

MỐI QUAN HỆ GIỮA MỨC ĐỘ ĐỔI MỚI VÀ KẾT QUẢ KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP: NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP CÁC DOANH NGHIỆP TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH THÁI BÌNH

RELATIONSHIP BETWEEN THE DEGREE OF INNOVATION AND BUSINESS RESULTS OF ENTERPRISES:
A CASE STUDY OF ENTERPRISES IN THAI BINH PROVINCE

Bùi Thị Thu Loan^{1*}, Nguyễn Phương Anh¹,
Trần Quang Việt¹, Nguyễn Thị Hải Yến¹, Bùi Thị Hạnh¹

DOI: <https://doi.org/10.57001/huih5804.2023.268>

TÓM TẮT

Nghiên cứu nhằm kiểm tra ảnh hưởng của các hoạt động hướng vào mục tiêu đổi mới đến kết quả hoạt động đổi mới của doanh nghiệp dựa trên quy mô mẫu gồm 250 quan sát thu thập qua bảng hỏi từ các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Thái Bình. Sử dụng phương pháp OLS phân tích hồi quy đa biến, nghiên cứu cung cấp bằng chứng về ảnh hưởng tích cực, có ý nghĩa thống kê của các yếu tố nội bộ doanh nghiệp hướng vào mục tiêu đổi mới bao gồm chiến lược đổi mới, văn hóa đổi mới của tổ chức, mối quan hệ đối tác, năng lực công nghệ và mức độ đổi mới đến kết quả hoạt động đổi mới của doanh nghiệp. Trong đó, nghiên cứu cho thấy hoạt động đổi mới mang tính đột phá và mối quan hệ tương thích với đối tác trong đổi mới và năng lực tự đổi mới là những yếu tố đóng vai trò quan trọng và có ảnh hưởng lớn đến hiệu suất hoạt động đổi mới và nhất quán trên cả 02 mô hình kiểm tra. Dựa trên các kết quả nghiên cứu, một số hàm ý chính sách và hướng nghiên cứu trong tương lai cũng được đề xuất.

Từ khóa: Đổi mới đột phá, đổi mới nâng cao, văn hóa, năng lực công nghệ.

ABSTRACT

The study aims to examine the impact of innovation-driven activities on innovative outcomes based on a sample size of 250 observations collected through questionnaires from businesses in Thai Binh province. Using the OLS method of multivariate regression analysis, the study provides evidence of the positive, statistically significant influence of internal business factors on innovation goals including innovation strategy, culture, partnerships, technological capabilities, and innovation levels affecting the performance of the enterprise. The results show that breakthrough innovation activities, compatibility with other parties in the process, and self-innovation capacity are factors that play an important role on the outcome on both testing models. Based on the research results, some policy implications and future research directions are also proposed.

Keywords: Breakthrough innovation, advanced innovation, culture, technological capabilities.

¹Khoa Quản lý kinh doanh, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội

*Email: loanbtt@hau.edu.vn,

Ngày nhận bài: 25/10/2023

Ngày nhận bài sửa sau phản biện: 12/12/2023

Ngày chấp nhận đăng: 25/12/2023

1. GIỚI THIỆU

Các doanh nghiệp là các nhân tố thực sự quan trọng trong nền kinh tế với vai trò là động lực thúc đẩy tăng trưởng và phát triển kinh tế của quốc gia. Nhận thức rõ vai trò trụ cột của các doanh nghiệp, đặc biệt là khu vực kinh tế tư nhân, chính quyền thành phố trực thuộc trung ương và chính quyền địa phương các cấp đều có những động thái hướng đến hoàn thiện và thúc đẩy hệ sinh thái đổi mới sáng tạo, nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh và hiệu quả hoạt động cho khu vực các doanh nghiệp. Năm 2021, Thủ tướng Chính phủ ra Quyết định số 36/QĐ-TTg ban hành kế hoạch tổng thể nâng cao năng suất dựa trên nền tảng khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo giai đoạn 2021-2030, trong đó "Triển khai các nhiệm vụ khoa học và công nghệ cấp quốc gia, hỗ trợ doanh nghiệp trong nghiên cứu, đổi mới, chuyển giao và ứng dụng công nghệ để nâng cao năng suất; xây dựng, triển khai các nhiệm vụ khoa học và công nghệ, kế hoạch nâng cao năng suất lao động, năng suất các nhân tố tổng hợp (TFP) dựa trên nền tảng khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo".

Dưới cách tiếp cận từ góc độ lý thuyết, lợi ích có được từ các cơ hội đổi mới đó là giúp doanh nghiệp tương thích hơn với các đòi hỏi của thị trường hiện tại và nâng cao hiệu quả kinh doanh [39, 40] cũng như nâng cao khả năng cạnh tranh trong mục tiêu hướng tới các cơ hội thị trường mới [8] và sự thành công của doanh nghiệp [22]. Do đó, đổi mới là điều cần thiết để một công ty có thể duy trì hoạt động kinh doanh trên thị trường [10].

Tuy nhiên, hoạt động đổi mới cũng là hoạt động mang lại rủi ro vì tính không chắc chắn của thị trường tiêu thụ đối với các sản phẩm, dịch vụ mới. Các chi phí cho hoạt động nghiên cứu và phát triển R&D được xem là tiêu tốn nguồn lực của doanh nghiệp trong khi phần lớn các doanh nghiệp Việt nam là các doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ. Bên cạnh đó, tại Việt nam hiện nay, hoạt động đổi mới trong khu vực doanh nghiệp vẫn có những hạn chế nhất định, chủ yếu mang tính chất ứng phó để tồn tại thay vì chủ động thích

ứng tạo giá trị gia tăng cho doanh nghiệp. Do đó, câu hỏi đặt ra là những hoạt động hướng vào mục tiêu đổi mới nào của doanh nghiệp có ảnh hưởng tích cực đến với kết quả đổi mới cũng là vấn đề cần làm rõ, từ đó các hoạt động vận hành chính sách bao gồm cải cách thể chế, hoàn thiện hệ sinh thái đổi mới sáng tạo cũng như các hoạt động vận hành mang tính chiến lược của doanh nghiệp cũng có thể được cân nhắc hợp lý theo lộ trình hướng vào mục tiêu đổi mới của doanh nghiệp một cách phù hợp với hiện trạng và bối cảnh thực tiễn của doanh nghiệp.

2. KHUNG LÝ THUYẾT VÀ TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU

2.1. Khung lý thuyết

Mối quan hệ giữa các yếu tố đại diện cho các mục tiêu hướng hướng vào đổi mới của doanh nghiệp với hiệu suất của đổi mới có thể được luận giải trong nhiều lý thuyết liên quan. Tuy nhiên, khuôn khổ lý thuyết về nguồn lực, lý thuyết thể chế và lý thuyết chấp nhận công nghệ là những lý thuyết nền tảng được viện dẫn trong các nghiên cứu liên quan đến chủ đề này. Trong đó,

Lý thuyết thể chế:

Lý thuyết về thể chế nhấn mạnh đến vai trò về tính minh bạch và chi phí giao dịch có ảnh hưởng đến hiệu suất đổi mới của doanh nghiệp. Thể chế được xem như một phần của môi trường kinh doanh ảnh hưởng đến sự phát triển của khu vực các doanh nghiệp. Ở cấp độ tổ chức, lý thuyết thể chế giúp xác định các yếu tố ảnh hưởng đến chiến lược và quy trình tổ chức [32], do đó ảnh hưởng đến mục tiêu đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp bởi thể chế là những khía cạnh quan trọng để định hình môi trường kinh doanh [6] thông qua ảnh hưởng đến mong muốn, nhận thức rủi ro và lợi nhuận của các hoạt động kinh doanh [4]. Trong hai thập kỷ gần đây, các nghiên cứu về thể chế nhận được nhiều sự quan tâm chú ý hơn, lý thuyết thể chế mới được đề xuất bởi [27] coi thể chế là một tập hợp các quy tắc, quy trình tuân thủ, các chuẩn mực hành vi đạo đức và được thiết kế để tối đa hóa lợi ích của tập thể. Như vậy, dưới cách tiếp cận này, thể chế được hiểu là hệ thống các luật lệ chung, tương đối ổn định, được xã hội thừa nhận và tuân thủ [32]. Trong đó, thể chế chính thống giúp đảm bảo sự ổn định của các mối quan hệ kinh tế thông qua hợp đồng, giảm sự rủi ro của các khoản đầu tư và quyền sở hữu tài sản cũng như góp phần điều chỉnh hành vi của các doanh nghiệp thông qua các giá trị hành vi được xã hội chấp nhận. Do đó, một môi trường thể chế theo hướng minh bạch và ít chi phí không chính thức sẽ có ảnh hưởng tích cực đối với hoạt động đổi mới của doanh nghiệp [4, 6] và do đó, giúp cải thiện hiệu suất của đổi mới.

Lý thuyết nguồn lực và lý thuyết năng lực động:

Lý thuyết này cho rằng nguồn lực của doanh nghiệp là yếu tố quyết định đến lợi thế cạnh tranh và kết quả kinh doanh. Trong đó các nguồn lực nội bộ có ý nghĩa, quyết định đến lợi thế cạnh tranh và mức độ đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp. Khả năng thích ứng thông qua việc nhận diện cơ hội và rủi ro để có thể ra quyết định phù hợp nhằm đạt được mục tiêu kinh doanh. Năng lực động là yếu tố giúp định

hướng và tái cấu trúc năng lực cốt lõi của doanh nghiệp trong các hoạt động đổi mới và phân bổ nguồn lực để thích ứng với môi trường kinh doanh [38], do đó, dựa trên nền tảng của lý thuyết này, đổi mới sáng tạo cũng là cách thức mà doanh nghiệp định vị lại nguồn lực dựa vào các yếu tố bên trong để nâng cao khả năng cạnh tranh và do đó nâng cao hiệu suất doanh nghiệp từ hoạt động đổi mới sáng tạo.

2.2. Mức độ đổi mới của doanh nghiệp

Có nhiều cách tiếp cận phân loại khác nhau về hoạt động đổi mới sáng tạo. Chẳng hạn cách tiếp cận dựa trên các mô hình đổi mới, theo năng lực đổi mới hoặc theo các kết quả đầu ra của hoạt động đổi mới. Tuy nhiên, để đánh giá mức độ đổi mới, cách tiếp cận trong nghiên cứu này xem xét hoạt động đổi mới theo mức độ đổi mới nâng cao và đổi mới đột phá.

Đổi mới nâng cao [36] là khai thác các hình thức hay công nghệ hiện tại nhằm mục đích cải thiện những sản phẩm/dịch vụ hay quy trình hiện hữu. Đổi mới nâng cao, hay còn gọi là đổi mới liên tục hay đổi mới tuần tự, là những thay đổi từng bước, góp phần hoàn thiện những gì đang diễn ra và là những sự cải thiện liên tục theo thời gian. Sự đổi mới liên tục là sự gia tăng liên tục, được thể hiện thông qua một loạt những tiến bộ nhỏ nhưng diễn ra thường xuyên hơn. Đặc trưng của sự đổi mới này là khi tổ chức đạt đến sự cân bằng, tiếp đến là quá trình "làm cho tốt hơn" thông qua một quá trình liên tục thích ứng, sửa đổi, điều chỉnh. Vì vậy, đổi mới nâng cao có thể là dạng thức thay đổi mang tính hoàn thiện hoặc thay đổi có tính quá độ để cải thiện quy trình từng bước giúp tổ chức đạt được kết quả cao hơn trước khi đạt đến trình độ phát triển vượt bậc về chất nhằm thích ứng với tình hình mới.

- Đổi mới mang tính đột phá là hoạt động đổi mới liên quan đến phát triển các sản phẩm/dịch vụ với những giá trị cốt lõi mới hơn hẳn những giá trị cốt lõi hiện tại. Sự đổi mới này mang tính gián đoạn được thực hiện dựa trên những sáng kiến lớn, mang tính đột phá và diễn ra trên phạm vi rộng. Đây là đổi mới có tính biến đổi, dựa trên cơ sở những mối quan hệ mới và những động lực mới của một ngành. Những đổi mới này có thể định hình lại năng lực cốt lõi hiện tại hoặc dẫn đến việc nhận thức lại mục đích, tiêu chuẩn, phong cách lãnh đạo, văn hoá... của tổ chức nhằm đưa tổ chức đạt mức phát triển vượt bậc để có thể thích ứng với tình hình mới.

2.3. Tổng quan nghiên cứu

Dựa trên khuôn khổ lý thuyết nguồn lực, lý thuyết thể chế và chấp nhận công nghệ, rất nhiều các nghiên cứu đã thực hiện để làm rõ mối quan hệ giữa đổi mới sáng tạo và kết quả kinh doanh của doanh nghiệp. Mối quan hệ này được đề xuất lần đầu bởi [31] khi cho rằng các sản phẩm sáng tạo lần đầu tiên được đưa ra thị trường phải đối mặt với sự cạnh tranh trực tiếp nên DN hưởng lợi nhuận tương đối cao. Không hoàn toàn ủng hộ quan điểm này, nghiên cứu của của [33] lập luận rằng những lợi nhuận từ hoạt động đổi mới có thể không đạt được như kỳ vọng ban đầu do xu hướng bắt chước và cạnh tranh, song cho rằng các DN vẫn có thể đạt được lợi nhuận cao trong dài hạn nếu tiếp tục giới

thiệu các sản phẩm mới mang tính sáng tạo. Dẫu vậy, mối quan hệ giữa đổi mới sáng tạo và hiệu quả kinh doanh dường như được nhận diện ở hầu hết các tài liệu hiện có liên quan đến chủ đề này.

Tại các quốc gia thuộc thị trường phát triển, vai trò của ĐMST đối với hiệu quả kinh doanh cũng được viện dẫn trong nhiều nghiên cứu theo các khía cạnh khác nhau. Nghiên cứu của [12] cung cấp bằng chứng về ảnh hưởng tích cực của hoạt động đổi mới đến tỷ suất lợi nhuận của các doanh nghiệp tại Anh. Các nghiên cứu tại Mỹ cũng cho biết mức độ đổi mới sản phẩm có liên quan đến tính bền vững của lợi nhuận trong dài hạn [29]. Hoạt động đổi mới sáng tạo giúp cải thiện hiệu quả kinh doanh [5] cũng như cải thiện chất lượng và tăng trưởng lợi nhuận [7]. Nghiên cứu của [35] cũng cho biết việc giới thiệu các sản phẩm mới hay đổi mới sản phẩm giúp cải thiện hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Tại thị trường mới nổi, ĐMST được Chính phủ các nước quan tâm thông qua các chính sách và các chương trình hỗ trợ. Theo xếp hạng của Tổ chức Sở hữu trí tuệ thế giới cho thấy một số nước mới nổi (như Thổ Nhĩ Kỳ, Ấn Độ, Jordan, Malaysia hay Thái Lan) xác định ĐMST là động lực phát triển của các quốc gia này. Do đó, đánh giá tác động của ĐMST đến hiệu quả kinh doanh nhằm tìm ra các giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh cho DN đã bắt đầu được các nhà nghiên cứu quan tâm. Tại Thổ Nhĩ Kỳ, khám phá tác động của các đổi mới về sản phẩm, quy trình, tổ chức và marketing đối với các khía cạnh khác nhau của hiệu quả kinh doanh DN, nghiên cứu cho thấy những đổi mới về sản phẩm, tổ chức và marketing có tác động tích cực đến hiệu quả kinh doanh của DN trong các ngành sản xuất [14]. Nghiên cứu [3] cũng cho biết đổi mới công nghệ (bao gồm đổi mới sản phẩm và quy trình) có tác động tích cực và đáng kể đến hiệu quả kinh doanh của DN. Dựa trên thuyết năng lực động [15] cho thấy đổi mới sản phẩm và đổi mới marketing có ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả kinh doanh của DN, trong khi đổi mới quy trình đóng vai trò trung gian thông qua đổi mới marketing.

Tại Việt Nam, các nghiên cứu về ảnh hưởng của ĐMST đến hiệu quả kinh doanh của DN cũng đã nhận được nhiều sự quan tâm của các nhà nghiên cứu và nhà quản lý. Trong thời gian gần đây, đổi mới sáng tạo còn thực sự được chính quyền Trung ương và chính quyền địa phương dành nhiều sự quan tâm chủ ý. Tuy nhiên, các cách tiếp cận trong mối quan hệ này mặc dù khá tương đồng về chiều hướng ảnh hưởng song còn thiếu sự toàn diện và chủ yếu mới tập trung vào năng lực đổi mới cũng như các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp theo từng lĩnh vực cụ thể. Chẳng hạn, nghiên cứu của [37] cho thấy vốn trí tuệ có tác động tích cực đến đổi mới sáng tạo quy trình và kết quả kinh doanh của DN phát điện. Dựa trên cách tiếp cận về việc triển khai hoạt động ĐMST, ĐMST có ảnh hưởng tích cực lên tỷ suất lợi nhuận, giá trị tăng thêm và giá trị sản xuất của toàn ngành chế biến chế tạo. Liên quan đến đổi mới từ quy trình, nghiên cứu [26] cho thấy, ĐMST quy trình, ĐMST tổ chức và ĐMST marketing là ba yếu tố quan trọng hơn so với đổi mới sản phẩm. Ngược lại, nghiên cứu của [24]

dựa trên cách tiếp cận dưới góc độ chia sẻ tri cho thấy, việc tạo ra tri thức của DN có tác động đến bốn loại hình đổi mới, trong đó đổi mới sản phẩm có tác động đáng kể đến hiệu quả tài chính của DN.

Như vậy, mặc dù các nghiên cứu hiện có đã tiếp cận vấn đề nghiên cứu ở nhiều góc độ khác nhau. Tuy nhiên, mặc dù hầu hết đều ủng hộ ảnh hưởng tích cực của ĐMST đến hiệu quả kinh doanh của DN, nhưng kết quả cụ thể theo mức độ của đổi mới (bao gồm đổi mới nâng cao và đổi mới đột phá) cùng với các yếu tố nội bộ hướng vào mục tiêu đổi mới dường như vẫn còn thiếu vắng. Dựa trên mẫu gồm 250 khảo sát trên địa bàn tỉnh Thái Bình, nghiên cứu hướng mục tiêu làm rõ liệu các yếu tố định hướng chiến lược hướng vào đổi mới và mức độ đổi mới có ảnh hưởng như thế nào đến hiệu suất đổi mới của doanh nghiệp. Trên cơ sở đó, một số hàm ý giải pháp và khuyến nghị đối với hoạt động đổi mới của doanh nghiệp cũng được đề xuất.

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

3.1. Phát triển giả thuyết và thang đo biến

Hoạt động đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp bắt nguồn từ các đòi hỏi và yêu cầu thực tiễn hoặc xuất phát từ yêu cầu thiết lập theo hệ thống công nghệ mới đối với sản phẩm và dịch vụ để tạo nên các ý tưởng mới, tính mới, các thử nghiệm và các quy trình sáng tạo. Với những sáng kiến mang tính đột phá, các công ty đổi mới, sáng tạo và giới thiệu được các sản phẩm công nghệ mới có thể tạo ra hiệu suất vượt trội và được xem như là động lực của tăng trưởng [31] cũng như cải thiện kết quả kinh doanh của doanh nghiệp. Hoạt động đổi mới nói chung của doanh nghiệp có thể là bất cứ một cải thiện nào liên quan đến sản phẩm/ dịch vụ hoặc quy trình để có thể tạo ra một sản phẩm mới hoặc chỉnh sửa một sản phẩm hiện có đáp ứng được nhu cầu của thị trường hiện tại và tương lai. Lý thuyết về nguồn lực và lý thuyết năng lực động, mức độ đổi mới tạo ra sự khác biệt giữa các doanh nghiệp, do đó, mỗi mô hình các yếu tố định hướng vào mục tiêu đổi mới kết hợp theo mức độ đổi mới khác nhau có thể ảnh hưởng khác nhau đến kết quả kinh doanh. Dựa trên cách tiếp cận mức độ đổi mới được phân thành đổi mới nâng cao (incremental innovation) và đổi mới đột phá (radical innovation), Hai giả thuyết chính trong nghiên cứu được đề xuất như sau:

Giả thuyết H1. *Đổi mới nâng cao có ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.*

Giả thuyết H2. *Đổi mới đột phá có ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.*

Ngoài ra, nghiên cứu cũng xem xét các yếu tố nội bộ hướng đến mục tiêu đổi mới của doanh nghiệp trong mối quan hệ với kết quả kinh doanh cũng như ảnh hưởng của hỗ trợ chính sách của chính phủ cũng như xem xét ảnh hưởng của quy mô doanh nghiệp trong mối quan hệ này.

Lý thuyết về năng lực động cho thấy rằng nếu các doanh nghiệp có chiến lược rõ ràng sẽ thúc đẩy quá trình hiện thực hóa hành động. Theo [28], các tổ chức có chiến lược chính thức sẽ vận hành và hoạt động tốt hơn so với các doanh

ngành không có chiến lược hoặc một chiến lược được thiết kế với độ mờ cao. Do đó, một chiến lược đổi mới rõ ràng đóng vai trò ảnh hưởng quan trọng đến năng lực đổi mới cũng như giúp quản lý đổi mới sáng tạo hiệu quả [20]. Do đó, doanh nghiệp có chiến lược hướng đến mục tiêu đổi mới sẽ có được hiệu suất đổi mới cao hơn.

Trong tiến trình thực hiện đổi mới ở cấp độ tổ chức, cấu trúc chính thức bao gồm việc phân bổ nguồn lực phù hợp và cụ thể cho các phòng ban/bộ phận chức năng để phục vụ cho mục tiêu đổi mới nhằm đạt được hiệu quả đổi mới thường thấy ở các doanh nghiệp đổi mới ở cấp độ cao. Do đây là cấu trúc khuyến khích nhân viên tham gia vào tiến trình đổi mới của doanh nghiệp, do đó giúp cải thiện hiệu suất đổi mới của doanh nghiệp thông qua việc vận dụng thành công kiến thức cho hoạt động đổi mới cũng như giúp tăng cường khả năng trao quyền, do đó, nâng cao tính tự hiệu quả [16, 30]. Các nghiên cứu của [11], đã xác nhận ảnh hưởng của cấu trúc doanh nghiệp hướng sự tập trung vào mục tiêu đổi mới sẽ thúc đẩy các bộ phận gia tăng hiệu quả hoạt động đổi mới, và do đó tăng hiệu suất kinh doanh. Trên cơ sở các luận giải này, nghiên cứu đề xuất mối quan hệ tích cực giữa cấu trúc chính thức với hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Bên cạnh chiến lược và cấu trúc điều hành hướng vào mục tiêu đổi mới, văn hóa đổi mới của doanh nghiệp cũng được đề xuất như một yếu tố có ảnh hưởng đến kết quả đổi mới của tổ chức. Trong nghiên cứu của [2], tác giả coi “văn hóa đổi mới” là yếu tố cốt lõi ảnh hưởng đến hiệu quả của hoạt động đổi mới sáng tạo. Các doanh nghiệp có văn hóa đổi mới sẽ thúc đẩy tiến trình đổi mới trong hoạt động, vận hành. Khi đó, các bộ phận sẽ tập trung theo mục tiêu hướng đến các ý tưởng mới và sáng tạo, thúc đẩy đội ngũ trong tổ chức luôn tìm tòi và đề xuất các ý kiến, phương án hướng đến việc cải tiến [18], do đó giúp cải thiện kết quả kinh doanh từ hoạt động đổi mới của doanh nghiệp. Do đó, có cơ sở để kỳ vọng rằng văn hoá tổ chức có tác động tích cực tới mức độ đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp.

Trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, nhu cầu của khách hàng một mặt là nhân tố thúc đẩy hoạt động đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp thông qua việc cải thiện không ngừng các ý tưởng thiết kế sản phẩm mới cũng như đổi mới quy trình để đáp ứng các đòi hỏi của thị trường [19] và do đó, nếu hoạt động của doanh nghiệp thích ứng với các hoạt động đổi mới của khách hàng, của đối tác sẽ giúp doanh nghiệp cải thiện kết quả kinh doanh. Trong xu hướng hiện nay, yêu cầu này là thực sự cần được xem xét thấu đáo vì vòng đời của sản phẩm và dịch vụ đang có xu hướng bị rút ngắn lại, các doanh nghiệp phải liên tục thực hiện những hoạt động đổi mới, sáng tạo theo hướng tương thích với các mối quan hệ đối tác mới có thể giúp tăng khả năng tồn tại cũng như cải thiện kết quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Dựa trên lý thuyết chấp nhận công nghệ, năng lực công nghệ của doanh nghiệp thể hiện khả năng đầu tư vào máy móc, thiết bị, dây chuyền công nghệ hiện đại của doanh nghiệp. Một doanh nghiệp có năng lực công nghệ cao thì có

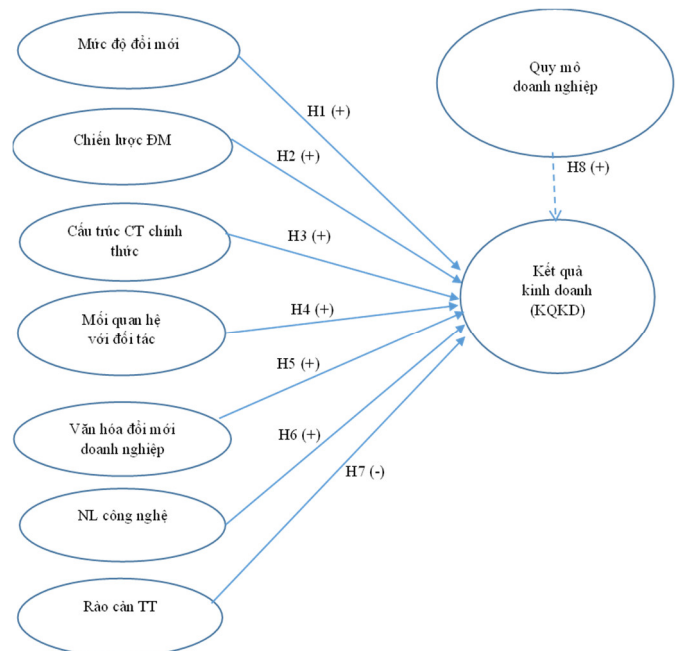
nhều cơ hội để ĐMST. Do đó, trong hoạt động đổi mới, doanh nghiệp có năng lực công nghệ cao có thể hỗ trợ tốt nhất cho hoạt động đổi mới thông qua tạo ra các sản phẩm, dịch vụ mới có chất lượng đáp ứng được yêu cầu của khách hàng, do đó, giúp cải thiện kết quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Liên quan đến chính sách hỗ trợ của nhà nước cũng như các nỗ lực cải thiện hệ sinh thái hỗ trợ hoạt động đổi mới sáng tạo, các nghiên cứu dựa trên khuôn khổ lý thuyết thể chế cũng gợi ý mối quan hệ tích cực giữa việc hỗ trợ và minh bạch các thông tin trong các hoạt động đổi mới với các doanh nghiệp. Các doanh nghiệp có đầy đủ các thông tin, và hạn chế được các rào cản cho hoạt động đổi mới sẽ hạn chế được các nguy cơ rủi ro cũng như sẽ khuyến khích gia tăng mức độ cao trong hoạt động đổi mới, do đó cải thiện kết quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Ngoài ra, để kiểm soát sự khác biệt về quy mô doanh nghiệp, nghiên cứu xem xét quy mô tài sản đóng vai trò như một biến kiểm soát trong mô hình nghiên cứu.

3.2. Mô hình nghiên cứu

Với các giả thuyết và các biến độc lập được sử dụng để đo lường mức độ ảnh hưởng đến khả năng đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp như được trình bày ở trên, mô hình nghiên cứu về mối quan hệ giữa các yếu tố chiến lược đổi mới, văn hóa tổ chức, mối quan hệ với khách hàng và nhà cung cấp và năng lực công nghệ với mức độ đổi mới sáng tạo được biểu diễn tại hình 1. Trong đó, mức độ đổi mới sáng tạo được đo lường theo 02 (hai) khía cạnh bao gồm đổi mới cải tiến và đổi mới đột phá bên cạnh thang đo “Đổi mới sáng tạo” nói chung.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu

Để đo lường nội dung đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp với các khía cạnh như trên cũng sử dụng nhất quán thang đo Likert 5 mức độ trong đó, 1- Hoàn toàn không đồng ý; 2- Không đồng ý; 3- Bình thường; 4- Đồng ý, và

5- Hoàn toàn đồng ý và được trình bày chi tiết tại bảng 1. Thang đo các biến được kế thừa từ nghiên cứu của [34] và một số điều chỉnh sau kết quả phỏng vấn sâu từ chủ doanh nghiệp và các chuyên gia.

Bảng 1. Thang đo biến phụ thuộc đo lường mức độ đổi mới sáng tạo

STT	Các biến quan sát	Thang đo
A	Đổi mới nâng cao (cải tiến)	
1	DN chúng tôi có sản phẩm/ dịch vụ được nâng cấp và cải tiến trong 03 năm gần đây	Likert 1-5
2	DN chúng tôi quan tâm tìm kiếm và áp dụng những cách thức hoạt động mới trong 03 năm gần đây	
3	DN chúng tôi có những thay đổi đáng kể về quy trình SXKD trong 03 năm gần đây	
4	DN chúng tôi áp dụng các phương thức mới trong truyền thông và tiếp thị trong 03 năm gần đây	
B	Đổi mới đột phá	
1	DN chúng tôi thường đi đầu trong việc đưa ra thị trường các sản phẩm/ dịch vụ mới trong 03 năm gần đây	Likert 1-5
2	Sản phẩm/dịch vụ mới của DN chúng tôi tăng dần trong 03 năm gần đây	
3	Sản phẩm/ dịch vụ mới của DN chúng tôi làm thay đổi thói quen hoặc hành vi tiêu dùng của khách hàng	
4	DN chúng tôi áp dụng quy trình tổ chức SXKD hoàn toàn mới trong 03 năm gần đây	
5	DN chúng tôi có những đổi mới toàn diện về máy móc thiết bị và ứng dụng khoa học kỹ thuật trong 03 năm gần đây	

Để đo lường kết quả của đổi mới, các chỉ báo được kế thừa từ các nghiên cứu của [39]. Các tuyên bố được xem xét cả dưới góc độ tài chính và phi tài chính qua các tuyên bố liên quan đến doanh thu, thị phần, khả năng tiết kiệm chi phí và tỷ suất lợi nhuận như: “doanh thu của chúng tôi tăng trong 03 năm gần đây”, “DN chúng tôi mở rộng thị trường tiêu thụ đáng kể trong 03 năm gần đây”; “Hoạt động ĐMST giúp DN chúng tôi tiết kiệm đáng kể chi phí trong vận hành” và “DN của chúng tôi đạt được tỷ suất lợi nhuận trong 3 năm gần đây”. Các chỉ báo đo lường kết quả kinh doanh được đo theo thang đo Likert 5 mức độ, tương tự như đối với chỉ báo về các mức độ đổi mới được đề cập ở trên.

3.3. Phương pháp nghiên cứu

3.3.1. Mẫu và dữ liệu

Nghiên cứu sử dụng dữ liệu sơ cấp thực hiện qua điều tra khảo sát trên mẫu các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Thái Bình gồm 250 quan sát. Các phiếu hỏi được gửi tới các lãnh đạo cấp cao của doanh nghiệp. Các phản hồi được kiểm tra, rà soát về tính đầy đủ thông tin. Các dữ liệu được mã hóa đối với các trường thông tin thứ bậc hoặc định danh như quy mô doanh nghiệp, lĩnh vực kinh doanh. Số liệu thống kê mẫu cho thấy các quan sát được phân bố khá toàn diện trên cả 05 lĩnh vực kinh doanh bao gồm: Công nghiệp - chế tạo, thương mại - dịch vụ, xây dựng - xây lắp, nông - lâm - ngư nghiệp.

Trong mẫu nghiên cứu này, các DN trên địa bàn tỉnh Thái Bình chủ yếu có thời gian hoạt động trên 10 năm (chiếm gần 45%). Số doanh nghiệp có quy mô trên 100 tỷ đồng được khảo sát chiếm 9 %. Dữ liệu này tương đối phù hợp với đặc điểm của các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Thái Bình, chủ yếu là các doanh nghiệp có quy mô nhỏ và siêu nhỏ.

3.3.2. Phương pháp phân tích

Phân tích hồi quy tuyến tính OLS được sử dụng để ước lượng mức độ ảnh hưởng của các yếu tố trên 02 mô hình hồi quy: (1) Mô hình hồi quy đối với biến độc lập đổi mới nâng cao, và (2) Mô hình hồi quy với biến độc lập đổi mới đột phá. Các kết quả phân tích được thực hiện khi các thang đo được đánh giá đảm bảo độ tin cậy (Hệ số Cronbach’s Alpha đạt giá trị lớn hơn 0,6) và đo lường đúng khái niệm đề xuất thông qua tính hội tụ của biến trong phân tích nhân tố khám phá (EFA - Exploratory Factor Analysis). Các kết quả hồi quy được báo cáo khi mô hình không vi phạm các giả định về vấn đề như tự tương quan và đa cộng tuyến để đảm bảo mô hình hồi quy là vững.

4. PHÂN TÍCH ẢNH HƯỞNG CỦA MỨC ĐỘ ĐỔI MỚI ĐẾN KẾT QUẢ KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP

4.1. Phân tích độ tin cậy của thang đo và phân tích nhân tố khám phá

Trên cơ sở kiểm tra độ tin cậy của thang đo và phân tích nhân tố khám phá theo quy trình thực hiện trước khi báo cáo kết quả hồi quy, dữ liệu cho thấy các thang đo đảm bảo độ tin cậy trong đo lường các biến. Sau khi loại các chỉ báo chưa thực sự phù hợp liên quan đến biến mối quan hệ và năng lực đổi mới cùng với biến đổi mới đột phá, các hệ số Cronbach’s Alpha được báo cáo như bảng 2.

Bảng 2. Kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo biến

STT	Tên biến	Hệ số Cronbach’s Alpha	Số chỉ báo đo lường
1	Chiến lược đổi mới (CL)	0,842	3
2	Cấu trúc chính thức (CTCT)	0,782	3
3	Mối quan hệ với KH và nhà cung cấp	0,742	3
4	Văn hóa doanh nghiệp (sau loại biến)	0,604	3
5	Năng lực công nghệ	0,769	3
6	Đổi mới nâng cao	0,863	4
7	Đổi mới đột phá	0,769	3

Nguồn: Tính toán của nhóm nghiên cứu

Ngoại trừ biến văn hóa tổ chức, hệ số Cronbach’s Alpha của các biến độc lập chiến lược đổi mới, cấu trúc chính thức; mối quan hệ đối tác và năng lực công nghệ đều lớn hơn 0,6, lần lượt đạt 0,842; 0,782; 0,698 và 0,746. Tuy nhiên, hệ số tương quan biến tổng của biến quan sát về mối quan hệ (MQH3) nhỏ hơn 0,3. Do đó chỉ báo này được loại ra khỏi mô hình nghiên cứu. Tương tự, khi xem xét đối với biến năng lực công nghệ, nếu loại chỉ báo (NL3) hệ số Cronbach Alpha

được cải thiện từ 0,746 lên 0,812. Do đó, chỉ báo này được cân nhắc loại ra khỏi mô hình nghiên cứu để cải thiện độ tin cậy của các thang đo lường đối với các biến độc lập.

Đối với biến văn hóa doanh nghiệp, chỉ báo (VH1) nếu được loại ra khỏi mẫu, sẽ giúp cải thiện thang đo đối với biến này lên 0,604. Trong bối cảnh nền kinh tế tương đối mới như Việt Nam, nội hàm của các thang đo biến có thể chưa có sự tương thích cao với các khái niệm liên quan, do đó, với ngưỡng này cũng có thể chấp nhận được. Tuy nhiên, đáng chú ý đó là, khi thực hiện phân tích EFA, yếu tố về mối quan hệ doanh nghiệp qua chỉ báo MQH3 có thể đại diện cho một phần về văn hóa doanh nghiệp. Do đó, dựa trên kết quả này hệ số Cronbach Alpha được tính toán lại cho biến văn hóa là 0,742. Đối với biến đổi mới đột phá, nghiên cứu loại chỉ báo DP1 và DP4 trong số 5 chỉ báo, do đó số chỉ báo được giữ lại là 3 chỉ báo để đảm bảo hệ số độ tin cậy của thang đo. Hệ số Cronbach's alpha tính toán lại sau khi loại quan sát đạt giá trị = 0,769.

Với các nội dung phân tích trên, các kết quả này cho thấy, thang đo các khái niệm nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ ĐMST của các DN tại Thái Bình về cơ bản được xây dựng từ các biến quan sát đảm bảo độ tin cậy cho phân tích nhân tố ở các bước tiếp theo.

4.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA

Kết quả phân tích các yếu tố ảnh hưởng tới mức độ đổi mới sáng tạo cho thấy giá trị trị số KMO = 0,915 ($0,5 \leq KMO \leq 1$) và kiểm định Sig của Bartlett's Test = 0,00 < 0,05 nên có thể khẳng định dữ liệu phù hợp để phân tích nhân tố khám phá.

Bảng 3. Kết quả kiểm định KMO và Bartlett

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,915
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2878,232
	Df	120
	Sig.	0,000

Nguồn: Tính toán của nhóm nghiên cứu

Nghiên cứu tiến hành phân tích (EFA) đối với tất cả các biến quan sát đo lường các khái niệm về chiến lược đổi mới, văn hóa tổ chức, cấu trúc chính thức, mối quan hệ với các đối tác và năng lực công nghệ để phân tích theo phương pháp trích nhân tố bao gồm cả việc giải thích được phương sai riêng của nhân tố trích với phép quay không vuông góc. Tất cả các kết quả EFA trong nghiên cứu này đều lấy điểm dừng (eigenvalue) bằng 1 khi trích yếu tố. Khi đó, các nhân tố được tải theo đúng khái niệm đo lường đề xuất với hệ số tải nhân tố trên 0,5 ngoại trừ một chỉ báo thuộc biến mối quan hệ đối tác (MQH3) đo lường vào nội hàm của văn hóa tổ chức. Kết quả phân tích nhân tố khám phá cho thấy phương pháp EFA rút ra được 5 nhóm nhân tố tương ứng với 5 khái niệm. Mức độ giải thích sự biến thiên của các nhân tố với tổng phương sai trích là 62,98% tại điểm dừng eigenvalue là 1,080. Các biến quan sát đều đo lường đúng lường đúng khái niệm mà yếu tố đó đại diện. Trong tất cả các biến quan sát thỏa mãn trong phép xoay nhân tố, nhân tố có trọng số nhỏ nhất là

0,510 và nhân tố có trọng số lớn nhất là 0,804. Do đó, tất cả các biến quan sát này đều được dùng để đo lường trong nghiên cứu chính thức.

4.3. Phân tích tương quan và hồi quy

4.3.1. Phân tích tương quan

Phân tích tương quan cho thấy về cơ bản các biến độc lập có tương quan dương có phá đều có mức độ tương quan cao có ý nghĩa thống kê đối với kết quả kinh doanh của doanh nghiệp. Hệ số tương quan lần lượt là 0,84 và 0,77 tại mức ý nghĩa 5%.

Chiến lược đổi mới (CL); Cấu trúc chính thức (CT); Mối quan hệ với khách hàng và nhà cung cấp (MQH); Văn hóa tổ chức (VH) và Năng lực công nghệ (NL) đều có tương quan với kết quả kinh doanh của doanh nghiệp với hệ số tương quan đều trên 0,355 tại mức ý nghĩa 5%. Kết quả này giúp nhận diện ban đầu về chiều hướng ảnh hưởng của các biến trong mô hình là phù hợp.

4.3.2. Phân tích hồi quy ảnh hưởng của mức độ đổi mới sáng tạo đến kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp

Ảnh hưởng của đổi mới nâng cao đến kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp

Mô hình phân tích ảnh hưởng của độ đổi mới ở mức độ nâng cao đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp có giá trị R^2 điều chỉnh = 77,2% cho thấy các biến trong mô hình có thể giúp luận giải 77% dự biến thiên của kết quả kinh doanh. Các kiểm tra hiện tượng tự tương quan và đa cộng tuyến cho biết giá trị Durbin-Watson = 1,77 < 3 và hệ số phóng đại phương sai VIF = 3,77 nhỏ hơn 5. Do đó, mô hình không vi phạm các giả định về hồi quy.

Kết quả phân tích hồi quy cho thấy đổi mới ở cấp độ nâng cao có ảnh hưởng tích cực, có ý nghĩa thống kê đối với kết quả kinh doanh của doanh nghiệp. Với hệ số Beta = 0,579 cho thấy, trong điều kiện các yếu tố khác không đổi, mức độ đổi mới cải tiến của doanh nghiệp tăng 1% liên quan đến việc cải thiện 0,579% trong kết quả kinh doanh của doanh nghiệp. Trong số các yếu tố nội bộ hướng vào mục tiêu đổi mới của doanh nghiệp, nghiên cứu cho thấy chỉ có mối quan hệ đối tác và khách hàng trong đổi mới có ảnh hưởng tích cực, có ý nghĩa thống kê tại mức ý nghĩa 5%, với hệ số ảnh hưởng là Beta = 0,284. Kết quả ước lượng không tìm thấy bằng chứng về mối quan hệ của các yếu tố văn hóa đổi mới, năng lực công nghệ cũng như chiến lược đổi mới với kết quả kinh doanh. Tuy nhiên, khi xem xét các yếu tố thuộc về hệ sinh thái hỗ trợ đổi mới, nghiên cứu cho thấy các chính sách hỗ trợ đổi mới từ chính quyền địa phương có ảnh hưởng tích cực đến kết quả kinh doanh. Hệ số ảnh hưởng của yếu tố này là 0,81 tại mức ý nghĩa 5%

Ảnh hưởng của đổi mới đột phá đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp

Kết quả phân tích cho thấy đổi mới đột phá có ảnh hưởng tích cực đối với kết quả kinh doanh của doanh nghiệp. Hệ số ảnh hưởng của yếu tố này đến kết quả kinh doanh là cao nhất trong số các yếu tố được xem xét trong mô hình (Beta = 0,326). Các yếu tố nội bộ doanh nghiệp hướng vào mục

Bảng 4. Ma trận hệ số tương quan giữa các biến

Biến	CLDM	CTCT	DMNC	KQKD	DMDP	MQH	VHDN	HancheTT	QMDN
CLDM	1								
CTCT	0,860**	1							
DMNC	0,849**	0,846**	1						
KQKD	0,739**	0,698**	0,849**	1					
DMDP	0,600**	0,585**	0,761**	0,771**	1				
MQH	0,458**	0,355**	0,562**	0,657**	0,590**	1			
VHDN	0,806**	0,831**	0,833**	0,751**	0,654**	0,522**	1		
HancheTT	-0,023	0,132*	-0,137	0,99	-0,157*	-0,004	-0,071	1	
QMDN	0,214**	0,159**	0,106	-0,043	0,021	-0,078	0,087	-0,001	1

*, ** tương ứng với mức ý nghĩa lần lượt 1% và 5%

Nguồn: Tính toán của nhóm nghiên cứu

Bảng 5. Ảnh hưởng của đổi mới nâng cao đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	t	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-0,036	0,170		-0,213	0,832		
VH_ Văn hóa đổi mới	0,077	0,066	0,071	1,163	0,246	0,243	4,116
MQH- Mối QH đối tác	0,211	0,033	0,284	6,327	0,000	0,454	2,205
NLCN- Năng lực công nghệ	0,029	0,082	0,027	0,349	0,727	0,150	6,652
CLDM- Chiến lược đổi mới	0,027	0,065	0,029	0,418	0,676	0,191	5,240
QM- Quy mô doanh nghiệp	-0,022	0,013	-0,056	-1,731	0,085	0,886	1,129
Ho tro – Chính sách hỗ trợ	0,100	0,046	0,081	2,189	0,030	0,669	1,496
DMNC- Đổi mới nâng cao	0,617	0,076	0,579	8,125	0,000	0,180	5,554
R bình phương điều chỉnh				77,8%			
Durbin-Watson				1,774			

Nguồn: Tính toán của nhóm nghiên cứu

Bảng 6. Ảnh hưởng của đổi mới đột phá đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		HS chuẩn hóa	t	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-0,161	0,183		-0,881	0,379		
DMDP_ Đổi mới đột phá	0,350	0,050	0,326	7,011	0,000	0,437	2,286
VH- Văn hóa doanh nghiệp	0,147	0,065	0,136	2,244	0,026	0,257	3,894
MQH- Mối QH đối tác	0,186	0,035	0,251	5,314	0,000	0,426	2,345
NLCN- Năng lực công nghệ	0,120	0,081	0,113	1,469	0,143	0,159	6,273
CLDM- Chiến lược đổi mới	0,197	0,062	0,210	3,198	0,002	0,220	4,548
QMDN- Quymo	-0,016	0,013	-0,040	-1,223	0,222	0,870	1,149
TT- Hạn che thông tin	-0,016	0,011	-0,046	-1,449	0,149	0,923	1,083
HTDM- Ho tro DMST	0,102	0,047	0,082	2,149	0,033	0,648	1,542
R bình phương điều chỉnh				76,4%			
Durbin-Watson				1,889			

a. Dependent Variable: KQKD

Nguồn: Tính toán của nhóm nghiên cứu

tiêu đổi mới bao gồm chiến lược đổi mới, mối quan hệ đối tác và văn hóa doanh nghiệp cũng ảnh hưởng thuận chiều

lên kết quả kinh doanh, với hệ số ảnh hưởng lần lượt là 0,210; 0,251 và 0,136 tại mức ý nghĩa 5%. Tuy nhiên, nghiên cứu

không cung cấp bằng chứng về vai trò của năng lực đổi mới công nghệ đối với hiệu quả kinh doanh trong mẫu nghiên cứu hiện tại.

Liên quan đến các yếu tố thuộc về hệ sinh thái hỗ trợ đổi mới sáng tạo, nghiên cứu cho thấy mối quan hệ tích cực giữa việc các doanh nghiệp nhận được nhiều hỗ trợ hơn sẽ có kết quả kinh doanh tốt hơn, trong trường hợp các yếu tố khác không đổi. Mặc dù hệ số ảnh hưởng của yếu tố này không cao ($\beta = 0,08$), song cũng đã cung cấp bằng chứng về vai trò của chính sách của nhà nước đối với kết quả kinh doanh của doanh nghiệp liên quan đến hoạt động đổi mới sáng tạo.

5. KẾT LUẬN VÀ MỘT SỐ HÀM Ý

5.1. Thảo luận kết quả và hàm ý chính sách

Kết quả nghiên cứu dựa trên mẫu thu thập từ các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Thái Bình cho thấy đổi mới sáng tạo thực sự có ảnh hưởng tích cực đến kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp. Trong điều kiện các yếu tố khác không đổi, các doanh nghiệp đạt được mức độ đổi mới nâng cao với việc gia tăng các tính năng "tốt hơn" cho các sản phẩm dịch vụ hay quy trình sản xuất và quy trình tổ chức hoặc các doanh nghiệp đạt mức độ đổi mới mang tính đột phá, cung cấp các sản phẩm, dịch vụ hoàn toàn mới cho thị trường đều giúp cải thiện kết quả kinh doanh của doanh nghiệp. Các phát hiện này được ủng hộ bởi lý thuyết nguồn lực và lý thuyết năng lực động.

Tuy nhiên, khi xem xét các yếu tố nội bộ hướng vào mục tiêu đổi mới bao gồm chiến lược đổi mới, cấu trúc chính thức, văn hóa doanh nghiệp và mối quan hệ với đối tác và khách hàng, các kết quả nghiên cứu xác nhận vai trò nhất quán của yếu tố mối quan hệ đối tác và khách hàng hướng đến đổi mới có ảnh hưởng thuận chiều với hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Ảnh hưởng của yếu tố văn hóa đổi mới đối với kết quả kinh doanh chỉ được xác nhận trong mô hình đổi mới đột phá. Như vậy

Trường hợp đổi mới nâng cao, là hình thức đổi mới sáng tạo ở mức độ cải tiến. Ở cấp độ này, các doanh nghiệp chủ yếu tìm kiếm và áp dụng những cách thức thực hiện việc đổi mới thông qua cải tiến và nâng cấp sản phẩm, dịch vụ cung cấp ra thị trường trong đó bao gồm cả việc thực hiện áp dụng các phương thức mới trong truyền thông và tiếp thị cũng như thay đổi về quy trình sản xuất kinh doanh phù hợp và tương thích với nhu cầu khách hàng cũng như như nhà cung cấp để đạt được hiệu suất quản lý hiệu quả hơn, do đó giúp cải thiện kết quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Trường hợp đổi mới đột phá, là hình thức đổi mới mang tính toàn diện. Ở cấp độ đổi mới này, doanh nghiệp không chỉ dừng lại ở cải tiến sản phẩm mà thường đi đầu trong việc đưa ra các sản phẩm dịch vụ mới hoàn toàn cũng như đi trước so với các đối thủ cạnh tranh. Trong mô hình đổi mới mang tính đột phá, yếu tố văn hóa tổ chức và mối quan hệ đối tác là có ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả kinh doanh hàm ý rằng, các doanh nghiệp mà tinh thần đổi mới được hiện diện trong chính các hoạt động hàng ngày và được lan

tỏa tới toàn bộ các bộ phận trong doanh nghiệp mà theo đó, các hoạt động vận hành đều hướng đến đổi mới khuyến khích sự sáng tạo trong nội bộ doanh nghiệp, do đó giúp tạo ra các sản phẩm dịch vụ tương thích với nhu cầu và đòi hỏi của thị trường để đạt được kết quả kinh doanh cao hơn so với các doanh nghiệp khác, trong trường hợp các yếu tố khác không đổi.

Nghiên cứu cũng cung cấp bằng chứng về vai trò của các chính sách hỗ trợ đổi mới từ phía nhà nước. Các phát hiện trong nghiên cứu chỉ ra rằng, các doanh nghiệp nhận được nhiều hỗ trợ hơn dường như có kết quả kinh doanh cao hơn. Mối quan hệ này được hỗ trợ bởi lý thuyết thể chế dưới góc nhìn về kinh tế học. Tuy nhiên, đáng chú ý trong nghiên cứu này, các bằng chứng về năng lực công nghệ không phải là yếu tố có mối quan hệ với kết quả kinh doanh.

5.2. Hạn chế và hướng nghiên cứu trong tương lai

Nghiên cứu này đóng góp vào các tài liệu hiện có còn khá ít ở Việt Nam về ảnh hưởng của mức độ đổi mới đến kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp trong đó xem xét cả mối quan hệ này theo hai mức độ đổi mới khác nhau bao gồm cả đổi mới mang tính chất cải tiến (đổi mới nâng cao) và đổi mới mang tính toàn diện (đổi mới đột phá). Các phát hiện đã cung cấp bằng chứng thực nghiệm về vai trò tích cực của đổi mới và mối quan hệ đối tác cũng như chính sách hỗ trợ của nhà nước đối với kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp ở cấp độ tỉnh, nơi mà hệ sinh thái đổi mới sáng tạo còn khá mới mẻ, ít nhất so với các thành phố trực thuộc trung ương. Do đó, các kết quả có ý nghĩa thực tiễn trong đóng góp các hàm ý chính sách để thúc đẩy hoạt động đổi mới trong khu vực doanh nghiệp ở các địa phương.

Tuy nhiên, chúng tôi cũng thừa nhận nghiên cứu còn một số những hạn chế về khả năng luận giải của mô hình khi chưa làm rõ cơ chế tác động của mức độ đổi mới đối với kết quả kinh doanh cũng như chưa đủ cơ sở để xác nhận vai trò của các yếu tố nội bộ hướng vào mục tiêu đổi mới. Các kiểm soát ngành, lĩnh vực hoạt động cũng có thể giúp luận giải sâu sắc hơn về các mức độ đổi mới sáng tạo song chưa được kiểm chứng trong mô hình này. Đây cũng là định hướng cho các nghiên cứu tiếp theo trong tương lai.

LỜI CẢM ƠN

Chúng tôi chân thành cảm ơn Sở Khoa học và Công nghệ tỉnh Thái Bình đã hỗ trợ cho việc thực hiện nghiên cứu này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Abratt, et al., 1993. *Determinants of product innovation in specialty chemical companies*. Industrial Marketing Management.
- [2]. Ahmed P.K., 1998. *Culture and climate for innovation*. European Journal of Innovation Management, Vol. 1 No. 1, pp. 30-43.
- [3]. Atalay M., Anafarta N., Sarvan, F., 2012. *The relationship between innovation and firm performance: Empirical evidence from Turkish automotive supplier industry*. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 75(3):226-235.
- [4]. Avnimelech G., Zelekha Y., Sharabi E., 2014. *The effect of corruption on entrepreneurship in developed vs non-developed countries*. International Journal of

Entrepreneurial Behavior & Research, Vol. 20 No. 3, pp. 237-262. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-10-2012-0121>.

[5]. Calantone R.J., Cavusgil S.T., Zhao Y., 2002. *Learning orientation, firm innovation capability, and firm performance*. Industrial Marketing Management, No. 31, 515–524.

[6]. Chadee D., Roxas B., 2013. *Institutional environment, innovation capacity and firm performance in Russia*. Critical Perspectives on International Business, Vol. 9 No. 1/2, pp. 19-39. <https://doi.org/10.1108/17422041311299923>.

[7]. Cho H. J., Pucik V., 2005. *Relationship between innovativeness, quality, growth, profitability, and market value*. Strategic management journal, 26(6), 555-575.

[8]. Covin J.G., Slevin D.P., 1991. *A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior*. Entrepreneurship Theory and Practice, Vol.16, Issue 1, 7-26.

[9]. Dess G. G., Ireland R. D., Zahra S. A., Floyd S. W., Janney J. J., Pane P. L., 2003. *Emerging Issues in Corporate Entrepreneurship*. Journal of Management, 29(3), 351-378.

[10]. Dodgson, 2008. *The Management of Technological Innovation*. New York: Oxford University Press, p.9.

[11]. Galende J., Bennito J.G., Ortiz J.P., 2009. *An analysis of the relationship between total quality management-based human resource management practices and innovation*. The International Journal of Human Resource Management, Vol. 20, Issue 5, 1191-1218.

[12]. Geroski P., Machin S., Van Reenen J., 1993. *The profitability of innovating firms*. The Rand journal of economics, 198-211.

[13]. Grasby Stephen Edward, et al., 2011. *Geothermal energy resource potential of Canada*.

[14]. Gunday G., Ulusoy G., Kilic K., Alpkan L., 2011. *Effects of innovation types on firm performance*. International Journal of Production Economics, 113(2), 662–676.

[15]. Gupta V., 2021. *Relationships between leadership, motivation and employee-level innovation: Evidence from India*. Personnel Review, 49(7), 1363-1379.

[16]. Jung D. D., Wu A., Chow C. W., 2008. *Towards understanding the direct and indirect effects of CEOs' transformational leadership on firm innovation*. The Leadership Quarterly, 19(5), 582–594.

[17]. Jung D.I., Chow C., Wu A., 2003. *The role of transformational leadership in enhancing organizational innovation: hypotheses and some preliminary findings*. The Leadership Quarterly, No 14, 525–544.

[18]. Kowang, Tan Owee, Long, Choi Sang, Rasli, Amran, 2015. *Innovation Management and Performance Framework for Research University in Malaysia*. International Education Studies, Vol. 8, No. 6, 32-45.

[19]. Laforet S., 2011. *A framework of organisational innovation and outcomes in SMEs*. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, Vol. 17 No. 4, 380-408.

[20]. Lawson B., Samson D., 2001. *Developing innovation capability in organisations: A dynamic capabilities approach*. International Journal of Innovation Management, Vol. 5, No 3, 377-400.

[21]. Martínez-Ros E., Salas V., 1999. *Innovación y salarios en la manufactura española*. Innovation and wages in Spanish manufacturing, 81: 92–103.

[22]. Momeni Mostafa, Nielsen Susanne Balslev, Kafash Mahdi Haghighi, 2015. *Determination of Innovation Capability of Organizations: Qualitative Meta Synthesis and Delphi Method*. Proceedings of RESER2015, Innovative Services in the 21st Century.

[23]. Nguyen Quoc Duy, Hong Vu Tuan, 2013. *Strategic knowledge management, innovation and firm performance: An empirical study in Vietnamese firms*. Journal of Economics and Development, 198(II), 55-64.

[24]. Nguyen Thang V, Anh TT Phan, Mai TT Nguyen, 2016. *Knowledge creation, innovation and financial performance of firms: evidence from Vietnam*. International Journal of Business and Management, 11(6), 95.

[25]. Nguyen Van Thang, 2015. *Mot so ly thuyet duong dai ve quan tri kinh doanh, ung dung trong nghien cuu*. National Economics University Publishing house.

[26]. Nham Phong Tuan, Nguyen Thi Nhan, Pham Huong Giang, Nguyen Nhu Ngoc, 2016. *The effects of innovation on firm performance of supporting industries in Hanoi – Vietnam*. Journal of industrial engineering and management (Scopus ranking), 9(2), 413-431.

[27]. North Douglass C., 1981. *Structure and Change in Economic History*. New York: W.W. Norton.

[28]. O'Regan N, Ghobadian A, Gallea G., 2005. *In search of the drivers of high growth in manufacturing SMEs*. Technovation 26 (1): 30-41.

[29]. Roberts R. E., Phinney J. S., Mase L. C., Chen Y. R., Roberts C. R., Romero A., 1999. *The structure of ethnic identity of young adolescents from diverse ethnocultural groups*. The Journal of Early Adolescence, 19(3), 301-322.

[30]. Ryan J.C., Tipu S.A.A., 2013. *Leadership effects on innovation propensity: A two-factor full range leadership model*. Journal of Business Research, Vol. 66, Issue. 10, 2116-2129.

[31]. Schumpeter J.A., 1943. *Capitalism, Socialism and Democracy*. London: Allen and Unwin.

[32]. Scott W. R., 1995. *Institutions and Organizations, Ideas, Interests, and Identities*. Thousand Oaks, CA: Sage Publication.

[33]. Sharma A., Lacey N., 2004. *Linking product development outcomes to market valuation of the firm: The case of the US pharmaceutical industry*. Journal of Product Innovation Management, 21(5), 297-308.

[34]. Terziovski M., 2010. *Innovation practice and its performance implications in small and medium enterprises (SMEs) in the manufacturing sector: a resource-based view*. Strategic Management Journal, Vol. 31, No.8, pp. 892-902.

[35]. Therrien P., Doloreux D., Chamberlin, T., 2011. *Innovation novelty and (commercial) performance in the service sector: A Canadian firm-level analysis*. Technovation, 31(12):655–665.

[36]. Tidd J., Bessant J., 2009. *Managing innovation - integrating technological, Market and organizational change*, (4th ed.). Wiley.

[37]. Vu Hong Tuan, 2020. *Factors affecting Process innovation - Research in power generation companies of Vietnam*. Doctoral thesis, National Economics University.

[38]. Wang CL, Ahmed PK, 2007. *Dynamic capabilities: A review and research agenda*. Int. J. Manage. Rev., 9(1), 31-51.

[39]. Wiklund J., 1999. *The Sustainability of the Entrepreneurial Orientation Performance Relationship*. Entrepreneurship Theory & Practice, No. 24, 37-48.

[40]. Zahra S.A., Covin J.G., 1995. *Contextual influences on the corporate entrepreneurship-performance relationship. A longitudinal analysis*, vol. 10, issue 1, 43-58.

AUTHORS INFORMATION

Bui Thi Thu Loan, Nguyen Phuong Anh, Tran Quang Viet, Nguyen Thi Hai Yen, Bui Thi Hanh

Faculty of Business Management, Hanoi University of Industry, Vietnam