



Original Article

The role of business ties on the export performance of small and medium enterprises in Vietnam

Vo Van Dut*

*Can Tho University, Campus II
3/2 Street, Ninh Kieu District, Can Tho City, Vietnam*

Received: February 27, 2022

Revised: February 1, 2023; Accepted: June 25, 2023

Abstract: The aim of this study is to investigate whether business ties affect the export performance of small and medium enterprises (SMEs) in Vietnam. We use data from the European Research Organization, surveying 2,628 small and medium enterprises operating in 18 production fields and services across 10 provinces in Vietnam. OLS regression was used to test the effect of business ties and other control factors on SMEs' export performance. Research results show that firms contacting many other enterprises in different fields, as well as financial firms, will decrease their export performance. In addition, firm size, level of investment in R&D, political ties and outsourcing also have a significant influence on SMEs' export performance. The study proposes some solutions to help increase export performance for small and medium enterprises in Vietnam.

Keywords: Small and medium enterprises, export performance, business ties, same fields ties, different fields ties, financial ties.

* Corresponding author

E-mail address: vydut@ctu.edu.vn

<https://doi.org/10.57110/jebvn.v3i1.228>

Copyright © 2023 The author(s)

Licensing: This article is published under a CC BY-NC 4.0 license.

Vai trò của kết nối trong kinh doanh đối với kết quả xuất khẩu của doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Việt Nam

Võ Văn Dứt*

*Trường Đại học Cần Thơ, Khu II
Đường 3/2, Quận Ninh Kiều, Thành phố Cần Thơ, Việt Nam*

Nhận ngày 27 tháng 2 năm 2023

Chỉnh sửa ngày 1 tháng 2 năm 2023; Chấp nhận đăng ngày 25 tháng 6 năm 2023

Tóm tắt: Nghiên cứu nhằm mục tiêu xem xét các kết nối trong kinh doanh ảnh hưởng đến kết quả xuất khẩu của các doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) tại Việt Nam như thế nào thông qua sử dụng dữ liệu từ Tổ chức Nghiên cứu Châu Âu khảo sát 2.628 DNNVV đang hoạt động trong 18 lĩnh vực sản xuất và dịch vụ trên 10 tỉnh thành tại Việt Nam. Mô hình hồi quy OLS được sử dụng để kiểm định vai trò của các kết nối trong kinh doanh và các yếu tố kiểm soát khác đến kết quả xuất khẩu của các DNNVV. Kết quả cho thấy, các doanh nghiệp kết nối nhiều đơn vị khác lĩnh vực và các tổ chức tài chính sẽ làm giảm kết quả xuất khẩu. Ngoài ra, các yếu tố như quy mô doanh nghiệp, mức độ đầu tư vào R&D, kết nối chính trị và thuê ngoài cũng ảnh hưởng đến kết quả xuất khẩu. Từ đó, bài viết đề xuất một số hàm ý hỗ trợ tăng cường kết quả xuất khẩu cho các DNNVV tại Việt Nam.

Từ khóa: Doanh nghiệp nhỏ và vừa, kết quả xuất khẩu, kết nối trong kinh doanh, kết nối trong cùng ngành, kết nối với ngoài ngành, kết nối trong tài chính.

1. Giới thiệu

Trong nhiều năm qua, xuất khẩu được xem là một trong những chủ đề nhận được sự quan tâm đặc biệt của các học giả thuộc lĩnh vực kinh doanh quốc tế. Nhiều nghiên cứu đã chứng minh tầm quan trọng của các kết nối kinh doanh đối với hiệu quả hoạt động kinh doanh và kết quả xuất khẩu của các doanh nghiệp nói chung, DNNVV nói riêng tại các quốc gia như Trung Quốc, Canada, Madagascar... Tuy nhiên, các kết nối trong kinh doanh của các doanh nghiệp Việt Nam chưa thật sự được nhiều quan tâm bởi các học giả. Thực tế cho thấy, số lượng DNNVV tại Việt Nam không hề nhỏ. Tuy nhiên, số lượng doanh nghiệp tham gia vào hoạt động ngoại thương lại rất thấp, chỉ chiếm 11,5% - con số khiêm tốn so với tổng cơ cấu và các quốc gia khác trong khu vực Châu Á. Mặc dù đã có nhiều nghiên cứu chỉ ra kết nối trong kinh doanh rất quan trọng, tuy nhiên các nghiên cứu này chưa đưa ra một kết quả thống nhất. Theo Peng và Luo

(2000), các kết nối trong kinh doanh luôn đa dạng, gồm hai mặt tích cực và tiêu cực. Trong khi đó, Burt (1992) cho rằng các mối liên hệ này không quá ảnh hưởng đến kết quả xuất khẩu của DNNVV, nhưng đồng thời khẳng định tầm quan trọng của các doanh nghiệp được cung cấp thông tin tốt hơn so với các đối thủ thông qua tương tác với các mối liên hệ khác nhau. Vì vậy, mục tiêu của nghiên cứu này là đo lường ảnh hưởng của các kết nối trong kinh doanh đến kết quả xuất khẩu của DNNVV tại Việt Nam, từ đó đề xuất giải pháp hỗ trợ DNNVV tận dụng các kết nối kinh doanh để gia tăng kết quả xuất khẩu.

2. Cơ sở nghiên cứu và mô hình nghiên cứu

Lý thuyết xã hội được sử dụng làm khung khổ để phân tích các hiện tượng trong xã hội. Kết nối giữa con người với con người, hay cụ thể là kết nối giữa các quản lý cấp cao cùng với quản lý của đối thủ, khách hàng, đối tác hay nhân viên

* Tác giả liên hệ

Địa chỉ email: vvdut@ctu.edu.vn

<https://doi.org/10.57110/jebvn.v3i1.228>

Bản quyền © 2023 (Các) tác giả

Bài báo này được xuất bản theo CC BY-NC 4.0 license.

cũng được đề cập đến trong lý thuyết xã hội vi mô. Lý thuyết xã hội cho rằng các kết nối của một doanh nghiệp đóng góp to lớn vào hiệu quả của các hoạt động của doanh nghiệp đó. Kết nối quản lý vượt qua ranh giới giữa chủ và nhân viên, hay kết nối cá nhân của các nhà quản lý cấp cao có ý nghĩa đặc biệt ảnh hưởng đến các hoạt động của tập đoàn, có thể trở thành nguồn lợi thế cạnh tranh và hiệu suất vượt trội (Borgatti & Foster, 2003). Các nhà quản lý hàng đầu công hiến, nỗ lực để phát triển và duy trì kết nối với các đối tác khác ngành nhằm huy động các nguồn lực bên ngoài giúp họ liên tục đổi mới và sản xuất sản phẩm, dịch vụ với giá cả cạnh tranh, chất lượng cao (Pennings, 1998). Theo đó, lý thuyết này thể hiện nêu tận dụng tốt các kết nối kinh doanh sẽ khiến doanh nghiệp gia tăng lợi thế cạnh tranh, giảm thiểu chi phí rủi ro, nhận được sự hỗ trợ bên ngoài...

Lý thuyết quản lý bao gồm nhiều kết nối khác nhau, bao gồm kết nối kinh doanh, kết nối chính trị, kết nối nội bộ nhân viên trong doanh nghiệp.... Peng và Luo (2000) xác định hai kết nối trong kết nối quản lý gồm: Kết nối của nhà quản lý cấp cao với các đối tác kinh doanh, chẳng hạn như kết nối với người mua, nhà cung cấp và đối thủ cạnh tranh; Kết nối với chính phủ, các quan chức chính phủ. Sự hợp tác giữa nhà cung cấp và khách hàng, sự gia nhập các tổ chức kinh tế, sự tương tác các đối thủ cạnh tranh trong cùng lĩnh vực được xem là hình thức tương tác phổ biến nhất giữa các tập đoàn, doanh nghiệp. Kết nối giữa nhà cung cấp và khách hàng đóng vai trò quan trọng trong việc chuyển giao và khai thác kiến thức, huy động và điều phối nguồn lực (Takeishi, 2001). Các nhà cung cấp có thể đóng góp thông tin chuyên biệt, công nghệ mới hoặc kiến thức quan trọng trong việc sản xuất một sản phẩm mới cho khách hàng. Vì kết nối quản lý giữa nhà cung cấp và khách hàng chủ yếu dựa trên niềm tin cá nhân, sự hợp tác này sẽ cải thiện sự đổi mới một cách ổn định nhưng cần có một thời gian khá dài. Các doanh nghiệp có thể thiết lập kết nối với các đối thủ cạnh tranh để giảm sự không chắc chắn từ tương tác cạnh tranh (Palmer và cộng sự, 1993). Việc trao đổi kiến thức giữa các đối thủ cạnh tranh có thể tạo ra phương pháp hiệu quả để nhanh chóng cải thiện năng lực sản xuất, kiểm soát chất lượng và đổi mới sản phẩm, dễ dàng tiếp cận các kiến thức, công nghệ mới (Peng & Luo, 2000). Tuy nhiên, việc liên hệ với công ty đối thủ quá nhiều, theo thời gian, doanh nghiệp có thể bị giảm cạnh tranh trong ngành, giảm bớt việc tìm kiếm nguồn lực ngoài ngành.

Nguyen (2019) cho thấy các kết nối kinh doanh - bao gồm kết nối kinh doanh cùng ngành,

kết nối kinh doanh khác ngành và kết nối tài chính có ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của DNNVV Việt Nam (bao gồm hoạt động xuất khẩu). Trong mô hình nghiên cứu, kết nối cùng ngành có tác động nghịch biến đến hiệu quả kinh doanh, kết nối kinh doanh khác ngành có tác động đồng biến đến hiệu quả kinh doanh.

2.1. Kết nối kinh doanh cùng ngành

Có nhiều giả thuyết hướng đến sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trong cùng ngành. Theo Peng và Luo (2000), việc cạnh tranh giữa các doanh nghiệp càng gay gắt sẽ dẫn đến giảm tiềm năng lợi nhuận cho các doanh nghiệp cùng ngành. Càng nhiều sự cạnh tranh trong kết nối cùng ngành sẽ khiến kết quả xuất khẩu thấp bởi vì khách hàng có nhiều sự lựa chọn giữa các doanh nghiệp cung ứng. Việc doanh nghiệp có kết nối quá đặc biệt, thân thiện với các doanh nghiệp cùng ngành không phải là một điều tốt đẹp bởi vì việc này sẽ khiến doanh nghiệp giảm khả năng cạnh tranh và tìm kiếm nguồn lực ngoài ngành (Nguyen, 2019).

Giả thuyết 1: Kết nối kinh doanh cùng ngành có tác động nghịch biến đến kết quả xuất khẩu của DNNVV.

2.2. Kết nối kinh doanh khác ngành

Trong môi trường kinh doanh, các doanh nghiệp khác lĩnh vực đều có kết nối nhất định với nhau. Một doanh nghiệp sản xuất cũng cần sự hỗ trợ của các doanh nghiệp trong lĩnh vực marketing, logistics, viễn thông... Kết nối kinh doanh khác ngành được xem là nguồn lực ngoài ngành và không mang tính cạnh tranh “một mất một còn” như kết nối kinh doanh cùng ngành.

Việc kết nối giữa các doanh nghiệp khác lĩnh vực cũng giống như một dây chuyền sản xuất tại doanh nghiệp. Các doanh nghiệp có thể hợp tác với nhau, mỗi doanh nghiệp hoàn thành một nhiệm vụ thuộc lĩnh vực chuyên ngành để có thể rút ngắn thời gian tạo ra giá trị vật chất và đem lại lợi nhuận, lợi ích cho doanh nghiệp. Hầu hết các nghiên cứu đều cho rằng, kết nối kinh doanh khác ngành là kết nối tích cực. Theo Nguyen và cộng sự (2019), kết nối kinh doanh khác ngành sẽ giúp doanh nghiệp gia tăng kết quả xuất khẩu và hiệu quả kinh doanh quốc tế.

Giả thuyết 2: Kết nối kinh doanh khác ngành có tác động đồng biến đến KQXK của DNNVV.

2.3. Kết nối tài chính

Tài chính doanh nghiệp là một phần không thể thiếu trong quá trình vận hành doanh nghiệp. [8] đề cập đến kết nối giữa doanh nghiệp với cán bộ ngân hàng có tác động đến kết quả xuất khẩu. Kết nối này được xem là một sự cộng sinh, đôi bên cùng có lợi. Đối với ngân hàng, kết nối hợp tác càng lâu dài thì ngân hàng sẽ có càng nhiều thông tin của khách hàng, điều này sẽ làm giảm rủi ro trong hoạt động tín dụng do thông tin bất đối xứng. Đối với doanh nghiệp, những kết nối bền vững với ngân hàng được xem là tài sản quý giá vì chúng có thể làm giảm chi phí tiếp cận tín dụng và tăng sự sẵn có của các nguồn tín dụng (Petersen & Rajan, 1994). Những doanh nghiệp càng có kết nối tài chính với nhiều ngân hàng càng thể hiện sự gắn kết khá yếu và dễ dàng rời đi. Đồng nghĩa, doanh nghiệp sẽ gặp nhiều khó khăn trong việc xoay vốn, ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất kinh doanh.

Giả thuyết 3: Kết nối tài chính có tác động nghịch biến đến kết quả xuất khẩu của DNNVV.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Nguồn dữ liệu

Nhóm tác giả sử dụng dữ liệu của Tổ chức Nghiên cứu Châu Âu thu thập thông qua một cuộc khảo sát được thực hiện tại 10 tỉnh của Việt Nam: Hà Nội, Hà Tây, Hải Phòng, Thành phố Hồ Chí Minh, Phú Thọ, Nghệ An, Quảng Nam, Khánh Hòa, Lâm Đồng và Long An. Dữ liệu dựa trên các cuộc phỏng vấn trực tiếp với chủ sở hữu, nhà quản lý và nhân viên của các doanh nghiệp vào tháng 6/2019. Tổng số doanh nghiệp khảo sát gồm 2.628 doanh nghiệp, được phân bổ trên khoảng 18 lĩnh vực sản xuất và dịch vụ. Sau khi được chọn lọc, lược bỏ những doanh nghiệp không có đủ thông tin cần cho phân tích của mô hình nghiên cứu, tổng số quan sát sử dụng trong nghiên cứu là 2.613 doanh nghiệp.

3.2. Định nghĩa và đo lường các biến trong mô hình nghiên cứu

3.2.1. Biến phụ thuộc (Y)

Kết quả xuất khẩu của DNNVV tại Việt Nam được đo lường bằng tỷ lệ doanh thu xuất khẩu và

tổng doanh thu (Petersen & Rajan, 1994). Công thức như sau:

$$\text{Kết quả xuất khẩu} = \frac{\text{Doanh thu xuất khẩu}}{\text{Tổng doanh thu}}$$

Giá trị của biến phụ thuộc sẽ dao động trong khoảng từ 0-100%.

3.2.2. Các biến độc lập

- Kết nối kinh doanh cùng ngành (X_1) được đo lường bằng số lượng các doanh nghiệp cùng lĩnh vực mà doanh nghiệp thường xuyên liên lạc. Các doanh nghiệp thường xuyên liên lạc cùng các doanh nghiệp cùng ngành sẽ làm giảm khả năng cạnh tranh trong cùng ngành, dẫn đến kết quả xuất khẩu giảm (Nguyen, 2019).

- Kết nối kinh doanh khác ngành (X_2) được đo lường bởi số doanh nghiệp khác lĩnh vực mà doanh nghiệp thường xuyên liên lạc (Nguyen, 2019). Theo các nghiên cứu trước đó, doanh nghiệp có càng nhiều kết nối kinh doanh khác ngành sẽ khiến cho kết quả kinh doanh và kết quả xuất khẩu của doanh nghiệp càng tốt.

- Kết nối tài chính (X_3) được đo lường bởi số ngân hàng liên kết với doanh nghiệp (Nguyen, 2019). Nếu doanh nghiệp liên kết với càng nhiều ngân hàng thì sẽ khó xây dựng được kết nối sâu sắc, dẫn đến việc khó tận dụng nguồn vốn, ảnh hưởng tiêu cực đến kết quả xuất khẩu của doanh nghiệp.

3.2.3. Các biến kiểm soát

- Tuổi doanh nghiệp (X_4) được đo lường bởi số năm doanh nghiệp hoạt động kể từ khi thành lập đến năm khảo sát. Giá trị biến này dao động trong khoảng từ 3-59 năm. Các doanh nghiệp có thời gian hoạt động càng lâu thì càng có độ tin cậy, kinh nghiệm, danh sách khách hàng, kết quả xuất khẩu tốt hơn so với doanh nghiệp có số năm hoạt động thấp.

- Quy mô doanh nghiệp (X_5) được đo lường bằng số lượng logarit tự nhiên của số lượng nhân viên làm việc toàn thời gian tại doanh nghiệp (Petersen & Rajan, 1994; Sami và cộng sự, 2019; Shahzad và cộng sự, 2021). Giá trị càng lớn có nghĩa rằng quy mô của doanh nghiệp càng lớn.

- Giới tính người quản lý (X_6) được đo lường bằng biến giả: giá trị 1 nếu nhà quản lý là nam, 0 là nữ. Theo Vo (2016) và Sami và cộng sự (2019), nam giới sẽ có nhiều kết nối bên ngoài

hơn so với nữ giới. Việc giới tính nhà quản lý là nam sẽ góp phần giúp cho kết nối của doanh nghiệp được mở rộng, điều này cũng được kỳ vọng sẽ làm tăng lượng hợp đồng xuất khẩu của doanh nghiệp.

- Mức độ đầu tư vào R&D (X_7) được đo lường bằng tỷ lệ giữa số tiền mà doanh nghiệp đã đầu tư vào R&D của doanh nghiệp và tổng doanh thu tính đến năm khảo sát (Petersen & Rajan, 1994). Tỷ lệ đầu tư càng cao thì sự đổi mới càng tăng, từ đó gia tăng tính cạnh tranh cho sản phẩm của doanh nghiệp.

- Kết nối chính trị (X_8) được đo lường bằng phần trăm giữa thời gian dành để giải quyết các quy định của chính phủ và yêu cầu của các cán bộ (bao gồm thuế, giấy phép, quy định kinh doanh và thương mại) và tổng thời gian làm việc của ban quản lý tại doanh nghiệp (Sami và cộng sự, 2019). Việc tiêu tốn quá nhiều thời gian để giải quyết các vấn đề về thủ tục xuất khẩu sẽ ảnh hưởng tiêu cực đến kết quả xuất khẩu của doanh nghiệp.

- Doanh nghiệp thuê ngoài (X_9) được đo lường bằng số lượng hợp đồng thuê ngoài tại thời điểm khảo sát. Khi số lượng hợp đồng doanh nghiệp gia công càng cao, doanh nghiệp được kỳ vọng là sẽ đáp ứng được càng nhiều đơn đặt hàng, kết quả xuất khẩu tăng (Vo, 2016; Vo và cộng sự, 2022).

- Quảng cáo sản phẩm (X_{10}) được đo lường bằng biến giả giá trị 1 nếu doanh nghiệp có quảng cáo sản phẩm, 0 là không có. Các doanh nghiệp có quảng cáo cho sản phẩm sẽ được kỳ vọng có kết quả xuất khẩu càng tốt (Li, 2020).

3.3. Phương pháp ước lượng

Nghiên cứu sử dụng mô hình hồi quy tuyến tính OLS để phân tích kết quả. Phương trình ước lượng được thể hiện như sau:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \ln \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \beta_8 X_8 + \beta_9 X_9 + \beta_{10} X_{10} + \varepsilon$$

Trong đó: Y là biến phụ thuộc: kết quả xuất khẩu của doanh nghiệp DNNVV Việt Nam; β_0 là hệ số chặn của mô hình: giá trị của Y khi tất cả giá trị X bằng 0; $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ lần lượt là hệ số ước lượng của kết nối kinh doanh cùng ngành, kết nối kinh doanh khác ngành và kết nối tài chính; X_1, X_2, X_3 là giá trị của các biến độc lập; β_4 đến β_{10} lần lượt là hệ số ước lượng các biến kiểm soát; X_4 đến X_{10} lần lượt là giá trị của các yếu tố kiểm soát; ε là sai số của mô hình hồi quy.

4. Kết quả và thảo luận

4.1. Mô tả thống kê

Bảng 1 thể hiện giá trị thấp nhất, giá trị cao nhất, trung bình, độ lệch chuẩn, hệ số phóng đại phương sai (VIF). Tất cả các giá trị VIF của các yếu tố trong bảng đều nhỏ hơn 10, chứng tỏ mô hình không có hiện tượng đa cộng tuyến.

Bảng 2 cho thấy hệ số cao nhất trong bảng là 0,501 (tương quan giữa quảng cáo sản phẩm và quy mô doanh nghiệp). Kết quả này khẳng định không có hiện tượng đa cộng tuyến khi ước lượng các biến trong mô hình.

Bảng 3, 4 thể hiện lần lượt kết quả mô hình hồi quy OLS và mô hình hồi quy Tobit.

Bảng 1: Mô tả thống kê của các yếu tố trong mô hình nghiên cứu (n = 2.613)

TT	Các yếu tố	Giá trị thấp nhất	Giá trị cao nhất	Trung bình	Độ lệch chuẩn	VIF
1	Kết quả xuất khẩu của DNNVV (%)	0	100	2,237	13,074	1,34
2	Kết nối kinh doanh cùng ngành	0	580	7,401	18,971	1,31
3	Kết nối kinh doanh khác ngành	0	800	21,942	29,196	1,05
4	Kết nối tài chính	0	200	1,207	4,324	1,04
5	Tuổi của doanh nghiệp	2	61	16,501	10,161	1,49
6	Quy mô doanh nghiệp	0	6,55	1,856	1,175	1,04
7	Giới tính người quản lý	0	1	0,590	0,492	1,01
8	Mức độ đầu tư vào R&D	0	0,179	0,002	0,012	1,14
9	Kết nối chính trị	0	15	1,798	1,994	1,01
10	Thuê ngoài	0	1	0,046	0,209	1,36
11	Quảng cáo sản phẩm	0	1	0,178	0,382	1,34

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu từ Stata.

Bảng 2: Mô tả ma trận tương quan của các yếu tố trong mô hình (n = 2.613)

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Y										
2	X ₁	0,065**									
3	X ₂	-0,001	0,475**								
4	X ₃	0,020	0,129**	0,093**							
5	X ₄	-0,048*	-0,029	0,007	0,017						
6	X ₅	0,351**	0,144**	0,085**	0,171**	-0,159**					
7	X ₆	-0,040*	-0,032	-0,087**	-0,019	0,042*	-0,128**				
8	X ₇	0,050*	0,051**	0,023	0,008	0,000	0,021	-0,018			
9	X ₈	0,168**	0,149**	0,026	0,091**	-0,136**	0,308**	-0,097**	0,011		
10	X ₉	0,077**	-0,010	-0,026	0,019	-0,032	0,101**	0,012	-0,003	0,059**	
11	X ₁₀	0,178**	0,078**	0,079**	0,099**	-0,125**	0,501**	-0,162**	0,058**	0,144**	0,075**

Ghi chú: * và ** lần lượt biểu diễn các mức ý nghĩa thống kê ở mức 5% và 1%.

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu từ Stata.

4.2. Thảo luận kết quả nghiên cứu

4.2.1. Kết nối kinh doanh cùng ngành

Kết quả hồi quy OLS mô hình 1 cho thấy, kết nối cùng ngành có mối tương quan thuận chiều với kết quả xuất khẩu của DNNVV Việt Nam, ngược lại với giả thuyết đã được đặt ra. Tuy nhiên, mô hình 3 cho thấy biến độc lập này không có ý nghĩa thống kê. Điều này tương tự với nghiên cứu của Peng và Luo (2000) cho thấy các mối liên hệ này không quá ảnh hưởng đến kết quả xuất khẩu của DNNVV, tuy nhiên doanh nghiệp có mối liên hệ với các doanh nghiệp khác thường xuyên sẽ được cung cấp thông tin thị trường tốt hơn, điều này chứng tỏ bác bỏ giả thuyết 1. Kết luận, kết nối kinh doanh cùng ngành không ảnh hưởng đến kết quả xuất khẩu của DNNVV.

4.2.2. Kết nối kinh doanh khác ngành

Mô hình 1 cho thấy kết nối kinh doanh khác ngành không có ý nghĩa thống kê. Tuy nhiên, mô hình 3 lại cho thấy kết nối kinh doanh khác ngành có mối tương quan âm với kết quả xuất khẩu của DNNVV. Điều này tương tự với nghiên cứu của Nguyễn Thị Quý (2019). Với mức ý nghĩa 0,05% ($p < 0,05$), nếu doanh nghiệp tăng thêm một liên lạc với các doanh nghiệp khác lĩnh vực thì kết quả xuất khẩu giảm 0,019% ($\beta_2 = -0,019$). Giải thích cho điều này, khi duy trì kết nối với các đồng nghiệp, đối tác ở các lĩnh vực khác quá nhiều, theo thời gian có thể gây ra các trùng lặp trong công việc của hai doanh nghiệp

khác lĩnh vực, dẫn đến việc san sẻ khách hàng và phân tán sự tập trung trong lĩnh vực của doanh nghiệp. Do đó, các kết nối khác ngành có thể gây tổn hại đến kết quả xuất khẩu của doanh nghiệp. Như vậy, giả thuyết 2 bị bác bỏ, kết luận kết nối kinh doanh khác ngành có tác động nghịch biến đến kết quả xuất khẩu của DNNVV.

4.2.3. Kết nối tài chính

Mô hình 1 cho thấy kết nối tài chính không có ý nghĩa thống kê. Mô hình 3 lại cho thấy kết nối tài chính có mối tương quan âm với kết quả xuất khẩu của DNNVV, hệ số ước lượng $\beta_3 = -0,136$, có ý nghĩa thống kê ở mức 5% ($p < 0,05$). Điều này trùng với kết quả nghiên cứu của Nguyen và cộng sự (2019), Petersen và Rajan (1994). Kết nối này được xem là một sự cộng sinh, đôi bên cùng có lợi. Đối với ngân hàng, kết nối hợp tác càng lâu dài thì ngân hàng sẽ có càng nhiều thông tin của khách hàng, điều này sẽ làm giảm rủi ro trong hoạt động tín dụng do thông tin bất đối xứng. Đối với doanh nghiệp, những kết nối bền vững với ngân hàng có thể làm giảm chi phí tiếp cận tín dụng và tăng sự sẵn có của các nguồn tín dụng. Những doanh nghiệp càng có kết nối tài chính với nhiều ngân hàng càng thể hiện sự gắn kết khá yếu và dễ dàng rời đi. Đồng nghĩa, doanh nghiệp sẽ gặp nhiều khó khăn trong việc xoay vốn, ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất - kinh doanh. Như vậy, giả thuyết 3 được chấp nhận, kết nối tài chính có tác động nghịch biến đến kết quả xuất khẩu của DNNVV.

Bảng 3: Kết quả mô hình hồi quy tuyến tính OLS các yếu tố tác động đến kết quả xuất khẩu của DNNVV tại Việt Nam (n = 2.613)

	Mô hình 1		Mô hình 2		Mô hình 3	
	Hệ số	Sai số chuẩn	Hệ số	Sai số chuẩn	Hệ số	Sai số chuẩn
Hằng số	2,176**	0,324			-	
			-5,978**	0,736	5,713*	
					*	0,756
Các biến độc lập						
X ₁	0,057**	0,015			0,022	0,015
X ₂	-0,019	0,010			-0,019*	0,009
X ₃	0,039	0,060			-0,136*	0,056
Các biến kiểm soát						
X ₄			0,019	0,024	0,023	0,024
X ₅					3,718*	
			3,649**	0,246	*	0,248
X ₆			0,229	0,494	0,161	0,495
X ₇					45,183	
			45,813*	19,857	*	19,852
X ₈					0,426*	
			0,436**	0,127	*	0,128
X ₉			2,505*	1,148	2,474*	1,147
X ₁₀			0,057	0,729	0,142	0,729
N	2.613		2.613		2.613	
R ² điều chỉnh	0,0045		0,1284		0,1308	
Giá trị p	0,002		0,000		0,000	

Ghi chú: * và ** lần lượt biểu diễn các mức ý nghĩa thống kê ở mức 5% và 1%.

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu từ Stata.

4.3. Phân tích mở rộng

4.2.4. Các yếu tố kiểm soát

Biến kiểm soát quy mô doanh nghiệp và kết quả xuất khẩu của DNNVV có mối tương quan thuận chiều. Mô hình 3 chỉ ra quy mô doanh nghiệp có mức ý nghĩa thống kê 1% ($\beta_5 = 3,718$; $p < 0,01$). Kết quả ngụ ý rằng nếu quy mô doanh nghiệp càng lớn thì kết quả xuất khẩu của doanh nghiệp càng cao. Điều này hoàn toàn phù hợp với nghiên cứu của Petersen và Rajan (1994).

Mức độ đầu tư và R&D của doanh nghiệp cũng thể hiện mối tương quan thuận, có ý nghĩa thống kê tại mức ý nghĩa 5% ($\beta_7 = 45,183$; $p < 0,05$). Mức độ đầu tư vào R&D được đo lường bởi tỷ lệ số tiền đầu tư vào R&D của doanh nghiệp so với doanh thu, khi tỷ lệ này tăng thêm 1% thì kết quả xuất khẩu sẽ tăng thêm 45,813%. Bởi vì nếu doanh nghiệp càng đẩy mạnh đầu tư vào quá trình nghiên cứu và cải tiến thì chất lượng sản phẩm sẽ tốt hơn, tăng tính cạnh tranh dẫn đến số lượng hợp đồng xuất khẩu càng nhiều, góp phần làm tăng kết quả xuất khẩu của doanh nghiệp (Wang và cộng sự, 2019).

Kết nối chính trị có mối tương quan thuận với biến phụ thuộc và có ý nghĩa tại mức 1% trong mô hình 3 ($\beta_8 = 0,426$; $p < 0,01$). Điều này có thể lý giải, các doanh nghiệp dành nhiều thời gian làm việc của ban là những doanh nghiệp sẽ có doanh thu xuất khẩu thường xuyên hơn.

Biến kiểm soát thuê ngoài có mối tương quan thuận chiều đối với kết quả xuất khẩu ($\beta_9 = 2,474$; $p < 0,05$), chứng tỏ các doanh nghiệp có hợp đồng thuê ngoài sẽ có nhiều đơn đặt hàng từ quốc tế hơn bởi quá trình sản xuất diễn ra nhanh chóng, có thể đáp ứng nhu cầu hàng hóa số lượng lớn. Nếu doanh nghiệp sử dụng thêm 1 hợp đồng thuê ngoài thì kết quả xuất khẩu của doanh nghiệp sẽ tăng 2,474%. Điều này tương tự với nghiên cứu của Vo (2016).

Nghiên cứu sử dụng mô hình hồi quy phi tuyến tính Tobit để kiểm định lại kết quả.

Khác với mô hình hồi quy OLS, chỉ có biến độc lập kết nối tài chính có ảnh hưởng nghịch biến đến biến phụ thuộc ở mức ý nghĩa 10%. Trong khi đó, biến độc lập kết nối kinh doanh cùng ngành và kết nối kinh doanh khác ngành lại không có ý nghĩa, tức là không ảnh hưởng đến kết quả xuất khẩu của DNNVV.

Ngoài ra, các biến kiểm soát quy mô doanh nghiệp, mức độ đầu tư vào R&D, kết nối chính trị cũng có mối tương quan tương tự như mô hình OLS đã phân tích. Ở mô hình Tobit, biến kiểm soát quảng cáo sản phẩm có ý nghĩa thống kê và

có tác động tích cực đến kết quả xuất khẩu của doanh nghiệp. Như vậy, các yếu tố như kết nối tài chính, quy mô doanh nghiệp, mức độ đầu tư vào R&D, kết nối chính trị và thuê ngoài được ủng hộ trong cả hai mô hình.

Bảng 4: Kết quả ước lượng mô hình hồi quy phi tuyến tính Tobit (n = 2.613)

	Mô hình 1		Mô hình 2		Tác động biên	
	Hệ số	Sai số chuẩn	Hệ số	Sai số chuẩn	Hệ số	Sai số chuẩn
Hằng số	-336.938***	33.038	-330.383***	32.726		
Các biến độc lập						
X ₁			0,132	0,185	0.005	0.007
X ₂			-0,202	0,222	-0.008	0.009
X ₃			-4,744*	2,660	-0.190*	0.107
Các biến kiểm soát						
X ₄	-0,454	0,626	-0,274	0,614	-0.011	0.025
X ₅	57,570**	5,998	59,135**	6,119	2.370**	0.286
X ₆	3,456	10,137	2,190	10,068	0.088	0.404
X ₇	530,357**	232,750	501,963**	231,919	20.121**	9.372
X ₈	6,300***	1,980	6,275***	1,972	0.252***	0.081
X ₉	28,382*	16,352	27,140*	16,203	1.088*	0.653
X ₁₀	21,710**	10,963	22,109**	10,892	0.886*	0.438
Tỷ lệ hợp lý Logarit	-774,272		-770,818			
Hệ số Pseudo R ²	0,1900		0,1936			
Số quan sát	2.613		2.613			
Giá trị p	0,000		0,000			

Ghi chú: *, ** và *** lần lượt biểu diễn các mức ý nghĩa thống kê ở mức 10%, 5% và 1%.

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu.

5. Hàm ý và kết luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy, các kết nối kinh doanh có những ảnh hưởng nhất định đến kết quả xuất khẩu của DNNVV. Dựa trên dữ liệu của Tổ chức Nghiên cứu Châu Âu khảo sát 2.613 DNNVV đang hoạt động trên 10 tỉnh thành tại Việt Nam cho thấy, kết nối kinh doanh cùng ngành không ảnh hưởng đến kết quả xuất khẩu; kết nối kinh doanh khác ngành và kết nối tài chính có ảnh hưởng nghịch biến với kết quả xuất khẩu.

Bài viết ngụ ý, DNNVV có thể tận dụng các kết nối kinh doanh để gia tăng kết quả xuất khẩu. Trong bất kỳ kết nối kinh doanh nào, doanh nghiệp cũng phải kiểm soát được kết nối. Đối với kết nối kinh doanh cùng ngành, doanh nghiệp có thể cần xây dựng kết nối thân thiện, không lệ thuộc để được cung cấp thêm thông tin thị trường. Đối với kết nối kinh doanh khác ngành và kết nối tài chính, doanh nghiệp cần thiết

lập kết nối thân thiện, bền chặt hơn là kết nối ngắn hạn.

Lời cảm ơn

Tác giả chân thành cảm ơn Bộ Khoa học và Công nghệ đã tài trợ cho nghiên cứu với mã số B2022-TCT-09.

Tài liệu tham khảo

- Borgatti, S. P., & Foster, P. (2003). The network paradigm in organizational research: A review and typology. *Journal of Management*, 29(6), 991-1013. [https://doi.org/10.1016/S0149-2063\(03\)00087-4](https://doi.org/10.1016/S0149-2063(03)00087-4)
- Burt, R.S. (1992). *Structural Holes: The Social Structure of Competition*. Harvard University Press. <https://www.jstor.org/stable/j.ctv1kz4h78>
- Li, C. (2020). Enhancing or inhibiting: The impact of investment in political ties on the link between firm innovation and productivity. *International Business Review*, 29, 101636. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2020.101636>

- Nguyen, H. L., Lee, J. Y., & Nguyen, T. T. (2019). control, innovation and international joint venture performance: The moderating role of internal and external environments. *International Business Review* 28(6), 101591. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2019.101591>
- Quy, N. T. (2019). Social capital and business performance of enterprises in case of small and medium sized enterprises of Vietnam. *Journal of Finance - Marketing*, 55, 38-48. <https://doi.org/10.52932/jfm.vi55.81>
- Palmer, D. A., Jennings, P. D., & Zhou, X. (1993). Late adoption of the multidivisional form by large U.S. corporations: Institutional, political and economic accounts. *Administrative Science Quarterly*, 38(1), 100-131. <https://doi.org/10.2307/2393256>
- Peng, M. W. & Luo, Y. (2000). Managerial ties and firm performance in a transition economy: the nature of a micro-macro link. *Academy of Management Journal*, 43, 486-501. <https://doi.org/10.2307/1556406>
- Pennings, J. M., Lee, K., & Van Witteloostuijn, A. (1998). Human capital, social capital, and 35 firm dissolution. *Academy of Management Journal*, 41(4), 425-440. <https://doi.org/10.2307/257082>
- Petersen, M., & Rajan, R. (1994). The benefits of lending relationships: Evidence from small business data. *Journal of Finance*, 49(1), 3-37. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.1994.tb04418.x>
- Sami, P., Khan, A., & Jabeen, A. (2019). The effect of political and business ties on firm performance: The mediating role of product innovation. *Management Research Review*, 42, 778-796. <https://doi.org/10.1108/MRR-08-2018-0318>
- Shahzad, F., Khan, A. Q., & Shaikh, H. (2021). Political connections and firm performance: Further evidence using a generalized quantile regression approach. *IIMB Management Review*, 33, 205-213. <https://doi.org/10.1016/j.iimb.2021.05.003>
- Takeishi, A. (2001). Bridging inter-and intra-firm boundaries: Management of supplier involvement in automobile product development. *Strategic Management Journal*, 22(5), 403-433. <https://doi.org/10.1002/smj.163>
- Vo, D. V., Nguyen, T. T., & Tran, Q. H. (2022). The role of R&D intensity on the export intensity of enterprises in transition economy: The case of Vietnam. *Asian Journal of Business and Accounting*, 15(1), 281-309. <https://doi.org/10.22452/ajba.vol15no1.9>
- Vo, V. D. (2016). Relationship between economic distance, geographic distance and export intensity of multinational enterprise subsidiaries in Vietnam. *VNU Journal of Economics and Business* 32(1), 48-56. <https://doi.org/10.57110/jebvn.v3i3.228>
- Wang, T., Li, W., & Zhou, Y. (2019). The double-edged sword effect of political ties on performance in emerging markets: The mediation of innovation capability and legitimacy. *Journal of Asia Pacific Journal of Management*, 38, 1003-1030. <https://doi.org/10.1007/s10490-019-09686-w>
- Wu, J., Li, S., & Li, W. (2021). Top management team's formal network and international expansion of Chinese firms: The moderating role of state ownership and political ties. *International Business Review*, 30, 101803. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2021.101803>