

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG XUẤT KHẨU CỦA CÁC DOANH NGHIỆP TỈNH ĐỒNG NAI

TS. Phan Đình Nguyên

Đại học Kỹ Thuật Công Nghệ TP. HCM và Đại học Adelaide, Úc

Th.s Phan Thị Thương Huyền

Trường Cao đẳng Công nghệ Thủ Đức

Bài viết này phân tích các nhân tố ảnh hưởng xuất khẩu của các doanh nghiệp tỉnh Đồng Nai. Nghiên cứu này tìm quy mô và kinh nghiệm của doanh nghiệp, trình độ của người lao động, chính sách của Chính phủ và loại hình doanh nghiệp là các nhân tố chính ảnh hưởng hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Đồng Nai.

Từ khóa: Xuất khẩu, Nhân tố, Ảnh hưởng, Đồng Nai

1. Giới thiệu

Cho tới nay, đã có rất nhiều nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng tới hoạt động xuất khẩu ở cả trong và ngoài nước. Ở nước ngoài thì có các nghiên cứu điển hình như nghiên cứu của Shoham Avis (1998), Michael Porter (1998) và Anas (2011). Shoham Avis (1998) kết luận rằng chiến lược marketing, cách quản lý, quy mô doanh nghiệp và đặc điểm của ngành công nghiệp là những nhân tố ảnh hưởng mạnh mẽ lên hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp. Còn Michael Porter (1998) phát triển mô hình tổng thể đánh giá hoạt động xuất khẩu. Nghiên cứu này chỉ ra bốn nhóm nhân tố chính, môi trường, chiến lược, sự cạnh tranh doanh nghiệp và các yếu tố nội tại của doanh nghiệp, ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu. Anas (2011) nghiên cứu vấn đề này ở Indonesia và kết luận rằng giá xuất khẩu, năng lực sản xuất và FDI là các nhân tố chính quyết định hoạt động xuất khẩu của Indonesia. Ở trong nước, thì cũng có hàng loạt nghiên cứu như Tiến (2009), Khoa (2011), Trang và các cộng sự (2011). Tiến (2009) cho rằng tăng trưởng GDP và dân số có ảnh hưởng tích cực đến hoạt động xuất khẩu. Khoa (2011) đã hệ thống hóa lại các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu bao gồm các biện pháp, chính sách xuất khẩu của Chính phủ, chính sách tỷ giá hối đoái, chi phí sản xuất, chi phí vận tải, thương hiệu sản phẩm và chất lượng sản phẩm. Trang và các cộng sự (2011) thì cho rằng tăng trưởng kinh tế, dân số và tỷ giá chính là các yếu tố quyết định đến hoạt động xuất khẩu của Việt Nam. Tuy nhiên, rất ít có các bài nghiên cứu được thực hiện cho các doanh nghiệp Việt Nam nói chung và đặc biệt là các doanh nghiệp của tỉnh Đồng Nai nói riêng bằng phương

pháp định lượng. Vì vậy, chúng tôi thực hiện nghiên cứu này nhằm phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp tỉnh Đồng Nai và từ đó đưa ra các giải pháp giúp các doanh nghiệp này phát triển hoạt động xuất khẩu của mình.

2. Dữ liệu và phương pháp nghiên cứu

2.1. Phương pháp thu thập dữ liệu

Trong số hơn 1.000 doanh nghiệp tại tỉnh Đồng Nai, chúng tôi đã phỏng vấn trực tiếp và ngẫu nhiên hơn 340 doanh nghiệp có tham gia hoạt động xuất khẩu. Trong số doanh nghiệp này, chúng tôi chọn 26 doanh nghiệp nhà nước (chiếm 7,6% mẫu nghiên cứu), 42 doanh nghiệp tư nhân (chiếm 12,4% mẫu nghiên cứu) và 272 doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài (chiếm 80% mẫu nghiên cứu) bởi lẽ các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài có tham gia hoạt động xuất khẩu chiếm gần 80% trên tổng số doanh nghiệp có hoạt động xuất khẩu trên địa bàn tỉnh, chiếm trên 90% kim ngạch xuất khẩu của tỉnh; các doanh nghiệp tư nhân có hoạt động xuất khẩu nhiều gần gấp đôi các doanh nghiệp nhà nước trên địa bàn tỉnh Đồng Nai. Tuy nhiên, chúng tôi chỉ nhận được hơn 202 doanh nghiệp trả lời các câu hỏi điều tra. Trong số này, chúng tôi đã lựa chọn được 202 doanh nghiệp trả lời hợp lệ.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Để xây dựng được mô hình nghiên cứu của mình, chúng tôi đã nghiên cứu các lý thuyết về thương mại quốc tế của Porter (1990), Ricardo (1817), Heckscher và Ohlin (1933), Balassa (1979), Nielsen (2001), Dijk (2002) và các nghiên cứu khác gần đây để đưa ra được mô hình hồi quy nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu của

các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Đồng Nai như sau:

$$y_i = \alpha + \beta X_i + u_i$$

Trong đó y_i là giá trị xuất khẩu của các doanh nghiệp, X_i là các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu. Nó bao gồm: quy mô doanh nghiệp, quy mô doanh nghiệp², tuổi doanh nghiệp, tuổi doanh nghiệp², trình độ người lao động, cầu nội địa, chiến lược marketing, vai trò của người môi giới, vai trò của nhà nước và các biến giả. u_i là sai số thống kê.

Chúng tôi sử dụng tài sản doanh nghiệp để đo lường quy mô doanh nghiệp, số năm hoạt động để đo lường tuổi doanh nghiệp, số lượng lao động có học vấn để đo lường trình độ của người lao động. Các biến định tính khác như cầu nội địa, chính sách marketing, chính sách của Chính phủ,... chúng tôi sử dụng kết quả điều tra theo mức độ quan trọng, từ 1 đến 5.

Phương pháp hồi quy OLS được sử dụng để ước tính các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp, phương pháp kiểm định Breusch-Pagan cũng được sử dụng để kiểm tra vấn đề phương sai không đồng nhất và nếu có vấn đề thì tác giả sử dụng phương pháp của White để giải quyết vấn đề này.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Nghiên cứu theo mô tả thống kê

Trong phần này, chúng tôi sẽ phân tích kết quả phỏng vấn các doanh nghiệp về các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu.

3.1.1. Về loại hình doanh nghiệp tham gia xuất khẩu

Nhìn vào bảng 1 ta thấy doanh nghiệp hoạt động xuất khẩu chủ yếu là các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, chiếm tới 67,8%. Doanh nghiệp nhà nước có xuất khẩu là rất thấp, chiếm 12,4%. Trong khi đó các doanh nghiệp tư nhân chiếm 19,8% trong cơ cấu các doanh nghiệp có xuất khẩu theo loại hình. Lý do có lẽ là các doanh nghiệp nhà nước thường thụ động trong các hoạt động so với các loại hình doanh nghiệp khác, trong đó có hoạt động xuất khẩu. Các doanh nghiệp ngoài quốc doanh tuy năng động nhưng lại thiếu kinh nghiệm so với các doanh nghiệp nước ngoài. Mặt khác, doanh nghiệp nước ngoài đầu tư vào Việt Nam để sản xuất hàng xuất khẩu do họ có thể tận dụng nguồn nguyên vật liệu đầu vào và lao động rẻ, hưởng được các ưu đãi về thuế,...

3.1.2. Về kinh nghiệm hoạt động của các doanh nghiệp

Rõ ràng chúng ta có thể nhận thấy rằng các doanh

Bảng 1: Các loại hình doanh nghiệp

Loại hình doanh nghiệp	Số Doanh nghiệp	Tỷ trọng
Nhà nước	25	12,4%
Tư nhân	40	19,8%
Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài	137	67,8%
Tổng cộng	202	100%

nh nghiệp xuất khẩu ở Tỉnh Đồng Nai là các doanh nghiệp non trẻ, thiếu kinh nghiệm thị trường quốc tế. Chỉ có gần 11% trong số các doanh nghiệp có kinh nghiệm trên 10 năm, hơn 36% doanh nghiệp hoạt động dưới 5 năm và 53% doanh nghiệp có độ tuổi từ 5 đến 10. Điều này phản ánh một thực tế rằng thời gian mở cửa nền kinh tế chưa dài và Việt Nam mới tham gia WTO được một thời gian khá ngắn ngủi so với các nước trong và ngoài khu vực. (Xem bảng 2).

Bảng 2: Kinh nghiệm hoạt động của các doanh nghiệp

Số năm hoạt động	Số Doanh nghiệp	Tỷ trọng
Dưới 5 năm	73	36,1%
Từ 5 đến 10 năm	107	53%
Trên 10 năm	22	10,9%
Tổng cộng	202	100%

3.1.3. Về thực hiện xuất khẩu

Thang điểm đánh giá trong bảng câu hỏi điều tra này đi từ xấu đến rất tốt, 1 đến 5, và kết quả được thể hiện thông qua bảng 3. Bảng này cho chúng ta biết được đánh giá chung của các doanh nghiệp về tình hình hoạt động xuất khẩu của Tỉnh Đồng Nai nói chung và các doanh nghiệp xuất khẩu nói riêng.

Điểm trung bình đánh giá tình hình hoạt động xuất khẩu của các công ty là 3,95. Điều đó chứng tỏ các công ty khá lạc quan về tình hình hoạt động xuất khẩu của mình. Trong khi đó, các doanh nghiệp lại đánh giá tình hình hoạt động xuất khẩu của Tỉnh là bình thường. Để làm rõ vấn đề này, chúng ta hãy xem chi tiết tình hình thực hiện xuất khẩu của các công ty trong bảng 4 cho thấy phần lớn các doanh nghiệp đánh giá mình hoạt động xuất khẩu tốt. Bảng 4 cho thấy có tới hơn 73,9% doanh nghiệp tự đánh giá hoạt động xuất khẩu của mình từ tốt trở lên. Trong khi đó, chỉ có 23,8% doanh nghiệp trả lời hoạt động xuất khẩu của họ tạm được, 2,3% doanh nghiệp tự đánh giá hoạt động xuất khẩu của mình là tồi và không doanh nghiệp nào tự đánh giá mình thực hiện hoạt động xuất khẩu rất tồi tệ.

3.1.4. Về thị trường xuất khẩu

Bảng 5 cho thấy thị trường xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam là EU, Nhật Bản và Hàn Quốc. Thị trường

Bảng 3: Thực hiện hoạt động xuất khẩu Tỉnh Đồng Nai

Thực hiện hoạt động xuất khẩu	Số Doanh nghiệp	Min	Max	Trung bình	Độ lệch chuẩn
Tỉnh Đồng Nai	202	1	5	3,07	0,85
Các doanh nghiệp Đồng Nai	202	2	5	3,95	0,78

Bảng 4: Tình hình hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp

Đánh giá	Số Doanh nghiệp	Tỷ trọng
Rất kém	0	0%
Kém	6	2,3%
Được	48	23,8%
Tốt	97	48%
Rất tốt	51	25,9%
Tổng cộng	202	100%

EU chiếm gần 29%, thị trường Nhật Bản và Hàn Quốc chiếm hơn 22%. ASEAN và Mỹ cũng đóng vai trò ngày càng quan trọng đối với xuất khẩu của Đồng Nai, đặc biệt khi hàng rào thuế dần dần được giảm và dỡ bỏ do Việt Nam đã là thành viên của AFTA và WTO. Hai thị trường này đóng góp hơn 36% thị trường xuất khẩu cho Đồng Nai. Các thị trường còn lại như Nga và Trung Đông, các doanh nghiệp Đồng Nai chưa quan tâm đầy đủ, nên lượng xuất khẩu đang còn khiêm tốn.

Bảng 5: Thị trường xuất khẩu của các doanh nghiệp

Đánh Giá	Số Doanh Nghiệp	Tỷ Trọng
ASEAN	38	18,8%
Trung Đông	24	11,9%
Nhật Bản và Hàn Quốc	45	22,3%
EU	58	28,7%
Mỹ	36	18,3%
Nga	0	0%
Tổng cộng	202	100%

3.1.5. Về điều kiện cầu nội địa

Phần này chúng ta xem xét tầm quan trọng của các điều kiện cầu nội địa ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Đồng Nai. Dựa vào bảng 6, chúng ta có thể nhận thấy rằng tiêu dùng nội địa với trung bình 3,59 và độ lệch chuẩn 0,8 không có ảnh hưởng quan trọng đối với hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp. Trong

khí đó, sự biến động giá cả là yếu tố quan trọng nhất ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp. Các khác như nhận biết thương hiệu và yêu cầu chất lượng cũng đóng một vai trò rất quan trọng trong hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp này.

3.1.6. Về yếu tố nội tại của doanh nghiệp, môi trường kinh doanh và hoạt động môi giới

Bằng việc xây dựng 5 tiêu chí để nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến xuất khẩu của các doanh nghiệp, kết quả chỉ ra rằng hai nhân tố quan trọng nhất là chiến lược marketing của doanh nghiệp và chiến lược giá của doanh nghiệp. Hai nhân tố này có giá trị trung bình là 4,12 và 4,23. Sự bình đẳng giữa doanh nghiệp nhà nước và các loại hình khác và cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trong nước cũng là hai nhân tố khác đóng vai trò quan trọng đối với hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp. Vai trò của người môi giới trên thị trường quốc tế là yếu tố ngày càng kém quan trọng nhất bởi lẽ các doanh nghiệp đã dần quen với cách tiếp cận thị trường quốc tế và do vậy họ có thể tự tìm kiếm được khách hàng xuất khẩu.

3.1.7. Về sự tác động của Chính phủ

Đối với xuất khẩu, Nhà nước luôn đóng một vai trò cực kỳ quan trọng, đặc biệt là khi Việt Nam đang nỗ lực hết mình để cải thiện xuất khẩu với mục tiêu giảm thiểu thâm hụt thương mại và gia tăng tốc độ tăng trưởng và phát triển kinh tế. Kết quả từ 202 doanh nghiệp được phỏng vấn chỉ ra rằng phần lớn các chính sách của Chính phủ sẽ tạo điều kiện cho xuất khẩu hiệu quả. Tuy nhiên, cũng có những chính sách như thuế nhập khẩu nguyên vật liệu đầu vào sản xuất xuất khẩu chẳng hạn sẽ hạn chế hoạt động xuất khẩu. Chính sách đất đai không rõ ràng, thiếu minh bạch, thiếu khuyến khích các doanh nghiệp sản xuất xuất khẩu cũng gây phương hại đến hoạt động xuất khẩu.

Kết quả khảo sát ở bảng 8 chỉ ra rằng chính sách quản lý xuất khẩu và chính sách quản lý sản xuất là

Bảng 6: Ảnh hưởng của cầu nội địa đối với hoạt động xuất khẩu Tỉnh Đồng Nai

Yếu tố ảnh hưởng	Số Doanh nghiệp	Min	Max	Trung bình	Độ lệch chuẩn
Tiêu dùng nội địa	202	2	5	3,59	0,80
Yêu cầu chất lượng	202	3	5	4,11	0,68
Biến động giá cả	202	2	5	4,23	0,72
Nhận biết thương hiệu	202	2	5	4,20	0,73

Bảng 7: Ảnh hưởng của các yếu tố nội tại của doanh nghiệp, môi trường kinh doanh và hoạt động môi giới

Yếu tố ảnh hưởng	Số doanh nghiệp	Min	Max	Trung bình	Độ lệch chuẩn
Chiến lược marketing của doanh nghiệp	202	1	5	4,12	0,80
Chiến lược giá của doanh nghiệp	202	2	5	4,23	0,78
Sự bình đẳng giữa DN, nhà nước và các loại hình khác	202	1	5	4,07	0,80
Cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trong nước	202	1	5	4,07	0,83
Vai trò của người môi giới trên thị trường	202	1	5	3,99	0,79

hai nhân tố quan trọng hàng đầu đối với hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp. Giá trị trung bình của tầm quan trọng cho hai chính sách này là 4,23 và 4,34. Mỗi quan hệ thương mại với các nước và chính sách kinh doanh cấp nhà nước đóng vai trò quan trọng, còn chính sách trợ cấp xuất khẩu cũng

sự đóng góp đáng kể vào hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp Đồng Nai.

3.1.8. Về yếu tố bên ngoài

Trong các yếu tố bên ngoài ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp, thì các nhân tố: giá cả của đối thủ cạnh tranh, yêu cầu chất lượng

Bảng 8: Vai trò của nhà nước đối với hoạt động xuất khẩu

Yếu tố ảnh hưởng	Số Doanh nghiệp	Min	Max	Trung bình	Độ lệch chuẩn
Trợ cấp xuất khẩu	202	1	5	4,04	0,83
Chính sách cải cách đất đai	202	2	5	3,85	0,83
Mối quan hệ thương mại với các nước	202	2	5	4,18	0,75
Chính sách kinh doanh cấp chính phủ	202	2	5	4,17	0,75
Chính sách quản lý xuất khẩu	202	2	5	4,23	0,73
Chính sách quản lý sản xuất	202	2	5	4,34	0,71

thể hiện sự quan trọng của nó. Giá trị trung bình của tầm quan trọng cho ba chính sách này là 4,18; 4,17 và 4,04. Chính sách cải cách đất đai tuy là chính sách kém quan trọng nhất nhưng nó cũng thể hiện

của nước nhập khẩu và chính sách nhập khẩu của nước nhập khẩu, là các nhân tố quan trọng bậc nhất tạo nên những ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp. Giá trị tầm quan trọng trung

Bảng 9: Các yếu tố bên ngoài ảnh hưởng hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Đồng Nai

Các yếu tố ảnh hưởng	Số Doanh nghiệp	Min	Max	Trung bình	Độ lệch chuẩn
Cạnh tranh giữa các quốc gia	200	3	5	3,86	0,62
Giá cả của đối thủ cạnh tranh	200	3	5	4,28	0,71
Chất lượng của đối thủ cạnh tranh	202	2	5	4,06	0,78
Chính sách marketing của đối thủ cạnh tranh	202	2	5	4,10	0,83
Tăng trưởng của thị trường hàng hóa xuất khẩu thế giới	202	2	5	3,97	0,79
Sản phẩm khác biệt giữa các quốc gia xuất khẩu	200	1	5	4,10	0,84
Sự đa dạng hóa hàng hóa của đối thủ cạnh tranh	202	2	5	4,01	0,71
Tỷ lệ tăng trưởng hàng thay thế	202	1	5	4,01	0,90
Thái độ của khách hàng đối với sự thay thế	202	3	5	4,11	0,75
Khách hàng nhận biết thương hiệu sản phẩm	202	3	5	4,07	0,65
Đe dọa thay thế	202	1	5	3,77	0,93
Yêu cầu chất lượng của nước nhập khẩu	202	2	5	4,26	0,78
Yêu cầu thủ tục nhập khẩu của nước nhập khẩu	202	2	5	4,01	0,82
Chính sách nhập khẩu của nước nhập khẩu	202	3	5	4,23	0,69
Giá cả thị trường biến động	202	1	5	4,15	0,83
Định vị thị trường xuất khẩu	200	3	5	4,11	0,71
Quyền lực của người mua	202	2	5	3,85	0,79
Đe dọa của đối thủ mới thâm nhập thị trường	202	1	5	3,73	0,97

bình của các yếu tố này là 4,28; 4,26 và 4,23. (Xem bảng 9). Điều này nói lên rằng sự cạnh tranh ngày càng khốc liệt trên thị trường quốc tế, các quốc gia liên tục tố cáo nhau bán phá giá hàng hóa như vụ Mỹ tố cáo Việt Nam bán phá giá ca da tron, Canada tố cáo chúng ta bán phá giá giày,... Các quốc gia cũng tạo ra rất nhiều rào cản thương mại tinh vi như yêu cầu chất lượng, tiêu chuẩn vệ sinh thực phẩm, các chuẩn mực như SA,... nhằm ngăn cản hàng hóa ngoại nhập. Tuy nhiên, bốn nhân tố khác, cạnh tranh giữa các quốc gia, quyền lực của người mua và hai nhân tố đe dọa thay thế và thâm nhập thị trường của đối thủ là những nhân tố có ít ảnh hưởng nhất.

Thủ tục nhập khẩu, sự đa dạng hàng hóa của đối thủ cạnh tranh và tỷ lệ tăng trưởng thay thế là những nhân tố có cùng mức ảnh hưởng đến các hoạt động xuất khẩu, giá trị ảnh hưởng trung bình là 4,01. Chính sách marketing của đối thủ cạnh tranh và sản phẩm khác biệt giữa các quốc gia xuất khẩu cũng là hai nhân tố có cùng độ ảnh hưởng. Tuy nhiên, giá trị ảnh hưởng trung bình của hai nhân tố này cao hơn, 4,10. Thái độ của khách hàng đối với sự thay thế và định vị thị trường xuất khẩu có ảnh hưởng giống nhau nhưng mức ảnh hưởng lớn hơn, 4,11. Sự trung thành của khách hàng và chất lượng sản phẩm của đối thủ cạnh tranh có ảnh hưởng yếu hơn song vẫn lớn. Giá trị tầm quan trọng trung bình giao động từ 4,06 đến 4,07.

3.2. Nghiên cứu định lượng

Bảng 10 cho chúng ta biết rằng hầu hết các hệ số hồi quy đều có ý nghĩa thống kê. Biến quy mô doanh nghiệp có ý nghĩa thống kê với độ tin cậy 100%. Điều này cho biết nếu quy mô doanh nghiệp tăng thì hoạt động xuất khẩu càng được đẩy mạnh. Lý do là khi doanh nghiệp càng lớn, thì các hoạt động sản xuất hàng xuất khẩu càng nhiều. Doanh nghiệp có đủ nguồn lực tài chính để tuyển dụng các nhân sự có chất lượng và có điều kiện để đẩy mạnh các hoạt động bán hàng trên thị trường quốc tế. Điều này cũng phản ánh luật lợi thế kinh tế nhờ quy mô. Khi sản xuất xuất khẩu càng nhiều thì giá thành sản phẩm càng giảm, càng làm cho doanh nghiệp có lợi thế cạnh tranh trên trường quốc tế. Tuy nhiên, biến quy mô doanh nghiệp² có ý nghĩa thống kê với độ tin cậy 96% và mang dấu âm. Thực tế này phản ánh quy luật lợi thế kinh tế nhờ quy mô sẽ mất dần và sẽ rơi vời tình trạng bất lợi kinh tế vì quy mô khi doanh nghiệp trở thành quá lớn.

Biến tuổi của doanh nghiệp có ý nghĩa thống kê tại mức 5% và mang dấu dương. Điều này chỉ ra rằng khi doanh nghiệp có nhiều kinh nghiệm hơn trong hoạt động sản xuất xuất khẩu thì hoạt động xuất khẩu sẽ có nhiều khởi sắc hơn. Kinh nghiệm sẽ

Bảng 10: Kết quả hồi quy các nhân tố ảnh hưởng hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Đồng Nai

Biến độc lập	Biến phụ thuộc	Xuất khẩu
		7,8709***
Hàng số hồi quy		-0.003
Quy mô của doanh nghiệp		8,48e-08*** (0,000)
Quy mô của doanh nghiệp ²		-1,61e-16** (0,040)
Tuổi của doanh nghiệp		0,3334** (0,038)
Tuổi của doanh nghiệp ²		-0,0079* (0,085)
Trình độ người lao động		0,0183** (0,033)
Cầu nội địa		-0,1222 (0,679)
Chiến lược marketing của doanh nghiệp		-0,0989 (0,746)
Người môi giới		-0,0357 (0,914)
Chính sách khuyến khích xuất khẩu của Nhà nước		0,7800** (0,014)
Chính sách nhập khẩu của nước ngoài		-0,2567 (0,345)
Loại hình doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài		0,8062* (0,100)
R_squared		0,2416
Số quan sát		199

Ghi chú: * = có ý nghĩa thống kê tại mức 10%;

** = có ý nghĩa thống kê tại mức 5%;

***= có ý nghĩa thống kê tại mức 1%; P-các giá trị trong ngoặc đơn.

giúp các doanh nghiệp tiếp cận thị trường quốc tế nhanh và hiệu quả hơn, đồng thời giảm chi phí sản xuất xuất khẩu, dẫn đến sản phẩm cạnh tranh tốt hơn trên thị trường thế giới. Tuy vậy, biến tuổi của doanh nghiệp² cũng mang dấu âm và có ý nghĩa thống kê tại mức 10%. Có nghĩa là khi danh nghiệp càng có nhiều kinh nghiệm thì càng tốt nhưng nếu có quá nhiều kinh nghiệm lại ảnh hưởng xấu đến hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp. Lý do có lẽ là khi doanh nghiệp có quá nhiều kinh nghiệm, thì họ sẽ chủ quan, ít quan tâm đến các hoạt động xúc tiến xuất khẩu. Hậu quả là, các doanh nghiệp để đối thủ cạnh tranh giành giật mất thị trường, và vì vậy ảnh hưởng xấu đến hoạt động xuất khẩu.

Biến trình độ người lao động và loại hình doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài có ý nghĩa thống kê tại mức 5% và 10% tương ứng, và đều mang dấu

ương. Kết quả này chỉ ra rằng trình độ nhân công càng tốt, thì hoạt động sản xuất kinh doanh nói chung và hoạt động xuất khẩu nói riêng càng được cải thiện nhờ có sự gia tăng suất lao động. Các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài cũng giỏi hơn các doanh nghiệp trong nước trong hoạt động xuất khẩu vì họ có kinh nghiệm nhiều hơn trên trường quốc tế, họ cũng có trình độ công nghệ cũng như tiềm lực tài chính tốt hơn để thu hút các nhân tài phục vụ cho họ.

Đúng như mong đợi, biến chính sách khuyến khích xuất khẩu có ý nghĩa thống kê với độ tin cậy 98,16% và mang dấu dương. Biến chính sách nhập khẩu của nước ngoài tuy không có ý nghĩa thống kê nhưng mang dấu âm. Điều này minh chứng cho một thực tế là các nước xuất khẩu luôn tìm cách đẩy mạnh xuất khẩu ngược lại họ luôn tìm cách hạn chế nhập khẩu. Điều này được thể hiện rất rõ trong các cuộc chiến thương mại toàn cầu giữa các nước phát triển, các nước đang phát triển với nhau và cả các nước kém phát triển nữa.

4. Kết luận và kiến nghị

Qua việc phân tích các nhân tố ảnh hưởng hoạt động xuất khẩu của tỉnh, chúng ta có thể kết luận rằng quy mô và kinh nghiệm của doanh nghiệp, trình độ của người lao động, chính sách của chính phủ và loại hình doanh nghiệp là các nhân tố chính ảnh hưởng hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Đồng Nai. Tất cả các nhân tố này đều có tác động tích cực đến sự phát triển xuất khẩu của tỉnh.

5. Tài liệu tham khảo:

1. Anas, T. (2011), Long Run Determinants of Exports: A Cointegration Approach. CSIS nd ANU.
2. Hill Charless (2002), Kinh doanh quốc tế, Xuất bản lần thứ 3, Mc Grawhill.
3. Michael Porter (1990), Lợi thế cạnh tranh của các quốc gia, Mac Millan Business.
4. Michiel Van Dijk (2002), The Determinants of Export Performance in Developing Countries: The Case of Indonesian Manufacturing, Working Paper 02.01, Department of Technology Management, Technische Universiteit Eindhoven, The Netherlands.
5. Nguyễn Thị Hà Trang, N. T. T. Tâm và V. H. Nam (2011), Các nhân tố ảnh hưởng xuất khẩu của Việt Nam, Working Paper Series 2011/08, DEPOCEN
6. Phạm Văn Hường (2009), Hoàn thiện công tác quản lý hải quan đối với hoạt động gia công xuất khẩu trên địa bàn tỉnh Đồng Nai, Luận văn thạc sỹ kinh tế, Đại học Kinh tế TP. HCM.
7. Shoham Avis (1998), Export Performance: A Conceptualization and Empirical Assessment, Journal of International Marketing.
8. Thomas A. Pugel (2004), International Economics, twelfth edition, Irwin Mc Graw Hill.
9. Đào Ngọc Tiến (2009). “Determinants to Vietnam’s export flows and government implications under the global crisis”. *Research on International Trade policy Conference*. Foreign Trade University, Hanoi, Vietnam, November 2009.
10. Vũ Hữu Khoa (2011), Nghiên cứu tiềm năng xuất khẩu rau quả Đà Lạt, Tiền giang, Bến tre sang thị trường Hàn quốc giai đoạn 2010 – 2015, Luận văn thạc sỹ quản trị kinh doanh, Đại học Quốc tế Hồng bàng, tháng 6/2011.

Để cho hoạt động xuất khẩu của tỉnh ngày càng phát triển, nghiên cứu này đề xuất các giải pháp giải quyết các vấn đề này như sau. Thứ nhất, tích cực và chủ động tìm kiếm thị trường mới, đồng thời duy trì thị trường truyền thống và tập trung vào các thị phần trọng điểm. Thứ hai, các doanh nghiệp cần nhanh chóng xây dựng thương hiệu của mình trên thị trường quốc tế hiệu quả. Việc sử dụng thương hiệu và các chiến dịch quảng cáo sẽ giúp các doanh nghiệp thu hút thêm các khách hàng mới và duy trì sự trung thành của khách hàng đối với thương hiệu của mình. Muốn làm được điều này tốt, các doanh nghiệp cần tạo được sự khác biệt về sản phẩm, tập trung vào các loại sản phẩm đặc biệt của Việt Nam. Thứ ba, để cạnh tranh được với các đối thủ trên thị trường quốc tế thì các doanh nghiệp cần phải không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm của mình nhằm thỏa mãn nhu cầu ngày càng cao của khách hàng. Đồng thời cải thiện quản lý hệ thống cung cấp sản phẩm và giảm thiểu chi phí hoạt động để giúp giảm giá sản phẩm. Hiện nay, hệ thống cung cấp của các doanh nghiệp hoạt động như sau.

Người sản xuất → Tiểu thương → Đại lý → Các nhà máy sản xuất → Các công ty chế biến và cung cấp.

Điều này nói lên rằng quy trình sản xuất và xuất khẩu qua quá nhiều khâu, dẫn đến việc tổn kém và vì thế giá thành tăng. Vì vậy, để giảm giá thành và tăng chất lượng sản phẩm, các doanh nghiệp cần tổ chức lại quy trình cung cấp sao cho các doanh nghiệp mua trực tiếp các nhà cung cấp để loại bỏ các khâu trung gian nhằm giảm chi phí sản xuất kinh doanh xuất khẩu. □