

# Các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu nông sản sang thị trường Trung Quốc của các công ty xuất nhập khẩu Việt Nam

## Factors affecting agriculture export activities to China market of Vietnam import-export companies

Nguyễn Tuấn Đạt<sup>\*1</sup>, Phạm Ngọc Khanh<sup>2</sup>, Nguyễn Thị Phương Thảo<sup>3</sup>, Nguyễn Thị Phương Anh<sup>4</sup>, Nguyễn Thị Hồng Hạnh<sup>5</sup>, Mai Thị Bạch Tuyết<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup>Trường Đại học Bà Rịa – Vũng Tàu

\*Email tác giả liên hệ: [Nguyentuandat19101994@gmail.com](mailto:Nguyentuandat19101994@gmail.com)

---

### THÔNG TIN

Ngày nhận: 29/03/2022

Ngày nhận lại: 05/03/2022

Duyệt đăng: 21/07/2022

#### Từ khóa:

Xuất nhập khẩu, nông sản, đặc điểm thị trường, đặc điểm ngành

#### Keywords:

Import and export, agricultural products, market characteristics, industry characteristics

### TÓM TẮT

Nghiên cứu này được thông qua khảo sát 400 đối tượng là các quản lý của các công ty xuất nhập khẩu nông sản thị trường Trung Quốc của các công ty xuất nhập khẩu Việt Nam. Phương pháp nghiên cứu kết hợp phương pháp định tính và định lượng. Trong đó nghiên cứu định tính chủ yếu là thảo luận chuyên gia để thống nhất thang đo lập bảng câu hỏi và nghiên cứu định lượng sử dụng số liệu sơ cấp được xử lý thông qua phần mềm thống kê SPSS 22.0, đồng thời kết quả nghiên cứu được kết luận thông mô hình hồi quy đa biến theo phương pháp bình phương nhỏ nhất OLS. Nhóm tác giả đã vận dụng Học thuyết nguồn lực (BRV); Lý thuyết dự phòng (CoT), từ đó phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động giao thương nông sản sang thị trường Trung Quốc đó là đặc điểm doanh nghiệp, đặc điểm quản lý, chiến lược marketing xuất khẩu, mối quan hệ kinh doanh, đặc điểm thị trường nước ngoài, đặc điểm thị trường trong nước, đặc điểm ngành. Kết quả nghiên cứu cho thấy các nhân tố này ảnh hưởng tích cực đến hoạt động giao thương nông sản sang thị trường Trung Quốc của các doanh nghiệp XNK Việt Nam.

### ABSTRACT

This study was conducted through a survey of 400 subjects who are managers of agricultural products import and export companies to the Chinese market of Vietnamese import and export companies. The research method combines qualitative and quantitative methods. Qualitative research is mainly expert discussion to unify the questionnaire scale and quantitative research using primary data processed through statistical software SPSS 22.0, and research results concluded through the multivariate regression model by OLS. The authors have applied the Resource Theory (BRV); Contingency theory (CoT), thereby analyzing the factors affecting agricultural product trade to the Chinese market, which are enterprise characteristics, management characteristics, export marketing strategies, relationship business, foreign market characteristics, domestic market characteristics, industry characteristics. The research results show that these factors positively affect the trading activities of agricultural products to the Chinese market of Vietnamese import-export enterprises.

## **Giới thiệu**

Việt Nam đã từng bước làm sâu sắc hơn nữa quan hệ với Trung Quốc trên hầu hết các lĩnh vực, đặc biệt là trong lĩnh vực thương mại. Không chỉ là thị trường nhỏ, Trung Quốc còn là thị trường có nhu cầu nhập khẩu lớn đối với các mặt hàng nông, hải sản phục vụ tiêu dùng trong nước và chế biến xuất khẩu. Đồng thời, Trung Quốc qua nhiều năm đến bây giờ luôn là thị trường xuất khẩu lớn nhất và quan trọng nhất của nông sản Việt Nam, nông sản cũng là ngành xuất khẩu lớn thứ hai sang Trung Quốc, đóng góp tích cực vào doanh số xuất khẩu Việt Nam sang Trung Quốc từ năm 2010 đến năm 2019. Các sản phẩm chủ yếu là thủy sản, rau quả, hạt điều, cà phê, chè, gạo, sắn và các sản phẩm từ cao su, gỗ và sản phẩm gỗ, mây tre đan, thảo... Theo Phạm Ngọc Ý (2019) doanh số xuất khẩu nông sản sang thị trường Trung Quốc chiếm bình quân 28,16% tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản của Việt Nam. Đây có thể coi là điều kiện cho cả ngành nghề nói chung, đặc biệt đối với ngành xuất khẩu nông sản, tăng cơ hội cho nông sản Việt Nam thâm nhập sâu hơn vào thị trường Trung Quốc. Vì vậy, quan hệ hợp tác giữa hai nước vẫn đang trên đà phát triển ổn định, bền vững và duy trì những tín hiệu tích cực, phát huy tiềm năng và thế mạnh kinh tế của cả hai nước. Tuy nhiên, trong những năm gần đây, tỷ trọng xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang Trung Quốc đã giảm 5,5% trong năm 2018 và 5,85% vào năm 2019 (Phạm Ngọc Ý, 2019). Năng suất, khả năng kiểm soát hoặc chất lượng sản phẩm không đáp ứng các yêu cầu của phía Trung Quốc. Hoạt động xuất nhập khẩu thường xuyên chịu ảnh hưởng của các yếu tố khách quan từ Trung Quốc như thay đổi tỷ giá hối đoái, yêu cầu an toàn thực phẩm, yêu cầu xuất xứ, thay đổi chính sách xuất nhập khẩu ở biên giới. Do đó, tình trạng hàng nông sản Việt Nam ứ ứ tại cửa khẩu vẫn chưa thể giải quyết được do thời gian thông quan kéo dài, chính sách mậu dịch thường xuyên thay đổi, giá nông sản... tăng cao. Kiểm soát quá mức sản xuất đã là câu chuyện lặp đi lặp lại của ngành nông nghiệp Việt Nam đặc biệt là tại các doanh nghiệp đã xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc trong nhiều năm.

## **2. Cơ sở lý thuyết**

### **2.1. Khái quát về xuất khẩu nông sản**

Theo Smith (1976), khi tập trung chuyên môn hóa sản xuất những mặt hàng mà bản thân quốc gia có lợi thế tuyệt đối thì có thể sản xuất ra một lượng lớn hàng hóa, có thể dư thừa với nhu cầu sử dụng trong nước nên được mang ra trao đổi với bên ngoài. Còn theo Ricardo thì nếu quốc gia sản xuất và đem trao đổi mặt hàng mình có lợi thế so sánh với quốc gia khác thì cả hai quốc gia đều có lợi. Như vậy khi phân công lao động quốc tế đạt đến trình độ nhất định thì thương mại sẽ xảy ra. Trước đây thương mại được hiểu là hình thức trao đổi hàng đổi hàng, sau đó xuất hiện các phương tiện thanh toán trung gian như tiền, séc. Thương mại phát triển ngày càng phức tạp hơn qua cách hình thức như thương mại điện tử, cho thuê tài chính, mua bán nợ thương mại... liên kết chặt chẽ hơn nhưng cũng cạnh tranh ngày càng khốc liệt hơn. Trên cơ sở về thương mại hàng hóa, XKNS có thể hiểu là: Xuất khẩu nông sản là hoạt động trao đổi nông sản của một quốc gia với các nước khác trên thế giới dưới hình thức mua bán thông qua quan hệ thị trường nhằm khai thác lợi thế sẵn có của đất nước trong phân công lao động quốc tế, tạo ra lợi thế cạnh tranh đem lại lợi ích cho quốc gia.

### **2.2. Hình thức xuất khẩu nông sản**

**Xuất khẩu trực tiếp:** Là hình thức XKNS mà người mua và người bán liên hệ trực tiếp với nhau thông qua các phương thức như gặp gỡ, thư tín... để đàm phán giá cả, phương thức giao dịch. Đối với hình thức này có ưu điểm là giảm được các chi phí trung gian từ đó tăng được lợi nhuận cho người bán và người mua. Hơn nữa vì giao dịch trực tiếp nên người bán dễ dàng trao đổi từ đó đưa ra những phương án phù hợp để đáp ứng được nhu cầu

của khách hàng. Đây cũng là cơ hội tốt để người bán nâng cao uy tín chất lượng hàng hóa giao dịch. Tuy nhiên nhược điểm của hình thức giao dịch này là chi phí giao dịch có thể sẽ cao, rủi ro kinh doanh khá lớn nếu người bán không có điều kiện tìm hiểu rõ khách hàng của mình (Smith, 1976).

**Xuất khẩu trung gian:** Hay còn gọi là hình thức XKNS ủy thác, đây là hình thức bán hàng nông sản thông qua nhân tố trung gian thứ ba, nhân tố trung gian thứ ba thường là các đại lý, DN xuất NK hay các DN vận tải. XK ủy thác thường xảy ra khi người sản xuất nông sản không đủ điều kiện hoặc năng lực để XK nên trực tiếp ủy thác cho bên trung gian để tiến hành XK. Phía bên được ủy thác sẽ thu phí ủy thác từ hoạt động ủy thác này. Hình thức này khá phổ biến tại các quốc gia đang phát triển (Smith, 1976).

**Xuất khẩu hàng nông sản tại chỗ:** Hình thức XK này xảy ra hàng hóa được bán cho người nước ngoài trên lãnh thổ nước mình. Đặc điểm của hình thức này là nhà XK không cần phải đi tìm nhà NK mà ngược lại nhà NK sẽ đến đàm phán trực tiếp với nhà XK. Với hình thức này tất cả các hoạt động như hải quan, vận tải... thường sẽ do nhà NK đảm nhiệm (Smith, 1976).

### **2.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động xuất nhập khẩu của các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản**

#### **2.3.1. Các nhân tố bên trong của doanh nghiệp**

Các nhân tố liên quan đến chiến lược tiếp thị XK của DN đã được sử dụng rộng rãi như một nhân tố quyết định đến kết quả của hoạt động XK. Theo nghiên cứu thì đó là sự tự do hóa thương mại; sức cạnh tranh ngày càng tăng trong các nền kinh tế thế giới và những khó khăn về hoạt động mà các nhà XK gặp phải (Leonidou và cộng sự, 2004). Nhân tố được nghiên cứu nhiều nhất là tiếp thị và sản phẩm, tiếp theo là giá cả, khuyến mãi và phân phối. Các nhân tố như quy mô của DN, kinh nghiệm quốc tế của DN, khả năng và năng lực của DN (ví dụ như cam kết nguồn lực, quan hệ khách hàng, tính độc đáo của sản phẩm, chất lượng sản phẩm, sự nhanh chóng và linh hoạt để đáp ứng với thay đổi của thị trường) của DN Nhân tố bên trong Nhân tố bên ngoài Học thuyết nguồn lực (BRV) Lý thuyết dự phòng (CoT) Hoạt động xuất khẩu cũng được sử dụng rộng rãi như là nhân tố quyết định kết quả hoạt động XK. Nhìn chung, những phát hiện này phù hợp với những đánh giá trước đó, Aaby và Slater (1989), Zou và Stan (1998).

Một nhân tố quan trọng khác được đề cập đến bởi Cadogan và các cộng sự (2002) là định hướng thị trường. Thuật ngữ thị trường (hoặc tiếp thị) được định nghĩa là "văn hóa tổ chức tạo ra các hành vi cần thiết và hiệu quả nhất để tạo ra giá trị vượt trội cho người mua và do đó đạt được hiệu quả vượt trội cho DN. Do đó, các DN định hướng thị trường là những DN thu thập thông tin về thị trường DN hoạt động (ví dụ như nhu cầu của khách hàng), phổ biến thông tin này và sau đó hành động để đáp ứng nhu cầu và mong muốn của các bên liên quan khác nhau tốt hơn, Cadogan và các cộng sự (2002). Theo Ellis (2007) hai hướng nghiên cứu định hướng thị trường có thể được xác định trong bối cảnh XK. Hướng đầu tiên là mối liên hệ giữa định hướng và hoạt động thị trường tổng thể. Hướng thứ hai là mối liên hệ giữa định hướng thị trường và kết quả hoạt động XK Rose và Shoham (2002). Cuối cùng, một nhóm các nhà nghiên cứu thứ tìm được nhân tố quan trọng trong việc phát triển thị trường là thông tin, Akyol và Akehurst (2003). Do đó, hoạt động định hướng thị trường XK được định nghĩa là (a) việc tìm được thông tin có giá trị phù hợp với hoạt động XK của DN (b) phổ biến thông tin này cho những người ra quyết định phù hợp và (c) thiết kế và thực hiện các phản hồi hướng tới khách hàng XK, đối thủ XK và thị trường XK Cadogan và cộng sự (2018).

Cùng với đặc điểm của DN, đặc điểm quản lý cũng là nhân tố quan trọng. Nghiên cứu đã chỉ ra rằng quản lý là nhân tố quan trọng cho sự khởi đầu, phát triển, duy trì và thành công của hoạt động XK Leonidou và các cộng sự (2010). Do đó, yếu tố quản lý được nghiên cứu trọng tâm của nhiều bài viết. Nội dung của quản lý ảnh hưởng đến hoạt động XK gồm: cam kết và hỗ trợ XK; giáo dục; kinh nghiệm quốc tế; và sự đổi mới sáng tạo. Cam kết và hỗ trợ XK là nhân tố được đánh giá quan trọng nhất đối với hiệu quả kinh doanh thành công trên thị trường quốc tế. Kết quả này phù hợp với các đánh giá trước đó Zou và Stan (1998), Cavusgil và Zou (1994), Madsen (1987).

### **2.3.2. Các nhân tố bên ngoài doanh nghiệp**

Đặc điểm ngành: Bao gồm sự ổn định của ngành như dự đoán sự thay đổi hay biến động của ngành, ngành có biên động theo mùa / theo chu kỳ, có mức độ cạnh tranh và liệu có nhiều đối thủ mới tham gia vào ngành hay không Reis J, Forte R (2016).

Thị trường nước ngoài: Các đặc điểm của thị trường nước ngoài như khả năng cạnh tranh của thị trường thấp và sức hấp dẫn của thị trường (phát triển kinh tế, tiềm năng nhu cầu, v.v.) có ảnh hưởng tích cực đến hoạt động xuất khẩu (Zou và Stan, 1998). Hơn nữa, Sousa và cộng sự (2008) nhận thấy rằng sự tương đồng về văn hóa ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu. Khi thị trường xuất khẩu có văn hóa tương đồng với thị trường trong nước, các doanh nghiệp có thể có lợi thế trong việc giao tiếp với người tiêu dùng và chính phủ địa phương.

Thị trường trong nước: Trong khi hầu hết các nghiên cứu trước đây liên quan đến vai trò của mạng lưới trong quá trình quốc tế hóa có xu hướng tập trung vào các mạng lưới quốc tế, các mạng lưới trong nước cũng có thể đóng một vai trò tích cực trong việc hỗ trợ quốc tế hóa công ty (Haddoud và cộng sự, 2018). Đặc điểm thị trường nội địa cũng được xác định là có liên quan trong việc đánh giá hoạt động xuất khẩu (Sousa và cộng sự, 2008), Chen và cộng sự (2016) đã xác định sáu yếu tố nội địa, bao gồm nhu cầu trong nước, hỗ trợ xuất khẩu, đặc điểm thị trường địa phương, chất lượng cơ sở hạ tầng, chất lượng pháp lý và môi trường thể chế.

## **2.4. Tình hình nghiên cứu liên quan**

### **2.4.1. Các nghiên cứu trong nước**

Trần Thị Bạch Yến và Trương Thị Thanh Thảo (2017) với nghiên cứu “Các nhân tố ảnh hưởng đến xuất khẩu gạo Việt Nam sang thị trường ASEAN: kết quả phân tích bằng mô hình trọng lực”. Thông qua kết quả nghiên cứu từ mô hình, nhóm tác giả đã chỉ ra được các yếu tố Tổng sản phẩm quốc nội Việt Nam (GDP), Khoảng cách địa lý, Lạm phát của Việt Nam, Diện tích đất trồng lúa của Việt Nam có ảnh hưởng tích cực, cùng chiều đến giá trị kim ngạch gạo xuất khẩu của Việt Nam trong giai đoạn nghiên cứu. Trái lại, các yếu tố khoảng cách kinh tế thì có ảnh hưởng ngược chiều với giá trị kim ngạch xuất khẩu gạo trong giai đoạn 2000-2015. Dựa trên kết quả nghiên cứu, bài viết đã đưa ra những giải pháp nhằm nâng cao kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam sang thị trường ASEAN trong thời gian tới.

Nguyễn Viết Bằng và Lê Tấn Bửu (2018), với nghiên cứu “Các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả xuất khẩu của các doanh nghiệp thủy sản tại vùng đồng bằng sông Cửu Long” được thực hiện nhằm xác định và đo lường những yếu tố ảnh hưởng đến kết quả xuất khẩu của các doanh nghiệp thủy sản tại vùng Đồng bằng sông Cửu Long bằng phương pháp nghiên cứu định tính kết hợp định lượng. Nghiên cứu cho thấy kết quả xuất khẩu của các doanh nghiệp thủy sản chịu ảnh hưởng trực tiếp bởi 7 yếu tố: chiến lược marketing xuất khẩu, đặc điểm và năng lực của doanh nghiệp, đặc điểm ngành, đặc điểm quản lý, đặc điểm thị trường trong nước, đặc điểm thị trường nước ngoài và rào cản xuất khẩu.

Phạm Ngọc Ý (2019), với nghiên cứu “Các yếu tố bên ngoài doanh nghiệp ảnh hưởng đến kết quả xuất khẩu rau quả của các doanh nghiệp Việt Nam”, được thực hiện nhằm xác định và đo lường những yếu tố bên ngoài 38 doanh nghiệp ảnh hưởng đến kết quả xuất khẩu của các doanh nghiệp rau quả tại các tỉnh Nam Bộ và Lâm Đồng bằng phương pháp nghiên cứu định tính kết hợp định lượng. Nghiên cứu cho thấy kết quả xuất khẩu của các doanh nghiệp rau quả chịu ảnh hưởng trực tiếp bởi 4 yếu tố bên ngoài doanh nghiệp: đặc điểm ngành, cường độ cạnh tranh, sự khác biệt môi trường và rào cản xuất khẩu.

Lê Tân Bửu và Mai Xuân Đào (2020), với nghiên cứu “Ảnh hưởng của nhận thức về động cơ xuất khẩu đến lựa chọn thị trường Asean + 3 để xuất khẩu nông sản của các doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam”, thông qua khảo sát 132 doanh nghiệp nhỏ và vừa xuất khẩu nông sản ở thành phố Hồ Chí Minh, một số tỉnh miền Đông, Tây Nam Bộ và Tây Nguyên, kết quả thể hiện nhận thức động cơ xuất khẩu bên ngoài doanh nghiệp ảnh hưởng mạnh hơn đến lựa chọn thị trường so với nhận thức động cơ xuất khẩu bên trong doanh nghiệp.

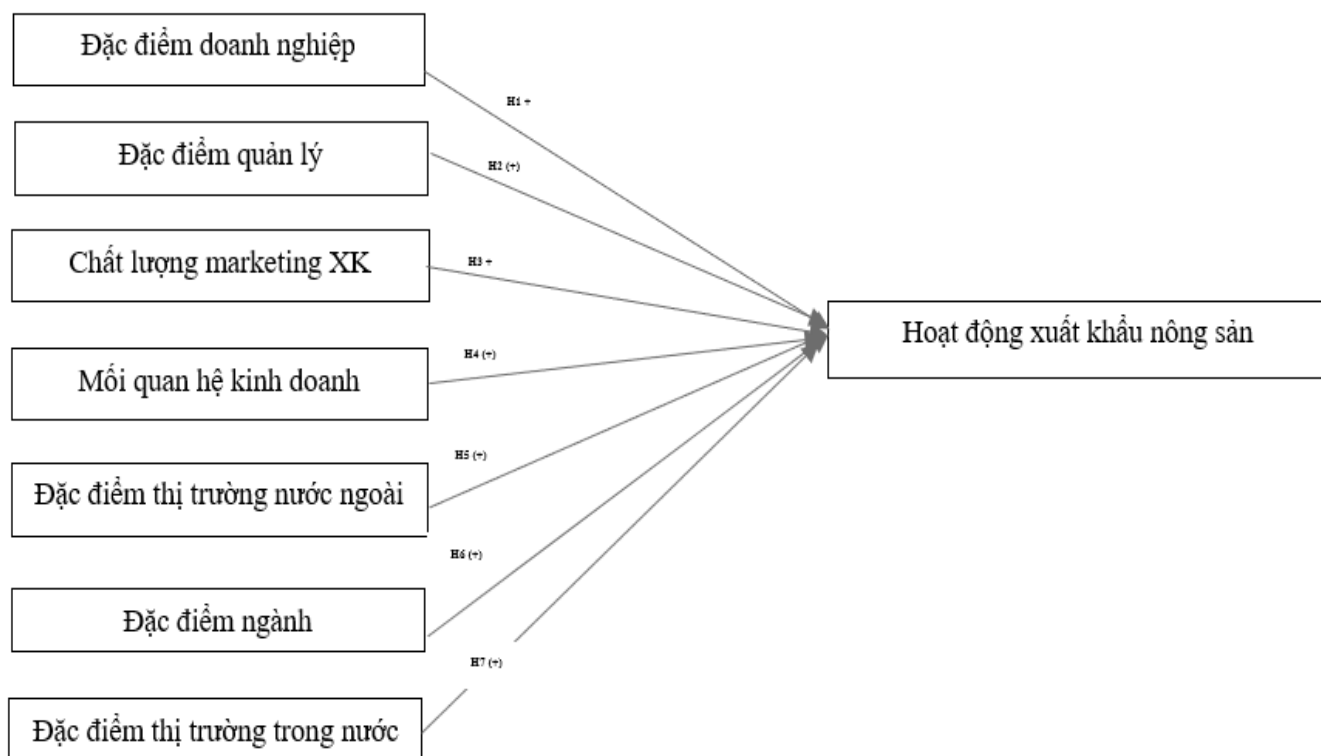
#### **2.4.2. Các nghiên cứu nước ngoài**

Reis và Forte (2016), với nghiên cứu “The impact of industry characteristics on firms’ export intensity” nhóm tác giả đã dựa trên một mẫu nghiên cứu bao gồm 19.504 doanh nghiệp sản xuất của Bồ Đào Nha, 7.930 trong số đó đang xuất khẩu, trong giai đoạn 2010 - 2013 và sử dụng ước tính dữ liệu bảng, kết quả thực nghiệm cho thấy một số đặc điểm của ngành (năng suất lao động, định hướng xuất khẩu, mức độ tập trung), cũng như đặc điểm của doanh nghiệp (năng suất lao động, quy mô và độ tuổi của doanh nghiệp) là những yếu tố quan trọng quyết định đến cường độ xuất khẩu của doanh nghiệp. Nghiên cứu đã chỉ ra rằng cường độ xuất khẩu của một doanh nghiệp bị ảnh hưởng tích cực bởi định hướng xuất khẩu của ngành, cũng như bởi năng suất lao động của doanh nghiệp, khẳng định niềm tin rằng các doanh nghiệp và chính phủ cần định hướng chính sách của họ theo hướng tăng năng suất để cải thiện khả năng cạnh tranh ở thị trường nước ngoài.

Mpunga (2016) trong nghiên cứu “Examining the Factors Affecting Export Performance for Small and Medium Enterprises (SMEs) in Tanzania” đã điều tra 130 doanh nghiệp nhỏ và vừa cho thấy các rào cản trong hoạt động xuất khẩu đó là: năng lực xuất khẩu, đặc biệt là vốn tài chính không đầy đủ và không ổn định, khác biệt về ngôn ngữ, công nghệ sản xuất, năng lực tìm kiếm thông tin và công nghệ thông tin, tiêu chuẩn của sản phẩm được sản xuất bởi SME, thủ tục nhập cảnh hạn chế vào quốc gia, đặc điểm thị trường xuất khẩu như luật/quy định kinh doanh phức tạp, sự thờ ơ của khách hàng với hàng hóa nước ngoài, giá cả bấp bênh trên thị trường xuất khẩu, sự cạnh tranh của sản phẩm trên thị trường xuất khẩu, và phức tạp trong thủ tục hành chính (hộ chiếu/visa) là những rào cản đáng kể nhất. Tương tự, các yếu tố bên trong được nghiên cứu chỉ ra, đó là: đặc biệt là không được công nhận dễ dàng đối với hàng hóa xuất khẩu, luật và thủ tục kinh doanh phức tạp, tài trợ thương mại không hợp lý cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ và các loại thuế đánh vào sản xuất và xuất khẩu cao hơn cũng là nguyên nhân tạo ra những hạn chế trong hoạt động xuất khẩu.

Munch và Schaur (2018), trong nghiên cứu “The Effect of Export Promotion on Firm-Level Performance” các tác giả xem xét ảnh hưởng của chương trình xúc tiến xuất khẩu của Đan Mạch đối với hoạt động xuất khẩu ở cấp độ doanh nghiệp. Kết quả nghiên cứu cho thấy đối với các doanh nghiệp xuất khẩu quy mô nhỏ (01 - 20 nhân viên), các hoạt động xúc tiến xuất khẩu làm tăng hiệu quả xuất khẩu, nâng cao giá trị gia tăng, tạo việc làm và năng suất. Về giá trị gia tăng, lợi ích cao hơn khoảng ba lần so với chi phí trực tiếp của chương trình khuyến mại. Ngoài ra, chỉ những doanh nghiệp nhỏ nhất mới có năng suất lao động tăng sau khi xuất khẩu.

### 3. Phương pháp nghiên cứu



**Hình 1.** Sơ đồ mô hình nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng cả hai phương pháp định tính và định lượng, cụ thể:

Phương pháp định tính được sử dụng bằng cách phỏng vấn sâu và thảo luận trong nhóm với các chuyên gia trong lĩnh vực xuất khẩu nông sản tại địa bàn phát triển mạnh sản xuất nông sản để điều chỉnh và bổ sung các biến quan sát dùng để đo lường các khái niệm nghiên cứu từ đó có thể hoàn thiện việc xây dựng bảng câu hỏi khảo sát.

Phương pháp định lượng được thực hiện để phân tích dữ liệu thu thập được từ việc khảo sát chính thức 400 các bộ quản lý tại các công ty xuất nhập khẩu nông sản tại Việt Nam và xử lý số liệu dựa trên phần mềm SPSS 22.0. Cụ thể như sau: Đánh giá sơ bộ thang đo và độ tin cậy của biến đo lường bằng hệ số Cronbach's Alpha, tiến hành phân tích nhân tố khám phá (Exploratory Factor Analysis - EFA) để tìm ra các nhân tố đại diện cho các biến quan sát ảnh hưởng đến hoạt động XKNS sang thị trường Trung Quốc; • Sử dụng kỹ thuật phân tích hồi quy để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu về ảnh hưởng của các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động XKNS sang thị trường Trung Quốc.

### 4. Kết quả nghiên cứu

#### 4.1. Độ tin cậy

##### Bảng 1:

Tóm tắt kết quả kiểm định độ tin cậy

Các biến	Các quan sát	Hệ số Cronbach's Alpha	Hệ số tương quan biến tổng của các quan sát	Kết quả
Đặc điểm doanh nghiệp	DN1, DN2, DN3	0,925 > 0,6	Đều lớn hơn 0,3	Đạt độ tin cậy
Đặc điểm quản lý	QL1, QL2, QL3, QL4, QL5, QL6	0,857 > 0,6	Đều lớn hơn 0,3	Đạt độ tin cậy
Chiến lược marketing xuất khẩu	CL1, CL2, CL3, CL4, CL5, CL6	0,866 > 0,6	Đều lớn hơn 0,3	Đạt độ tin cậy
Mối quan hệ kinh doanh	QH1, QH2, QH3, Q4	0,828 > 0,6	Đều lớn hơn 0,3	Đạt độ tin cậy
Đặc điểm thị trường nước ngoài	NG1, NG2, NG3, NG4, NG5	0,818 > 0,6	Đều lớn hơn 0,3	Đạt độ tin cậy
Đặc điểm ngành	NH1, NH2, NH3	0,783 > 0,6	Đều lớn hơn 0,3	Đạt độ tin cậy
Đặc điểm thị trường trong nước	TN1, TN2, TN3	0,732 > 0,6	Đều lớn hơn 0,3	Đạt độ tin cậy
Hoạt động xuất khẩu	XK1, XK2, XK3	0,701 > 0,6	Đều lớn hơn 0,3	Đạt độ tin cậy

#### 4.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA

Kết quả phân tích nhân tố cho thấy chỉ số KMO là  $0,867 > 0,5$ , điều này chứng tỏ dữ liệu dùng để phân tích nhân tố là hoàn toàn thích hợp. Kết quả kiểm định Barlett's là 6556,552 với mức ý nghĩa ( $p\_value$ ) Sig =  $0,000 < 0,05$ , như vậy giả thuyết về ma trận tương quan giữa các biến là ma trận đồng nhất bị bác bỏ, tức là các biến có tương quan với nhau và thỏa điều kiện phân tích nhân tố.

Thực hiện phân tích nhân tố theo Principal Axis Factoring với phép quay Promax Kết quả cho thấy 30 biến quan sát ban đầu được nhóm thành 08 nhóm. Giá trị tổng phương sai trích =  $71,182\% > 50\%$ : đạt yêu cầu; khi đó có thể nói rằng 8 nhân tố này giải thích  $71,182\%$  biến thiên của dữ liệu. Giá trị hệ số Eigenvalues của các nhân tố đều cao ( $>1$ ), nhân tố thứ 08 có Eigenvalues (thấp nhất) =  $1,258 > 1$ .

#### 4.3. Kết quả mô hình hồi quy

**Bảng 2:**  
Hệ số hồi quy

		Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy đã chuẩn hóa	t	Sig,	Thống kê tương quan	
		Hệ số	Sai số chuẩn				Tolerance	VIF
Các nhân tố	Hằng số	-,487	0,187		-2,598	0,010		
	DN	0,211	0,019	0,327	8,756	0,000	0,914	1,327
	QL	0,209	0,028	0,214	6,422	0,000	0,980	1,334
	CL	0,191	0,035	0,266	7,443	0,000	0,981	1,238
	QH	0,281	0,026	0,218	7,885	0,000	0,947	1,256
	NG	0,241	0,032	0,216	6,758	0,000	0,999	1,358
	NH	0,217	0,049	0,208	5,899	0,000	0,949	1,351
	TN	0,243	0,025	0,222	5,664	0,000	0,901	1,355

Trong bảng 2, cột mức ý nghĩa Sig. cho thấy hệ số hồi quy của tất cả các biến số DN; QL; CL; QH; NG; NH; TN đều có mức ý nghĩa Sig. nhỏ hơn 0,05. Như vậy hệ số hồi quy của các biến DN; QL; CL; QH; NG; NH; TN đều có ý nghĩa thống kê hay các biến số DN;

QL; CL; QH; NG; NH; TN đều có ảnh hưởng đến biến phụ thuộc XK. Đồng thời các hệ số hồi quy chuẩn hoá lớn hơn 0 điều này có nghĩa là các yếu tố tác động có tương quan dương đến hoạt động XKNS sang thị trường Trung Quốc. Mô hình các yếu tố đã ảnh hưởng đến hoạt động XKNS sang thị trường Trung Quốc của các công ty XNK Việt Nam, được xây dựng có dạng:

$$XK = 0,487 + 0,326 \times DN + 0,205 \times QL + 0,256 \times CL + 0,203 \times QH + 0,216 \times NG + 0,208 \times NH + 0,222 \times TN \quad (1)$$

### Bảng 3:

Tóm tắt mô hình

Model	R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> hiệu chỉnh	Sai số của ước lượng	Durbin-Watson
1	,759 <sup>a</sup>	,566	,561	,51124	1,945

Theo kết quả Bảng 3 có hệ số xác định R<sup>2</sup> là 0,566. Như vậy, 56,6% thay đổi của biến phụ thuộc được giải thích bởi các biến độc lập của mô hình hay nói cách khác 56,6% thay đổi của hoạt động XKNS sang thị trường Trung Quốc được giải thích bởi các yếu tố trong mô hình.

### 5. Hàm ý quản trị

Dựa trên kết quả nghiên cứu để phát triển hoạt động XNNS thì các hàm ý quản trị đề xuất như sau: Các nhà quản lý trong các công ty XNKNS cần xác định rõ vai trò quan trọng của chính phủ Việt Nam trong việc hỗ trợ, tạo động lực cho DN XKNS phát triển. Các công ty XNKNS cần phát huy lợi thế cạnh tranh của mặt hàng nông sản Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu và đặc biệt là trong khu vực. Chính phủ và các công ty XNKNS cần khai thác các hiệp định thương mại được ký kết giữa Việt Nam và Trung Quốc. Phổ biến cho DN nắm rõ thông tin về thị trường Trung Quốc. Nâng cao khả năng cạnh tranh của hàng nông sản Việt Nam tại thị trường Trung Quốc. Chính phủ cần tạo các vùng sản xuất nông sản chuyên canh lớn, có thể mạnh ở Việt Nam để kiểm soát tốt chất lượng tạo điều kiện cho XK.

### Tài liệu tham khảo

Adam Smith (1776). *The Wealth of Nations*. Aegitas Publisher, ISBN 1773130390

Beleska-Spasova, E., Glaister, K. W. and Stride, C. (2012). Resource determinants of strategy and performance: the case of British exporters. *Journal of World Business*, (47), pp 635-647

Busayo Ajayi (2016). The Impact of Entrepreneurial Orientation and Networking Capabilities on the Export Performance of Nigerian Agricultural SMEs. *Journal of Entrepreneurship and Innovation in Emerging Economies*, Volume: 2 issue: 1, page(s) 1-23 79.

Hasaballah, A. H. A. , Genc, O. F. , Mohamad, O. B. , & Ahmed, Z. U. (2019). Exploring the interface of relationship marketing and export performance: A conceptual perspective. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship* , 21(2), pp 126–148.

Haddoud, M. Y. , Nowinski, W. , Jones, P. , & Newbery, R. (2018). Internal and external determinants of export performance: Insights from Algeria. *Thunderbird International Business Review* , 61(1), pp 43–60. 105.

Happy S .Mpunga (2016), Examining the Factors Affecting Export Performance for Small and Medium Enterprises (SMEs) in Tanzania. *Journal of Economics and Sustainable Development*, (7), pp 41-51.



Kotorri, M. , & Krasniqi, B. A. (2018). Managerial characteristics and export performance – Empirical evidence from Kosovo. *South East European Journal of Economics and Business*, vol (2) pp 32–48. 110.

Kim, J. , & Hemmert, M. (2016). What drives the export performance of small and medium-sized subcontracting firms? A study of Korean manufacturers. *International Business Review* , (2), 511–521.

Lê Tấn Bửu và Mai Xuân Đào (2020). Tác động của nhận thức về động cơ xuất khẩu đến lựa chọn thị trường ASEAN + 3 để xuất khẩu nông sản của các doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam. *Tạp chí Nghiên cứu Tài chính – Marketing*, (55), tr.49-62. 9.

Nguyễn Văn Bộ (2018). *Phát triển lúa gạo trong bối cảnh biến đổi khí hậu và hội nhập ở Việt Nam*. Hội thảo quốc gia về khoa học cây trồng lần thứ hai: Nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao và thích ứng với biến đổi khí hậu, tổ chức ngày 11-12/8, tại thành phố Cần Thơ, Viện Khoa học Nông nghiệp Việt Nam (VAAS).

Nguyễn Việt Bằng và Lê Tấn Bửu (2018). Các Yếu Tố Tác Động Đến Kết Quả Xuất Khẩu Của Các Doanh Nghiệp Thủy Sản Tại Vùng Đồng Bằng Sông Cửu Long. *Tạp Chí Nghiên Cứu Kinh Tế và Kinh Doanh Châu Á*, (3), 23-41.

Nguyễn Thị Duyên (2020). *Xuất khẩu nông sản Việt Nam trong bối cảnh thương mại Mỹ - Trung*. Luận án tiến sĩ kinh tế, Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh, Thành phố Hồ Chí Minh.