

HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA HỒ CHÍ MINH

VÕ ANH TUẤN

**HỖ TRỢ CỦA CHÍNH QUYỀN THÀNH PHỐ HÀ NỘI
ĐỐI VỚI HÀNG THỦ CÔNG MỸ NGHỆ THÔNG QUA
THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ CỦA DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA**

TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ

NGÀNH: QUẢN LÝ KINH TẾ

Mã số: 9310110

HÀ NỘI - 2026

**Công trình được hoàn thành tại
Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh**

Người hướng dẫn khoa học: 1. PGS.TS. Nguyễn Vĩnh Thanh



2. PGS.TS. Vũ Hoàng Nam



Phản biện 1:

.....

Phản biện 2:

.....

Phản biện 3:

.....

**Luận án sẽ được bảo vệ trước Hội đồng chấm luận án cấp Học viện
hợp tại Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh**

Vào hồi..... giờ..... ngày..... tháng..... năm 2026

**Có thể tìm hiểu luận án tại: Thư viện Quốc gia và
Thư viện Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh**

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và chuyển đổi số, thương mại điện tử xuyên biên giới đang trở thành động lực quan trọng thúc đẩy hoạt động xuất khẩu, giúp doanh nghiệp tiếp cận trực tiếp thị trường quốc tế và giảm chi phí giao dịch. Tuy nhiên, đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa, hoạt động này vẫn gặp nhiều rào cản như bất cân xứng thông tin, chi phí tuân thủ cao và hạn chế về năng lực công nghệ.

Trong bối cảnh đó, chính quyền cấp tỉnh đóng vai trò quan trọng trong việc hỗ trợ doanh nghiệp thông qua hoàn thiện thể chế, cung cấp thông tin và phát triển hạ tầng số. Đối với ngành thủ công mỹ nghệ - lĩnh vực có đặc thù sản xuất phân tán và gắn với giá trị văn hóa - nhu cầu hỗ trợ càng trở nên cấp thiết. Mặc dù Hà Nội có nhiều lợi thế, nhưng hiệu quả hỗ trợ xuất khẩu qua TMĐT của DNNVV vẫn chưa tương xứng với tiềm năng, do đó cần có nghiên cứu để làm rõ vai trò và nâng cao hiệu quả hỗ trợ của chính quyền địa phương.

2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu

2.1. Mục đích nghiên cứu

Luận án nhằm nghiên cứu cơ sở lý thuyết và thực tiễn về hỗ trợ của chính quyền cấp tỉnh đối với xuất khẩu qua thương mại điện tử của doanh nghiệp nhỏ và vừa. Trên cơ sở đó, phân tích thực trạng tại Hà Nội, làm rõ kết quả, hạn chế và đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả hỗ trợ trong thời gian tới.

2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

Luận án tập trung vào bốn nhiệm vụ: (1) tổng quan nghiên cứu để xác định khoảng trống; (2) hệ thống hóa cơ sở lý thuyết về hỗ trợ của chính quyền cấp tỉnh đối với xuất khẩu qua TMĐT; (3) phân tích thực trạng hỗ trợ tại Hà Nội; và (4) đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả hỗ trợ trong thời gian tới.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu của luận án

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của luận án là hoạt động hỗ trợ của chính quyền cấp tỉnh đối với xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ qua TMĐT của DNNVV, tập trung vào cơ chế, chính sách và hiệu quả hỗ trợ.

3.2. Phạm vi nghiên cứu

Về không gian, nghiên cứu thực hiện tại Hà Nội với dữ liệu từ DNNVV ngành TCMN. Về nội dung, tập trung vào hoạt động hỗ trợ, tiêu chí đánh giá và các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả xuất khẩu qua TMĐT. Về thời gian, sử dụng dữ liệu giai đoạn 2018-2024 và khảo sát năm 2025.

4. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

4.1. Cơ sở lý thuyết

Cơ sở lý thuyết của đề tài dựa trên các lý thuyết về vai trò Nhà nước, thể chế và năng lực, nhằm phân tích mối quan hệ giữa chính sách hỗ trợ và hiệu quả xuất khẩu TCMN qua TMĐT của DNNVV.

4.2. Phương pháp nghiên cứu

Luận án sử dụng phương pháp hỗn hợp, kết hợp định tính, định lượng và dữ liệu thứ cấp. Nghiên cứu định tính phỏng vấn chuyên gia để

xây dựng mô hình; nghiên cứu định lượng khảo sát 201 doanh nghiệp và phân tích bằng SPSS, AMOS. Dữ liệu thứ cấp được sử dụng để bổ trợ phân tích.

5. Đóng góp mới của Luận án

Về lý thuyết, luận án làm rõ vai trò của chính quyền cấp tỉnh và xây dựng khung phân tích liên kết giữa hỗ trợ và hiệu quả xuất khẩu. Về phương pháp, đề xuất hệ thống tiêu chí đánh giá hiệu quả hỗ trợ. Về thực tiễn, cung cấp bằng chứng tại Hà Nội và đề xuất giải pháp phù hợp với bối cảnh kinh tế số.

6. Kết cấu của Luận án

Ngoài phần Mở đầu, Kết luận và Danh mục tài liệu tham khảo, nội dung chính của luận án được kết cấu thành 5 chương như sau:

Chương 1: Tổng quan nghiên cứu

Chương 2: Cơ sở lý thuyết về hỗ trợ của chính quyền địa phương cấp tỉnh đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ thông qua thương mại điện tử

Chương 3: Phương pháp nghiên cứu

Chương 4: Thực trạng hỗ trợ của chính quyền thành phố Hà Nội đối với hoạt động xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ thông qua thương mại điện tử của doanh nghiệp nhỏ và vừa

Chương 5: Giải pháp hỗ trợ của chính quyền thành phố Hà Nội đối với hoạt động xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ thông qua thương mại điện tử của doanh nghiệp nhỏ và vừa

Chương 1

TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU

1.1. Xuất khẩu thông qua thương mại điện tử

1.1.1. Nghiên cứu về thương mại điện tử và thương mại điện tử xuyên biên giới

Sự phát triển công nghệ số đã thúc đẩy TMĐT xuyên biên giới trở thành kênh quan trọng giúp doanh nghiệp mở rộng thị trường và giảm chi phí. Tại Việt Nam, nghiên cứu chủ yếu tập trung vào chính sách phát triển TMĐT và các rào cản như hạ tầng, năng lực số và logistics. Vai trò của chính quyền địa phương được nhấn mạnh, nhưng việc triển khai còn thiếu đồng bộ và phụ thuộc vào năng lực thực thi. Các nghiên cứu hiện nay chưa đánh giá đầy đủ hiệu quả hỗ trợ của chính quyền cấp tỉnh trong thúc đẩy xuất khẩu qua TMĐT, đặc biệt với ngành truyền thông.

1.1.2. Nghiên cứu về thương mại điện tử trong hoạt động xuất nhập khẩu

TMĐT ngày càng đóng vai trò quan trọng trong xuất khẩu khi giúp doanh nghiệp tiếp cận trực tiếp thị trường quốc tế và giảm chi phí. Tuy nhiên, hình thức này cũng đặt ra yêu cầu cao về năng lực công nghệ, logistics và xây dựng thương hiệu. Bên cạnh đó, các rào cản pháp lý và rủi ro giao dịch xuyên biên giới vẫn là thách thức lớn. Trong bối cảnh này, vai trò của Nhà nước và chính quyền địa phương trở nên quan

trọng, song các nghiên cứu hiện nay chưa làm rõ đầy đủ hiệu quả hỗ trợ của cấp tỉnh đối với xuất khẩu qua TMĐT, đặc biệt trong các ngành truyền thống.

1.1.3. Nghiên cứu về thương mại điện tử đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa

Trong bối cảnh kinh tế số, TMĐT là công cụ quan trọng giúp DNNVV nâng cao năng lực cạnh tranh, giảm chi phí và mở rộng thị trường quốc tế. Việc ứng dụng TMĐT góp phần thúc đẩy quá trình quốc tế hóa của doanh nghiệp. Trong đó, vai trò của Nhà nước trong phát triển hạ tầng số, đào tạo kỹ năng và hoàn thiện môi trường pháp lý là rất quan trọng. Tại Việt Nam, mức độ ứng dụng TMĐT của DNNVV phụ thuộc lớn vào hạ tầng công nghệ, năng lực quản trị và chính sách hỗ trợ.

1.2. Xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ

1.2.1. Nghiên cứu về đặc điểm sản phẩm thủ công mỹ nghệ

Sản phẩm thủ công mỹ nghệ có đặc trưng nổi bật về tính thủ công, giá trị văn hóa và cá biệt hóa, tạo lợi thế cạnh tranh trong các thị trường ngách. Tuy nhiên, việc khó tiêu chuẩn hóa và hạn chế quy mô sản xuất gây trở ngại trong đáp ứng yêu cầu quốc tế. Tại Việt Nam, ngành này có tiềm năng lớn nhưng còn hạn chế về thiết kế và thích ứng thị trường. Các nghiên cứu hiện nay chủ yếu mô tả đặc điểm sản phẩm, chưa làm rõ mối liên hệ với TMĐT và xuất khẩu.

1.2.2. Nghiên cứu về xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ

Xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ được nghiên cứu với trọng tâm là lợi thế cạnh tranh và vai trò chính sách hỗ trợ. Sản phẩm có ưu thế về tính độc đáo và giá trị văn hóa, nhưng gặp thách thức về tiêu chuẩn và quy mô. Tại Việt Nam, xuất khẩu TCMN chưa tương xứng tiềm năng do hạn chế về thiết kế, thương hiệu và phụ thuộc trung gian. Hiệu quả xuất khẩu chịu ảnh hưởng lớn từ chính sách hỗ trợ và năng lực thực thi của chính quyền địa phương.

1.2.3. Nghiên cứu về thương mại điện tử đối với xuất khẩu của doanh nghiệp nhỏ và vừa

Trong bối cảnh chuyển đổi số, TMĐT đóng vai trò quan trọng trong thúc đẩy xuất khẩu của DN NVV, giúp mở rộng thị trường và nâng cao khả năng cạnh tranh. Tuy nhiên, doanh nghiệp vẫn gặp khó khăn về công nghệ, logistics và tiêu chuẩn quốc tế. Vì vậy, vai trò của Nhà nước, đặc biệt là chính quyền địa phương, trở nên quan trọng trong hỗ trợ đào tạo, hạ tầng và kết nối thị trường. Tuy nhiên, các nghiên cứu hiện nay chưa đánh giá đầy đủ hiệu quả hỗ trợ của cấp tỉnh đối với xuất khẩu.

1.3. Vai trò của Nhà nước và chính quyền địa phương trong hỗ trợ xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ của doanh nghiệp nhỏ và vừa

1.3.1. Nghiên cứu về vai trò của Nhà nước và của chính quyền đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa

Các nghiên cứu khẳng định chính quyền địa phương có vai trò

quan trọng trong hỗ trợ DNNVV thông qua thông tin, tài chính, đào tạo và hạ tầng. Hiệu quả hỗ trợ phụ thuộc vào năng lực thực thi và mức độ phù hợp với bối cảnh địa phương. Tuy nhiên, các nghiên cứu hiện nay chưa làm rõ hiệu quả hỗ trợ cấp tỉnh gắn với TMĐT và xuất khẩu, đặc biệt trong các ngành truyền thống.

1.3.2. Nghiên cứu về hỗ trợ của chính quyền đối với doanh nghiệp sản xuất hàng thủ công mỹ nghệ

Các nghiên cứu quốc tế cho thấy chính quyền địa phương đóng vai trò quan trọng trong hỗ trợ ngành thủ công mỹ nghệ thông qua hạ tầng, đào tạo và kết nối thị trường, góp phần nâng cao khả năng tham gia chuỗi giá trị. Trong bối cảnh kinh tế số, vai trò này mở rộng sang hỗ trợ công nghệ và TMĐT. Tuy nhiên, các nghiên cứu hiện nay chưa đánh giá đầy đủ hiệu quả hỗ trợ cấp tỉnh đối với xuất khẩu gắn với TMĐT.

1.3.3. Nghiên cứu về chính sách hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu

Các nghiên cứu cho thấy chính quyền địa phương giữ vai trò then chốt trong hỗ trợ doanh nghiệp thủ công mỹ nghệ xuất khẩu qua TMĐT thông qua hạ tầng, đào tạo và kết nối thị trường. Hiệu quả TMĐT phụ thuộc vào chính sách phù hợp và năng lực thực thi địa phương. Tuy nhiên, các nghiên cứu hiện nay chưa đánh giá một cách hệ thống hiệu quả hỗ trợ cấp tỉnh gắn với năng lực TMĐT và kết quả xuất khẩu của doanh nghiệp.

1.4. Đánh giá chung về các công trình nghiên cứu liên quan đến đề tài luận án

1.4.1. Đánh giá tổng quan các công trình nghiên cứu

Tổng quan nghiên cứu cho thấy đã hình thành cơ sở lý luận và thực tiễn về hỗ trợ của chính quyền đối với DNNVV, phát triển thương mại điện tử và xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ. Các nghiên cứu đã đề cập đến nội dung hỗ trợ, các nhân tố ảnh hưởng và tiêu chí đánh giá hiệu quả hỗ trợ với nhiều cách tiếp cận khác nhau. Tuy nhiên, vẫn chưa có nghiên cứu xây dựng mô hình toàn diện đánh giá hoạt động hỗ trợ của chính quyền cấp tỉnh đối với DNNVV xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ thông qua thương mại điện tử.

1.4.2. Khoảng trống nghiên cứu và định hướng nghiên cứu của luận án

Từ kết quả tổng quan, luận án xác định còn tồn tại khoảng trống về cơ sở lý luận, nội dung nghiên cứu, tiêu chí đánh giá và phương pháp nghiên cứu đối với hoạt động hỗ trợ của chính quyền cấp tỉnh. Trên cơ sở đó, luận án tập trung xây dựng mô hình nghiên cứu và kiểm định thực nghiệm nhằm đánh giá tác động của hỗ trợ của chính quyền thành phố Hà Nội đến thương mại điện tử và hiệu quả xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ của doanh nghiệp nhỏ và vừa.

Chương 2

CƠ SỞ LÝ THUYẾT VỀ HỖ TRỢ CỦA CHÍNH QUYỀN ĐỊA PHƯƠNG CẤP TỈNH ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA XUẤT KHẨU HÀNG THỦ CÔNG MỸ NGHỆ THÔNG QUA THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

2.1. Các khái niệm nghiên cứu

2.1.1. *Doanh nghiệp nhỏ và vừa*

DNNVV chiếm tỷ trọng lớn trong nền kinh tế, có quy mô nhỏ và hạn chế về nguồn lực nhưng linh hoạt và gắn với phát triển địa phương. Trong bối cảnh chuyển đổi số, TMĐT mở ra cơ hội tiếp cận thị trường quốc tế, song khả năng tận dụng phụ thuộc vào năng lực doanh nghiệp và hỗ trợ từ Nhà nước. Đối với ngành TCMN, khoảng cách giữa năng lực doanh nghiệp và yêu cầu thị trường làm gia tăng nhu cầu hỗ trợ, do đó DNNVV được xem là đối tượng trung tâm trong nghiên cứu.

2.1.2. *Xuất khẩu qua thương mại điện tử*

Xuất khẩu qua TMĐT là sự kết hợp giữa xuất khẩu truyền thống và công nghệ số, giúp doanh nghiệp tiếp cận thị trường quốc tế, giảm chi phí và tăng tính linh hoạt. Tuy nhiên, phương thức này cũng đặt ra thách thức về công nghệ, logistics và pháp lý, đặc biệt với DNNVV. Do đó, vai trò của Nhà nước, nhất là chính quyền cấp tỉnh, trở nên quan trọng trong hỗ trợ hạ tầng, kỹ năng và thể chế. Đối với ngành TCMN, TMĐT mở ra cơ hội nhưng cần hỗ trợ phù hợp để phát triển bền vững.

2.1.3. *Xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ qua thương mại điện tử*

Xuất khẩu hàng TCMN thông qua thương mại điện tử là xu hướng

quan trọng giúp DNNVV mở rộng thị trường quốc tế, nâng cao giá trị sản phẩm và khai thác hiệu quả các thị trường ngách. Tuy nhiên, đặc thù của ngành về quy mô sản xuất nhỏ, khó tiêu chuẩn hóa, hạn chế về năng lực số, logistics và tuân thủ tiêu chuẩn quốc tế đòi hỏi sự hỗ trợ đồng bộ của chính quyền cấp tỉnh. Đây là cơ sở để luận án nghiên cứu cơ chế hỗ trợ và đánh giá hiệu quả hỗ trợ của chính quyền đối với hoạt động xuất khẩu hàng TCMN thông qua TMĐT.

2.1.4. Hỗ trợ của chính quyền cấp tỉnh đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa xuất khẩu qua thương mại điện tử

Hỗ trợ của chính quyền cấp tỉnh đối với DNNVV xuất khẩu TCMN qua TMĐT được hiểu là tổng thể các chính sách, công cụ và hoạt động do chính quyền địa phương tổ chức thực hiện nhằm tạo điều kiện thuận lợi, nâng cao năng lực và giảm chi phí cho doanh nghiệp khi tham gia thị trường quốc tế. Nội dung hỗ trợ bao gồm hoàn thiện môi trường thể chế, cung cấp thông tin, xúc tiến thương mại, đào tạo, hỗ trợ chuyển đổi số, phát triển hạ tầng và kết nối các chủ thể trong hệ sinh thái TMĐT.

2.2. Hỗ trợ của chính quyền cấp tỉnh đối với xuất khẩu thủ công mỹ nghệ qua thương mại điện tử

2.2.1. Mục tiêu hỗ trợ

Mục tiêu hỗ trợ của chính quyền cấp tỉnh đối với DNNVV xuất khẩu qua TMĐT nhằm cải thiện thể chế và nâng cao hiệu quả xuất khẩu. Các mục tiêu chính gồm: tạo điều kiện tiếp cận thị trường, nâng cao năng lực số, giảm chi phí và rủi ro, và tăng hiệu quả xuất khẩu. Đồng

thời, hỗ trợ còn góp phần thúc đẩy chuyển đổi số và phát triển kinh tế địa phương. Với ngành TCMN, cần gắn với bảo tồn văn hóa và xây dựng thương hiệu.

2.2.2. Phương thức hỗ trợ

Phương thức hỗ trợ của chính quyền cấp tỉnh thể hiện cách thức triển khai chính sách nhằm nâng cao hiệu quả hỗ trợ DNNVV xuất khẩu qua TMĐT. Các phương thức chính gồm: hỗ trợ trực tiếp (đào tạo, tư vấn), gián tiếp (cải thiện thể chế), kết nối hệ sinh thái, hợp tác công - tư và ứng dụng công nghệ số. Trong bối cảnh kinh tế số, xu hướng chuyển sang hỗ trợ gián tiếp và theo hệ sinh thái ngày càng rõ, cần được vận dụng linh hoạt cho ngành TCMN.

2.2.3. Nội dung hỗ trợ của chính quyền cấp tỉnh

Nội dung hỗ trợ của chính quyền cấp tỉnh đối với DNNVV xuất khẩu qua TMĐT bao gồm các hoạt động như hoàn thiện thể chế, cung cấp thông tin, xúc tiến thương mại, hỗ trợ chuyển đổi số, đào tạo, tài chính và phát triển hạ tầng logistics. Các nội dung này có tính bổ trợ, góp phần giảm rào cản và nâng cao khả năng tiếp cận thị trường quốc tế, từ đó thúc đẩy hiệu quả xuất khẩu của doanh nghiệp.

2.2.4. Đặc trưng hỗ trợ của chính quyền cấp tỉnh đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa xuất khẩu thủ công mỹ nghệ qua thương mại điện tử

Hoạt động hỗ trợ của chính quyền cấp tỉnh đối với DNNVV xuất khẩu TCMN qua TMĐT có các đặc trưng cơ bản gồm: mang tính kiến tạo môi trường kinh doanh; gắn với điều kiện và lợi thế của từng địa

phương; tích hợp nhiều lĩnh vực như thể chế, chuyển đổi số, logistics, xúc tiến thương mại và đào tạo; ... được triển khai trong phạm vi phân cấp quản lý nhà nước và được đánh giá thông qua mức độ cải thiện năng lực doanh nghiệp cũng như hiệu quả xuất khẩu.

2.3. Các tiêu chí đánh giá hoạt động hỗ trợ của chính quyền

2.3.1. Nguyên tắc xây dựng tiêu chí

Việc xây dựng tiêu chí đánh giá hiệu quả hỗ trợ cần đảm bảo tính khoa học, đo lường được và phù hợp mục tiêu nghiên cứu. Tiêu chí phải có cơ sở lý thuyết rõ ràng, có khả năng lượng hóa và phản ánh đầy đủ các nội dung hỗ trợ. Đồng thời, hệ thống tiêu chí cần phù hợp bối cảnh, đặc thù ngành và nhất quán với mô hình nghiên cứu nhằm bảo đảm khả năng kiểm định thực nghiệm.

2.3.2. Hệ thống tiêu chí đánh giá

Hệ thống tiêu chí đánh giá hiệu quả hỗ trợ được xây dựng toàn diện, gồm các tiêu chí về tiếp cận, chi phí, thời gian và kết quả. Tiêu chí tiếp cận phản ánh khả năng tham gia chính sách; chi phí và thời gian phản ánh mức độ giảm chi phí giao dịch; tiêu chí đầu ra thể hiện cải thiện năng lực; còn tiêu chí kết quả phản ánh hiệu quả xuất khẩu. Đối với ngành TCMN, cần gắn đánh giá với đặc thù sản phẩm và giá trị thương hiệu.

2.4. Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hỗ trợ của chính quyền cấp tỉnh đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa

2.4.1. Nhân tố chủ quan

Các nhân tố chủ quan phản ánh năng lực nội tại của chính quyền

cấp tỉnh trong hỗ trợ DNNVV xuất khẩu qua TMĐT. Các yếu tố chính gồm năng lực thực thi, nguồn lực, cơ chế phối hợp, mức độ đổi mới và chất lượng dịch vụ công. Những nhân tố này quyết định hiệu quả triển khai chính sách và mức độ hỗ trợ thực chất đối với doanh nghiệp.

2.4.2. Nhân tố khách quan

Các nhân tố khách quan ảnh hưởng đến hiệu quả hỗ trợ gồm môi trường thể chế, hạ tầng số - logistics, năng lực doanh nghiệp, đặc điểm ngành và cạnh tranh thị trường. Những yếu tố này tác động đến khả năng triển khai TMĐT, tiếp nhận hỗ trợ và hiệu quả xuất khẩu, cho thấy hiệu quả hỗ trợ không chỉ phụ thuộc vào chính quyền mà còn vào môi trường kinh tế - xã hội.

2.5. Vận dụng lý thuyết trong nghiên cứu và khung phân tích

2.5.1. Các lý thuyết sử dụng

Luận án vận dụng ba nhóm lý thuyết chính: thất bại thị trường, thể chế và năng lực khu vực công để giải thích vai trò và hiệu quả hỗ trợ của chính quyền cấp tỉnh. Các lý thuyết này giúp làm rõ sự cần thiết của can thiệp, vai trò môi trường thể chế và sự khác biệt hiệu quả giữa các địa phương, qua đó phân tích toàn diện hoạt động hỗ trợ trong bối cảnh kinh tế số.

2.5.2. Vận dụng lý thuyết năng lực động

Luận án vận dụng các lý thuyết để xây dựng mô hình đánh giá hiệu quả hỗ trợ của chính quyền cấp tỉnh đối với DNNVV xuất khẩu qua TMĐT. Lý thuyết thất bại thị trường xác định các nội dung hỗ trợ; lý thuyết thể chế giải thích môi trường thực thi; và cách tiếp cận năng lực

làm rõ vai trò năng lực tổ chức. Mô hình liên kết các nội dung hỗ trợ với kết quả xuất khẩu thông qua các tiêu chí chi phí, thời gian và mở rộng thị trường, bảo đảm tính nhất quán giữa lý thuyết và thực nghiệm.

2.5.3. Khung phân tích của luận án

Khung phân tích của luận án theo tiếp cận quản lý kinh tế gồm ba thành tố: chủ thể, nội dung và cơ chế hỗ trợ. Chủ thể là chính quyền cấp tỉnh; nội dung bao gồm thể chế, thông tin, hạ tầng, xúc tiến, tài chính và đào tạo; cơ chế phản ánh phương thức triển khai chính sách. Khung này cho phép đánh giá toàn diện từ ban hành đến thực thi, làm cơ sở phân tích hiệu quả hỗ trợ.

2.6. Một số mô hình, kinh nghiệm quốc tế trong hỗ trợ xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ qua thương mại điện tử

2.6.1. Kinh nghiệm của tỉnh Chiết Giang (Trung Quốc)

Kinh nghiệm của Chiết Giang cho thấy vai trò quan trọng của chính quyền cấp tỉnh trong phát triển TMĐT gắn với xuất khẩu TCMN thông qua kết nối làng nghề với nền tảng số và đầu tư hạ tầng logistics. Các chương trình đào tạo và hỗ trợ tài chính góp phần nâng cao năng lực doanh nghiệp, tạo hiệu ứng lan tỏa ở cấp cụm ngành và khẳng định vai trò kiến tạo hệ sinh thái của chính quyền.

2.6.2. Kinh nghiệm của tỉnh Gyeonggi (Hàn Quốc)

Kinh nghiệm của Gyeonggi cho thấy chính quyền địa phương có thể chủ động phát triển TMĐT thông qua xây dựng nền tảng riêng và cung cấp đào tạo, tư vấn chuyên sâu. Năng lực phối hợp và chính sách linh hoạt giúp nâng cao hiệu quả thực thi, góp phần tăng mức độ tham

gia TMĐT và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, nhấn mạnh vai trò của hỗ trợ cá thể hóa.

2.6.3. Kinh nghiệm của tỉnh Chiang Mai (Thái Lan)

Kinh nghiệm của Chiang Mai cho thấy chính quyền có thể thúc đẩy xuất khẩu TCMN bằng cách kết hợp TMĐT với phát triển giá trị văn hóa. Việc xây dựng nền tảng TMĐT chuyên biệt và quảng bá gắn với bản sắc địa phương giúp nâng cao giá trị sản phẩm. Sự phối hợp với các tổ chức trung gian trong hỗ trợ tài chính và marketing góp phần tăng năng lực doanh nghiệp.

2.6.4. Bài học kinh nghiệm rút ra cho chính quyền địa phương cấp tỉnh tại Việt Nam

Từ kinh nghiệm quốc tế, Hà Nội cần phát huy vai trò kiến tạo hạ tầng số và hệ sinh thái TMĐT, đồng thời phát triển nền tảng TMĐT gắn với thương hiệu địa phương. Bên cạnh đó, cần tăng cường đào tạo kỹ năng số, kết hợp hỗ trợ tài chính với kỹ thuật và thúc đẩy liên kết giữa chính quyền.

2.7. Cơ sở lý luận xây dựng mô hình nghiên cứu

Trên cơ sở các lý thuyết nền, luận án xây dựng mô hình nghiên cứu nhằm làm rõ cơ chế tác động của hỗ trợ của chính quyền cấp tỉnh đến hiệu quả xuất khẩu TCMN qua TMĐT của DNNVV. Theo đó, hỗ trợ của chính quyền tạo điều kiện để doanh nghiệp nâng cao năng lực ứng dụng TMĐT, thúc đẩy đổi mới sáng tạo và nâng cao năng lực cạnh tranh, từ đó cải thiện hiệu quả xuất khẩu.

Chương 3

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1. Thiết kế nghiên cứu

Luận án sử dụng phương pháp hỗn hợp, kết hợp định tính và định lượng nhằm nâng cao độ tin cậy. Nghiên cứu định tính xây dựng cơ sở lý thuyết và mô hình, trong khi định lượng được dùng để kiểm định giả thuyết. Quy trình nghiên cứu gồm: xác định mục tiêu, xây dựng lý thuyết, phát triển mô hình, thu thập và phân tích dữ liệu, và hoàn thiện kết luận, giải pháp.

3.2. Giả thuyết và mô hình nghiên cứu đề xuất

3.2.1. Giả thuyết nghiên cứu

Luận án xây dựng giả thuyết dựa trên các nhóm hỗ trợ như hạ tầng số, đào tạo, tài chính và xúc tiến. Trên cơ sở các lý thuyết liên quan, nghiên cứu đề xuất tác động tích cực của hỗ trợ đến TMĐT, năng lực cạnh tranh và đổi mới sáng tạo, từ đó ảnh hưởng đến hiệu quả xuất khẩu. Mô hình xem hỗ trợ của chính quyền là biến độc lập, tác động đến kết quả xuất khẩu thông qua các yếu tố trung gian.

3.2.2. Thiết kế bảng khảo sát

Bảng khảo sát được xây dựng từ thang đo kế thừa và hiệu chỉnh qua nghiên cứu định tính để phù hợp bối cảnh Việt Nam. Các biến được đo bằng thang Likert 5 điểm, phản ánh các yếu tố như hỗ trợ chính quyền, TMĐT, đổi mới, năng lực cạnh tranh và hiệu quả xuất khẩu.

Nghiên cứu định tính giúp hoàn thiện thang đo, trong khi định lượng dùng để kiểm định mô hình.

3.3. Đặc điểm về địa bàn nghiên cứu

Hà Nội là trung tâm kinh tế lớn, có thế mạnh về sản xuất và xuất khẩu TCMN với hệ thống làng nghề phong phú. Thành phố đã thúc đẩy TMĐT nhằm hỗ trợ doanh nghiệp mở rộng thị trường quốc tế. Tuy nhiên, doanh nghiệp vẫn gặp hạn chế về năng lực số, vốn và logistics, do đó nghiên cứu vai trò hỗ trợ của chính quyền địa phương có ý nghĩa quan trọng.

3.4. Phương pháp phân tích dữ liệu

Dữ liệu được mô tả bằng thống kê tần suất, giá trị trung bình và trung vị. Độ tin cậy thang đo được kiểm định qua Cronbach's Alpha ($\geq 0,6$) và tương quan biến tổng ($\geq 0,3$). CFA được sử dụng để đánh giá giá trị hội tụ, phân biệt và mức độ phù hợp của mô hình. SEM được áp dụng để kiểm định các mối quan hệ giữa các biến, bao gồm cả tác động trực tiếp và gián tiếp. Dữ liệu được thu thập từ khảo sát DNNVV tại Hà Nội (201 mẫu hợp lệ) và xử lý bằng SPSS, AMOS. Mẫu có cơ cấu giới tính tương đối cân bằng (nam 53,7%, nữ 46,3%), trình độ chủ yếu từ CĐ/ĐH trở lên. Doanh nghiệp quy mô vừa chiếm đa số (65,7%). Thị trường xuất khẩu tập trung ở Đông Nam Á và châu Âu, phản ánh xu hướng đa dạng hóa thị trường.

Chương 4

THỰC TRẠNG HỖ TRỢ CỦA CHÍNH QUYỀN THÀNH PHỐ HÀ NỘI ĐỐI VỚI HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU HÀNG THỦ CÔNG MỸ NGHỆ THÔNG QUA THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ CỦA DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA

4.1. Thực trạng xuất khẩu thủ công mỹ nghệ qua thương mại điện tử của doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Hà Nội

Thực trạng XK TCMN DNNVV Hà Nội: Giai đoạn 2019-2023, kim ngạch xuất khẩu tăng từ 150 lên 195 triệu USD nhưng thiếu ổn định. Khoảng 620 doanh nghiệp tham gia, song tỷ lệ ứng dụng TMĐT quốc tế còn thấp (18%), cho thấy tăng trưởng chưa bền vững và vai trò hỗ trợ của chính quyền còn hạn chế.

XK TCMN Việt Nam và chỉ báo TMĐT Hà Nội. Xuất khẩu TCMN cả nước dao động quanh 2,0-2,23 tỷ USD, trong khi TMĐT tăng mạnh, phản ánh xu hướng chuyển dịch sang kênh số. Hà Nội có chỉ số TMĐT cao (EBI 83-86), nhưng hiệu quả xuất khẩu vẫn biến động và chưa tương xứng tiềm năng. Thị trường XK TCMN Hà Nội: Kim ngạch tăng lên khoảng 185 triệu USD, chiếm gần 9% cả nước. Thị trường chủ yếu là Mỹ, EU và Nhật Bản; TMĐT còn hạn chế, xuất khẩu vẫn phụ thuộc trung gian và giá trị gia tăng thấp.

4.2. Thực trạng hỗ trợ của chính quyền thành phố đối với hoạt động xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ qua thương mại điện tử của doanh nghiệp nhỏ và vừa

Thế chế và môi trường pháp lý: Giai đoạn 2018-2024, Hà Nội đã

đẩy mạnh cải cách thủ tục như hải quan điện tử và cơ chế một cửa, giúp giảm thời gian xử lý từ 10-15%. Tuy nhiên, mức độ hỗ trợ vẫn thấp, với phổ biến pháp luật chỉ đạt 3,02; truy xuất nguồn gốc 2,31 và xử lý tranh chấp 2,18, cho thấy thiếu hỗ trợ chuyên sâu và chưa đáp ứng nhu cầu DNNVV. Thông tin thị trường và kết nối: Thành phố tổ chức nhiều hội nghị, kết nối với các sàn TMĐT lớn, giúp khoảng 30-35% doanh nghiệp tiếp cận thị trường quốc tế. Tuy nhiên, thông tin còn thiếu chiều sâu, kết nối mang tính sự kiện, trong khi hỗ trợ phòng tránh rủi ro rất hạn chế, khiến doanh nghiệp phải tự xử lý phần lớn rủi ro giao dịch.

Hạ tầng logistics và kỹ thuật số: Mặc dù đã triển khai thanh toán điện tử và chứng từ số, nhưng chỉ khoảng 20-25% doanh nghiệp TCMN tiếp cận được dịch vụ logistics phù hợp. Chi phí logistics vẫn chiếm 20-30% giá trị đơn hàng, phản ánh sự thiếu hụt hạ tầng chuyên biệt cho TMĐT xuyên biên giới. Xúc tiến TMĐT: Các chương trình xúc tiến giúp khoảng 25-30% doanh nghiệp tham gia nền tảng số, nhưng chủ yếu dừng ở quảng bá ngắn hạn. Hỗ trợ vận hành gian hàng và xây dựng thương hiệu số còn yếu, chưa tạo được chuỗi giá trị hoàn chỉnh từ tiếp thị đến tiêu thụ. Tài chính và đào tạo: Chỉ khoảng 15-20% doanh nghiệp tiếp cận được vốn ưu đãi, trong khi đào tạo TMĐT chủ yếu ở mức cơ bản. Thiếu các chương trình chuyên sâu và hỗ trợ dài hạn khiến năng lực chuyển đổi số và đổi mới của doanh nghiệp còn hạn chế.

4.3. Kết quả đánh giá thực trạng về hỗ trợ của chính quyền thành phố Hà Nội

Kết quả khảo sát cho thấy doanh nghiệp đánh giá khá tích cực về hỗ trợ của chính quyền Hà Nội trong phát triển TMĐT, với điểm trung

bình từ 3,84 đến 3,90. Khoảng 70% doanh nghiệp cho rằng các chương trình đào tạo và xúc tiến đã cải thiện khả năng tiếp cận thị trường quốc tế; hơn 1.200 doanh nghiệp được hỗ trợ xây dựng gian hàng trực tuyến, trong đó khoảng 35% phát sinh đơn hàng xuất khẩu. Tuy nhiên, gần 29% doanh nghiệp vẫn cho rằng chính sách hỗ trợ tài chính còn khó tiếp cận và chưa đáp ứng nhu cầu thực tế.

Năng lực cạnh tranh, TMĐT và đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp đều có sự cải thiện nhưng chưa đồng đều. Tỷ lệ doanh nghiệp có website hoặc gian hàng trực tuyến tăng từ 38% lên 62%, hơn 40% doanh nghiệp tham gia TMĐT nhưng chỉ khoảng 1/3 thực hiện xuất khẩu trực tiếp qua các nền tảng quốc tế. Khoảng 42% doanh nghiệp có hoạt động đổi mới sáng tạo, song chỉ 18% đầu tư cho R&D và dưới 10% đăng ký sở hữu trí tuệ, phản ánh hạn chế về nguồn lực và chiến lược phát triển dài hạn.

Hiệu quả xuất khẩu TCMN tiếp tục cải thiện với tốc độ tăng trưởng bình quân khoảng 11,5%/năm giai đoạn 2019-2023; doanh nghiệp ứng dụng TMĐT có tốc độ tăng trưởng cao hơn và doanh thu từ kênh số chiếm khoảng 28-32%. Kết quả PLS-SEM cho thấy các thang đo đạt độ tin cậy và giá trị hội tụ tốt; hỗ trợ của chính quyền có tác động tích cực đến đổi mới sáng tạo ($\beta = 0,485$), TMĐT ($\beta = 0,165$) và năng lực cạnh tranh ($\beta = 0,402$), qua đó tác động gián tiếp đến hiệu quả xuất khẩu. Kết quả này khẳng định vai trò của chính quyền chủ yếu là kiến tạo môi trường và nâng cao năng lực nội sinh của doanh nghiệp thay vì tạo tác động trực tiếp đến kết quả xuất khẩu.

Chương 5**GIẢI PHÁP HỖ TRỢ CỦA CHÍNH QUYỀN
THÀNH PHỐ HÀ NỘI ĐỐI VỚI HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU
HÀNG THỦ CÔNG MỸ NGHỆ THÔNG QUA THƯƠNG MẠI
ĐIỆN TỬ CỦA DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA****5.1. Bối cảnh và định hướng hoàn thiện chính sách hỗ trợ xuất
khẩu hàng thủ công mỹ nghệ qua thương mại điện tử đến năm 2030,
tầm nhìn 2045**

Bối cảnh phát triển đến năm 2030, tầm nhìn 2045 đặt ra yêu cầu chính quyền thành phố Hà Nội chuyển từ hỗ trợ mang tính phổ quát sang hỗ trợ chuyên biệt đối với DNNVV xuất khẩu TCMN qua TMĐT. Trên cơ sở các căn cứ lý luận, thực tiễn và kết quả nghiên cứu định lượng, chính sách hỗ trợ cần tập trung phát triển hạ tầng số và logistics, nâng cao năng lực đổi mới sáng tạo, năng lực số và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp; đồng thời thúc đẩy xây dựng thương hiệu số, tăng cường phối hợp liên ngành và hình thành hệ sinh thái hỗ trợ đồng bộ.

**5.2. Định hướng hỗ trợ của chính quyền thành phố Hà Nội đối
với hoạt động xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ thông qua thương
mại điện tử của doanh nghiệp nhỏ và vừa**

Việc đề xuất các giải pháp hỗ trợ DNNVV xuất khẩu TCMN qua TMĐT được xây dựng trên cơ sở các chủ trương, chính sách của Trung ương và thành phố Hà Nội về chuyển đổi số, phát triển TMĐT và hỗ trợ doanh nghiệp. Trong đó, Quyết định số 749/QĐ-TTg về Chương trình

Chuyển đổi số quốc gia và Quyết định số 645/QĐ-TTg về Kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT giai đoạn 2021-2025 tạo nền tảng pháp lý quan trọng để địa phương triển khai các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp ứng dụng công nghệ số, mở rộng thị trường và nâng cao năng lực cạnh tranh. Trên cơ sở đó, thành phố Hà Nội định hướng phát triển TCMN qua TMĐT theo hướng lấy DNNVV làm trung tâm, gắn với chuyển đổi số, đổi mới sáng tạo và phát triển bền vững. Trọng tâm là phát triển hạ tầng số và logistics, hỗ trợ doanh nghiệp tham gia các nền tảng TMĐT quốc tế, xây dựng thương hiệu số, phát triển sản phẩm OCOP và làng nghề, đồng thời tăng cường liên kết vùng, xúc tiến thương mại số và hợp tác quốc tế. Định hướng này tạo cơ sở quan trọng để luận án đề xuất các giải pháp nâng cao hiệu quả hỗ trợ của chính quyền thành phố Hà Nội đến năm 2030, tầm nhìn 2045.

5.3. Giải pháp hỗ trợ của chính quyền thành phố Hà Nội đối với hoạt động xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ thông qua thương mại điện tử của doanh nghiệp nhỏ và vừa

Giải pháp hoàn thiện thể chế cần cụ thể hóa quy định, đẩy mạnh cơ chế “một cửa” và tăng hỗ trợ pháp lý để giảm chi phí và rủi ro cho doanh nghiệp. Đồng thời, cần xây dựng hệ thống thông tin thị trường chuyên sâu, kết nối đối tác bền vững và thiết lập cơ chế cảnh báo rủi ro trong TMĐT quốc tế. Về hạ tầng, cần phát triển logistics dùng chung gắn với làng nghề và hỗ trợ doanh nghiệp hoàn thiện điều kiện kỹ thuật số. Hoạt động xúc tiến TMĐT cần chuyển sang tiếp cận tích hợp, gắn với xây dựng thương hiệu số và mở rộng thị trường mục tiêu.

5.4. Một số kiến nghị

Chính quyền Hà Nội cần đóng vai trò kiến tạo hệ sinh thái hỗ trợ TMĐT theo hướng đồng bộ, tập trung hoàn thiện chính sách đặc thù, phát triển hạ tầng số, trung tâm chuyển đổi số và đẩy mạnh xúc tiến thương mại gắn với thương hiệu văn hóa. Đồng thời, tăng cường hỗ trợ tài chính và hợp tác quốc tế để nâng cao năng lực cạnh tranh. Đối với doanh nghiệp, cần chủ động chuyển đổi số, nâng cao năng lực công nghệ, marketing và quản trị, đồng thời chú trọng chất lượng, thương hiệu và liên kết để mở rộng thị trường. Ở cấp trung ương, cần hoàn thiện khung pháp lý, chính sách tài chính và đầu tư hạ tầng số - logistics, kết hợp đào tạo nhân lực và thúc đẩy hợp tác quốc tế. Các tổ chức hỗ trợ, viện nghiên cứu và trường đại học cần tăng cường đào tạo, chuyển giao tri thức và kết nối doanh nghiệp, góp phần thúc đẩy đổi mới và phát triển bền vững.

KẾT LUẬN

Trong bối cảnh chuyển đổi số và hội nhập kinh tế quốc tế, xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ qua thương mại điện tử đang trở thành hướng đi quan trọng giúp doanh nghiệp nhỏ và vừa mở rộng thị trường và nâng cao giá trị gia tăng. Với lợi thế là trung tâm kinh tế và làng nghề lớn, Hà Nội có nhiều tiềm năng phát triển lĩnh vực này, tuy nhiên hiệu quả khai thác phụ thuộc lớn vào vai trò hỗ trợ và kiến tạo của chính quyền cấp tỉnh.

Luận án đã làm rõ cơ sở lý thuyết, xây dựng khung phân tích và mô hình nghiên cứu nhằm đánh giá mối quan hệ giữa nội dung hỗ trợ của chính quyền và hiệu quả xuất khẩu của doanh nghiệp. Kết quả thực tiễn cho thấy Hà Nội đã có nhiều nỗ lực hỗ trợ, nhưng vẫn tồn tại hạn chế về tính đồng bộ, chuyên sâu và khả năng đáp ứng đặc thù ngành.

Trên cơ sở đó, luận án đề xuất các giải pháp theo hướng nâng cao vai trò kiến tạo của chính quyền, gắn với hoàn thiện thể chế, phát triển hạ tầng số, logistics và nâng cao năng lực doanh nghiệp. Đồng thời, nghiên cứu cũng chỉ ra hạn chế về phạm vi và bối cảnh, qua đó mở ra hướng nghiên cứu tiếp theo nhằm hoàn thiện cơ sở lý luận và thực tiễn trong thời gian tới.

DANH MỤC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU CỦA TÁC GIẢ ĐÃ CÔNG BỐ LIÊN QUAN ĐẾN LUẬN ÁN

1. Võ Anh Tuấn (2025), “Vai trò của chính quyền địa phương trong thúc đẩy xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ qua thương mại điện tử tại thành phố Hà Nội”, *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, số 13.
2. Võ Anh Tuấn (2025), “Tác động của đổi mới sáng tạo và năng lực thích nghi đến hiệu quả xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ qua nền tảng số”, *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, số 702.
3. Võ Anh Tuấn (2025), “Phát triển chính quyền điện tử và thương mại điện tử để thúc đẩy xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ”, *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, số 703.
4. Võ Anh Tuấn (2025), “Thực trạng hỗ trợ của chính quyền Hà Nội đối với xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ qua thương mại điện tử của doanh nghiệp nhỏ và vừa”, *Tạp trí Công thương*, số 31, tr.266-271.