

## TÁC ĐỘNG CỦA MÔI TRƯỜNG BÊN NGOÀI ĐẾN KẾT QUẢ KINH DOANH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP FDI NGÀNH CÔNG NGHIỆP ĐIỆN TỬ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Huỳnh Thế Nguyễn\*

Ngày nhận: 02/01/2017

Ngày nhận bản sửa: 27/01/2017

Ngày duyệt đăng: 06/02/2017

### Tóm tắt

*Nghiên cứu này phân tích tác động của môi trường bên ngoài đến kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp FDI ngành công nghiệp điện tử thành phố Hồ Chí Minh. Nghiên cứu sử dụng thuật toán PLS-SEM (Partial Least Squares Structural Equation Modeling) để kiểm định giả thuyết nghiên cứu từ bộ dữ liệu khảo sát tất cả các doanh nghiệp FDI trong công nghiệp điện tử của thành phố năm 2015. Kết quả phân tích cho thấy môi trường kinh tế, chính trị và xã hội có ảnh hưởng tích cực đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp FDI điện tử thành phố Hồ Chí Minh. Vì vậy, trong thời gian tới thành phố cần thiết phải hoàn thiện môi trường thể chế, pháp lý, duy trì tăng trưởng và nâng cao đời sống xã hội để thu hút, khai thác FDI nhằm bổ sung các khoảng trống về nguồn lực để phát triển ổn định, bền vững ngành công nghiệp điện tử.*

*Từ khoá: kết quả kinh doanh của doanh nghiệp, FDI, PLS-SEM*

### Impact of external environment on FDI's Performance in electronics industry in Ho Chi Minh City

*This study analyzes the impact of the external environment on FDI's Performance in electronics industry in Ho Chi Minh City. Algorithm employed in the research is PLS-SEM (Partial Least Squares Structural Equation Modeling) for testing hypotheses of survey data collected from the whole of FDI enterprises in the electronics industry in 2015. The research results show that the economical, political and social environment have a positive impact on FDI's Performance in the electronics industry in Ho Chi Minh city. In the near future, the city needs to complete the institutional and legal environment, maintaining economic growth and enhancing social life for attracting FDI in order to supplement the gaps in resources to develop stably and sustainably.*

*Keywords: firm's Performance, FDI, PLS-SEM*

### 1. Giới thiệu

Ngành công nghiệp điện tử được đánh giá là ngành công nghiệp mũi nhọn, trọng điểm của thành phố Hồ Chí Minh và cả nước. Với đặc trưng là ngành công nghệ cao, hàm lượng chất xám lớn và đi vào kinh tế tri thức nên ngành điện tử luôn được ưu tiên đầu tư phát triển. Tuy nhiên, Hồ Lê Nghĩa (2011) và

Cao Minh Nghĩa (2013) cho rằng công nghiệp điện tử của thành phố Hồ Chí Minh mặc dù đã đạt được nhiều thành tựu khích lệ nhưng thực tế vẫn đang dừng ở giai đoạn đầu trong chuỗi sản xuất sản phẩm điện tử. Giá trị sản xuất của ngành điện tử tuy có tăng đều qua từng năm và có đóng góp tích cực vào giá trị sản xuất của thành phố nhưng trên thực tế giá trị này được nắm giữ chủ yếu bởi các doanh nghiệp FDI; các doanh nghiệp trong nước chỉ tập trung vào lắp ráp và thực hiện những dịch vụ thương mại

\* Huỳnh Thế Nguyễn, ThS, Trường Cao đẳng Tài chính - Hải quan.

(Cao Minh Nghĩa, 2013). Nói cách khác, công nghiệp điện tử thành phố Hồ Chí Minh vẫn còn phụ thuộc và dựa vào sự dẫn dắt của các doanh nghiệp FDI trong ngành điện tử của thế giới.

Tuy nhiên, Isa và cộng sự (2015) cho rằng các doanh nghiệp FDI trong công nghiệp điện tử thành phố nói riêng và FDI nói chung rất nhạy cảm với những rủi ro bên ngoài đối với hoạt động sản xuất kinh doanh. Chính vì thế, các doanh nghiệp và FDI thường lựa chọn phương thức tạo ra sự phát triển bằng cách tìm kiếm những vị trí, môi trường có ảnh hưởng tích cực đến hoạt động và hiệu quả kinh doanh (Minai và Lucky, 2011). Điều này xuất phát từ các giới hạn về tài chính và nguồn lực nên những rủi ro bên ngoài như chính trị, văn hóa và pháp luật của địa chỉ tiếp nhận đầu tư có ảnh hưởng rất lớn đến quyết định triển khai dự án (Isa và cộng sự, 2015). Nói cách khác, môi trường bên ngoài có tầm quan trọng và tác động lớn đến chiến lược và hiệu suất của doanh nghiệp (Dragnić, 2014). Đặc biệt, môi trường bên ngoài có thể cung cấp nhiều cơ hội hoặc đặt ra các mối đe dọa cho doanh nghiệp FDI và tổ chức kinh doanh (Eruemegbe, 2015). Do đó, sự ổn định chính trị, kinh tế và văn hoá ở địa bàn nhận đầu tư đóng một vai trò rất quan trọng trong việc xác định hiệu suất, hiệu quả của các công ty đầu tư quốc tế (Isa và cộng sự, 2015).

Theo Võ Văn Dứt (2015) thì môi trường bên ngoài có đóng góp đáng kể vào kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp nhưng mức đóng góp tương đối khác nhau ở những quốc gia hoặc khu vực khác nhau. Đặc biệt, ảnh hưởng của môi trường bên ngoài trong các nền kinh tế đang chuyển đổi khác nhau có thể không giống nhau (Võ Văn Dứt, 2015). Nói cách khác, tác động của môi trường bên ngoài đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp nói chung và FDI nói riêng còn nhiều tranh luận. Hơn nữa, Dragnić (2014) cho rằng các nghiên cứu lý thuyết và thực nghiệm thường tiếp cận môi trường bên ngoài thông qua việc phân tích môi trường vĩ mô và môi trường vi mô (các

nhà cung cấp, đối thủ cạnh tranh và khách hàng) trong phân tích chiến lược và hiệu suất của doanh nghiệp. Điều này khó đánh giá một cách toàn diện về tác động của các yếu tố bên ngoài đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp, nhất là các doanh nghiệp FDI đang hoạt động tại thị trường đang chuyển đổi ở Việt Nam.

Nói chung, có rất nhiều nghiên cứu khác nhau về ảnh hưởng của môi trường bên ngoài ở nước tiếp nhận đầu tư đến quá trình hoạt động của các doanh nghiệp đầu tư quốc tế. Tuy nhiên, các nghiên cứu đã thực hiện chú trọng giải thích các yếu tố tác động đến hiệu quả (efficiency), chưa có nhiều quan tâm đến các yếu tố tác động đến kết quả kinh doanh (performance) của các doanh nghiệp FDI. Do đó, bài viết này có mục tiêu xây dựng và đề xuất một khuôn khổ đánh giá tác động của môi trường bên ngoài đến kết quả kinh doanh của các FDI hoạt động trong ngành công nghiệp điện tử thành phố Hồ Chí Minh. Theo Hidayat và cộng sự (2015) thì tác động của môi trường bên ngoài rất quan trọng và lớn hơn tác động của các nguồn tài nguyên, cấu trúc và quy trình đến hoạt động trong các doanh nghiệp điện tử. Đồng thời, môi trường bên ngoài sẽ mô tả cả điểm mạnh lẫn điểm yếu của doanh nghiệp và ảnh hưởng lớn đến chiến lược của ngành công nghiệp điện tử. Chính vì thế, việc nhận thức đầy đủ về tính chất đa dạng và đa chiều của các yếu tố bên ngoài để đạt được kết quả kinh doanh tốt có ý nghĩa tích cực hơn nhận thức tất cả mọi thứ vào một vài yếu tố duy nhất (Lucky và Minai, 2011). Do đó, kết quả nghiên cứu sẽ là các hàm ý chính sách quan trọng trong việc thu hút, khai thác FDI phục vụ quá trình phát triển ngành điện tử của thành phố.

## 2. Cơ sở lý thuyết và khung phân tích

### 2.1. Cơ sở lý thuyết

Kết quả kinh doanh của doanh nghiệp (Firm's Performance) là một khái niệm đa chiều, thuộc nhóm trung tâm của lý thuyết quản trị chiến lược (Venkatraman và

Ramanujam, 1986). Theo Isa và cộng sự (2015) thì kết quả kinh doanh có thể được đo lường bằng nhiều chỉ tiêu khác nhau như: khả năng sinh lời, lợi nhuận trên vốn đầu tư, lợi ích tài chính, sự hài lòng của khách hàng hoặc kết quả các mục tiêu chiến lược. Tuy nhiên, lý thuyết hành vi doanh nghiệp cho rằng kết quả kinh doanh là mức độ đạt được các mục tiêu (Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang, 2010; Dragnić, 2014). Theo đó, kết quả kinh doanh được thể hiện ở mức độ đạt được lợi nhuận, doanh thu, thị phần và phát triển sản phẩm như mong muốn (Keh và cộng sự, 2007). Đồng thời, kết quả kinh doanh là thành quả trong một thời gian nhất định và phản ánh tình trạng sức khỏe của doanh nghiệp (Hidayat và cộng sự, 2015). Theo Al-Matari và cộng sự (2014) thì kết quả kinh doanh có vai trò quan trọng hơn so với việc định lượng và kế toán kết quả sản xuất. Doanh nghiệp đạt hiệu quả khi hướng đến việc tổ chức các hoạt động phù hợp với chiến lược, mục tiêu và chức năng của doanh nghiệp. Do đó, sự thành công của một doanh nghiệp thường được giải thích bằng tiêu chí kết quả kinh doanh trong một thời gian nhất định (Al-Matari và cộng sự, 2014).

Theo Oo (2013) thì đo lường kết quả kinh doanh là một nhiệm vụ bắt buộc để xác định các cơ hội cải tiến và hạn chế những rủi ro trong quá trình hoạt động của doanh nghiệp. Đánh giá kết quả kinh doanh nhằm theo dõi sự thành công hay thất bại từ đó có những hành động thích hợp để đảm bảo lợi thế cạnh tranh. Đồng thời, đo lường hiệu quả kinh doanh sẽ cung cấp những thông tin và phương tiện để đạt được tăng trưởng bền vững (Oo, 2013). Hơn nữa, kết quả kinh doanh là tiền đề thu hút đầu tư, tối đa hóa các quỹ, củng cố nhân lực trụ cột và tạo ra sự tăng trưởng trong các hoạt động của doanh nghiệp. Về lý thuyết, kết quả kinh doanh là yếu tố cốt lõi trong quản lý chiến lược và làm cơ sở nâng cao hiệu suất, năng suất (Al-Matari và cộng sự, 2014). Do đó, việc đo lường kết quả kinh doanh có xu hướng nhấn mạnh các chỉ số về hiệu quả hoạt động hơn các chỉ số về hiệu quả tài chính. Đó

là các tiêu chí về thị phần, giới thiệu sản phẩm, chất lượng sản phẩm, hiệu quả tiếp thị, sản xuất và giá trị gia tăng (Venkatraman và Ramanujam, 1986). Đồng thời, việc xác định các yếu tố tác động đến kết quả kinh doanh sẽ cung cấp các thông tin giá trị để nhà quản trị có thể quản lý hoạt động, quản lý hiệu quả, xác định tiên độ, nâng cao động lực và quản lý chiến lược của doanh nghiệp (Al-Matari và cộng sự, 2014).

Theo Muzenda (2014) và Võ Văn Dứt (2015) thì các yếu tố quyết định kết quả kinh doanh của doanh nghiệp tập trung vào ba yếu tố chính: chiến lược công ty, môi trường nội bộ và môi trường kinh doanh bên ngoài. Tuy nhiên, các doanh nghiệp hoạt động trên thị trường quốc tế và các FDI thường chịu ảnh hưởng trực tiếp từ môi trường bên ngoài như chính trị, kinh tế và xã hội của nước tiếp nhận đầu tư (Asdullah và cộng sự, 2015). Đặc biệt, Lucky và Minai (2011), Oo (2013) cho rằng các môi trường bên ngoài có tác động mạnh mẽ vào năng lực kinh doanh và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Các tình huống mà các doanh nghiệp thường đối mặt trong nền kinh tế nói chung có liên quan đến môi trường bên ngoài. Đặc biệt, trong môi trường cạnh tranh đầy biến động thì môi trường bên ngoài được xác định là yếu tố quyết định đến sự sống còn và hiệu quả vững chắc của doanh nghiệp (Oo, 2013).

Nói cách khác, môi trường bên ngoài đóng vai trò rất quan trọng đối với kết quả kinh doanh của các FDI (Phua, 2006). Môi trường bên ngoài khác nhau dẫn đến cách thức doanh nghiệp FDI quản lý và sử dụng nguồn lực khác nhau nhằm đạt được mục tiêu chiến lược. Hơn nữa, môi trường bên ngoài sẽ tạo ra nhiều thách thức và cơ hội khác nhau nên các FDI phải thay đổi, thích nghi với những thay đổi trong môi trường kinh doanh khác nhau để đạt hiệu quả (Njanja và cộng sự, 2012). Do đó, các doanh nghiệp FDI phải đánh giá sức mạnh, điểm yếu, các cơ hội và mối đe dọa từ những thách thức của môi trường bên ngoài. Trong đó, doanh nghiệp FDI phải nhận thức được

quá trình và đáp ứng môi trường thay đổi bằng cách sắp xếp lại cơ cấu tổ chức nội bộ để đảm bảo sự tồn tại và hiệu quả (Eruemegbe, 2015).

## 2.2. Khung phân tích và giả thuyết nghiên cứu

Theo Asdullah và cộng sự (2015) thì bất kỳ doanh nghiệp quốc tế hoặc nội địa nào luôn bị ảnh hưởng trực tiếp từ các yếu tố thuộc môi trường bên ngoài như chính trị, kinh tế và văn hoá của địa phương tiếp nhận đầu tư. Đặc biệt, môi trường bên ngoài được xem là yếu tố quan trọng nhất, đóng vai trò là chất xúc tác cho các doanh nghiệp FDI hoạch định, triển khai các chiến lược để đạt được hiệu suất tối ưu và kết quả kinh doanh cao nhất (Hidayat và cộng sự, 2015; Võ Văn Dứt, 2015). Do đó, khung phân tích và các giả thuyết nghiên cứu về tác động của môi trường bên ngoài đến kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp FDI trong ngành công nghiệp điện tử thành phố Hồ Chí Minh được nghiên cứu kế thừa và phát triển từ Mashhadi và Rehman (2012) như sau:

Thứ nhất là yếu tố môi trường chính trị ở thành phố. Asdullah và cộng sự (2015) cho rằng môi trường chính trị, thể chế rất quan trọng cho các hoạt động sản xuất và quyết định của doanh nghiệp FDI. Thể chế, chính trị ở thành phố là các tín hiệu ban đầu giúp các doanh nghiệp FDI điện tử nhận diện cơ hội và nguy cơ để đề ra các quyết định triển khai đầu tư kinh doanh. Đi kèm với thể chế, chính trị là hệ thống luật pháp và khuôn khổ pháp lý dẫn dắt các hoạt động của doanh nghiệp FDI (Asdullah và cộng sự, 2015). Hệ thống pháp luật chặt chẽ, rõ ràng và ổn định làm cơ sở cho sự bảo đảm điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp FDI điện tử đạt hiệu quả cao. Ngược lại, các thay đổi trong hệ thống luật pháp như thuế, đầu tư sẽ ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp (Njanja và cộng sự, 2012). Nói chung, môi trường chính trị của thành phố ảnh hưởng đến môi trường kinh doanh sản phẩm điện tử từ đó tác động trực tiếp hoặc gián tiếp đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp FDI ngành điện tử. Do đó, giả

thuyết H1: môi trường chính trị của thành phố có ảnh hưởng tích cực đến kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp FDI ngành điện tử.

Thứ hai là yếu tố môi trường kinh tế tại thành phố. Asdullah và cộng sự (2015) cho rằng môi trường kinh tế là mối quan tâm hàng đầu đối với các doanh nghiệp FDI. Kinh tế thành phố tăng trưởng cao và ổn định sẽ gia tăng thu nhập cho các tầng lớp dân cư dẫn đến sức mua sản phẩm điện tử tăng. Đây là điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp FDI điện tử tạo nên sự thành công trong quá trình triển khai dự án đầu tư và tổ chức các hoạt động sản xuất kinh doanh. Hơn nữa, Eruemegbe (2015) cho rằng môi trường kinh tế bên ngoài không chỉ là môi trường kinh tế vĩ mô mà còn là khách hàng và các nhà cung cấp có liên quan đến hoạt động của doanh nghiệp điện tử. Trong đó, khách hàng tiêu thụ sản phẩm điện tử là yếu tố quyết định đến sự thành công hay thất bại của doanh nghiệp điện tử. Hành vi khách hàng thay đổi theo chiều hướng có lợi và các sản phẩm điện tử đáp ứng sự mong đợi hoặc mục tiêu của khách hàng sẽ hỗ trợ doanh nghiệp FDI điện tử đạt được kết quả kinh doanh bền vững (Kwagala, 2015). Do đó, kinh tế thành phố tăng trưởng tốt; hành vi tiêu thụ sản phẩm điện tử của khách hàng thuận lợi sẽ tạo điều kiện các doanh nghiệp FDI điện tử tích tụ và tập trung sản xuất cao, có kết quả kinh doanh tốt. Như vậy, giả thuyết H2: môi trường kinh tế của thành phố có ảnh hưởng tích cực đến kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp FDI điện tử.

Thứ ba là yếu tố môi trường xã hội tại thành phố. Theo Eruemegbe (2015) thì môi trường xã hội bao gồm các giá trị đạo đức, quy tắc và đặc điểm của xã hội có vai trò lớn trong việc xác định các tính chất, chủng loại và số lượng sản phẩm điện tử của các doanh nghiệp. Đặc biệt, môi trường xã hội phản ánh trực tiếp môi trường sống và làm việc của chủ doanh nghiệp và công nhân từ đó ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp FDI. Hơn nữa, Asdullah và cộng sự (2015) cho rằng sự thay đổi của các yếu tố văn hoá xã hội ở

thành phố nhiều lúc khó nhận biết và tinh tế hơn so với các yếu tố khác nhưng có tác động lâu dài đến các yếu tố vĩ mô dẫn đến thay đổi cầu sản phẩm điện tử của doanh nghiệp. Nói cách khác, phạm vi tác động của môi trường xã hội thường rất rộng, nhất là môi trường sống sẽ xác định cách thức làm việc, sản xuất, tiêu thụ các sản phẩm điện tử nên ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp đầu tư quốc tế (Asdullah và cộng sự, 2015). Do đó, giả thuyết H3: môi trường xã hội ở thành phố có ảnh hưởng tích

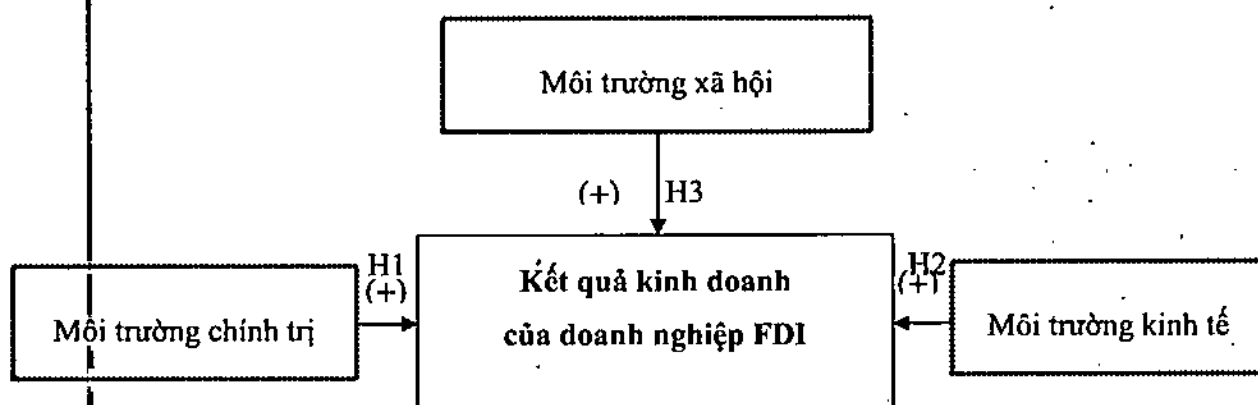
cực đến kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp FDI ngành điện tử.

### 3. Phương pháp và dữ liệu nghiên cứu

#### 3.1. Mô hình và phương pháp nghiên cứu

Từ giả thuyết nghiên cứu về mối quan hệ giữa môi trường chính trị, môi trường kinh tế và môi trường xã hội đến kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp FDI trong ngành công nghiệp điện tử thành phố Hồ Chí Minh, mô hình nghiên cứu của bài viết được khái quát qua Hình 1.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu



*Nguồn: Tổng hợp của tác giả.*

Nghiên cứu được thực hiện bằng hai phương pháp chính: nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng. Nghiên cứu định tính bằng kỹ thuật phỏng vấn sâu chuyên gia từ dàn bài được thiết kế theo ý định nghiên cứu để hoàn thiện thang đo các khái niệm nghiên cứu. Kết quả thảo luận cho biết các chuyên gia thống nhất ý kiến về môi trường chính trị, môi trường kinh tế và môi trường xã hội có ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp FDI. Đồng thời, các thang đo mà bài viết kế thừa từ nghiên cứu của Narver và Slater<sup>1</sup> (1990), Gnyawali và Fogel (1994), Murphy và cộng sự (1996), Kader và cộng sự (2009), Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang<sup>2</sup> (2010), Minai và Lucky (2011), Đinh Phi Hồ (2014) phù hợp với mục đích nghiên

cứ nhưng phải điều chỉnh cho phù hợp ngữ cảnh nghiên cứu mới. Hơn nữa, kết quả phỏng vấn sâu đã xác định: Thang đo môi trường chính trị ban đầu từ 09 biến quan sát có nội dung gần nhau hoặc không sát nội hàm khái niệm nghiên cứu được điều chỉnh thành 04 biến quan sát mô tả các đặc tính rõ ràng về thể chế, chính trị và môi trường pháp lý ở thành phố. Thang đo môi trường kinh tế gồm 04 biến quan sát đánh giá các mức độ về tình hình kinh tế và hành vi tiêu dùng sản phẩm. Thang đo môi trường xã hội từ 09 quan sát phản ánh đặc trưng văn hoá, xã hội của thành phố được rút gọn thành 03 quan sát thuần túy mô tả đặc điểm cụ thể về môi trường sống và làm việc ở thành phố. Đây là các biến quan sát có khả năng mô tả ảnh hưởng trực tiếp của yếu tố xã

hội đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp. Thang đo kết quả kinh doanh có 05 biến quan sát điều chỉnh thành 03 biến quan sát mô tả lợi nhuận, doanh thu kỳ vọng theo mục tiêu kinh doanh cho phù hợp với đặc điểm của doanh nghiệp FDI ngành điện tử hiện nay.

Như vậy, mô hình nghiên cứu có 04 khái niệm nghiên cứu: Môi trường chính trị (IE), Môi trường kinh tế (EE), Môi trường xã hội

(SOE) và Kết quả kinh doanh (PER). Thang đo các khái niệm này được xây dựng và phát triển từ kết quả nghiên cứu trước, sau đó được điều chỉnh bằng nghiên cứu định tính như mô tả trong Bảng 1. Cấu trúc của tất cả các thang đo được thiết kế dạng Likert 05 điểm để người được yêu cầu tham gia đánh giá cho biết mức độ đồng ý hoặc không đồng ý, từ 1 là hoàn toàn không đồng ý đến 5 là hoàn toàn đồng ý.

**Bảng 1: Thang đo các khái niệm nghiên cứu**

Các khái niệm	Nguồn
<b>IE: Môi trường chính trị</b>	
IE1: Thể chế chính trị minh bạch, công bằng.	Gnyawali và Fogel (1994), Kader và cộng sự (2009), Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang (2010), Đinh Phi Hồ (2014).
IE2: Chính quyền năng động.	
IE3: Pháp lý và bộ máy vận hành thông thoáng, cởi mở.	
IE4: Văn bản luật pháp được triển khai nhanh.	
<b>EE: Môi trường kinh tế</b>	
EE1: Kinh tế năng động, tốc độ tăng trưởng cao.	Narver và Slater (1990), Kader và cộng sự (2009), Minai và Lucky (2011).
EE2: Lạm phát thấp, cơ cấu kinh tế phù hợp.	
EE3: Sức tiêu dùng và thị hiếu tiêu dùng tăng.	
EE4: Thị trường tài chính tiền tệ, bất động sản phát triển.	
<b>SOC: Môi trường xã hội</b>	
SOC1: Hệ thống giáo dục, y tế đáp ứng yêu cầu.	Gnyawali và Fogel (1994), Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang (2010), Đinh Phi Hồ (2014).
SOC2: Môi trường thân thiện, sạch sẽ, không bị ô nhiễm.	
SOC3: Người dân ứng xử có văn hoá.	
<b>PER: Kết quả kinh doanh</b>	
PER1: Doanh thu tăng trưởng theo mong muốn.	Murphy và cộng sự (1996), Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang (2010), Minai và Lucky (2011).
PER2: Đáp ứng lợi nhuận kỳ vọng.	
PER3: Đạt được thị phần mong muốn.	

*Nguồn: Tổng hợp của tác giả.*

Nghiên cứu sử dụng phương pháp định lượng bằng kỹ thuật phân tích đường dẫn PLS-

SEM để kiểm định giả thuyết nghiên cứu. Việc lựa chọn phương pháp PLS-SEM dựa vào các

lý do chính: (i) PLS-SEM là hệ thống phương trình cấu trúc dựa trên tiếp cận phương sai nên có ít ràng buộc dữ liệu và kỹ thuật thống kê như tiếp cận hiệp phương sai của SEM. Đặc biệt, tiếp cận phương sai rất thích hợp trong bối cảnh các khái niệm nghiên cứu mới được phát triển (Ngo và Cass, 2009; Hair và cộng sự, 2014); (ii) PLS-SEM cho phép xác định, kiểm tra đồng thời các giá trị thang đo và giả thuyết nghiên cứu (Hair và cộng sự, 2014). Bên cạnh đó, PLS-SEM xem xét tất cả các hệ số đường dẫn cùng một lúc nên có thể phân tích đồng thời mối quan hệ trực tiếp và gián tiếp của các khái niệm (Ngo và Cass, 2012). Nói chung, PLS-SEM cho phép vượt qua hạn chế về số quan sát, đồng thời ước lượng tuyến tính một cách chính xác các biến nghiên cứu và xem xét các biến này như là một thay thế hoàn hảo cho các biến quan sát (Hair và cộng sự, 2012). Theo Hair và cộng sự (2014) thì PLS-SEM gồm các thủ tục:

Thứ nhất, xác định mô hình bên trong và bên ngoài của PLS-SEM. Mô hình bên ngoài mô tả sự liên hệ giữa các quan sát và biến tiềm ẩn, giải thích giá trị của các khái niệm nghiên cứu. Mô hình bên trong xác định đường dẫn về tác động của các biến ngoại sinh đến biến nội sinh (Hair và cộng sự, 2011, 2012, 2014).

Thứ hai, xác định giá trị độ tin cậy, phân biệt và giá trị hội tụ của mô hình bên ngoài. Theo Hair và cộng sự (2014) thì độ tin cậy tổng hợp CR (Composite Reliability) của thang đo lớn hơn 0,7 là thang đo đạt được độ tin cậy. Đồng thời, thang đo đạt được giá trị hội tụ khi trung bình phương sai trích AVE lớn hơn phương sai không giải thích được trong mỗi thang đo, tức là  $AVE > 0,5$  (Ngo và Cass, 2009, 2012; Hair và cộng sự, 2012, 2014) và tải trọng nhân tố lớn hơn 0,7 (Hair và cộng sự, 2014). Thang đo đạt được giá trị phân biệt khi giá trị tương quan hai cấu trúc tổng hợp không cao hơn giá trị tin cậy ước tính riêng của từng cấu trúc (Ngo và Cass, 2012; Hair và cộng sự, 2014).

Thứ ba, xác định giá trị của hệ số đường dẫn và đánh giá độ phù hợp của mô hình. Theo Hair và cộng sự (2014) thì PLS-SEM không có tiêu chuẩn thống kê đánh giá độ phù hợp mô hình kiểu SEM. Các trị số beta, giá trị p-value, nhân tử phóng đại phương sai VIF, hệ số xác định  $R^2$  của mỗi cấu trúc nội sinh và các chỉ số Cohen effect size  $f^2$ , Stone – Geisser  $Q^2$  xác định độ phù hợp của đường dẫn (Hair và cộng sự, 2011, 2012, 2014).

### 3.2. Dữ liệu nghiên cứu

Dữ liệu nghiên cứu được thu thập bằng phương pháp lấy mẫu phi xác suất thông qua cuộc khảo sát trong giai đoạn 10/04/2015 – 2/3/2016 đến các doanh nghiệp FDI ngành điện tử thành phố Hồ Chí Minh. Đối tượng khảo sát là các cán bộ giữ chức vụ từ Trưởng hoặc Phó phòng chức năng trở lên và nội dung khảo sát được thiết kế bằng một bảng hỏi có cấu trúc chứa đựng các thang đo đo lường khái niệm nghiên cứu. Đây là các đối tượng có đủ điều kiện và kiến thức về hoạt động của doanh nghiệp để cung cấp đầy đủ những thông tin cần thiết cho thực hiện nghiên cứu. Phiếu khảo sát được điều tra viên triển khai khảo sát trực tiếp các đối tượng trả lời khảo sát. Tất cả 32 doanh nghiệp đầu tư FDI vào ngành điện tử theo danh sách doanh nghiệp của Cục Thống kê thành phố Hồ Chí Minh đã được liên lạc để khảo sát, phỏng vấn và đồng ý tham gia trả lời khảo sát. Tỷ lệ 100% phiếu khảo sát (32 phiếu) thu được đều đủ điều kiện để phân tích kết quả nghiên cứu.

### 4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

Kết quả chạy thuật toán PLS-SEM có các giá trị về tải trọng, độ tin cậy tổng hợp CR, hệ số Cronbach's Alpha (CA) và phương sai trích trung bình (AVE) của các khái niệm nghiên cứu xác định mô hình bên ngoài ở Bảng 2.

Bảng 2: Kết quả phân tích mô hình bên ngoài

Các khái niệm nghiên cứu	Hệ số tải nhân tố
<b>EE: CA = 0,904***; CR = 0,933***; AVE = 0,777***</b>	
EE1: Kinh tế năng động, tốc độ tăng trưởng cao.	0,915***
EE2: Lạm phát thấp, cơ cấu kinh tế phù hợp.	0,763**
EE3: Sức tiêu dùng và thị hiếu tiêu dùng tăng.	0,908***
EE4: Thị trường tài chính tiền tệ, bất động sản phát triển.	0,930***
<b>IE: CA = 0,845***; CR = 0,896***; AVE = 0,683***</b>	
IE1: Thể chế chính trị minh bạch, công bằng.	0,819***
IE2: Chính quyền năng động.	0,832***
IE3: Pháp lý và bộ máy vận hành thông thoáng, cởi mở.	0,770***
IE4: Văn bản luật pháp được triển khai nhanh.	0,881**
<b>SOE: CA = 0,850***; CR = 0,909***; AVE = 0,770***</b>	
SOC1: Hệ thống giáo dục, y tế đáp ứng yêu cầu.	0,858***
SOC2: Môi trường thân thiện, sạch sẽ, không bị ô nhiễm.	0,844***
SOC3: Người dân ứng xử có văn hoá.	0,927***
<b>PER: CA = 0,863***; CR = 0,917***; AVE = 0,787***</b>	
PER1: Doanh thu tăng trưởng theo mong muốn.	0,924***
PER2: Đáp ứng lợi nhuận kỳ vọng.	0,905***
PER3: Đạt được thị phần mong muốn.	0,830***

\* Ghi chú: \*, \*\*, \*\*\*, tương ứng với mức ý nghĩa 10%, 5% và 1%.

Nguồn: Tính toán của tác giả.

Theo đó, các giá trị CR và CA của EE, IE, SOE và PER đều lớn hơn 0,70 tại mức ý nghĩa 1%, xác định các thang đo đo lường các khái niệm nghiên cứu đạt được độ tin cậy (Ngo và Cass, 2012). Đồng thời tất cả các tải trọng cho 04 khái niệm nêu trên đều lớn hơn 0,70 và các giá trị AVE lớn hơn 0,50 tại mức ý nghĩa 1%, cho thấy các thang đo đạt được giá trị hội tụ (Ngo và Cass, 2009, 2012; Hair và cộng sự, 2012, 2014). Hơn nữa, kết quả phân tích tiêu chuẩn Fornell – Larcker trong Bảng 3 mô tả các giá trị tương quan hai cấu trúc tổng hợp thấp hơn giá trị tin cậy nội bộ riêng của

từng cấu trúc ( $\{0,777; 0,044; 0,290; 0,007 < 0,881\}$   $\{0,683; 0,766; 0,692; 0,044 < 0,827\}$   $\{0,787; 0,734; 0,290; 0,766 < 0,887\}$   $\{0,770; 0,007; 0,692; 0,734 < 0,877\}$ ), chỉ số Heterotrait – Monotrait Ratio của EE, IE, SOE và PER nhỏ hơn 0,900 nên 04 cấu trúc EE, IE, SOE và PER đều đạt được giá trị phân biệt (Ngo và Cass, 2012; Hair và cộng sự, 2014; Henseler và cộng sự, 2015). Nói chung, kết quả phân tích thuật toán PLS xác định 04 thang đo khái niệm nghiên cứu đều đạt được giá trị và phù hợp cho việc phân tích đường dẫn.



**Bảng 3: Tiêu chuẩn Fornell – Larcker và Heterotrait - Monotrait**

	EE	IE	PER	SOE
Môi trường kinh tế	<b>0,881</b>			
Môi trường chính trị	0,044 (0,174)	<b>0,827</b>		
Kết quả kinh doanh	0,290 (0,352)	0,766 (0,887)	<b>0,887</b>	
Môi trường xã hội	0,007 (0,138)	0,692 (0,808)	0,734 (0,853)	<b>0,877</b>

*Ghi chú: Tiêu chuẩn Fornell – Larcker được in đậm theo đường chéo; tiêu chuẩn Heterotrait – Monotrait trong dấu (.)*

*Nguồn: Tính toán của tác giả.*

Kết quả phân tích đường dẫn tác động trị IE và môi trường xã hội SOE đến kết quả của môi trường kinh tế EE, môi trường chính trị IE và môi trường xã hội SOE đến kết quả kinh doanh PER được thể hiện trong Bảng 4.

**Bảng 4: Kết quả phân tích mô hình đường dẫn PLS-SEM**

Đường dẫn	Hệ số đường dẫn (đã chuẩn hoá)	VIF	Kết quả test giả thuyết
EE → PER	0,266** (0,129)	1,003	Chấp nhận H1
IE → PER	0,476*** (0,123)	1,924	Chấp nhận H2
SOE → PER	0,403** (0,132)	1,920	Chấp nhận H3
R <sup>2</sup>	0,737		
R <sup>2</sup> – Adjusted	0,709		
Effect size (f <sup>2</sup> ):			
EE → PER	0,269		
IE → PER	0,447		
SOE → PER	0,321		
Stone – Geisser Q <sup>2</sup>	0,539		
SRMR	0,087		

*Ghi chú: \*, \*\*, \*\*\*, tương ứng với mức ý nghĩa 10%, 5% và 1%.*

*Nguồn: Tính toán của tác giả.*

Hệ số đường dẫn của EE, IE và SOE có ý nghĩa thống kê ở mức 1% và 5%, hệ số R<sup>2</sup> và R<sup>2</sup> hiệu chỉnh cấu trúc nội sinh ở mức cao, tương ứng là 0,737 và 0,709 cho biết mô hình có khả năng giải thích tốt về mối quan hệ giữa các khái niệm (Hair và cộng sự, 2011). Nói cách khác, 70,9% biến động về phương sai của PER bắt nguồn từ sự biến động của EE, IE và SOE. Các giá trị VIF của EE, IE và SOE đạt 1,003; 1,924; 1,20 phản ánh mức độ đa cộng tuyến trong khoảng chấp nhận (Hair và cộng sự, 2011). Bên cạnh đó, giá trị Effect Size f<sup>2</sup> của khái niệm EE là 0,269 mô tả tác động của

môi trường kinh tế đến kết quả kinh doanh của các FDI ở mức trung bình. Ngược lại, giá trị Effect Size f<sup>2</sup> của các khái niệm IE và SOE đạt 0,447; 0,321 cho biết mức ảnh hưởng của môi trường chính trị và xã hội đến kết quả kinh doanh của FDI tương đối cao (Hair và cộng sự, 2014). Hơn nữa, kết quả chạy Blindfolding có chỉ số Stone – Geisser Q<sup>2</sup> đạt 0,539 dự đoán ảnh hưởng của các cấu trúc ngoại sinh đến khái niệm nội sinh khá lớn (Hair và cộng sự, 2012; 2014). Đặc biệt, chỉ số SRMR nhỏ hơn 0,100 mô tả mô hình phù hợp với dữ liệu

nghiên cứu (Hooper và cộng sự, 2008; Iacobucci, 2010).

Nói chung, kết quả chạy thuật toán PLS-SEM cho thấy mô hình nghiên cứu đạt được độ tin cậy và có bằng chứng ủng hộ các giả thuyết H1, H2 và H3. Như vậy, môi trường kinh tế, môi trường chính trị và môi trường xã hội ở thành phố có ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất và giữ vai trò quan trọng trong việc xác định kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp FDI ngành công nghiệp điện tử. Nói cách khác, kết quả phân tích đã phát hiện mối quan hệ đường dẫn tích cực giữa môi trường bên ngoài với kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp FDI. Hơn nữa, kết quả nghiên cứu cũng phù hợp với các nghiên cứu của Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang (2010), Minai và Lucky (2011), Mashhadi và Rehman (2012), Njanja và cộng sự (2012), Oo (2013), Võ Văn Dứt (2015) về tác động của môi trường bên ngoài đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp. Quan trọng hơn, các phát hiện này đã ủng hộ cho các giả thuyết về hoàn thiện môi trường đầu tư trong việc thu hút và khai thác doanh nghiệp FDI một cách hiệu quả, bền vững.

#### 4. Kết luận và gợi ý chính sách

Nghiên cứu này đã phát hiện mối quan hệ đường dẫn về ảnh hưởng của môi trường bên ngoài đến kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp FDI ngành công nghiệp điện tử thành phố Hồ Chí Minh. Đầu tiên, phát hiện nổi bật là môi trường chính trị minh bạch, ổn định; môi trường kinh tế năng động, sức cầu lớn và môi trường xã hội thuận lợi cho cuộc sống và làm việc có vai trò quan trọng đối với kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp FDI. Thứ hai, kết quả nghiên cứu đã cung cấp thêm hiểu biết về lý thuyết quản trị chiến lược và phương pháp xác định kết quả kinh doanh theo định hướng thị trường. Thứ ba, kết quả nghiên cứu góp phần là rõ tác động của môi trường bên ngoài đến hiệu quả hoạt động và kết quả kinh doanh của doanh nghiệp để từ đó có những biện pháp nuôi dưỡng, phát triển các

nguồn lực, chính sách để tạo ra lợi thế cạnh tranh trong thời kỳ hội nhập quốc tế.

Cuối cùng, kết quả nghiên cứu gợi ý cho các nhà quản lý có thể thu hút và khai thác hiệu quả doanh nghiệp FDI ngành công nghiệp điện tử thành phố bằng cách: (i) Thành phố tích cực triển khai các biện pháp, chính sách duy trì sự năng động, tốc độ tăng trưởng cao và sức tiêu dùng lớn cho nền kinh tế nói chung và ngành công nghiệp điện tử nói riêng. Việc hình thành và phát triển một môi trường kinh tế tăng trưởng ổn định và bền vững có hành vi tiêu dùng hợp lý, thị hiếu tiêu dùng tăng không chỉ nâng cao hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp FDI mà còn tạo điều kiện cho các doanh nghiệp trong nước đạt được kết quả kinh doanh tốt hơn. Đặc biệt, thành phố phải triển khai có hiệu quả chiến lược phát triển ngành điện tử thành ngành mũi nhọn, chủ lực như kế hoạch đề ra. Trong đó, nội dung chiến lược phải công bố rộng rãi trong và ngoài nước. Đồng thời phải định vị ngành điện tử là ngành rất quan trọng trong thời kỳ hội nhập để các đối tác quốc tế có niềm tin đầu tư dài hạn. Hơn nữa, các nhà quản lý phải xác định mục tiêu phát triển, mục tiêu chuyển dịch cơ cấu kinh tế của ngành hợp lý và nỗ lực đạt được mục tiêu đó. (ii) Hoàn thiện thể chế chính trị theo hướng minh bạch, công bằng và năng động để gia tăng chất xúc tác cho doanh nghiệp FDI ngành điện tử tăng cường hoạt động sản xuất kinh doanh. Đồng thời, chú trọng xây dựng hành lang pháp lý thông thoáng, phù hợp với thông lệ quốc tế và các điều ước quốc tế đã cam kết để kích thích các hoạt động của doanh nghiệp và các doanh nghiệp FDI. (iii) Xây dựng và hoàn thiện hệ thống giáo dục, y tế; cải thiện môi trường tự nhiên một cách sạch sẽ, không bị ô nhiễm; nâng cao chất lượng môi trường sống để nâng cao năng suất lao động từ đó gia tăng kết quả kinh doanh của doanh nghiệp FDI và các doanh nghiệp.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Al-Matari, F. M., Al-Swidi, A. K., & Fadzil, F. H. (2014). The Measurements of Firm Performance's Dimensions. *Asian Journal of Finance & Accounting*, 6 (1), 24 – 49.
- Asdullah, M. A., Rehman, Z., & Ahmad, R. N. (2015). Impact of External Factors on Fast Food Business. *Journal of Resources Development and Management*, (9), 30 – 34.
- Cao Minh Nghĩa (2013). Tái cấu trúc bốn ngành công nghiệp trọng yếu (Điện tử - Công nghệ thông tin, Cơ khí, Hoá chất - Cao su, Chế biến tinh lương thực thực phẩm) trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh giai đoạn 2011 – 2020. *Báo cáo tổng hợp Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Thành phố*, Ủy ban nhân dân thành phố Hồ Chí Minh.
- Dragnić, D. (2014). Impact of Internal and External Factors on the Performance of Fast – Growing Small and Medium Business. *Management*, 19 (1), 119 – 159.
- Đinh Phi Hồ (2014). *Phương pháp nghiên cứu kinh tế và viết luận văn thạc sỹ*. Nhà xuất bản Phương đông.
- Eruemegbe, G. O. (2015). Impact of Business Environment on Organization Performnace in Nigeria: A Study of Union Bank of Nigeria. *European Scientific Journal*, 478 – 494.
- Gnyawali, D. R. Fogel, D. S. (1994). Environments for entrepreneurship development: key dimensions and research implications. *Entrepreneurship theory and practice*, (18), 43 – 62.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Hair, J. F., Ringle, C. M. & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19 (2), 139 – 152.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L. & Kuppelwieser, V. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26 (2), 106 – 121.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M. & Mena, J. A. (2012). An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling in marketing research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40 (3), 414 – 433.
- Henseler, J., Ringle, C. M. & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43 (1), 115 – 135.
- Hidayat, R., Akhmad, S., Mu'alim (2015). Effects of Environmental Factors on Corporate Strategy and Performance of Manufacturing Industries in Indonesia. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 8 (3), 763 – 782.
- Hooper, D., Coughlan, J., Mullen, M. (2008). Structural Equation Modelling: Guidelines for Determining Model Fit. *Electronic Journal of Business Research Methods*, 6 (1), 53 – 60.
- Hồ Lê Nghĩa (2011). *Chất lượng tăng trưởng ngành công nghiệp điện tử Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế*. Luận án Tiến sĩ kinh tế, Đại học Kinh tế quốc dân.
- Iacobucci, D. (2010). Structural equations modeling: Fit Indices, sample size, and

- advanced topics. *Journal of Consumer Psychology*, (20), 90 – 98.
- Isa, C. M., Saman, H. M., & Preece, C. N. (2015). Determining Significant Factors Influencing Malaysian Construction Business Performance in International Markets. *Journal of Construction in Developing Countries*, 20(2), 1 – 23.
- Kader, R. A., Mohamad, M. R. B., & Ibrahim, A. H. C. (2009). Success Factors for Small Rural Entrepreneurs under the One-District-One-Industry Programme in Malaysia. *Contemporary Management Research*, 5 (2), 147 – 162.
- Keh, H. T., Nguyen, T. T. M. & Ng, H. P. (2007). The Effects of Entrepreneurial Orientation and Marketing Information on the Performance of SMEs. *Journal of Business Venturing*, (22), 592 – 611.
- Kwagala, M. (2015). Exploring The External Environment On The Performance Of Microfinance Institutions: Evidence From Uganda. *Researchjournal's Journal of Management*, 3 (5).
- Lucky, E. O. I., & Minai, M. S. (2011). Re-investigating the effect of individual determinant, external factor and firm characteristics on small firm performance during economic downturn. *African Journal of Business Management*, 5 (26), 10846 – 10854.
- Mashbadi, A. H., & Rehman, Q. (2012). Impact of External Environment on the Performance of the Fast Food Industry. *International Journal of Management, Economics and Social Sciences*, 1 (1), 19 – 25.
- Minai, M. S., & Lucky, E. O. I. (2011). The Moderating Effect of Location on Small Firm Performance: Empirical Evidence. *International Journal of Business and Management*, 6 (10), 178 – 192.
- Murphy, G. B., Trailer, J. W., & Hill, R. C. (1996). Measuring Research Performance in Entrepreneurship. *Journal of Business Research*, (36), 15 – 23.
- Muzenda, A. (2014). A Conceptual Model of the Determinants of Performance of Tourism Sector Small and Medium Enterprises (SMEs). *International Journal of Business and Management Invention*, 3 (1), 30 – 35.
- Narver, J. C., & Slater, S. F. (1990). The Effect of a Market Orientation on Business Profitability. *Journal of Marketing*, 54 (4), 20 – 35.
- Njanja, W. L., Ogutu, M., & Pellisier, R. (2012). The Effects of the External Environment on Internal Management Strategies within Micro, Small and Medium Enterprises; Kenyan Case. *International Journal of Business and Management*, 7(3), 194 – 205.
- Ngo, L. V. & O'Cass, A. (2009). Creating value offerings via operant resource-based capabilities. *Industrial Marketing Management*, (38), 45 – 59.
- Ngo, L. V. & O'Cass, A. (2012). In Search of Innovation and Customer-related Performance Superiority: The Role of Market Orientation, Marketing Capability, and Innovation Capability Interactions. *Journal of Product Innovation Management*, 29 (5), 861 – 877.
- Nguyễn Đình Thọ, Nguyễn Thị Mai Trang (2010). *Nghiên cứu khoa học trong Quản trị kinh doanh*. Nhà xuất bản Thống kê.
- Oo, H. M. (2013). Determinants of SMEs' performance : the case of Kyaing

- Tong, Eastern Shan State, Myanmar. *AU-GSB e-Journal*, 6 (2), 54 – 67.
- Phua, F. T. T. (2006). Predicting construction firm performance: an empirical assessment of the differential impact between industry and firm-specific factors. *Construction Management and Economics*, (24), 309 – 320.
- Venkatraman, N. &, Ramanujam, V. (1986). Measurement of Business Performance in Strategy Research: A Comparison of Approaches. *Academy of Management Review*, 11(4), 801 – 814.
- Võ Văn Dứt (2015). The Effects of Local Business Environments on SMEs' Performance: Empirical Evidence from the Mekong Delta. *Asian Academy of Management Journal*, 20 (1), 101 – 122.