư, đảm bảo tính độc lập của các sai số. 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, góp phần khẳng định độ tin cậy và tính hợp lệ của các kết quả phân tích hồi quy. Kết quả này khẳng định độ tin cậy của mô hình nghiên cứu và cho phép tiếp tục đánh giá các giả thuyết đã đề xuất tiếp sau đây.

Về tác động của khả năng vượt rào cản xuất khẩu, theo kết quả hồi quy ở bảng 3, biến khả năng vượt rào cản xuất khẩu (VRC) có tác động tích cực đến biến phụ thuộc hiệu quả xuất khẩu (HQXK) ở ngưỡng tin cậy

Bảng 3: Kết quả phân tích hồi quy

	Hệ số chưa chuẩn hóa		t	Sig.	Đa cộng tuyến	
	B	Độ lệch chuẩn			Dung sai	VIF
(Hệ số)	-0.228	0.127	-1.800	0.073		
VRC	0.226***	0.044	5.076	0.000	0.848	1.179
ĐMST	0.173***	0.044	3.953	0.000	0.880	1.137
VRC*ĐMST	0.578***	0.042	13.620	0.000	0.900	1.112
TUOI	0.036	0.031	1.152	0.250	0.980	1.021
QMLĐ	-0.011	0.036	-0.296	0.767	0.982	1.018

R = 0,642; R² = 0,412; R² hiệu chỉnh = 0,404; Durbin-Watson = 2,037

Sai số = 0,772; F = 49,110; Sig.= 0,000.

* có ý nghĩa thống kê với p < 0,05;
 ** có ý nghĩa thống kê với p < 0,01;
 *** có ý nghĩa thống kê với p < 0,001.

(Nguồn: Tác giả tổng hợp)

95% (Coef. = 0,226 & P = 0,000). Như vậy, giả thuyết nghiên cứu H1 được khẳng định đúng: khả năng vượt rào cản xuất khẩu của doanh nghiệp Việt Nam càng cao thì hiệu quả xuất khẩu doanh nghiệp thu được càng cao. Các doanh nghiệp phải có khả năng đối phó linh hoạt và hiệu quả với các rào cản như thuế quan, tiêu chuẩn kỹ thuật, quy định pháp lý và những yêu cầu từ thị trường quốc tế thường đạt được kết quả xuất khẩu tốt hơn. Khả năng vượt qua những rào cản này không chỉ giúp doanh nghiệp giảm thiểu chi phí phát sinh từ việc tuân thủ các quy định quốc tế mà còn giúp họ tận dụng tốt hơn các cơ hội kinh doanh trên thị trường toàn cầu. Kết quả này khẳng định tầm quan trọng của năng lực vượt rào cản trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam.

Thực tế hoạt động xuất khẩu của doanh nghiệp Việt Nam cho thấy rằng, các doanh nghiệp có khả năng vượt qua rào cản xuất khẩu thường có lợi thế cạnh tranh hơn so với

những doanh nghiệp không có sự chuẩn bị kỹ lưỡng trước các yêu cầu khắt khe từ thị trường quốc tế. Các doanh nghiệp này thường chủ động nghiên cứu và nắm vững các quy định, tiêu chuẩn của các thị trường mà họ đang tham gia, từ đó giảm thiểu được những rủi ro liên quan đến việc bị từ chối nhập khẩu hoặc mất thị phần. Ngoài ra, các doanh nghiệp có khả năng vượt rào cản xuất khẩu còn có xu hướng mở rộng được thị trường xuất khẩu sang các quốc gia có quy định nghiêm ngặt hơn (như Hoa Kỳ, Australia, EU, Nhật Bản), qua đó gia tăng cơ hội kinh doanh và nâng cao hiệu quả xuất khẩu một cách toàn diện (Trần Văn Chân và Phạm Thành Công, 2023).

Vai trò của khả năng vượt rào cản xuất khẩu cũng được thể hiện qua việc gia tăng khả năng thích ứng của doanh nghiệp trước những thay đổi của môi trường kinh doanh quốc tế. Khi các quy định, chính sách thương mại và yêu cầu kỹ thuật của các thị trường xuất khẩu ngày càng phức tạp và biến động,

các doanh nghiệp có khả năng đối phó với những thay đổi này sẽ duy trì được hiệu quả xuất khẩu cao hơn. Nhờ đó không chỉ giảm thiểu được rủi ro liên quan đến việc tuân thủ các quy định mới mà còn tối ưu hóa chi phí và thời gian xử lý hàng hóa, giúp duy trì lợi nhuận trong hoạt động xuất khẩu. Điều này chứng tỏ, việc phát triển khả năng vượt rào cản là yếu tố quyết định đối với sự thành công của doanh nghiệp trên thị trường quốc tế.

Về tác động của đổi mới sáng tạo, phân tích hồi quy ở bảng 3 cho thấy biến đổi mới sáng tạo (ĐMST) có tác động tích cực đến biến phụ thuộc hiệu quả xuất khẩu (HQXK) ở ngưỡng tin cậy 95% (Coef. = 0,173 & P = 0,000). Kết quả này cho phép khẳng định giả thuyết nghiên cứu H2 đúng: các doanh nghiệp Việt Nam càng triển khai mạnh mẽ đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp thì thu được hiệu quả xuất khẩu càng cao.

Thực tế cũng cho thấy đổi mới sáng tạo có vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy khả năng thích ứng và phát triển của doanh nghiệp Việt Nam. Đổi mới sáng tạo cho phép tạo ra các sản phẩm mới với chất lượng cao, đáp ứng được yêu cầu khắt khe của thị trường nhập khẩu. Đặc biệt, trong bối cảnh các quy định thương mại và yêu cầu về tiêu chuẩn kỹ thuật liên tục thay đổi, đổi mới sáng tạo giúp doanh nghiệp linh hoạt điều chỉnh sản phẩm và quy trình sản xuất, từ đó duy trì và mở rộng thị phần xuất khẩu. Điều này không chỉ gia tăng doanh thu từ hoạt động xuất khẩu mà còn củng cố vị thế cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường toàn cầu.

Vai trò của đổi mới sáng tạo cũng thể hiện rõ trong việc nâng cao năng suất và tối ưu hóa chi phí sản xuất. Thực tế chỉ ra rằng, các doanh nghiệp đổi mới thành công thường có khả năng tối ưu hóa quy trình sản xuất, giảm thiểu lãng phí và tiết kiệm chi phí, từ đó nâng

cao lợi nhuận xuất khẩu. Đồng thời, nhờ việc áp dụng công nghệ mới và cải tiến liên tục, các doanh nghiệp này có thể tạo ra các sản phẩm có giá trị cao hơn và đạt được sự khác biệt hóa trên thị trường, góp phần tạo nên lợi thế cạnh tranh dài hạn, cho phép doanh nghiệp không chỉ duy trì vị thế trong những thị trường hiện tại mà còn mở rộng ra các thị trường tiềm năng mới.

Về vai trò điều tiết của đổi mới sáng tạo, kết quả hồi quy ở bảng 3 cho thấy biến VRC*ĐMST có tác động tích cực đến biến phụ thuộc hiệu quả xuất khẩu (HQXK) ở ngưỡng tin cậy 95% (Coef. = 0,578 & P = 0,000). Giả thuyết H3 được khẳng định đúng. Cụ thể, đổi mới sáng tạo giúp khuếch đại tác động của khả năng vượt rào cản xuất khẩu, khi doanh nghiệp không chỉ đối phó thành công với những thách thức như thuế quan, tiêu chuẩn kỹ thuật và các yêu cầu khác từ thị trường quốc tế, mà còn cải tiến sản phẩm, quy trình và chiến lược kinh doanh để đáp ứng tốt hơn những nhu cầu mới. Nhờ đó, các doanh nghiệp đổi mới sáng tạo có khả năng gia tăng hiệu quả xuất khẩu, cải thiện năng suất và nâng cao doanh thu, đồng thời giảm thiểu rủi ro trong quá trình thâm nhập thị trường quốc tế. Kết quả này khẳng định vai trò cốt lõi của đổi mới sáng tạo trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam.

Thực tế cho thấy đổi mới sáng tạo không chỉ là yếu tố hỗ trợ, mà còn là điều kiện cần thiết để tối ưu hóa tác động của khả năng vượt rào cản xuất khẩu. Các doanh nghiệp áp dụng các giải pháp đổi mới sáng tạo, từ việc nâng cao chất lượng sản phẩm đến tối ưu hóa quy trình sản xuất, sẽ có khả năng linh hoạt hơn trong việc đáp ứng các yêu cầu khắt khe từ thị trường quốc tế. Đặc biệt, trong bối cảnh các quy định quốc tế ngày càng phức

tạp và biến động, việc kết hợp đổi mới sáng tạo với năng lực vượt qua các rào cản xuất khẩu sẽ giúp doanh nghiệp không chỉ bảo vệ được thị phần mà còn mở rộng ra những thị trường tiềm năng mới, từ đó nâng cao hiệu quả xuất khẩu và tạo điều kiện cho doanh nghiệp phát triển bền vững (Lê Đức Nhã và Phạm Tiến Thành, 2022).

Vai trò điều tiết của đổi mới sáng tạo cũng thể hiện ở việc gia tăng khả năng thích ứng của doanh nghiệp với sự thay đổi nhanh chóng của môi trường kinh doanh toàn cầu. Điển hình như, khả năng ứng phó với chi phí vận tải biển tăng đột biến, giúp doanh nghiệp xuất khẩu điều tiết nhanh chóng và kiểm soát tốt chi phí vận tải phát sinh, ổn định giá cả và khả năng cạnh tranh. Đổi mới sáng tạo giúp doanh nghiệp đáp ứng kịp thời về công nghệ xanh, sạch, thân thiện môi trường và nhanh chóng vượt qua rào cản về chứng chỉ CO2, hiệu ứng nhà kính. Điều này không chỉ giúp doanh nghiệp vượt qua rào cản xuất khẩu thuận lợi mà còn góp phần nâng cao vị thế cạnh tranh trên thị trường quốc tế, duy trì và tăng trưởng hoạt động xuất khẩu. Vì thế, đổi mới sáng tạo giữ vai trò điều tiết rất quan trọng giúp tối ưu hóa tác động tích cực mạnh mẽ của khả năng vượt rào cản xuất khẩu đến hiệu quả xuất khẩu doanh nghiệp.

Về các biến điều tiết, kết quả hồi quy ở bảng 3 cho thấy cả hai biến tuổi đời TUOI và quy mô lao động QMLĐ đều không có tác động tích cực đến biến phụ thuộc hiệu quả xuất khẩu (HQXK) ở ngưỡng tin cậy 95%. Kết quả này thể hiện rằng, trong bối cảnh thị trường quốc tế hiện nay, việc doanh nghiệp Việt Nam đạt được hiệu quả xuất khẩu không phụ thuộc nhiều vào thâm niên hay quy mô lao động, mà chủ yếu được quyết định bởi các yếu tố như khả năng vượt rào cản xuất khẩu và đổi mới sáng tạo. Các doanh nghiệp có quy

mô lớn hoặc đã hoạt động lâu năm có thể không nhất thiết có lợi thế về hiệu quả xuất khẩu nếu họ không biết cách linh hoạt ứng phó với thách thức thị trường và không đầu tư vào các hoạt động đổi mới sáng tạo.

5. Giải pháp

Từ kết quả nghiên cứu, bài viết đề xuất một số *giải pháp đối với các doanh nghiệp Việt Nam* nhằm nâng cao hiệu quả xuất khẩu trong bối cảnh hiện nay. Cụ thể, doanh nghiệp cần chủ động nâng cao kiến thức, tìm hiểu và cập nhật kịp thời pháp luật quốc tế, các quy định và quy tắc ứng xử thương mại quốc tế, các biện pháp phòng vệ thương mại của quốc gia nhập khẩu; đồng thời chủ động xây dựng và vận hành nghiêm túc đội ngũ pháp lý của doanh nghiệp, phối hợp chặt chẽ với cơ quan quản lý Nhà nước có liên quan để tìm hiểu, khai thác có hiệu quả các hiệp định thương mại tự do, hoặc giải quyết các rủi ro thương mại quốc tế trong trường hợp cấp thiết. Ngoài ra doanh nghiệp cần chú trọng tham gia đào tạo, bồi dưỡng, tư vấn và hỗ trợ xuất khẩu, hợp tác quốc tế để nắm bắt kịp thời thông tin thị trường thế giới. Doanh nghiệp cần linh hoạt trong việc huy động và sử dụng hiệu quả nguồn lực về tài chính và nguồn nhân lực để tối ưu hóa quy trình quản lý và sản xuất, nâng cao khả năng vượt rào cản xuất khẩu.

Đồng thời, doanh nghiệp cũng cần chủ động và ưu tiên đầu tư nguồn lực cho hoạt động nghiên cứu và phát triển. Trong đó, cần chú trọng đổi mới sáng tạo quy trình sản xuất theo hướng ứng dụng công nghệ hiện đại, nâng cao hiệu quả sản xuất, giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường, tối ưu hóa sử dụng nhiên liệu hóa thạch và tài nguyên thiên nhiên, hướng đến tăng trưởng xuất khẩu xanh và phát triển bền vững. Bên cạnh đó, tập trung đổi mới sáng tạo sản phẩm xuất khẩu

theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và đáp ứng tốt nhất nhu cầu khách hàng đa dạng. Đổi mới phương thức bán hàng và phân phối sản phẩm theo hướng số hóa, đẩy mạnh ứng dụng hiệu quả công nghệ thông tin.

Đối với Chính phủ và các quan quản lý nhà nước, cũng cần xem xét một số giải pháp hỗ trợ các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam. Cụ thể, Chính phủ và cơ quan quản lý nhà nước cần tập trung hoàn thiện cơ chế, triển khai đồng bộ các giải pháp khuyến khích đổi mới sáng tạo, đặc biệt là đối với doanh nghiệp xuất khẩu. Bên cạnh đó, hỗ trợ đào tạo nguồn nhân lực chất lượng; thúc đẩy hợp tác chặt chẽ giữa nhà trường/trung tâm nghiên cứu và doanh nghiệp xuất khẩu trong hoạt động nghiên cứu đổi mới sáng tạo quy trình sản xuất, sản phẩm, phương pháp quản trị,... trên cơ sở phân tích khoa học cung cầu thị trường xuất khẩu. Chính phủ cần xây dựng giải pháp đa dạng hóa hình thức triển khai hỗ trợ pháp lý thương mại quốc tế, cung cấp và định hướng thông tin thị trường xuất khẩu kịp thời cho doanh nghiệp,... giúp doanh nghiệp nâng cao khả năng vượt rào cản xuất khẩu. Ngoài ra, cần ưu tiên hỗ trợ vốn cho doanh nghiệp xuất khẩu đổi mới sáng tạo công nghệ xanh và thân thiện với môi trường,...

6. Kết luận

Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra rằng khả năng vượt rào cản xuất khẩu và hoạt động đổi mới sáng tạo đều có tác động tích cực đến hiệu quả xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam. Cụ thể, khả năng vượt rào cản xuất khẩu giúp doanh nghiệp thích ứng tốt hơn với các yêu cầu quốc tế, giảm thiểu chi phí tuân thủ và gia tăng khả năng cạnh tranh. Đổi mới sáng tạo cũng đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao chất lượng sản phẩm, tối ưu hóa quy trình sản xuất và tăng cường vị thế của doanh nghiệp trên thị

trường quốc tế. Ngoài ra, nghiên cứu còn xác nhận vai trò điều tiết của đổi mới sáng tạo, khi kết hợp giữa khả năng vượt rào cản và đổi mới sáng tạo không chỉ giúp doanh nghiệp vượt qua các rào cản xuất khẩu hiệu quả mà còn tạo ra lợi thế cạnh tranh bền vững trên trường quốc tế.

Về đóng góp lý thuyết, nghiên cứu bổ sung thêm bằng chứng thực nghiệm về vai trò của khả năng vượt rào cản và đổi mới sáng tạo trong nâng cao hiệu quả xuất khẩu, đặc biệt trong bối cảnh thị trường quốc tế phức tạp hiện nay. Đồng thời, nghiên cứu góp phần làm rõ mối quan hệ tương hỗ giữa khả năng vượt rào cản xuất khẩu và đổi mới sáng tạo, khẳng định đổi mới sáng tạo có thể khuếch đại tác động của khả năng vượt rào cản. Về mặt thực tiễn, các phát hiện của nghiên cứu hàm ý doanh nghiệp cần tăng cường đầu tư vào hoạt động đổi mới sáng tạo và rèn luyện khả năng thích ứng trước các yêu cầu quốc tế để tối ưu hóa hiệu quả xuất khẩu. Những kết quả này cũng cung cấp cơ sở cho các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu của nhà nước, nhấn mạnh tầm quan trọng của việc phát triển các chương trình hỗ trợ đổi mới và đào tạo nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam trên thị trường toàn cầu. ♦

Tài liệu tham khảo:

Ayob A.H., Freixanet J., Shahiri H. (2023), Innovation, trade barriers and exports: evidence from manufacturing firms in ASEAN countries, *Journal of Asia Business Studies*, Vol. 17 No. 1, pp. 203-223.

Bộ Công Thương (2016 - 2024), *Báo cáo xuất nhập khẩu Việt Nam 2016 - 2023*, NXB Công Thương.

Dong G., Kokko A., Zhou H. (2022), Innovation and export performance of emerging market enterprises: The roles of state and foreign ownership in China, *International Business Review*, Volume 31, Issue 6, 102025.

Kahiya E.T. (2018), Five decades of research on export barriers: Review and future directions, *International Business Review*, Volume 27, Issue 6, Pages 1172-1188.

Lê Đức Nhã, Phạm Tiến Thành (2022), Tác động của hoạt động đổi mới đến xuất khẩu tại doanh nghiệp nhỏ và vừa: Nghiên cứu trường hợp của Việt Nam, *Phát triển Khoa học & Công nghệ: Khoa học - Kinh tế - Luật và Khoa học Quản lý* (ĐHQG TP. Hồ Chí Minh), no.2 - tr.2449-2462.

Leonidou L.C. (2000), Barriers to export management: An organizational and internationalization analysis, *Journal of International Management*, 6, 2, 121-148.

Ortega S. (2003), Export barriers: Insights from small and medium-sized firms, *International Small Business Journal*, 21, 4, 403-419.

Ortigueira-Sánchez L.C., Welsh D.H.B, Stein W.C. (2022), Innovation drivers for export performance, *Sustainable Technology and Entrepreneurship*, Volume 1, Issue 2, 100013.

Schumpeter J. A. (1934), *The Theory of Economic Development: An Inquiry Into Profits, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Harvard University Press.

Tinits P., Yi J., Fey C.F., Meng S. (2024), Government R&D support's effects on export performance via innovation: An analysis of organizational motivators as moderators, *International Business Review*, Available online 16 September 2024, 102345.

Trần Hoa Phượng (2021), Rào cản phi thuế quan của các nước áp dụng đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam: thực trạng và giải pháp, *Tạp chí Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương*, no.582 - tr.7-9.

Trần Văn Chân, Phạm Thành Công (2023), Giải pháp ứng phó với rào cản phi thuế quan của EU đối với xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam, *Tạp chí Công Thương*, no.14 - tr.146-152.

Võ Văn Dứt (2022), Vai trò của đổi mới công nghệ và xuất khẩu đối với đổi mới sản phẩm của các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Việt Nam, *Tạp chí Khoa học Thương mại*, no.170 - tr.13-220.

Summary

This paper examines the impact of export barrier-overcoming capability and innovation on the export performance of Vietnamese enterprises. Through regression analysis on a sample of 356 enterprises, the results indicate that both export barrier-overcoming capability and innovation have a significantly positive impact on export performance. Notably, innovation plays a moderating role, amplifying the effects of barrier-overcoming capability, which enhances firms' adaptability and competitiveness in an increasingly volatile international environment. The study clarifies the relationships between these factors and offers recommendations to improve export performance for Vietnamese enterprises.