ĐỔI MỚI DOANH NGHIỆP DÂN DOANH VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH TOÀN CẦU HÓA: TRIỂN VỌNG VÀ THÁCH THỨC

Diệp Thanh Tùng
Trường Đại học Trà Vinh
Email: dttung@tvu.edu.vn

Ngày nhận: 18/12/2016
Ngày nhận bản sửa: 10/3/2017
Ngày duyệt đăng: 25/6/2017

Tóm tắt:
Nghiên cứu này sử dụng dữ liệu của 996 doanh nghiệp dân doanh tham gia trong dự án khảo sát doanh nghiệp năm 2015 của Ngân hàng thế giới tại Việt Nam để đánh giá các hoạt động đổi mới trong doanh nghiệp. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng, các doanh nghiệp dân doanh Việt Nam đã có khuynh hướng đổi mới ở tất cả các hình thức, nhưng việc đổi mới chủ yếu diễn ra dưới hình thức đổi mới sản phẩm, dịch vụ; trong khi đó, đổi mới trong tổ chức quản lý vẫn diễn ra chậm. Nhìn chung, có nhiều yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động đổi mới của doanh nghiệp, bao gồm các yếu tố bên ngoài và các yếu tố bên trong, phản ánh đặc điểm của doanh nghiệp. Khi các doanh nghiệp nhỏ chiếm đa số trong tổng số doanh nghiệp của cả nước thì việc họ ít có các hoạt động đổi mới là thử thách đối với cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam nói chung trong bối cảnh toàn cầu hóa đang diễn ra mạnh mẽ.
Từ khóa: đổi mới, doanh nghiệp, toàn cầu hóa, R&D, logistic.

Innovation of Vietnam private enterprises in the context of globalization: Prospects and challenges

Abstract:
This study used the data from 996 private enterprises participating in the 2015 enterprise survey by the World Bank in Vietnam to assess the innovation activities in the enterprises. The results indicate that there are all forms of innovations in Vietnam enterprises, however; most of innovation forms are directly related to products and services while innovation in organization and management has been slow. There are many factors affecting the innovation of the enterprises including both external and internal features of the enterprises. While small enterprises account for the majority of the country's enterprises, their few innovation activities are challenging for Vietnam business community in the globalization context.
Keywords: Innovation; enterprise; globalization; R&D; logistics.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh hội nhập và toàn cầu hóa, hoạt động của doanh nghiệp ở Việt Nam trong những năm gần đây đã có bước phát triển mạnh mẽ, góp phần huy động và phát huy nội lực vào phát triển kinh tế xã hội, tăng kim ngạch xuất khẩu, tăng thu ngân sách và giải quyết việc làm. Tính đến 31/12/2015, cả nước có khoảng 513 nghìn doanh nghiệp đang hoạt động (VCCI, 2016). Tuy nhiên, số lượng doanh nghiệp liên tục có biến động lớn, chỉ tính riêng tháng 6/2016, số doanh nghiệp được thành lập mới của cả nước là 9.761 doanh nghiệp; đồng thời, số doanh nghiệp hoàn tất thủ tục giải thể trong tháng 6 của cả nước là 864 doanh nghiệp, số doanh nghiệp đăng ký tạm ngừng kinh doanh có thời hạn là 1.621 doanh nghiệp và số doanh nghiệp tạm ngừng hoạt động không đăng ký hoặc chờ giải thể là 3.744 doanh nghiệp (Cục Quản lý đăng ký kinh doanh, 2016).

Việc số lượng doanh nghiệp liên tục biến động một mặt phù hợp với nhịp tăng trưởng của nền kinh tế nhưng cũng đồng thời thể hiện tính kém ổn định trong phát triển doanh nghiệp nói chung.

Nhận thức vai trò quan trọng của doanh nghiệp đối với nền kinh tế, Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XII (2016) đã chỉ rõ Việt Nam phải đẩy mạnh tái cơ cấu nền kinh tế, nâng cao chất lượng tăng trưởng, phát triển theo chiều sâu dựa trên tri thức đổi mới, sáng tạo, khoa học và công nghệ cao, trong đó doanh nghiệp, nhất là doanh nghiệp tư nhân là động lực nâng cao sức cạnh tranh và tính tự chủ của nền kinh tế. Tiếp theo đó, Chính phủ (2016) đã ban hành quy định về việc hỗ trợ và phát triển doanh nghiệp đến năm 2020 nhằm thúc đẩy các hoạt động đổi mới chính sách, tạo môi trường thuận lợi để phát triển doanh nghiệp. Trước đó, Thủ tướng Chính phủ (2011) cũng đã ban hành quyết định về việc tổ chức và hoạt động của Ban Chỉ đạo Đổi mới và Phát triển doanh nghiệp nhằm thúc đẩy các hoạt động đổi mới đối với doanh nghiệp nhà nước nói riêng và các doanh nghiệp hoạt động theo Luật doanh nghiệp nói chung.

Trong tiến trình phát triển doanh nghiệp ở Việt Nam, đặc biệt sau khi Hiệp định Đối tác xuyên Thái Bình Dương (TPP) được ký kết, nhu cầu đổi mới doanh nghiệp càng trở nên cấp thiết. Tuy nhiên, các đổi mới này chủ yếu thể hiện rõ nét thông qua các chương trình tái cơ cấu doanh nghiệp nhà nước – nơi mà áp lực đổi mới đã trở thành điều kiện tiên quyết để hội nhập quốc tế thông qua các hiệp định thương mại tự do. Trong khi đó, đổi mới trong các doanh nghiệp dân doanh chủ yếu xuất phát từ nhu cầu của chính doanh nghiệp theo yêu cầu của thị trường. Theo mục tiêu của Chính phủ (2016), đến năm 2020, hàng năm, Việt Nam có khoảng 30% đến 35% doanh nghiệp có hoạt động đổi mới, sáng tạo. Tuy vậy, văn bản này chưa mô tả rõ các hoạt động đổi mới nào sẽ được cân nhắc như hoạt động đổi mới, sáng tạo. Việc thiếu các định nghĩa phù hợp có thể dẫn đến các khó khăn trong việc xác định và đạt mục tiêu đề ra. Ngoài ra, tiến trình đổi mới trong doanh nghiệp luôn diễn ra liên tục, nhưng rất khó đo lường do thiếu các dữ liệu điều tra quy mô.

Nghiên cứu này sử dụng dữ liệu từ cuộc khảo sát doanh nghiệp của Ngân hàng thế giới tại Việt Nam vào năm 2015 để đưa ra các một số định nghĩa về đổi mới doanh nghiệp, đánh giá hoạt động đổi mới và các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động đổi mới của doanh nghiệp trong ba năm gần đây. Các kết quả nghiên cứu được kỳ vọng sẽ đóng góp vào các nghiên cứu thực chứng về đổi mới và những thử thách đổi mới đối với doanh nghiệp Việt Nam, tập trung cho khối dân doanh, nhằm thúc đẩy sự phát triển chung của doanh nghiệp Việt Nam trong bối cảnh toàn cầu hóa.

2. Phương pháp và dữ liệu

Trong tiến trình phát triển doanh nghiệp, đổi mới (innovation) đóng vai trò quan trọng nhằm tạo ra những chuyển biến tích cực, thúc đẩy doanh nghiệp phát triển về số lượng và quy mô. Nhiều nghiên cứu thực chứng đã chứng minh rằng đổi mới tạo ra lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp, bao gồm cả các lợi thế về doanh thu và lợi nhuận (Bakan & Yildiz, 2009; Bhaskaran, 2006; Johannessen & cộng sự, 2001; Verhees & Meulenberg, 2004). Đổi mới, theo Bhaskaran (2006) và Damanpour (1991), là khái niệm bao hàm các hành vi sáng tạo và chấp nhận rủi ro nhằm dẫn đến những thay đổi như hình thành nên sản phẩm, dịch vụ mới, phương pháp sản xuất mới, thị trường mới, sử dụng các nguồn lực mới hay tổ chức quản lý doanh nghiệp theo phương thức mới.

Ngân hàng thế giới (2015) định nghĩa các hoạt động đổi mới trong doanh nghiệp bao gồm đổi mới sản phẩm, đổi mới phương pháp, đổi mới tổ chức, và đổi mới hoạt động marketing. Dựa trên cách tiếp cận này, từ năm 2005 đến nay, Ngân hàng thế giới tại Việt Nam đã thực hiện ba đợt khảo sát doanh nghiệp với quy mô lớn ở Việt Nam vào các năm 2005, 2009 và 2015. Mục tiêu của các khảo sát này nhằm ghi nhận phản hồi của doanh nghiệp dân doanh về những thay đổi của môi trường kinh doanh và đánh giá tác động của những thay đổi đó đối với sự đổi mới của doanh nghiệp. Các doanh nghiệp được lựa chọn theo phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên phân tầng theo hai lĩnh vực sản xuất và dịch vụ, đại diện cho các vùng trong cả nước. Dữ liệu được thu thập thông qua hình thức phỏng vấn trực tiếp. Trong đợt khảo sát năm 2015, có 996 doanh nghiệp tham gia trả lời khảo sát, phân bổ theo bốn vùng của cả nước bao gồm khu vực Đồng bằng sông Hồng, Bắc Trung Bộ và Duyên hải miền Trung, Đông Nam Bộ và Đồng bằng sông Cửu Long. Theo định nghĩa của khảo sát này, quy mô doanh nghiệp được sàng lọc và phân loại ở mức siêu nhỏ (dưới 5 lao động), nhỏ (từ 5 đến 19 lao động), vừa (từ 20 đến 99 lao động) và lớn (trên 99 lao động). Tỷ lệ các doanh nghiệp được lựa chọn theo quy mô trên tương ứng là 0,2%, 29,32%,

40,46% và 30,02% trong tổng số 996 doanh nghiệp được phỏng vấn.

Sử dụng các định nghĩa về đổi mới làm trung tâm của các phân tích, nghiên cứu này chọn lọc lại những doanh nghiệp có dữ liệu đầy đủ để phân tích. Đánh giá hoạt động đổi mới của doanh nghiệp được ghi nhận bởi các câu hỏi với hai phương án trả lời Có/Không đối với mỗi hình thức đổi mới. Để đánh giá các yếu tố quyết định đến các hình thức đổi mới, nghiên cứu này sử dụng mô hình hồi quy binary logistic được áp dụng cho từng hình thức đổi mới. Gọi là xác suất của một hoạt động đổi mới được thực hiện trong doanh nghiệp trong vòng 3 năm gần đây, (1- là xác suất không có hoạt động đổi mới tương ứng; i là các hình thức đổi mới trong doanh nghiệp, có các giá trị từ 1 đến 4 tương ứng với bốn hình thức đổi mới của doanh nghiệp bao gồm: (1) đổi mới sản phẩm (trong vòng ba năm qua, doanh nghiệp có giới thiệu sản phẩm, dịch vụ mới không?), (2) đổi mới phương pháp (trong vòng ba năm qua, doanh nghiệp có bất kỳ cải thiện đáng kể nào về phương pháp sản xuất hoặc cung ứng dịch vụ?), (3) đổi mới tổ chức (trong vòng ba năm qua, doanh nghiệp có bất kỳ sự cải thiện đáng kể nào về cấu trúc tổ chức hoặc thực tiễn quản lý?), (4) đổi mới marketing (trong vòng ba năm qua, doanh nghiệp có bất kỳ cải thiện đáng kể nào về phương pháp marketing không?) và bao hàm thêm tiêu chí thứ năm là (5) chi tiêu cho hoạt động nghiên cứu phát triển (R&D) (trong vòng ba năm qua, doanh nghiệp có khoản chi phí chính thức nào cho các hoạt động nghiên cứu phát triển, bao gồm tự nghiên cứu hoặc đặt hàng từ bên ngoài?).

Khi đó, mối liên hệ giữa các biến độc lập (các yếu tố được kỳ vọng ảnh hưởng đến các hình thức đổi mới nêu trên) và biến phụ thuộc có thể diễn đạt dưới dạng phương trình:

$$\log\left(\frac{p_i}{1 \quad p_i}\right) = \propto + \beta_j X_j + \varepsilon$$

Với Xj là biến độc lập và βj là các hệ số hồi quy của biến độc lập thứ j, ε là phần dư.

Các biến độc lập được đưa vào mô hình để xác định mối liên hệ của những yếu tố này đến xác suất của từng hình thức đổi mới trong doanh nghiệp được trình bày chi tiết trong phần Phụ lục.

Các biến độc lập được kỳ vọng có ảnh hưởng đến hoạt động đổi mới của doanh nghiệp chủ yếu xoay quanh các đặc điểm theo quy mô doanh nghiệp, chẳng hạn khả năng tiếp cận tín dụng, nộp thuế, tuyển dụng lao động mới, quy mô thị trường,... như được mô tả trong Phụ lục. Mối quan hệ giữa quy mô doanh nghiệp và hoạt động đổi mới của doanh nghiệp nhận được một số quan điểm tương đối thống nhất từ các nghiên cứu thực chứng. Các nghiên cứu của Ayyagari & cộng sự (2007), Cohen & Levin (1989) chỉ ra rằng doanh nghiệp lớn có nhiều lợi thế trong việc tiếp cận các nguồn lực, thông qua đó, thúc đẩy sự đổi mới dễ dàng hơn so với doanh nghiệp nhỏ.

Trong khi đó, Rothwell (1989), Rothwell & Dodgson (1994) đã chỉ ra rằng, so với các doanh nghiệp lớn, các doanh nghiệp vừa và nhỏ có nhiều lợi thế trong việc đổi mới bằng cách sử dụng linh hoạt các đầu vào; tuy nhiên, các doanh nghiệp nhỏ thường ít có khuynh hướng đổi mới so với doanh nghiệp lớn bởi những hạn chế trong việc tiếp cận các kỹ thuật hỗ trợ cho tiến trình đổi mới (Bougrain & Haudeville, 2002). Bên cạnh đó, khả năng tiếp cận tín dụng và chất lượng nguồn lực là những yếu tố chính thúc đẩy các hoạt động đổi mới của doanh nghiệp nhỏ và vừa (Oum & cộng sự, 2014), trong khi năng lực công nghệ và marketing của nguồn nhân lực của doanh nghiệp cũng là những yếu tố gắn liền với hoạt động đổi mới (Baldwin & cộng sự, 2000). Trong nghiên cứu này, bên cạnh việc xác định các yếu tố ảnh hưởng đến các hình thức đổi mới như đã nêu, nghiên cứu cũng kỳ vọng cung cấp một ví dụ thực chứng về mối quan hệ giữa quy mô doanh nghiệp và tiến trình đổi mới đối với các doanh nghiệp ở Việt Nam.

3. Kết quả và thảo luận

Bảng 1 mô tả các hoạt động đổi mới trong doanh nghiệp phân theo bốn vùng của Việt Nam. Theo đó, xấp xỉ 30% số doanh nghiệp có các hoạt động đổi mới về: Giới thiệu mới hoặc cải thiện đáng kể sản phẩm hoặc dịch vụ; Áp dụng mới hoặc cải thiện đáng kể phương pháp sản xuất hoặc cung ứng dịch vụ; Áp dụng mới hoặc cải thiện đáng kể phương pháp marketing. Chỉ có khoảng 17% doanh nghiệp có đổi mới hoặc cải thiện đáng kể cấu trúc tổ chức hoặc phương thức quản lý và xấp xỉ 22% doanh nghiệp có chi tiêu cho hoạt động R&D, bao gồm cả thuê ngoài. Nói cách khác, các hoạt động đổi mới của doanh nghiệp tập trung ở đổi mới sản phẩm, dịch vụ và bán hàng, nhưng hạn chế trong đổi mới về tổ chức quản trị.

Trong số 996 doanh nghiệp được khảo sát, các doanh nghiệp phía Nam bao gồm những doanh nghiệp ở Đông Nam Bộ và vùng Đồng bằng sông

Bảng 1. Đổi mới trong doanh nghiệp được phân loại theo vùng

Hình thức đổi mới		Số lượng doanh nghiệp(*)				
		Đồng bằng sông Hồng	Bắc trung bộ và Duyên hải miền Trung	Đông Nam bộ	Đồng bằng sông Cửu Long	Tổng cộng
Giới thiệu mới hoặc cải thiện đáng kể sản phẩm hoặc dịch vụ	*Không*	189	141	229	125	684
	Có	112	95	75	22	304
Áp dụng mới hoặc cải thiện đáng kể phương pháp sản xuất hoặc cung ứng dịch vụ	*Không*	200	123	240	107	670
	Có	100	116	63	40	319
Áp dụng mới hoặc cải thiện đáng kể cấu trúc tổ chức hoặc phương thức quản lý	*Không*	233	190	274	122	819
	Có	69	49	31	25	174
Áp dụng mới hoặc cải thiện đáng kể phương pháp marketing	*Không*	202	118	257	119	696
	Có	98	121	45	28	292
Chi tiêu cho hoạt động R&D, bao gồm tự thực hiện hoặc thuê ngoài	*Không*	222	171	246	131	770
	Có	79	68	58	16	221

(*) Tổng số lượng doanh nghiệp có thông tin trả lời ở mỗi hình thức là khác nhau;
Nguồn: Thống kê từ dữ liệu của Ngân hàng thế giới (2015)

Cửu Long có tỷ lệ đổi mới thấp nhất trong hầu hết các hình thức đổi mới. Trong khi đó, các doanh nghiệp ở khu vực phía bắc bao gồm vùng Đồng bằng sông Hồng, Bắc Trung Bộ và Duyên hải miền Trung lại có các hoạt động đổi mới đang diễn ra mạnh mẽ. Trong mối liên hệ giữa vùng và các hình thức đổi mới, Bắc Trung Bộ và Duyên hải miền Trung là khu vực đi đầu trong việc áp dụng mới hoặc cải thiện đáng kể phương pháp marketing nhằm thúc đẩy hoạt động bán hàng với xấp xỉ 50% doanh nghiệp được hỏi có thực hiện hoạt động đổi mới này trong vòng ba năm gần đây. Ở chiều ngược lại, chỉ có khoảng 10% doanh nghiệp được khảo sát ở Đông Nam Bộ có thực hiện đổi mới về tổ chức quản lý, kế đến là các doanh nghiệp ở Đồng bằng sông Cửu Long với 17% doanh nghiệp thực hiện đổi mới về tổ chức quản lý.

Ngoài ra, trong bảng 2, các số liệu thống kê chỉ ra rằng các hoạt động đổi mới tập trung nhiều ở các doanh nghiệp có quy mô vừa và lớn. Xấp xỉ 40% doanh nghiệp lớn được hỏi có thực hiện giới thiệu mới hoặc cải thiện đáng kể sản phẩm hoặc dịch vụ. Tương tự, khoảng 40% doanh nghiệp lớn áp dụng mới hoặc cải thiện đáng kể phương pháp sản xuất hoặc cung ứng dịch vụ. Đối với các doanh nghiệp nhỏ, hoạt động đổi mới tập trung ở đổi mới sản phẩm,

Bảng 2. Đổi mới trong doanh nghiệp được phân loại theo quy mô của doanh nghiệp

Hình thức đổi mới		Số lượng doanh nghiệp(*)			
		Nhỏ	Vừa	Lớn	Tổng cộng
Giới thiệu mới hoặc cải thiện đáng kể sản phẩm hoặc dịch vụ	*Không*	1	231	272	180	684
	Có	1	59	127	117	304
Áp dụng mới hoặc cải thiện đáng kể phương pháp sản xuất hoặc cung ứng dịch vụ	*Không*	1	226	267	176	670
	Có	1	64	134	120	319
Áp dụng mới hoặc cải thiện đáng kể cấu trúc tổ chức hoặc phương thức quản lý	*Không*	2	271	334	209	819
	Có	0	17	67	90	174
Áp dụng mới hoặc cải thiện đáng kể phương pháp marketing	*Không*	2	219	274	201	696
	Có	0	70	128	94	292
Chi tiêu cho hoạt động R&D, bao gồm tự thực hiện hoặc thuê ngoài	*Không*	2	259	312	197	770
	Có	0	30	91	100	221

(*) Tổng số lượng doanh nghiệp có thông tin trả lời ở mỗi hình thức là khác nhau;

Nguồn: Thống kê từ dữ liệu của Ngân hàng thế giới (2015)

dịch vụ. Đặc biệt, chỉ có 6% các doanh nghiệp nhỏ có đổi mới về tổ chức quản lý và 10% doanh nghiệp nhỏ có chi tiêu cho hoạt động R&D.

Tiếp theo, nghiên cứu tiếp tục khám phá các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động đổi mới của doanh nghiệp. Trong bảng 3, các cột được đánh số từ (2) đến (6) tương ứng với năm hình thức đổi mới; trong khi đó, cột đánh số (1) bao gồm bất kỳ hoạt động đổi mới nào trong số năm hình thức trên. Kết quả ước lượng từ mô hình hồi quy logistic cho thấy, những yếu tố sau có ảnh hưởng đến các hoạt động đổi mới, bao gồm:

Sự xuất hiện của những doanh nghiệp thuộc nhóm doanh nghiệp vừa và nhỏ trong mô hình hồi quy sẽ làm giảm các hoạt động đổi mới. Nói cách khác, các hoạt động đổi mới, đặc biệt là đổi mới tổ chức chủ yếu diễn ra ở các doanh nghiệp có quy mô lớn. Có thể phân loại các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động đổi mới của doanh nghiệp theo hai nhóm: các nhân tố bên trong của doanh nghiệp và các áp lực đổi mới từ môi trường bên ngoài.

Đối với nhóm những yếu tố bên trong, phản ánh năng lực của doanh nghiệp, những doanh nghiệp có tỷ lệ doanh thu từ sản phẩm, dịch vụ chính trong tổng doanh thu càng cao thì càng có tỷ lệ đổi mới thấp. Đặc điểm này ngụ ý rằng, những doanh nghiệp có sản phẩm, dịch vụ đa dạng sẽ có khuynh hướng đổi mới nhiều hơn. Ngoài ra, việc doanh nghiệp sử dụng website riêng như một kênh quảng bá có tác động ở mức ý nghĩa cao trong tất cả các hoạt động đổi mới. Yếu tố này càng có ý nghĩa khi một nghiên cứu của VCCI (2009) cho thấy, có đến 73,70% các doanh nghiệp vừa và nhỏ được khảo sát ở Việt Nam chưa có website riêng. Một kết quả nghiên cứu của

Bảng 3. Ước lượng tác động biên (marginal effects) của mô hình hồi quy logistic

	(1) Bất kỳ hoạt động đổi mới	(2) Đổi mới sản phẩm	(3) Đổi mới phương pháp	(4) Đổi mới tổ chức	(5) Đổi mới Marketing	(6) Chi tiêu cho R&D
City_size	0.161***	0.134***	0.113**	0.123***	0.174***	0.072
Share_traded	0.073	0.082	0.099	0.045	0.132	0.274***
Share_nottraded	0.049	0.033	0.037	0.040	0.072	0.094*
Sole	0.011	-0.002	0.026	-0.041	0.001	0.100**
Limited	0.035	0.014	0.027	-0.010	-0.069	0.107**
Employee_start	0.000**	0.000**	0.000	0.000	0.000	0.000
topmanager_experience	0.003*	0.003*	0.002	-0.002	-0.002	0.004***
Website	0.151***	0.064**	0.071**	0.110***	0.153***	0.108***
Sale_main	-0.001	-0.003***	-0.001	-0.002***	-0.002***	-0.002***
National	0.112***	0.157***	0.120***	-0.002	0.095***	0.066**
International	0.070	0.069	0.027	-0.002	-0.015	-0.019
Compete	0.110***	0.084***	0.108***	0.015	0.075***	0.028
Purchase_credit	0.001	0.000	0.000	0.000	0.001**	0.000
Buy	0.146***	0.078***	0.119***	0.051**	0.077***	0.117***
Overdarft_facility	0.051	0.112***	0.005	0.030	0.060	0.020
Credit	0.087***	0.014	0.075**	-0.005	0.073***	0.055**
Tax	0.056*	-0.006	0.058*	0.055**	0.062**	0.010
Employee_current	0.000*	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000**
Training	0.178***	0.163***	0.136***	0.105***	0.149***	0.119***
Vacancies	0.070*	0.041	0.066*	0.074***	0.097***	0.061***
SME	-0.012	-0.027	-0.034	-0.100***	0.048	-0.010
N	*809*	*811*	*812*	*812*	*812*	*813*
-2 Log likelihood	*802,406*	*842,923*	*534,617*	*730,045*	*613,173*	*806,600*
Cox & Snell R Square	*0,196*	*0,195*	*0,211*	*0,267*	*0,240*	*0,324*
Nagelkerke R Square	*0,279*	*0,273*	*0,357*	*0,381*	*0,373*	*0,433*

, ** và * đạt ý nghĩa ở mức sai biệt thống kê 10%, 5% và 1%; Ý nghĩa của các biến được diễn giải trong Phụ lục.*

Nguồn: Kết quả phân tích

VECOM (2017) cho thấy, đến năm 2016 chỉ có 45% doanh nghiệp (không phân biệt quy mô) sở hữu website riêng,

Phát triển nguồn nhân lực của doanh nghiệp cũng là một trong những yếu tố thúc đẩy các hoạt động đổi mới. Những doanh nghiệp có số lượng lao động lớn (từ lúc mới thành lập và hiện tại) và đội ngũ cán bộ quản lý nhiều kinh nghiệm có khuynh hướng đổi mới nhiều hơn. Ngoài ra, các hoạt động đổi mới của doanh nghiệp cũng gắn liền với những doanh nghiệp có các hoạt động tuyển dụng và đào tạo nhân sự diễn ra phổ biến hơn.

Bên cạnh các yếu tố bên trong của doanh nghiệp, các tác động từ môi trường bên ngoài của doanh nghiệp cũng có tác động ý nghĩa đối với các hoạt động đổi mới của doanh nghiệp, cụ thể:

Quy mô dân số của thị trường càng lớn và phạm vi thị trường của doanh nghiệp càng rộng (trong cả nước hoặc quốc tế), doanh nghiệp càng có khuynh hướng đổi mới nhiều hơn. Ngoài ra, những doanh nghiệp có nhiều đối thủ cạnh tranh không chính thức (không có đăng ký như doanh nghiệp) sẽ có khuynh hướng đổi mới nhiều hơn trước các áp lực cạnh tranh này.

Ngoài ra, các hoạt động tín dụng, bao gồm những doanh nghiệp hiện tại có khoản tín dụng từ các tổ chức tài chính, mua nguyên liệu bằng tín dụng, có hoạt động thấu chi sẽ có tác động tích cực đối với các hoạt động đổi mới. Một kết quả khá thú vị được xác định là các hoạt động kiểm tra của cơ quan thuế cũng có tác động cùng chiều đến hoạt động đổi mới. Đặc điểm này có thể là một tác động gián tiếp, xuất phát từ việc các doanh nghiệp có quy mô lớn, hoạt động đổi mới đa dạng sẽ phát sinh các nghiệp vụ thuế nhiều hơn các doanh nghiệp nhỏ.

Tất cả những yếu tố trên đều tác động đến đổi mới trong doanh nghiệp theo chiều hướng được khẳng định bởi nhiều nghiên cứu thực chứng trước đó. Đối với các doanh nghiệp Việt Nam nói chung, kết quả của nghiên cứu này khẳng định lại các kết luận của các nghiên cứu thực chứng trước đó (Ayyagari & cộng sự, 2007; Cohen & Levin, 1989; Rothwell, 1989; Rothwell & Dodgson, 1994); theo đó, quy mô doanh nghiệp thể hiện trực tiếp hoặc gián tiếp qua nhiều biến độc lập trong các mô hình nêu trên và tác động tích cực đến tiến trình đổi mới nói chung trong doanh nghiệp Việt Nam. Ngoài ra, kết quả nghiên cứu về mối liên hệ tích cực giữa một số các yếu tố bên trong của doanh nghiệp (liên quan đến nguồn nhân lực), khả năng tiếp cận tín dụng và hoạt động đổi mới của doanh nghiệp cũng khẳng định sự phù hợp với kết quả nghiên cứu của Oum & cộng sự (2014).

4. Kết luận

Dựa trên khái niệm đổi mới rộng với nhiều định nghĩa về hoạt động đổi mới, các doanh nghiệp Việt Nam đã thể hiện sự sẵn sàng đổi mới trước áp lực của thị trường và hội nhập. Tuy nhiên, các hoạt động đổi mới tập trung chủ yếu ở đổi mới sản phẩm, dịch vụ và quy trình bán hàng trong khi có ít doanh nghiệp đổi mới về tổ chức quản lý. Có sự khác biệt giữa các vùng miền trong cả nước trong các hoạt động đổi mới của doanh nghiệp. Trong khi các doanh nghiệp phía Bắc có xu hướng tích cực trong đổi mới thì các doanh nghiệp ở Đồng bằng sông Cửu Long có ít các hình thức đổi mới.

Nghiên cứu này là một tình huống thực chứng từ các doanh nghiệp Việt Nam và kết quả nghiên cứu tiếp tục xác nhận lợi thế của các doanh nghiệp lớn trong tiến trình đổi mới. Cụ thể, các hình thức đổi mới tổ chức vẫn chủ yếu diễn ra ở những doanh nghiệp có quy mô lớn, hoạt động sản phẩm, dịch vụ đa dạng, thị trường rộng. Một số các yếu tố khác cũng tác động đến hoạt động đổi mới của doanh nghiệp và phù hợp với các nghiên cứu trước đó, mặc dù có sự khác biệt về các tác động này đối với các hình thức đổi mới khác nhau. Nhìn chung, với tỷ lệ đa số trong tổng số doanh nghiệp của cả nước, việc các doanh nghiệp nhỏ ít có các hoạt động đổi mới tổ chức tiếp tục là thử thách nói chung đối với cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam trong bối cảnh toàn cầu hóa đang diễn ra mạnh mẽ.

Phụ lục

Bảng 4. Mô tả các thông số thống kê mô tả của các biến trong mô hình

Tên biến	Diễn giải thuộc tính của biến	Số quan sát	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Tối thiểu	Tối đa
Innovation	Có bất kỳ một hoạt động đổi mới (Product, Process, Organization, Marketing, R&D) (biến giả: 1 có đổi mới, 0 không có)	996	0.538	0.499	0	1
Product	Có sản phẩm mới hoặc sản phẩm/dịch vụ được cải thiện đáng kể (biến giả: 1 có đổi mới, 0 không có)	988	0.308	0.462	0	1
Process	Có đổi mới phương pháp sản xuất hoặc cung ứng dịch vụ (biến giả: 1 có đổi mới, 0 không có)	989	0.323	0.468	0	1
Organization	Có đổi mới cấu trúc tổ chức hoặc quản lý (biến giả: 1 có đổi mới, 0 không có)	993	0.175	0.380	0	1
Marketing	Có đổi mới phương pháp marketing (biến giả: 1 có đổi mới, 0 không có)	988	0.296	0.457	0	1
R&D	Có chi tiêu cho nghiên cứu và phát triển (biến giả: 1 có đổi mới, 0 không có)	991	0.223	0.416	0	1
City_size	Quy mô dân số của thành phố nơi doanh nghiệp kinh doanh có trên một triệu dân (biến giả: 1 nếu đúng, 0 nếu không đúng)	995	0.809	0.393	0	1
SME	Thuộc nhóm doanh nghiệp vừa và nhỏ (biến giả: 1 nếu đúng, 0 nếu không đúng)	996	0.700	0.459	0	1
Share_traded	Công ty cổ phần có niêm yết trên thị trường chứng khoán (biến giả: 1 nếu đúng, 0 nếu không đúng)	996	0.039	0.194	0	1
Share_nottraded	Công ty cổ phần không có niêm yết trên thị trường chứng khoán (biến giả: 1 nếu đúng, 0 nếu không đúng)	996	0.180	0.384	0	1
Sole	Doanh nghiệp tư nhân (biến giả: 1 nếu đúng, 0 nếu không đúng)	996	0.438	0.496	0	1
Limited	Công ty trách nhiệm hữu hạn (biến giả: 1 nếu đúng, 0 nếu không đúng)	996	0.230	0.421	0	1
Employee_start	Tổng số lao động năm thành lập (người)	919	74.596	224.973	1	2500
Employee_current	Tổng số lao động năm hiện tại (người)	991	201.655	1003.349	2	1700

Manager_exp	Kinh nghiệm điều hành của người quản lý cao nhất trong lĩnh vực hoạt động hiện tại của doanh nghiệp (năm)	976	17.749	9.490	2	60
Website	Doanh nghiệp có website (biến giả: 1 nếu có bất kỳ, 0 nếu không có)	990	0.485	0.500	0	1
Sale_main	Doanh thu của sản phẩm/dịch vụ chính trong tổng doanh thu (%)	982	91.445	159.534	5	100
National	Doanh nghiệp hiện đang kinh doanh trên thị trường cả nước (biến giả: 1 nếu đúng, 0 nếu không đúng)	996	0.341	0.474	0	1
International	Doanh nghiệp hiện đang kinh doanh trên thị trường quốc tế (biến giả: 1 nếu đúng, 0 nếu không đúng)	996	0.159	0.366	0	1
Compete	Doanh nghiệp có đối thủ cạnh tranh là các doanh nghiệp không đăng ký (biến giả: 1 nếu đúng, 0 nếu không đúng)	962	0.466	0.499	0	1
Purchase_credit	Tỷ lệ mua chịu đầu vào (%)	963	38.740	34.903	0	100
Buy	Mua tài sản, máy móc, thiết bị mới (biến giả: 1 nếu đúng, 0 nếu không đúng)	988	0.478	0.500	0	1
Overdarft	Thực hiện thấu chi từ tài khoản doanh nghiệp (biến giả: 1 nếu đúng, 0 nếu không đúng)	971	0.124	0.329	0	1
Credit	Hiện tại, doanh nghiệp đang có vay vốn từ các tổ chức tài chính (biến giả: 1 nếu đúng, 0 nếu không đúng)	973	0.493	0.500	0	1
Tax	Trong năm qua, doanh nghiệp được kiểm tra bởi cơ quan thuế (biến giả: 1 nếu đúng, 0 nếu không đúng)	986	0.488	0.500	0	1
Training	Trong năm qua, doanh nghiệp có các chương trình đào tạo, huấn luyện chính thức cho nhân viên (biến giả: 1 nếu đúng, 0 nếu không đúng)	985	0.250	0.433	0	1
Vacancies	Trong 2 năm qua, doanh nghiệp có tuyển dụng nhân sự mới (biến giả: 1 nếu đúng, 0 nếu không đúng)	972	0.223	0.417	0	1

Nguồn: Thống kê từ dữ liệu của Ngân hàng thế giới (2015)

Lời cảm ơn:

Tác giả cảm ơn Ngân hàng thế giới tại Việt Nam đã cho phép tác giả sử dụng dữ liệu từ các cuộc Khảo sát doanh nghiệp Việt Nam do Ngân hàng thế giới tại Việt Nam thực hiện.

Tài liệu tham khảo

Ayyagari, Meghana, Demirguc-Kunt, Asli & Maksimovic, Vojislav (2007), 'Firm Innovation in Emerging Markets', *World Bank Policy Research Working Paper*, No. 4157.

Bakan, I. & Yildiz, B. (2009), 'Innovation strategies and innovation problems in small and medium-sized enterprises: an empirical study', in *Innovation Policies, Business Creation and Economic Development: A Comparative Approach*, Neslihan, A. (ed.), Springer New York, USA.

Baldwin, John, Hanel, Petr & Sabourin, David (2002), 'Determinants of Innovative Activity in Canadian Manufacturing Firms', *in Innovation and Firm Performance: Econometric Explorations of Survey Data*, Kleinknecht, Alfred & Mohnen, Pierre (editors), Palgrave Macmillan UK, London, 86-111.

Bhaskaran, S. (2006), 'Incremental innovation and business performance: Small and medium-size food enterprises in a concentrated industry environement', *Journal of Small Business Management*, 44(1), 64-80.

Bougrain, F. & Haudeville, B. (2002), 'Innovation, collaboration and SMEs internal research capacities', *Research Policy*, 31, 735-747.

Chính phủ (2016), *Nghị quyết số 35/NQ-CP về hỗ trợ và phát triển doanh nghiệp đến năm 2020*, ban hành ngày 16 tháng 5 năm 2016.

Cohen, Wesley M. & Levin, Richard C. (1989), 'Empirical Studies of Innovation and Market Structure', *Handbook of Industrial Organization*, Schmalensee, R. & Willig, R. (eds.), 2, 1059-1107, Elsevier.

Cục Quản lý đăng ký kinh doanh (2016), *Thông tin tình hình đăng ký doanh nghiệp*, truy cập ngày 7 tháng 11 năm 2016, từ <https://dangkykinhdoanh.gov.vn/NewsandUpdates/tabid/91/CategoryID/25/language/vi-VN/Default.aspx>.

Damanpour, F. (1991), 'Organizational innovation: A meta-analysis of effects of determinants and moderators', *Academy of Management Journal*, 34(3), 555-590.

Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XII (2016), *Nghị quyết Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ XII*, ban hành ngày 28 tháng 01 năm 2016.

Johannessen, J., Olsen, B., & Lumpkin, G.T. (2001), 'Innovation as newness: what is new, how new, and new to whom?', *European Journal of Innovation Management*, 4(1), 20-31.

Ngân hàng thế giới (2015), *Báo cáo khảo sát doanh nghiệp Việt Nam 2015*, Hà Nội.

Oum, Sothea, Narjoko, Dionisius & Harvie, Charles (2014), 'Constraints, Determinants of SME Innovation, and the Role of Government Support', Working paper, *Economic Research Institute for ASEAN and East Asia (ERIA)*.

Rothwell, R. (1989), 'Small firms, innovation and industrial change', *Small Business Economics*, 1, 51-64.

Rothwell, R. & Dodgson, M. (1994), 'Innovation and size of firm', in *The Handbook of Industrial Innovation*, Aldershot Hants, Edward Elgar, UK.

Thủ tướng Chính phủ (2011), *Quyết định số 2092/QĐ-TTg về tổ chức và hoạt động của Ban chỉ đạo Đổi mới và phát triển doanh nghiệp*, ban hành ngày 23 tháng 11 năm 2011.

VCCI, Phòng Thương mại và công nghiệp Việt Nam (2016), *Báo cáo thường niên doanh nghiệp Việt Nam 2015*, Hà Nội.

VCCI, Phòng Thương mại và công nghiệp Việt Nam (2009), *Báo cáo Tình hình ứng dụng công nghệ thông tin – truyền thông trong doanh nghiệp*, Hà Nội.

Verhees, F.J.H.M. & Meulenberg, M.T.G. (2004), 'Market orientation, innovativeness, product innovation and performance in small firms;, *Journal of Small Business Management*, 42(2), 134-154.