Giải pháp nâng cao hiệu quả xuất khẩu gạo trong bối cảnh thực thi FTA: trường hợp công ty VinaRice

Nguyễn Thị Thảo*, Nguyễn Giang Đô
Trường Đại học Nguyễn Tất Thành Việt Nam
nguyenthao112026@gmail.com

Tóm tắt

Nghiên cứu được thực hiện nhằm đề xuất các giải pháp nâng cao hiệu quả xuất khẩu gạo của Công ty trách nhiệm hữu hạn Lúa gạo Việt Nam (VinaRice) trong bối cảnh Việt Nam thực thi các hiệp định thương mại tự do. Trên cơ sở Quan điểm dựa trên nguồn lực, Lý thuyết năng lực động và Lý thuyết thể chế, nghiên cứu xây dựng mô hình đánh giá tác động của công nghệ sản xuất tiên tiến, năng lực marketing điện tử và sự hỗ trợ của chính phủ đến năng lực đổi mới sáng tạo và hiệu quả xuất khẩu. Nghiên cứu sử dụng phương pháp hỗn hợp kết hợp nghiên cứu định tính và định lượng. Dữ liệu được thu thập từ 125 nhà quản lý và nhân sự trực tiếp tham gia hoạt động xuất khẩu tại VinaRice, sau đó được phân tích bằng phương pháp PLS-SEM. Kết quả nghiên cứu cho thấy công nghệ sản xuất tiên tiến, năng lực marketing và sự hỗ trợ của chính phủ đều góp phần nâng cao năng lực đổi mới sáng tạo và hiệu quả xuất khẩu của doanh nghiệp. Đồng thời, năng lực đổi mới sáng tạo giữ vai trò cầu nối trong việc chuyển hóa các nguồn lực và sự hỗ trợ từ môi trường bên ngoài thành kết quả xuất khẩu. Nghiên cứu đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao năng lực marketing điện tử, thúc đẩy đổi mới sáng tạo, tăng cường khai thác các chính sách hỗ trợ từ chính phủ và đầu tư công nghệ sản xuất hiện đại để nâng cao năng lực cạnh tranh và hiệu quả xuất khẩu của VinaRice trong bối cảnh hội nhập quốc tế.

® 2026 Journal of Science and Technology - NTTU

Nhận 20/05/2026
Được duyệt 30/06/2026
Công bố 30/09/2026

Từ khóa
Hiệu quả xuất khẩu, VinaRice, hiệp định thương mại tự do (FTA), đổi mới sáng tạo, năng lực marketing điện tử.

1 Đặt vấn đề

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế, Việt Nam đã tham gia nhiều Hiệp định Thương mại Tự do (FTA) thế hệ mới như CPTPP, EVFTA, UKVFTA và RCEP, tạo điều kiện thuận lợi để hàng hóa Việt Nam mở rộng thị trường xuất khẩu (XK). Tuy nhiên, việc tận dụng hiệu quả các FTA không chỉ phụ thuộc vào ưu đãi thuế quan mà còn đòi hỏi doanh nghiệp phải đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật, quy tắc xuất xứ và nâng cao năng lực cạnh tranh.

Lúa gạo là một trong những mặt hàng XK chủ lực của Việt Nam, góp phần quan trọng vào tăng trưởng kinh tế và khẳng định vị thế trên thị trường quốc tế. Mặc dù có nhiều cơ hội từ các FTA, doanh nghiệp XK gạo vẫn gặp không ít khó khăn do yêu cầu ngày càng khắt khe về chất lượng, truy xuất nguồn gốc và an toàn thực phẩm.

Công ty trách nhiệm hữu hạn Lúa gạo Việt Nam (VinaRice) là doanh nghiệp tiêu biểu trong lĩnh vực sản xuất và XK gạo chất lượng cao. Tuy nhiên, trước áp lực cạnh tranh và các rào cản phi thuế quan, công ty cần nâng cao năng lực công nghệ, đổi mới sáng tạo và khả năng thích ứng với môi trường kinh doanh quốc tế. Vì vậy, nghiên cứu các giải pháp nâng cao hiệu quả XK của VinaRice trên cơ sở vận dụng các lý thuyết Quan điểm dựa trên nguồn lực (RBV), Lý thuyết năng lực động (DCT) và Lý thuyết thể chế (Institutional Theory) là cần thiết, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển bền vững trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế.

2 Vật liệu, phương pháp và thiết bị nghiên cứu

2.1 Cơ sở lý thuyết

2.1.1 Quan điểm dựa trên nguồn lực (RBV)

RBV giải thích lợi thế của doanh nghiệp từ nguồn lực và năng lực nội tại, trong đó giá trị kinh tế không chỉ đến từ việc sở hữu tài sản mà còn từ khả năng tổ chức và khai thác chúng. Trong nghiên cứu này, công nghệ sản xuất tiên tiến (AMT) được xem là nguồn lực/nền tảng công nghệ phục vụ sản xuất; năng lực marketing điện tử (EMC) phản ánh năng lực khai thác các nguồn lực số và thông tin thị trường. Cách tiếp cận này phù hợp với nghiên cứu XK vì công nghệ và năng lực marketing chỉ tạo giá trị khi được chuyển hóa thành các hoạt động và kết quả cụ thể.

https://doi.org/10.55401/jw2b9v90

Các nghiên cứu thực nghiệm gần đây tiếp tục cho thấy năng lực công nghệ, marketing và đổi mới có liên hệ với kết quả XK. Chẳng hạn, nghiên cứu về doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEs) Việt Nam năm 2026 xem AMT và năng lực đổi mới là những yếu tố quan trọng trong giải thích hiệu quả XK; nghiên cứu về năng lực marketing điện tử cũng cho thấy khả năng khai thác kênh số cần được chuyển hóa thành hiệu quả marketing và kết quả XK [5].

2.1.2 Lý thuyết thể chế

Lý thuyết thể chế cho rằng hành vi và kết quả hoạt động của doanh nghiệp chịu ảnh hưởng bởi môi trường thể chế, bao gồm các quy tắc chính thức (luật pháp, chính sách, hiệp định) và phi chính thức (chuẩn mực, tập quán, văn hóa) [3]. Doanh nghiệp chịu tác động của ba loại áp lực thể chế gồm áp lực cưỡng chế, áp lực chuẩn mực và áp lực mô phỏng, việc đáp ứng các áp lực này giúp nâng cao tính chính danh và hiệu quả hoạt động [3]. Trong bối cảnh thực thi các FTA thế hệ mới, lý thuyết thể chế là cơ sở để phân tích tác động của các quy định về quy tắc xuất xứ, tiêu chuẩn kỹ thuật, biện pháp Vệ sinh dịch tễ và Kiểm dịch động thực vật (SPS) và các cam kết về lao động, môi trường đến hiệu quả XK của doanh nghiệp. Theo đó, hiệu quả XK không chỉ phụ thuộc vào nguồn lực và năng lực nội tại mà còn phụ thuộc vào mức độ thích ứng với các yêu cầu thể chế của thị trường quốc tế [3, 4].

2.1.3 Lý thuyết năng lực động

DCT được phát triển nhằm bổ sung cho RBV trong việc giải thích lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp trong môi trường kinh doanh biến động, nhấn mạnh khả năng tích hợp, xây dựng và tái cấu trúc nguồn lực để thích ứng với sự thay đổi [5]. Theo các nghiên cứu trước [5], DCT bao gồm ba nhóm năng lực cốt lõi: nhận diện cơ hội và thách thức (sensing), nắm bắt cơ hội (seizing) và tái cấu trúc nguồn lực (transforming), giúp doanh nghiệp duy trì lợi thế cạnh tranh dài hạn. Khác với năng lực vận hành thông thường, DCT nhấn mạnh khả năng liên tục học hỏi, đổi mới và điều chỉnh các năng lực hiện có để thích ứng với môi trường kinh doanh luôn thay đổi [5]. Trong nghiên cứu này, DCT được xem là khả năng doanh nghiệp thích ứng với các yêu cầu của thị trường quốc tế thông qua đổi mới sản phẩm, quy trình, tái cấu trúc chuỗi giá trị và nâng cao năng lực quản trị, từ đó cải thiện hiệu quả XK trong bối cảnh thực thi các FTA.

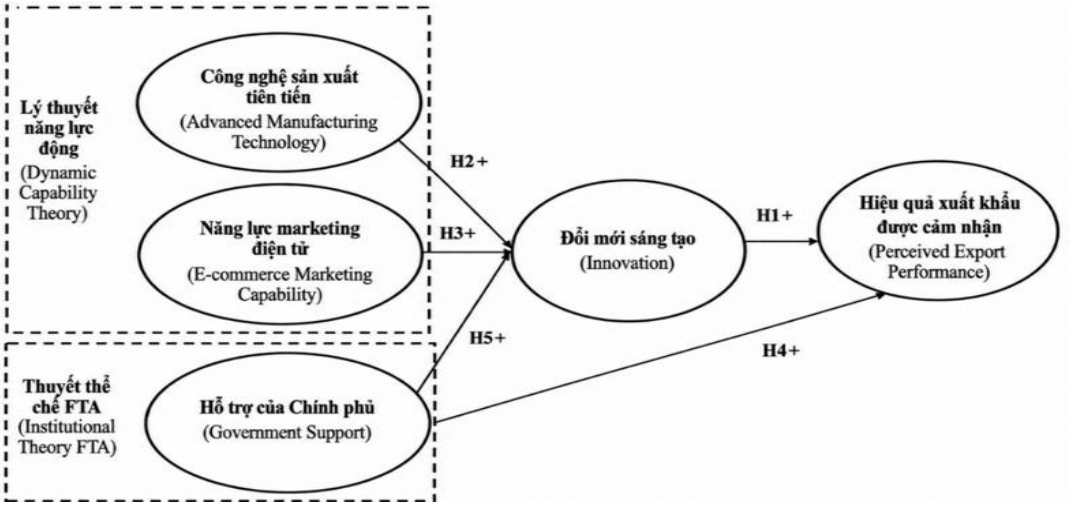
2.1.4 Cơ chế tích hợp ba lý thuyết và khoảng trống nghiên cứu

Ba lý thuyết được sử dụng không nhằm lặp lại cùng một vai trò mà bổ sung theo một chuỗi logic. RBV trả lời câu hỏi doanh nghiệp có và khai thác những nguồn lực/năng lực nội tại nào; DCT trả lời doanh nghiệp chuyển hóa và tái cấu trúc các nguồn lực đó như thế nào để thích ứng; lý thuyết thể chế giải thích vì sao các yêu cầu và hỗ trợ từ môi trường FTA ảnh hưởng đến quyết định và kết quả của doanh nghiệp. Trên cơ sở đó, AMT và EMC đại diện cho nền tảng nội tại; sự hỗ trợ của chính phủ (GS) đại diện cho yếu tố môi trường thể chế; đổi mới (INN) là cơ chế chuyển hóa; hiệu quả XK được cảm nhận (PEP) là kết quả đầu ra.

Điểm cần làm rõ của mô hình là FTA không được xem như một biến độc lập trực tiếp trong mô hình định lượng mà là bối cảnh thể chế trong đó GS và các yêu cầu thị trường quốc tế tác động đến doanh nghiệp. Cách xác định này giúp tránh việc đưa FTA vào mô hình như một khái niệm đo lường trùng lặp với GS.

2.2 Mô hình nghiên cứu và giả thuyết

Để xây dựng mô hình nghiên cứu phù hợp với bối cảnh thực tiễn, nghiên cứu sử dụng phương pháp định tính nhằm khám phá mối quan hệ giữa các biến và hiệu chỉnh mô hình nghiên cứu [7]. Các cuộc phỏng vấn chuyên sâu với nhà quản lý và chuyên gia trong lĩnh vực XK nông sản được thực hiện để đánh giá tính phù hợp của mô hình, đồng thời hoàn thiện các biến quan sát trước khi tiến hành nghiên cứu định lượng. Mô hình nghiên cứu đề xuất gồm các yếu tố AMT, EMC và GS; trong đó INN đóng vai trò biến trung gian và hiệu quả XK được cảm nhận (Perceived Export Performance) là biến kết quả cuối cùng.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Từ lập luận trên, nghiên cứu đề xuất các giả thuyết sau:

H1: INN có tác động tích cực đến PEP

H2: AMT có tác động tích cực đến INN

H3: EMC có tác động tích cực đến INN

H4: GS có tác động tích cực trực tiếp đến PEP

H5: GS có tác động tích cực đến INN

2.3 Phương pháp nghiên cứu

2.3.1 Thiết kế nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp hỗn hợp theo trình tự định tính – định lượng. Giai đoạn định tính được thực hiện trước nhằm rà soát mô hình, điều chỉnh cách diễn đạt và bảo đảm tính phù hợp của thang đo với bối cảnh VinaRice. Giai đoạn định lượng sử dụng bảng hỏi cấu trúc để kiểm định mô hình đo lường và mô hình cấu trúc bằng PLS-SEM

2.3.2 Chọn mẫu và thu thập dữ liệu

Giai đoạn định tính gồm phỏng vấn 5 chuyên gia có kinh nghiệm trong lĩnh vực XK gạo và sau đó trao đổi với 10 cán bộ VinaRice thuộc các nhóm công việc liên quan đến xuất nhập khẩu, logistics, hợp đồng và chiến lược nhằm rà soát tính rõ nghĩa và khả năng áp dụng của các biến quan sát. Giai đoạn định lượng khảo sát quản lý cấp cao, quản lý cấp trung và nhân sự trực tiếp tham gia hoạt động XK tại VinaRice, với điều kiện có thời gian làm việc từ 12 tháng trở lên. Sau làm sạch, 125 phiếu hợp lệ được sử dụng để phân tích.

Bảng hỏi sử dụng thang Likert 5 mức, từ 1 = hoàn toàn không đồng ý đến 5 = hoàn toàn đồng ý. Quy trình điều chỉnh thang đo thực hiện theo nguyên tắc dịch – đối chiếu – hiệu chỉnh ngữ nghĩa trước khi khảo sát chính thức

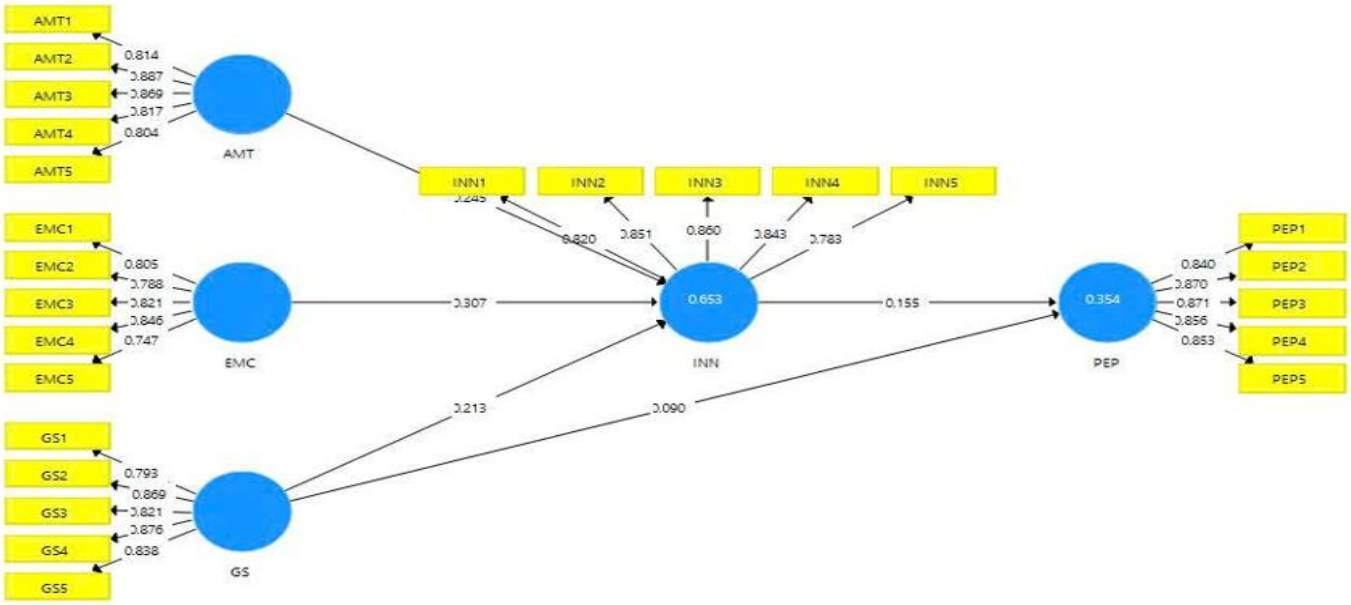
2.3.3 Nguồn thang đo và biến quan sát

Bảng 1: Nguồn thang đo và các biến quan sát

Mã	Khái niệm	Nguồn/định hướng xây dựng thang đo
AMT	Công nghệ sản xuất tiên tiến	Guan & Ma (2003); Altuntaş et al. (2018)
EMC	Năng lực marketing điện tử	Gregory, Ngo & Karavdic (2019); bổ sung/điều chỉnh theo bối cảnh VinaRice
GS	Sự hỗ trợ của chính phủ	Dao & Tan (2024) và các nghiên cứu về hỗ trợ xuất khẩu trong bối cảnh Việt Nam
INN	Năng lực đổi mới sáng tạo	Gunday et al. (2011); Altuntaş et al. (2018); Dao et al. (2026)
PEP	Hiệu quả xuất khẩu được cảm nhận	Li et al. (2009); Altuntaş et al. (2018); đối chiếu thêm chỉ tiêu thực tế của VinaRice

2.3.4 Phân tích dữ liệu

Dữ liệu được làm sạch và kiểm tra trên Excel/SPSS trước khi phân tích bằng SmartPLS. PLS-SEM được sử dụng vì mô hình có biến trung gian và mục tiêu trọng tâm giải thích phương sai của các biến nội sinh. Việc đánh giá được thực hiện theo hai bước: (i) mô hình đo lường, gồm độ tin cậy, giá trị hội tụ và giá trị phân biệt; (ii) mô hình cấu trúc, gồm đa cộng tuyến, hệ số đường dẫn, ý nghĩa thống kê bằng bootstrapping 5.000 lần, R^2, f^2 và đánh giá khả năng dự báo.



Hình 2. Kết quả kiểm định

3 Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1 Đánh giá mô hình đo lường

Để xác lập tính chuẩn xác, khách quan và độ ổn định của công cụ đo lường trước khi tiến hành các bước phân tích nhân quả phức tạp, nghiên cứu thực hiện đánh giá độ tin cậy nội tại và giá trị hội tụ của các nhân tố tiềm ẩn thông qua phần mềm SmartPLS 3. Kết quả phân tích được tổng hợp cụ thể trong bảng thống kê về độ tin cậy nội tại và phương sai trích bên dưới:

Bảng 2: Kết quả kiểm định độ tin cậy nội tại và phương sai trích (cronbach's apha, cr, *ave*)

Cấu trúc khái niệm (thang đo)	**Hệ số Cronbach's alpha**	**Độ tin cậy tổng hợp (cr)**	**Phương sai trích trung bình (*ave*)**
AMT	0,894	0,897	0,704
EMC	0,862	0,872	0,643
PEP	0,911	0,915	0,736
GS	0,895	0,898	0,706
INN	0,889	0,892	0,692

3.2 Đánh giá mô hình cấu trúc

Kết quả từ 125 quan sát cho thấy cả năm quan hệ trực tiếp trong mô hình đều có hệ số dương và đạt ý nghĩa thống kê theo các giá trị *p* được báo cáo. INN có tác động trực tiếp mạnh nhất đến PEP (β = 0,382). EMC có tác động mạnh nhất đến INN (β = 0,390), tiếp theo là AMT (β = 0,346) và GS (β = 0,297). GS đồng thời có tác động trực tiếp đến PEP với β = 0,290.

Bảng 3: Kết quả kiểm định các giả thuyết tác động trực tiếp

Giả thuyết	**Quan hệ**	**β**	***t***	***p***	**Kết luận**
H1	INN → PEP	0,382	4,680	0,000	Chấp nhận
H2	AMT → INN	0,346	5,243	0,000	Chấp nhận
H3	EMC → INN	0,390	5,928	0,000	Chấp nhận
H4	GS → PEP	0,290	3,188	0,001	Chấp nhận
H5	GS → INN	0,297	5,208	0,004*	Chấp nhận

3.2.1 Đánh giá các mối quan hệ trung gian (tác động gián tiếp)

Bên cạnh việc bóc tách các trục liên kết trực tiếp, mô hình nghiên cứu còn xem xét các hiệu ứng gián tiếp để làm rõ vai trò cầu nối của Năng lực đổi mới sáng tạo (INN) trong việc truyền dẫn các nguồn lực nội ngoại tại thành hiệu quả kinh doanh XK thực tế.

Bảng 4: Kết quả kiểm định các mối quan hệ tác động gián tiếp

Mối quan hệ tác động gián tiếp	Hệ số Beta (β)	Giá trị *t*	Giá trị *p*	Kết luận
AMT tác động tích cực đến PEP thông qua vai trò trung gian của INN.	0,132	3,527	0,000	Chấp nhận
EMC tác động tích cực đến PEP thông qua vai trò trung gian của INN.	0,149	3,574	0,000	Chấp nhận
GS tác động tích cực đến PEP thông qua vai trò trung gian của INN.	0,114	3,514	0,000	Chấp nhận

Kết quả trích xuất từ bảng hệ ứng gián tiếp khẳng định tất cả các tác động trung gian đều có ý nghĩa thống kê rõ rệt ($p < 0,05$). Cụ thể, AMT, GS và EMC đều gián tiếp nâng cao PEP thông qua vai trò trung gian của INN.

3.2.2 Đánh giá năng lực giải thích và năng lực dự báo của mô hình (R^2, f^2, Q^2)

Để hoàn tất quy trình đánh giá mô hình cấu trúc, nghiên cứu tiến hành xem xét đồng thời bộ ba chỉ số: hệ số xác định (R^2), quy mô tác động (f^2) và năng lực dự báo ngoài mẫu hình học (Q^2).

Bảng 5: Tổng hợp các chỉ số đánh giá mức độ phù hợp của mô hình cấu trúc

Biến phụ thuộc / Biến tác động	Hệ số R^2	Hệ số R^2 hiệu chỉnh	Chỉ số dự báo Q^2	Quy mô tác động f^2
INN	**0,354**	**0,343**	**0,250**	
AMT				0,245
EMC				0,307
GS				0,213
PEP	**0,653**	**0,645**	**0,437**	
INN				0,155
GS				0,090

3.3 Thảo luận và hàm ý quản trị

Kết quả cho thấy INN là yếu tố có tác động trực tiếp mạnh nhất đến PEP (β = 0,382), qua đó củng cố lập luận rằng việc đầu tư nguồn lực chỉ tạo ra kết quả XK khi doanh nghiệp có khả năng chuyển hóa chúng thành đổi mới sản phẩm, quy trình và cách thức quản trị. Kết quả này phù hợp với các nghiên cứu gần đây về mối quan hệ giữa đổi mới và XK trong các nền kinh tế mới nổi.

EMC có tác động mạnh nhất đến INN (β = 0,390), trong khi điểm trung bình EMC trong nghiên cứu hiện có chỉ ở mức 2,84. Điều này gợi ý một khoảng cách giữa tầm quan trọng của năng lực marketing điện tử và mức độ triển khai hiện tại. Trong bối cảnh B2B, EMC không chỉ phục vụ truyền thông mà còn giúp thu thập thông tin khách hàng, nhận diện nhu cầu và hỗ trợ điều chỉnh sản phẩm. Vì vậy, VinaRice nên ưu tiên hệ thống hóa dữ liệu thị trường, công cụ theo dõi khách hàng và các kênh B2B số.

AMT có tác động tích cực đến INN (β = 0,346). Hàm ý quản trị không nên dừng ở việc đầu tư thiết bị mà cần gắn công nghệ với quy trình kiểm soát chất lượng, truy xuất nguồn gốc, dữ liệu vùng nguyên liệu và yêu cầu của từng thị trường FTA.

GS có tác động trực tiếp đến PEP (β = 0,290) và tác động đến PEP thông qua INN (β gián tiếp = 0,114). Do đó, VinaRice cần chủ động theo dõi chính sách FTA, quy tắc xuất xứ, tiêu chuẩn kỹ thuật và chương trình hỗ trợ XK; đồng thời phân công đầu mối phối hợp giữa XK, chất lượng, sản xuất và pháp chế để chuyển yêu cầu thể chế thành hành động cụ thể.

Các giải pháp quản trị đề xuất gồm: (1) xây dựng kế hoạch nâng cao EMC và khai thác dữ liệu thị trường số; (2) gắn đầu tư AMT với mục tiêu đổi mới và yêu cầu thị trường; (3) thiết lập cơ chế theo dõi và khai thác chính sách hỗ trợ của Chính phủ; (4) xây dựng bộ KPI XK kết hợp chỉ tiêu cảm nhận và chỉ tiêu khách quan; và (5) định kỳ đối chiếu kết quả đổi mới với doanh thu, sản lượng, thị trường và lợi nhuận XK.

3.4 Hạn chế nghiên cứu và hướng phát triển

Thứ nhất, nghiên cứu đánh giá hiệu quả XK thông qua thang đo hiệu quả XK được cảm nhận (Perceived Export Performance) dựa trên nhận thức của các cán bộ và nhân viên đang trực tiếp tham gia hoạt động XK tại VinaRice. Cách tiếp cận này giúp phản ánh góc nhìn của những người am hiểu hoạt động thực tiễn của doanh nghiệp, đồng thời phù hợp với các nghiên cứu trước trong lĩnh vực marketing và thương mại quốc tế. Tuy nhiên, kết quả thu được chủ yếu phản ánh đánh giá chủ quan của người trả lời mà chưa kết hợp với các chỉ tiêu tài chính hoặc dữ liệu hoạt động XK thực tế, chẳng hạn như doanh thu XK, tốc độ tăng trưởng kim ngạch, lợi nhuận từ XK hay thị phần tại các thị trường mục tiêu.

Thứ hai, về cấu trúc mô hình lý thuyết, mô hình nghiên cứu của đề tài tập trung đo lường sự tác động của bốn nhân tố bao gồm AMT, EMC, GS và INN đến PEP. Tuy nhiên, trong thực tiễn thương mại quốc tế biến động phức tạp, hiệu quả XK được cảm nhận lúa gạo còn chịu sự chi phối mạnh mẽ của nhiều biến số ngoại sinh quan trọng khác chưa được tích hợp vào mô hình định lượng này, ví dụ như biến động tỷ giá hối đoái thực tế, sự đứt gãy cục bộ của chuỗi cung ứng logistics toàn cầu, hay các xung đột chính trị và chính sách bảo hộ đơn phương từ các nước nhập khẩu (NK) lớn ngoài khối FTA.

Thứ ba, về mặt thời gian của dữ liệu khảo sát, dữ liệu sử dụng để kiểm định mô hình hồi quy mang tính chất cắt ngang tại một thời điểm nhất định, phản ánh thực trạng nhận thức và năng lực tác nghiệp của doanh nghiệp trong giai đoạn hiện tại. Trong khi đó, tác động của các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới và tiến trình chuyển đổi số là một dòng chảy vận động không ngừng. Do đó, các dữ liệu cắt ngang này chưa thể phản ánh một cách trọn vẹn và xuyên suốt những biến động mang tính chu kỳ hoặc xu hướng dịch chuyển dài hạn của thị trường lúa gạo quốc tế.

4 Kết luận

Nghiên cứu cho thấy hiệu quả XK của VinaRice chịu tác động đồng thời của nguồn lực năng lực nội tại, khả năng đổi mới và môi trường thể chế. Việc tích hợp RBV, DCT và thuyết thể chế giúp giải thích rõ hơn cơ chế từ AMT, EMC và GS đến INN và PEP. Kết quả định lượng hiện có cho thấy cả năm giả thuyết trực tiếp đều được chấp nhận; trong đó INN có tác động mạnh nhất đến PEP và EMC có tác động mạnh nhất đến INN. INN cũng đóng vai trò trung gian trong các quan hệ AMT, EMC và GS với PEP.

Về thực tiễn, VinaRice cần chuyển trọng tâm từ 'có nguồn lực' sang 'khai thác và chuyển hóa nguồn lực', đặc biệt là dữ liệu thị trường số, công nghệ sản xuất và các chương trình hỗ trợ XK.

Lời cảm ơn

Nghiên cứu này được tài trợ bởi Sở KH và CN thành phố Cần Thơ trong khuôn khổ đề tài mã số 10/HĐ-SKHCN. Chúng tôi xin cảm ơn Trường Đại học Nguyễn Tất Thành, Thành phố Hồ Chí Minh đã hỗ trợ cho nghiên cứu này.

Tài liệu tham khảo

1. J. B. Barney, "Firm resources and sustained competitive advantage," in *Economics meets sociology in strategic management*, Emerald Group Publishing Limited, 2000, pp. 203-227.
2. G. D. Gregory, L. V. Ngo, and M. Karavdic, "Developing e-commerce marketing capabilities and efficiencies for enhanced performance in business-to-business export ventures," *Industrial Marketing Management*, vol. 78, pp. 146-157, 2019. https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2017.03.003
3. S. Altuntas, O. Cinar, and S. Kaynak, "Relationships among advanced manufacturing technology, innovation, export, and firm performance: Empirical evidence from Turkish manufacturing companies," *Kybernetes*, vol. 47, no. 9, pp. 1836-1856, 2018. https://doi.org/10.1108/K-10-2017-0380
4. L. Shi, S. Zhang, and S. M. Hashmi, "Study on the export pattern and export potential of agricultural products from China to RCEP countries—an empirical study based on gravity model," *Frontiers in Sustainable Food Systems*, vol. 9, p. 1492812, 2025. https://doi.org/10.3389/fsufs.2025.1492812
5. D. J. Teece, G. Pisano, and A. Shuen, "Dynamic capabilities and strategic management," *Strategic Management Journal*, vol. 18, no. 7, pp. 509-533, 1997.
6. C. Guo, Y. Wang, and C. Wang, "Market orientation, marketing capabilities and export performance: The moderating effect of international experience," *International Business Review*, vol. 27, no. 1, pp. 93-102, 2018. https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2017.05.003
7. J. F. Hair, a *primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*, Sage Publications, 2019.
8. P. R. Krugman, M. Obstfeld, and M. J. Melitz, *International economics: Theory and Policy*, 11th ed., Pearson, 2018.

9. A. Sadeghi, E. L. Rose, and T. K. Madsen, "Perceived export performance: A contingent measurement approach," *Journal of International Marketing*, vol. 29, no. 3, pp. 63-84, 2021. https://doi.org/10.1177/1069031X20973663
10. D. Tinits, J. Yi, C. F. Fey, and S. Meng, "Government R&D support's effects on export performance via innovation: An analysis of organizational motivators as moderators," *International Business Review*, vol. 34, p. 102345, 2025. https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2024.102345
11. C. Wang, F. Meng, and T. Liu, "The impact of digital trade development on China's export of technology-intensive products: Evidence from importing countries," *PLoS One*, vol. 20, no. 4, p. e0321285, 2025. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0321285
12. World Bank, *Developing a low-carbon rice value chain in Vietnam: Opportunities and Challenges*, World Bank Group, 2023.
13. World Trade Organization (WTO), *World Trade Report 2023: Reglobalization for a secure, inclusive and sustainable future*, WTO Publications, 2023.
14. Đào Thế Anh, "Nâng cao chuỗi giá trị lúa gạo Việt Nam trong bối cảnh hội nhập mới," *Tạp chí Khoa học Nông nghiệp Việt Nam*, vol. 22, no. 1, pp. 45-56, 2024.

Solutions to Improve Rice Export Performance in the Context of FTA Implementation: A Case Study of VinaRice Company

Nguyen Thi Thao*, Nguyen Giang Do
Nguyen Tat Thanh University, Viet Nam
nguyenthao112026@gmail.com

Abstract
This study aims to propose solutions to enhance the rice export performance of Viet Nam Rice Company Limited (VinaRice) in the context of Viet Nam's implementation of Free Trade Agreements (FTAs). Grounded in the Resource-Based View (RBV), Dynamic Capability Theory (DCT), and Institutional Theory, a conceptual framework was developed to evaluate the impacts of advanced manufacturing technology, e-commerce marketing capabilities, and government support on innovation capabilities and export performance. A mixed-methods approach combining qualitative and quantitative research was employed. Primary data were collected from 125 managers and personnel directly involved in export operations at VinaRice, followed by empirical analysis using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The findings reveal that advanced manufacturing technology, marketing capabilities, and government support significantly contribute to driving innovation capabilities and firm export performance. Furthermore, innovation capabilities serve as a vital bridging mechanism in translating internal resources and external institutional support into superior export outcomes. Based on these empirical results, managerial solutions are recommended to improve e-commerce marketing capabilities, foster continuous innovation, capitalize on government support policies, and invest in modern manufacturing technology to reinforce VinaRice's competitive advantage and export efficiency in the global integration era.
Keywords: Export performance, VinaRice, Free Trade Agreements (FTAs), innovation, e-commerce marketing capability.