CHIA SẺ TRI THỨC, TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI DOANH NGHIỆP VÀ NĂNG LỰC ĐỔI MỚI ĐỐI VỚI HIỆU QUẢ KINH DOANH: BẰNG CHỨNG TỪ DOANH NGHIỆP THỦY SẢN VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

Lưu Đức Thượng* - Huỳnh Thanh Tú**

Nghiên cứu kiểm định tác động của chia sẻ tri thức, trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR) và năng lực đổi mới đến hiệu quả kinh doanh, đồng thời xem xét vai trò điều tiết của ứng dụng công nghệ trong các doanh nghiệp thủy sản vùng Đồng bằng sông Cửu Long. Dữ liệu từ 368 nhà quản lý và người tham gia điều hành được phân tích bằng PLS-SEM. Kết quả cho thấy chia sẻ tri thức, trách nhiệm xã hội doanh nghiệp và năng lực đổi mới đều tác động cùng chiều đến hiệu quả kinh doanh; trong đó trách nhiệm xã hội doanh nghiệp có ảnh hưởng mạnh nhất. Chia sẻ tri thức cũng tác động cùng chiều đến năng lực đổi mới. Hai cơ chế trung gian qua trách nhiệm xã hội doanh nghiệp và năng lực đổi mới đều được ủng hộ, nhưng ứng dụng công nghệ chưa thể hiện vai trò điều tiết có ý nghĩa thống kê. Kết quả gợi ý rằng doanh nghiệp thủy sản cần gắn chia sẻ tri thức, trách nhiệm xã hội và đổi mới với quy trình quản trị thay vì xem công nghệ là yếu tố tự động khuếch đại hiệu quả kinh doanh.

• Từ khóa: *chia sẻ tri thức; trách nhiệm xã hội doanh nghiệp; năng lực đổi mới; ứng dụng công nghệ; hiệu quả kinh doanh; thủy sản.*

This study examines the effects of knowledge sharing, corporate social responsibility and innovation capability on business performance, while testing the moderating role of technology adoption in seafood firms in the Mekong Delta. Survey data from 368 managers and executives were analyzed using PLS-SEM. The findings show that knowledge sharing, corporate social responsibility and innovation capability positively affect business performance, with corporate social responsibility having the strongest effect. Knowledge sharing also positively affects innovation capability. The mediating roles of corporate social responsibility and innovation capability are supported, whereas technology adoption does not show a significant moderating effect. The results suggest that seafood firms should embed knowledge sharing, social responsibility and innovation into managerial routines rather than treating technology as an automatic amplifier of business performance.

• Key words: *knowledge sharing; corporate social responsibility; innovation capability; technology adoption; business performance; seafood firms.*

Ngày nhận bài: 05/3/2026
Ngày gửi phản biện: 15/4/2026
Ngày duyệt đăng: 13/5/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i313.28

1. Đặt vấn đề

Hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp ngày càng phụ thuộc vào khả năng huy động tri thức, thực hiện trách nhiệm với các bên liên quan và chuyển hóa đổi mới thành kết quả vận hành. Trong ngành thủy sản, yêu cầu này rõ hơn do doanh nghiệp vừa cạnh tranh về chi phí, chất lượng, sản lượng, vừa chịu sức ép về truy xuất nguồn gốc, tiêu chuẩn môi trường, trách nhiệm lao động và khả năng thích ứng với thị trường xuất khẩu.

Các nghiên cứu trước cho thấy chia sẻ tri thức có thể cải thiện phối hợp và thúc đẩy đổi mới (Wang & Noe, 2010; Wang & Wang, 2012), trách nhiệm xã hội doanh nghiệp có thể tạo giá trị thông qua uy tín, niềm tin và lợi thế cạnh tranh (Saeidi et al., 2015), còn năng lực đổi mới có quan hệ tích cực với hiệu quả doanh nghiệp (Rajapathirana & Hui, 2018). Tuy nhiên, vẫn còn hai khoảng trống cần làm rõ. Thứ nhất, cơ chế trung gian giúp chia sẻ tri thức chuyển hóa thành hiệu quả kinh doanh chưa được giải thích đầy đủ khi trách nhiệm xã hội doanh nghiệp và năng lực đổi mới được xem xét đồng thời. Thứ hai, vai trò của ứng dụng công nghệ như điều kiện làm thay đổi tác động của năng lực đổi mới đến hiệu quả kinh doanh chưa thống nhất, bởi công nghệ chỉ tạo giá trị khi gắn với năng lực tổ chức và quy trình quản trị phù hợp (Usai et al., 2021; Heredia et al., 2022).

Từ khoảng trống trên, nghiên cứu kiểm định mô hình tích hợp giữa chia sẻ tri thức, trách nhiệm xã hội doanh nghiệp, năng lực đổi mới, ứng dụng công nghệ và hiệu quả kinh doanh trong bối cảnh doanh nghiệp thủy sản

** Trường Đại học Bình Dương; email: ldthuong.cm@bdu.edu.vn*
*** Trường Đại học Kinh tế - Luật; email: tuht@uel.edu.vn*

vùng Đồng bằng sông Cửu Long. Bài viết đóng góp bằng cách kiểm định đồng thời các tác động trực tiếp, hai cơ chế trung gian và vai trò điều tiết của ứng dụng công nghệ.

2. Cơ sở lý thuyết và giả thuyết nghiên cứu

Nghiên cứu dựa trên ba nền tảng lý thuyết. Lý thuyết nguồn lực doanh nghiệp cho rằng lợi thế cạnh tranh có thể hình thành từ các nguồn lực có giá trị, hiếm, khó bắt chước và khó thay thế (Barney, 1991, 2001). Theo đó, chia sẻ tri thức, trách nhiệm xã hội doanh nghiệp và năng lực đổi mới là các nguồn lực hoặc năng lực vô hình có thể hỗ trợ hiệu quả kinh doanh. Lý thuyết các bên liên quan giải thích rằng doanh nghiệp tạo giá trị thông qua quan hệ với khách hàng, người lao động, cộng đồng, môi trường và các chủ thể liên quan khác (Jamali, 2008). Lý thuyết năng lực động nhấn mạnh khả năng cảm nhận, nắm bắt và tái cấu hình nguồn lực trong môi trường biến động (Teece, 2007), qua đó giải thích vai trò của đổi mới và công nghệ trong chuyển hóa tri thức thành kết quả.

Chia sẻ tri thức là quá trình các cá nhân và bộ phận trong doanh nghiệp trao đổi kinh nghiệm, kỹ năng, thông tin và hiểu biết để phục vụ công việc. Khi tri thức được lưu chuyển tốt, doanh nghiệp có thể cải thiện phối hợp, giảm trùng lặp, nâng cao chất lượng quyết định và phản ứng nhanh hơn với yêu cầu thị trường. Vì vậy:

H1: Chia sẻ tri thức có tác động cùng chiều đến hiệu quả kinh doanh.

Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp phản ánh cam kết của doanh nghiệp với mục tiêu kinh tế, xã hội, đạo đức và môi trường. Trong ngành thủy sản, CSR gắn với trách nhiệm đối với khách hàng, lao động, cộng đồng, môi trường và nghĩa vụ kinh tế. Khi được thực hiện nhất quán, CSR có thể nâng cao uy tín, giảm rủi ro quan hệ và hỗ trợ tiếp cận thị trường có tiêu chuẩn cao. Do đó:

H2: Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp có tác động cùng chiều đến hiệu quả kinh doanh.

Năng lực đổi mới là khả năng tạo ra, tiếp nhận và triển khai ý tưởng mới trong sản phẩm, quy trình, quản trị hoặc mô hình kinh doanh. Đối với doanh nghiệp thủy sản, đổi mới có thể xuất hiện ở nuôi trồng, chế biến, kiểm soát chất lượng, truy xuất nguồn gốc, logistics và quản trị chuỗi cung ứng. Vì vậy:

H3: Năng lực đổi mới có tác động cùng chiều đến hiệu quả kinh doanh.

Tri thức là đầu vào quan trọng của đổi mới. Khi doanh nghiệp có cơ chế chia sẻ tri thức hiệu quả, các ý tưởng cải tiến dễ được hình thành, đánh giá và triển khai hơn. Do đó:

H4: Chia sẻ tri thức có tác động cùng chiều đến năng lực đổi mới.

Chia sẻ tri thức cũng có thể ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh thông qua các cơ chế tổ chức. Khi tri thức được trao đổi giữa các cá nhân và bộ phận, doanh nghiệp có điều kiện nhận diện rõ hơn yêu cầu của khách hàng, người lao động, cộng đồng, môi trường và thị trường. Cơ chế này giúp doanh nghiệp thực hiện trách nhiệm xã hội một cách nhất quán hơn, thay vì xem CSR như hoạt động tách rời khỏi vận hành. Lập luận này phù hợp với hướng nghiên cứu cho thấy quản trị tri thức có liên hệ với CSR và năng lực đổi mới của doanh nghiệp (González-Ramos et al., 2023). Đồng thời, chia sẻ tri thức tạo nền cho đổi mới vì các ý tưởng cải tiến dễ được hình thành, đánh giá và triển khai hơn.

H5: Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp giữ vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa chia sẻ tri thức và hiệu quả kinh doanh.

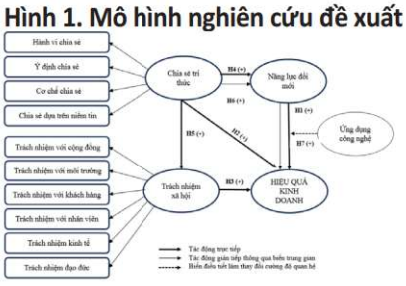
H6: Năng lực đổi mới giữ vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa chia sẻ tri thức và hiệu quả kinh doanh.

Ứng dụng công nghệ là mức độ doanh nghiệp tiếp nhận, tích hợp và sử dụng công nghệ vào quản trị, sản xuất, dịch vụ và ra quyết định. Công nghệ có thể hỗ trợ khai thác đổi mới thông qua xử lý thông tin, tự động hóa, kiểm soát chất lượng và phối hợp chuỗi cung ứng. Tuy nhiên, tác động này phụ thuộc vào mức độ tích hợp công nghệ với quy trình và năng lực hấp thụ của tổ chức. Do đó:

H7: Ứng dụng công nghệ điều tiết mối quan hệ giữa năng lực đổi mới và hiệu quả kinh doanh.

Trên cơ sở các lập luận lý thuyết và giả thuyết nghiên cứu nêu trên, mô hình nghiên cứu đề xuất được trình bày ở Hình 1. Mô hình thể hiện các tác động trực tiếp của chia sẻ tri thức, trách nhiệm xã hội doanh nghiệp và năng lực đổi mới đến hiệu quả kinh doanh; đồng thời phản ánh hai cơ chế trung gian qua trách nhiệm xã hội doanh nghiệp và năng lực đổi mới, cũng như vai trò điều tiết của ứng dụng công nghệ trong mối quan hệ giữa năng lực đổi mới và hiệu quả kinh doanh.

Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: Tác giả đề xuất.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp định lượng với dữ liệu khảo sát cắt ngang. Bối cảnh nghiên cứu là các doanh nghiệp thủy sản vùng Đồng bằng sông Cửu Long; người trả lời là nhà quản lý hoặc người tham gia điều hành, có hiểu biết về hoạt động chia sẻ tri thức, trách nhiệm xã hội doanh nghiệp, năng lực đổi mới, ứng dụng công nghệ và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Bảng hỏi được xây dựng trên cơ sở kế thừa các thang đo từ nghiên cứu trước và được điều chỉnh cho phù hợp với bối cảnh doanh nghiệp thủy sản. Trước khi khảo sát chính thức, thang đo được rà soát thông qua tổng quan tài

liệu, tham vấn chuyên gia và nghiên cứu định tính nhằm bảo đảm tính rõ ràng về ngữ nghĩa, tính phù hợp nội dung và khả năng áp dụng trong bối cảnh nghiên cứu. Bộ thang đo sau điều chỉnh gồm năm khái niệm chính: chia sẻ tri thức, trách nhiệm xã hội doanh nghiệp, năng lực đổi mới, ứng dụng công nghệ và hiệu quả kinh doanh. Trong đó, chia sẻ tri thức và trách nhiệm xã hội doanh nghiệp được mô hình hóa như cấu trúc bậc hai; các biến còn lại được đo lường như cấu trúc phản xạ bậc một.

Dữ liệu khảo sát chính thức được thu thập trong năm 2025 từ danh sách 109 doanh nghiệp thủy sản vùng Đồng bằng sông Cửu Long. Để tăng tính bao phủ mẫu, số lượng bảng hỏi được phân bổ theo quy mô doanh nghiệp: doanh nghiệp lớn được phân bổ khoảng 6-8 phiếu, doanh nghiệp vừa khoảng 3-5 phiếu và doanh nghiệp nhỏ tối thiểu 2-3 phiếu. Tổng cộng có 500 bảng hỏi được gửi đi, 421 bảng hỏi được thu về, đạt tỷ lệ phản hồi 84,2%. Sau khi loại bỏ các bảng trả lời không hợp lệ do thiếu thông tin, trả lời theo một mẫu cố định hoặc không đúng đối tượng khảo sát, mẫu cuối cùng gồm 368 quan sát hợp lệ, chiếm 73,6% tổng số phiếu phát ra. Khảo sát được thực hiện bằng hai hình thức: trực tuyến qua Google Forms và trực tiếp bằng bảng hỏi giấy.

Các biến quan sát được đo bằng thang Likert 5 mức độ, từ 1 "hoàn toàn không đồng ý" đến 5 "hoàn toàn đồng ý". Chia sẻ tri thức gồm các thành phần hành vi chia sẻ, ý định chia sẻ, cơ chế chia sẻ và chia sẻ dựa trên niềm tin. Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp gồm trách nhiệm với cộng đồng, khách hàng, kinh tế, nhân viên, môi trường và đạo đức. Năng lực đổi mới, ứng dụng công nghệ và hiệu quả kinh doanh được đo lường bằng các biến quan sát phản ánh nhận thức của người trả lời về năng lực đổi mới, mức độ sử dụng công nghệ và kết quả hoạt động của doanh nghiệp.

Dữ liệu được xử lý và phân tích bằng PLS-SEM với phần mềm SmartPLS. Mô hình đo lường được đánh giá thông qua Cronbach's Alpha, độ tin cậy tổng hợp, hệ số tải ngoài và AVE theo gợi ý của Hair et al. (2010). Giá trị phân biệt được kiểm tra bằng tiêu chí Fornell-Larcker (Fornell & Larcker, 1981) và HTMT (Henseler et al., 2015). Đối với các cấu trúc bậc hai, nghiên cứu kiểm tra outer weight, outer loading và VIF. Mô hình cấu trúc được kiểm định thông qua VIF, hệ số đường dẫn, bootstrapping, tác động trực tiếp, tác động gián tiếp, tác động điều tiết, R^2, f^2 và Q^2.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Đánh giá mô hình đo lường

Kết quả cho thấy hầu hết thang đo có Cronbach's Alpha lớn hơn hoặc xấp xỉ 0,70 và toàn bộ độ tin cậy tổng hợp vượt ngưỡng 0,70. Hai thang đo IC và TU có Cronbach's Alpha lần lượt là 0,691 và 0,641, thấp hơn ngưỡng 0,70. Tuy nhiên, do độ tin cậy tổng hợp lần lượt đạt 0,808 và 0,772, đồng thời các thang đo này có vai trò lý thuyết trong mô hình, nghiên cứu vẫn giữ lại để tiếp tục phân tích với cách diễn giải thận trọng.

Bảng 1. Độ tin cậy của thang đo

Thang đo	Cronbach's Alpha	Độ tin cậy tổng hợp
Chia sẻ tri thức	0,861-0,903	0,906-0,932
Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp	0,764-0,859	0,846-0,905
Năng lực đổi mới	0,691	0,808
Ứng dụng công nghệ	0,641	0,772
Hiệu quả kinh doanh	0,797	0,868

Nguồn: Tác giả xử lý bằng SmartPLS.

Về giá trị hội tụ và giá trị phân biệt, các hệ số tải ngoài được giữ lại trong mô hình đều đạt ngưỡng chấp nhận. Kết quả Fornell-Larcker cho thấy căn bậc hai AVE của từng cấu trúc lớn hơn tương quan giữa cấu trúc đó với các cấu trúc còn lại; HTMT cũng thấp hơn ngưỡng 0,90. Đối với cấu trúc bậc hai, các thành phần của chia sẻ tri thức và CSR đều có outer weight dương; VIF thấp hơn ngưỡng cảnh báo. Vì vậy, mô hình đo lường đủ điều kiện để kiểm định mô hình cấu trúc.

4.2. Kiểm định mô hình cấu trúc

Các giá trị VIF của các biến giải thích trực tiếp dao động từ 1,000 đến 1,350. Khi bổ sung biến tương tác IC_TU, VIF dao động từ 1,014 đến 1,358. Như vậy, mô hình không có đa cộng tuyến nghiêm trọng.

Kết quả Bootstrapping cho thấy bốn giả thuyết tác động trực tiếp đều được ủng hộ. Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp có hệ số tác động lớn nhất đến hiệu quả kinh doanh, tiếp đến là chia sẻ tri thức và năng lực đổi mới. Chia sẻ tri thức cũng có tác động cùng chiều đến năng lực đổi mới.

Bảng 2. Kết quả kiểm định giả thuyết

Giả thuyết	Đường dẫn	β	t	p	Kết luận
H1	KS → BP	0,459	14,501	< 0,001	Chấp nhận
H2	CSR → BP	0,516	16,825	< 0,001	Chấp nhận
H3	IC → BP	0,092	3,688	< 0,001	Chấp nhận
H4	KS → IC	0,149	2,866	0,004	Chấp nhận
H5	KS → CSR → BP	0,276	11,087	< 0,001	Chấp nhận
H6	KS → IC → BP	0,014	2,239	0,026	Chấp nhận
H7	IC_TU → BP	-0,015	0,674	0,501	Không chấp nhận

Nguồn: Tác giả xử lý bằng SmartPLS.

Hai tác động gián tiếp đều có ý nghĩa thống kê, nhưng tác động thông qua CSR mạnh hơn tác động thông qua năng lực đổi mới. Ngược lại, biến tương tác IC_TU không có ý nghĩa thống kê, cho thấy chưa đủ bằng chứng để khẳng định ứng dụng công nghệ làm thay đổi cường độ tác động của năng lực đổi mới đến hiệu quả kinh doanh. Các giá trị Q^2 của các biến nội sinh đều lớn hơn 0, trong đó hiệu quả kinh doanh đạt 0,750, CSR đạt 0,061 và năng lực đổi mới đạt 0,017. Kết quả này cho thấy mô hình có liên quan dự báo đối với các biến nội sinh; tuy nhiên, mức độ dự báo khác nhau giữa các biến, với giá trị cao nhất ghi nhận ở biến hiệu quả kinh doanh.

5. Thảo luận

Kết quả xác nhận chia sẻ tri thức có tác động cùng chiều đến hiệu quả kinh doanh. Phát hiện này phù hợp với lý thuyết nguồn lực doanh nghiệp, theo đó tri thức chỉ tạo giá trị khi được chia sẻ và sử dụng trong quyết định quản trị. Với doanh nghiệp thủy sản, chia sẻ tri thức giúp phối hợp giữa nuôi trồng, thu mua, chế biến, kiểm soát chất lượng, tiêu thụ và xuất khẩu.

CSR có tác động trực tiếp lớn nhất đến hiệu quả kinh doanh. Kết quả này phù hợp với lý thuyết các bên liên quan. Trong ngành thủy sản, CSR không chỉ là hoạt động hình ảnh, mà gắn với trách nhiệm đối với khách hàng, lao động, môi trường và tiêu chuẩn thị trường. Khi CSR được thực hiện nhất quán, uy tín và khả năng duy trì quan hệ với các bên liên quan có thể được cải thiện.

Năng lực đổi mới có tác động cùng chiều đến hiệu quả kinh doanh, nhưng hệ số nhỏ hơn chia sẻ tri thức và CSR. Điều này cho thấy đổi mới có ý nghĩa, song việc chuyển đổi mới thành kết quả kinh doanh có thể chịu ràng buộc bởi nguồn lực triển khai, khả năng thương mại hóa, quy mô doanh nghiệp và mức độ trưởng thành của hệ thống quản trị.

Hai cơ chế trung gian đều được ủng hộ, nhưng cơ chế qua CSR mạnh hơn. Điều này gợi ý rằng trong bối cảnh thủy sản, tri thức được chia sẻ có thể nhanh chóng chuyển thành các hành vi quản trị trách nhiệm hơn, chẳng hạn hiểu yêu cầu khách hàng, chuẩn hóa quy trình, tuân thủ tiêu chuẩn lao động và môi trường. Ngược lại, chuyển tri thức thành đổi mới thường đòi hỏi chu kỳ dài hơn, đầu tư lớn hơn và năng lực triển khai cao hơn.

Giả thuyết điều tiết của ứng dụng công nghệ không được ủng hộ. Kết quả này không phủ nhận vai trò của công nghệ, nhưng cho thấy công nghệ trong mẫu khảo sát chưa vận hành như điều kiện khuếch đại rõ rệt cho tác động của đổi mới. Một khả năng là công nghệ vẫn được sử dụng như công cụ vận hành rời rạc, chưa tích hợp sâu với dữ liệu, quy trình đổi mới và ra quyết định quản trị.

6. Hàm ý lý thuyết và hàm ý quản trị

Về lý thuyết, nghiên cứu bổ sung bằng chứng cho lý thuyết nguồn lực bằng cách cho thấy chia sẻ tri thức, CSR và năng lực đổi mới cùng giải thích hiệu quả kinh doanh trong một mô hình tích hợp. Đối với lý thuyết các bên liên quan, kết quả nhấn mạnh CSR là cơ chế quan trọng chuyển hóa tri thức tổ chức thành giá trị kinh doanh. Đối với lý thuyết năng lực động, nghiên cứu cho thấy đổi mới có ý nghĩa nhưng chưa phải kênh truyền dẫn mạnh nhất trong bối cảnh doanh nghiệp thủy sản.

Về quản trị, doanh nghiệp thủy sản cần xem chia sẻ tri thức là năng lực tổ chức. Cần thiết lập cơ chế chia sẻ giữa các bộ phận nuôi trồng, thu mua, chế biến, kiểm soát chất lượng, kinh doanh và xuất khẩu; đồng thời ghi nhận bài học từ đơn hàng, lỗi chất lượng và phản hồi khách hàng.

CSR cần được tích hợp vào vận hành thay vì tách thành hoạt động hình ảnh. Doanh nghiệp nên ưu tiên các chỉ tiêu có liên hệ trực tiếp với hiệu quả kinh doanh như truy xuất nguồn gốc, an toàn lao động, kiểm soát chất lượng, giảm tác động môi trường và minh bạch thông tin với khách hàng.

Đổi mới cần được triển khai theo dự án cụ thể, có mục tiêu đo lường rõ. Với doanh nghiệp quy mô nhỏ, đổi mới nên bắt đầu từ cải tiến vận hành, tối ưu sử dụng nguyên liệu, kiểm soát chất lượng, bảo quản sản phẩm hoặc số hóa dữ liệu truy xuất nguồn gốc.

Kết quả không ủng hộ vai trò điều tiết của công nghệ cho thấy doanh nghiệp không nên đầu tư công nghệ như giải pháp độc lập. Công nghệ cần gắn với quy trình, dữ liệu, năng lực nhân sự và trách nhiệm ra quyết định; nếu thiếu các điều kiện này, công nghệ khó làm mạnh hơn tác động của đổi mới đến hiệu quả kinh doanh.

7. Kết luận, hạn chế và hướng nghiên cứu tiếp theo

Nghiên cứu kiểm định mô hình về ảnh hưởng của chia sẻ tri thức, CSR, năng lực đổi mới và ứng dụng công nghệ đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp thủy sản vùng Đồng bằng sông Cửu Long. Dựa trên 368 quan sát hợp lệ và kỹ thuật PLS-SEM, kết quả cho thấy chia sẻ tri thức, CSR và năng lực đổi mới đều có tác động cùng chiều đến hiệu quả kinh doanh. CSR và năng lực đổi mới giữ vai trò trung gian trong quan hệ giữa chia sẻ tri thức và hiệu quả kinh doanh, trong đó CSR là cơ chế mạnh hơn. Ứng dụng công nghệ chưa thể hiện vai trò điều tiết có ý nghĩa thống kê.

Nghiên cứu còn một số hạn chế. Dữ liệu cắt ngang chưa cho phép khẳng định quan hệ nhân quả theo thời gian. Mẫu khảo sát chỉ tập trung vào doanh nghiệp thủy sản vùng Đồng bằng sông Cửu Long nên khả năng khái quát sang ngành khác cần được kiểm định thêm. Dữ liệu dựa trên đánh giá của người trả lời nên có thể chịu ảnh hưởng của sai lệch nhận thức. Các nghiên cứu tiếp theo có thể sử dụng dữ liệu theo thời gian, bổ sung chỉ tiêu tài chính khách quan và kiểm định thêm các biến điều kiện như năng lực hấp thụ, năng lực số của nhân viên hoặc mức độ tích hợp chuỗi cung ứng.

Tài liệu tham khảo:

Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. Journal of Management, 17(1), 99-120.

Barney, J. B. (2001). Resource-based theories of competitive advantage: A ten-year retrospective on the resource-based view. Journal of Management, 27(6), 643-650.

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. Journal of Marketing Research, 18(1), 39-50.

González-Ramos, M. I., Guadamillas, F., & Donate, M. J. (2023). The relationship between knowledge management strategies and corporate social responsibility: Effects on innovation capabilities. Technological Forecasting and Social Change, 188, 122287.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). Multivariate data analysis (7th ed.). Pearson.

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.

Heredia, J., Castillo-Vergara, M., Geldes, C., Carbajal Gamarra, F. M., Flores, A., & Heredia, W. (2022). How do digital capabilities affect firm performance? The mediating role of technological capabilities in the "new normal". Journal of Innovation & Knowledge, 7(2), 100171.

Jamali, D. (2008). A stakeholder approach to corporate social responsibility: A fresh perspective into theory and practice. Journal of Business Ethics, 82(1), 213-231.

Rajapathirana, R. P. J., & Hui, Y. (2018). Relationship between innovation capability, innovation type, and firm performance. Journal of Innovation & Knowledge, 3(1), 44-55.

Saeidi, S. P., Sofian, S., Saeidi, P., Saeidi, S. P., & Saaeidi, S. A. (2015). How does corporate social responsibility contribute to firm financial performance? The mediating role of competitive advantage, reputation, and customer satisfaction. Journal of Business Research, 68(2), 341-350.

Teece, D. J. (2007). Explicating dynamic capabilities: The nature and microfoundations of sustainable enterprise performance. Strategic Management Journal, 28(13), 1319-1350.

Usai, A., Fiano, F., Messeni Petruzzelli, A., Paoloni, P., Farina Briamonte, M., & Orlando, B. (2021). Unveiling the impact of the adoption of digital technologies on firms' innovation performance. Journal of Business Research, 133, 327-336.

Wang, S., & Noe, R. A. (2010). Knowledge sharing: A review and directions for future research. Human Resource Management Review, 20(2), 115-131.

Wang, Z., & Wang, N. (2012). Knowledge sharing, innovation and firm performance. Expert Systems with Applications, 39(10), 8899-8908.