

---

# TÁC ĐỘNG CỦA ĐỔI MỚI SÁNG TẠO ĐẾN DOANH SỐ VÀ KIM NGẠCH XUẤT KHẨU

Nguyễn Minh Ngọc

Viện Thương mại và Kinh tế Quốc tế, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: [ngocieds@neu.edu.vn](mailto:ngocieds@neu.edu.vn)

Mã bài: JED - 319

Ngày nhận bài: 29/07/2021

Ngày nhận bài sửa: 27/09/2021

Ngày duyệt đăng: 03/02/2022

## Tóm tắt

Mục đích của nghiên cứu này là kiểm chứng tác động của đổi mới quy trình đến đổi mới sản phẩm, doanh số và kim ngạch xuất. Nghiên cứu được thực hiện với mẫu nghiên cứu gồm 201 doanh nghiệp trong các khu công nghiệp trên địa bàn tỉnh Vĩnh Phúc. Kết quả cho thấy đổi mới quy trình có tác động tích cực đến đổi mới sản phẩm. Doanh số/kim ngạch xuất khẩu của các doanh nghiệp có “quy trình mới so với ngành” hoặc “sản phẩm mới so với thị trường” lớn hơn đáng kể so với các doanh nghiệp không có đổi mới sáng tạo. Kết quả nghiên cứu chỉ những khác biệt cao về cấp độ đổi mới sáng tạo tạo ra sự khác biệt đáng kể về kim ngạch xuất khẩu và doanh số.

**Từ khóa:** Đổi mới sáng tạo, đổi mới sản phẩm, đổi mới quy trình, doanh số, xuất khẩu

**Mã JEL:** O32

## Effects of innovation on sale and export turnover

*Abstract:*

*The purpose of this study is to examine the effects of process innovation on product innovation, sales, and export turnover. The study was conducted with a sample of 201 firms in industrial zones in Vĩnh Phúc province, Vietnam. The findings show that process innovation has a positive impact on product innovation. The sales/ export turnovers of firms with “processes new to the industry” or “products new to the market” are significantly larger than those of firms without innovation. The findings also show that only significant improvements in innovation level can create significant increase in sales and export turnover.*

*JEL Code:* O32

*Keyword:* Innovation, product innovation, process innovation, sales, exports.

## 1. Giới thiệu

Vai trò của đổi mới sáng tạo đối với hoạt động kinh doanh đã được khẳng định trong nhiều nghiên cứu khác nhau. Đặc biệt, đổi mới sáng tạo ngày càng trở nên quan trọng hơn trong điều kiện toàn cầu hóa và các mạng công nghiệp 4.0. Theo IMF (2018), toàn cầu hóa đã làm tăng tính cạnh tranh quốc tế, thúc đẩy các doanh nghiệp đầu tư nhiều hơn cho đổi mới sáng tạo để thoát cạnh tranh. Bên cạnh đó, theo Lee & cộng sự (2020), trong điều kiện cách mạng công nghiệp 4.0, cạnh tranh dựa trên lao động giá rẻ không còn phù hợp nữa. Tự động hóa ngày càng tăng và sự hội tụ công nghệ làm đổi mới sáng tạo trở nên quan trọng hơn. Trong bối cảnh này, tăng cường đổi mới sáng tạo trở nên trở rất cấp thiết đối với các doanh nghiệp Việt Nam. Tuy nhiên, để phát huy tốt vai trò của đổi mới sáng tạo, các doanh nghiệp cần có chiến lược phù hợp cho các hoạt động đổi mới. Cụ thể, các doanh nghiệp cần kết hợp hai loại hình đổi mới (đổi mới quy trình và đổi mới sản phẩm) một cách hợp lý để đảm bảo quá trình đổi mới diễn ra hiệu quả. Bên cạnh đó họ cũng cần xác định mỗi loại hình đổi mới cần đạt đến cấp độ nào để tạo ra được những tác động đáng kể trên thị trường,

đặc biệt là trên thị trường quốc tế.

Các nghiên cứu khác nhau trên thế giới đã chứng minh và giải thích tác động tích cực của đổi mới quy trình đến đổi mới sản phẩm và tác động của đổi mới sáng tạo đến kết quả kinh doanh trên nhiều phương diện như năng suất, hiệu quả sản xuất, kết quả kinh doanh, lợi thế cạnh tranh, doanh số và kim ngạch xuất khẩu (Becker & Egger, 2013; Edeh & cộng sự, 2020; Psomas & cộng sự, 2018; Rajapathirana & Hui, 2018; Un & Asakawa, 2015). Ở Việt Nam, nghiên cứu về đổi mới sáng tạo ở các doanh nghiệp chủ yếu được thực hiện theo hai hướng chính. Hướng thứ nhất tập trung làm rõ ảnh hưởng của các yếu tố nội tại đến năng lực đổi mới sáng tạo (Đặng Thu Hương, 2020; Lê Thị Mỹ Linh, 2016; Lê Thị Mỹ Linh & Nguyễn Ngọc Hiên, 2017; Phùng Minh Thu Thùy & Trần Thọ Đạt, 2019) hoặc đổi mới sáng tạo (Trần Thị Hồng Việt, 2015). Hướng thứ hai tập trung làm rõ ảnh hưởng của đổi mới sáng tạo đến kết quả kinh doanh, chủ yếu là tập trung vào các chỉ tiêu ROA, ROE (Lê Thị Thu Hà, 2018; Nguyễn Minh Ngọc, 2016; Trần Anh Quyết & cộng sự, 2020). Tuy nhiên, hiện nay chưa có nhiều nghiên cứu có thể cung cấp được luận cứ khoa học và thực tiễn đầy đủ để giúp các doanh nghiệp Việt Nam xây dựng các chiến lược đổi mới sáng tạo cụ thể, ví dụ doanh nghiệp có nên thực hiện đồng thời cả đổi mới quy trình và đổi mới sản phẩm hay không? đổi mới quy trình, đổi mới sản phẩm có thể giúp các doanh nghiệp đạt được những mục tiêu cụ thể nào trên thị trường trong nước và quốc tế? Để tạo ra những tác động đáng kể trên thị trường, đặc biệt là trên thị trường quốc tế, các nỗ lực đổi mới sáng tạo cần được triển khai đến cấp độ nào?

Để trả lời câu hỏi trên, nghiên cứu này tập trung: (i) kiểm chứng quan hệ giữa đổi mới quy trình và đổi mới sản phẩm; (ii), làm rõ tác động của đổi mới quy trình và đổi mới sản phẩm đến doanh số và kim ngạch xuất khẩu của các doanh nghiệp. Các nội dung còn lại của nghiên cứu này lần lượt trình bày các vấn đề sau: (i) Cơ sở lý luận về tác động của đổi mới sáng tạo đến doanh số và kim ngạch xuất khẩu của doanh nghiệp, (ii) Phương pháp nghiên cứu, (iii) Kết quả nghiên cứu, và (iv) Kết luận và ý nghĩa nghiên cứu.

## **2. Cơ sở lý luận về tác động của đổi mới sáng tạo đến doanh số và kim ngạch xuất khẩu của doanh nghiệp**

### **2.1. Khái niệm, phân loại và cấp độ đổi mới sáng tạo**

Theo OECD (2018) đổi mới sáng tạo là một sản phẩm hoặc quy trình mới hoặc được cải tiến (hoặc sự kết hợp của chúng) khác biệt đáng kể so với các sản phẩm hoặc quy trình trước đây của tổ chức và đã được cung cấp cho người dùng tiềm năng (đối với đổi mới sản phẩm) hoặc được tổ chức sử dụng (đối với đổi mới quy trình). Ở doanh nghiệp, đổi mới sáng tạo là một sản phẩm hoặc quy trình kinh doanh mới hoặc được cải tiến (hoặc kết hợp của chúng) khác biệt đáng kể với các sản phẩm hoặc quy trình kinh doanh trước đây của doanh nghiệp và đã được giới thiệu ra thị trường hoặc được doanh nghiệp áp dụng trong hoạt động sản xuất kinh doanh.

Một sản phẩm là một hàng hóa hoặc dịch vụ (hoặc sự kết hợp của chúng). Quy trình kinh doanh bao gồm tất cả các hoạt động cốt lõi của doanh nghiệp để sản xuất sản phẩm và các hoạt động phụ trợ hoặc hỗ trợ cho các hoạt động cốt lõi. Một sản phẩm mới được giới thiệu khi nó được cung cấp cho những người sử dụng. Quy trình kinh doanh được giới thiệu khi nó được đưa vào sử dụng thực tế trong hoạt động của doanh nghiệp. Giới thiệu được định nghĩa là lần đầu một sản phẩm hoặc quy trình kinh doanh khác biệt đáng kể được sử dụng.

Theo hướng dẫn mới nhất của OECD (2018), ở doanh nghiệp đổi mới sáng tạo được phân thành hai loại hình chính là đổi mới sản phẩm và đổi mới quy trình. Đổi mới sản phẩm là hàng hóa hoặc dịch vụ mới hoặc được cải tiến khác biệt đáng kể so với hàng hóa hoặc dịch vụ trước đây của doanh nghiệp và đã được giới thiệu trên thị trường. Đổi mới quy trình là một quy trình kinh doanh mới hoặc được cải tiến cho một hoặc nhiều hoạt động chức năng có khác biệt đáng kể so với các quy trình kinh doanh trước đây đã được doanh nghiệp áp dụng.

Có hai cấp độ đổi mới sáng tạo cơ bản tương ứng với mỗi loại hình đổi mới sáng tạo bao gồm đổi mới

---

sáng tạo mới so với doanh nghiệp và đổi mới sáng tạo mới so với thị trường hoặc ngành công nghiệp. Mới so với doanh nghiệp là mức thấp nhất của đổi mới sáng tạo, là đổi mới sáng tạo lần đầu tiên được áp dụng hoặc triển khai ở doanh nghiệp, nhưng không phải mới so với thị trường hoặc ngành công nghiệp. Mới so với thị trường/ngành là đổi mới được doanh nghiệp áp dụng/triển khai nhưng chưa có trên thị trường mà doanh nghiệp phục vụ hoặc trong ngành công nghiệp mà doanh nghiệp đang hoạt động. Ngoài hai cấp độ trên, có đổi mới so với thế giới, tuy nhiên loại đổi mới sáng tạo này ít xuất hiện ở các nước đang phát triển (OECD, 2018).

## **2.2. Quan hệ giữa đổi mới quy trình và đổi mới sản phẩm**

Các nghiên cứu cho thấy đổi mới quy trình và đổi mới sản phẩm có nhiều điểm khác biệt, trong đó quan trọng nhất là khác biệt về mục tiêu và khác biệt về trình tự trong quá trình đổi mới sáng tạo. Về góc độ kỹ thuật, Un & Asakawa (2015) cho rằng đổi mới sản phẩm có mục đích chính là tạo ra sự mới lạ cho sản phẩm, giúp doanh nghiệp có được các sản phẩm tốt nhất trên thị trường, trong khi đó đổi mới quy trình không nhất thiết phải tạo ra sản phẩm mới mà giúp doanh nghiệp hoạt động hiệu quả hơn. Dựa trên lý thuyết nguồn lực, Lee & cộng sự (2019) lại lập luận rằng đổi mới quy trình có thể làm tăng lợi thế cạnh tranh về mặt nguồn lực là điều kiện để đổi mới sản phẩm. Một cách cụ thể hơn, Xie & cộng sự (2019) lập luận đổi mới quy trình đòi hỏi doanh nghiệp phải cải tiến một cách hệ thống toàn bộ các quy trình quản lý và vận hành để nâng cao hiệu quả của các nguồn lực, vì vậy, tạo ra nền tảng mới cho đổi mới sản phẩm; bên cạnh đó, đổi mới quy trình còn có thể trực tiếp giúp các doanh nghiệp cải thiện chất lượng sản phẩm, mở rộng chủng loại sản phẩm hoặc sản xuất các sản phẩm hoàn toàn mới, do vậy cho phép họ nâng cao thị phần của mình.

Các kết quả nghiên cứu thực chứng khác nhau đã được triển khai cũng ủng hộ tác động tích cực của đổi mới quy trình đến đổi mới sản phẩm. Kết quả nghiên cứu với số liệu từ 209 doanh nghiệp ở Trung Quốc cho thấy tác động của tích cực của đổi mới quy trình đến đổi mới sản phẩm (Xie & cộng sự, 2019). Một nghiên cứu với số liệu từ 856 doanh nghiệp ở Hàn Quốc cho thấy đổi mới quy trình có tác động tích cực đến đổi mới sản phẩm cả trên hai cấp độ đổi mới đột biến và đổi mới dần dần (Lee & cộng sự, 2019). Tương tự, trong một nghiên cứu mới đây với số liệu khảo sát từ 642 nghiệp ở Trung Quốc, Wang & cộng sự (2021) cho thấy đổi mới quy trình xanh có tác động tích cực đến đổi mới sản phẩm xanh.

Dựa trên những lập luận và các kết quả nghiên cứu ở trên, giả thuyết sau đây được đề xuất:

*H1: Đổi mới quy trình có tác động tích cực đến đổi mới sản phẩm*

## **2.3. Quan hệ giữa đổi mới sáng tạo và kết quả kinh doanh (doanh số và kim ngạch xuất khẩu)**

Từ lâu, đổi mới sáng tạo được coi làm một trong những yếu tố quan trọng nhất cho sự thành công dài hạn của các doanh nghiệp, do đổi mới sáng tạo giúp các doanh nghiệp giảm thiểu áp lực cạnh tranh trực tiếp trên thị trường. Tuy nhiên, theo thời gian, áp lực cạnh tranh sẽ tăng do sự bất chước của đối thủ cạnh tranh nếu doanh nghiệp không tiếp tục đổi mới (Schumpeter, 1934). Ngày nay, dưới tác động của khoa học và công nghệ, vòng đời sản phẩm ngày được rút ngắn thì đổi mới sáng tạo càng trở nên quan trọng hơn trong việc duy trì sự thành công trên thị trường (Atalay & cộng sự, 2013). Cụ thể, đổi mới sản phẩm giúp doanh nghiệp mở rộng phạm vi sản phẩm, tạo ra các sản phẩm độc đáo hơn để gia nhập thị trường mới hoặc gia tăng doanh số trên thị trường hiện tại (Becker & Egger, 2013; Evangelista & Vezzani, 2010). Trong khi đó đổi mới quy trình cho phép doanh nghiệp cắt giảm chi phí, nâng cao năng suất, cải thiện chất lượng sản phẩm, tiết kiệm chi phí và thời gian (Evangelista & Vezzani, 2010; Lee & cộng sự, 2019). Vì vậy, các doanh nghiệp có mức độ đổi mới sản phẩm và đổi mới quy trình cao hơn, sẽ có nhiều lợi thế cạnh tranh hơn trên thị trường, nên có doanh số và kim ngạch xuất khẩu cao hơn các doanh nghiệp khác.

Các kết quả nghiên cứu thực chứng khác nhau đã được triển khai cũng ủng hộ tác động tích cực của đổi mới quy trình và đổi mới sản phẩm đến doanh số và kim ngạch xuất khẩu. Nghiên cứu mới đây của Psomas & cộng sự (2018) dựa trên mẫu nghiên cứu là 433 sản xuất và dịch vụ ở Hy Lạp cũng cho thấy đổi mới sáng tạo có tác động tích cực đến kết quả hoạt động của doanh nghiệp trên thị trường (thị phần, mức độ thâm

nhập thị trường, hình ảnh doanh nghiệp trên thị trường, lợi thế cạnh tranh trên thị trường). Tương tự, kết quả nghiên cứu trên mẫu với 379 doanh nghiệp bảo hiểm ở Sri Lanka cũng cho thấy đổi mới sản phẩm và đổi mới quy trình có tác động tích cực đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp (Rajapathirana & Hui, 2018). Nghiên cứu cứu được thực hiện bởi Kirbach & Schmiedeberg (2008) với mẫu nghiên cứu gồm 12,500 trong khoảng thời gian từ 1993-2003 cho thấy các doanh nghiệp đổi mới sáng tạo có xu hướng xuất khẩu cao hơn và có thị phần lớn hơn trên thị trường quốc tế. Nghiên cứu gần được thực hiện bởi Edeh & cộng sự (2020) trên mẫu nghiên cứu là 890 doanh nghiệp sản xuất ở Nigeria cho thấy cả đổi mới sản phẩm và đổi mới quy trình đều có tác động tích cực đến kết quả xuất khẩu.

Các lý thuyết và kết quả nghiên cứu trên gợi ý các giả thuyết:

*H2a: Đổi mới quy trình có tác động tích cực đến doanh số và kim ngạch xuất khẩu*

*H2b: Đổi mới sản phẩm có tác động tích cực đến doanh số và kim ngạch xuất khẩu*

### **3. Phương pháp nghiên cứu**

#### **3.1. Số liệu và đo lường**

Số liệu đề tài được thu thập thông qua quá trình khảo sát 201 doanh nghiệp trong các khu công nghiệp trên địa bàn tỉnh Vĩnh Phúc. Phiếu khảo sát được xây dựng trên cơ sở tham khảo các hướng dẫn về đo lường đổi mới sáng tạo của OECD (2018) và phiếu khảo sát đổi mới cộng đồng (Community Innovation Survey) của Cộng đồng Châu Âu (EC). Cụ thể, đổi mới sáng tạo được quan sát theo hai loại hình là đổi mới quy trình và đổi mới sản phẩm. Đổi mới quy trình có ba cấp độ là: “không có đổi mới quy trình”, “chỉ có quy trình mới so với doanh nghiệp”, và “có quy trình mới so với ngành”. Đổi mới sản phẩm có ba cấp độ là: “không có đổi mới sản phẩm”, “chỉ có sản phẩm mới so với doanh nghiệp”, “có sản phẩm mới so với thị trường”. Doanh nghiệp được hỏi để chọn ra cấp độ đổi mới quy trình và đổi mới sản phẩm cao nhất đã diễn ra ở doanh nghiệp trong giai đoạn 2017-2019. Doanh số và xuất khẩu chỉ thu thập cho năm 2019 do theo các hướng dẫn của OECD thì cần khoảng ba năm để đổi mới sáng tạo ra những tác động đáng kể đến kết quả kinh doanh. Doanh số được đo bằng tỷ VND/năm và kim ngạch xuất khẩu được đo bằng triệu USD/năm.

#### **3.2. Đặc điểm mẫu khảo sát**

Toàn bộ có 201 doanh nghiệp tại tám khu công nghiệp trên địa bàn tỉnh Vĩnh Phúc đã được khảo sát vào cuối năm 2020. Theo lĩnh vực hoạt động, có 46,3% số doanh nghiệp được khảo sát là các doanh nghiệp trong lĩnh vực điện tử - máy tính; 21,4% là các doanh nghiệp trong lĩnh vực cơ khí - điện máy; 10,4% là các doanh nghiệp thuộc lĩnh vực hóa chất - nhựa - cao su; 8% doanh nghiệp thuộc lĩnh vực thương mại dịch vụ; 6,5% doanh nghiệp thuộc lĩnh vực dệt may; và phần còn lại 7,5% doanh nghiệp thuộc các lĩnh vực sản xuất khác. Theo loại hình doanh nghiệp, có 63,7% doanh nghiệp được khảo sát là các doanh nghiệp nước ngoài; 32,3% doanh nghiệp là các công ty trách nhiệm hữu hạn; và có 4% doanh nghiệp là các công ty cổ phần. Theo quy mô doanh nghiệp, có 34,8% doanh nghiệp là doanh nghiệp nhỏ có quy mô ít hơn 100 lao động; 34,3% doanh nghiệp là doanh nghiệp lớn có quy mô từ 200 đến 3000 lao động; 16,4% doanh nghiệp là doanh nghiệp vừa (có 100 - 200 lao động); và có 6% doanh nghiệp lớn (trên 3000 lao động); và có 8,5% số doanh nghiệp không có thông tin về quy mô.

#### **3.3. Phương pháp phân tích**

Kiểm định Chi-Square Test được sử dụng để phân tích quan hệ giữa đổi mới quy trình và đổi mới sản phẩm. Phương pháp phân tích Univariate trong General Linear Model được sử dụng để đánh giá tác động của đổi mới sáng tạo đến doanh số và kim ngạch xuất khẩu. Đây là những phương pháp phù hợp với các vấn đề nghiên cứu và đặc điểm của các biến số.

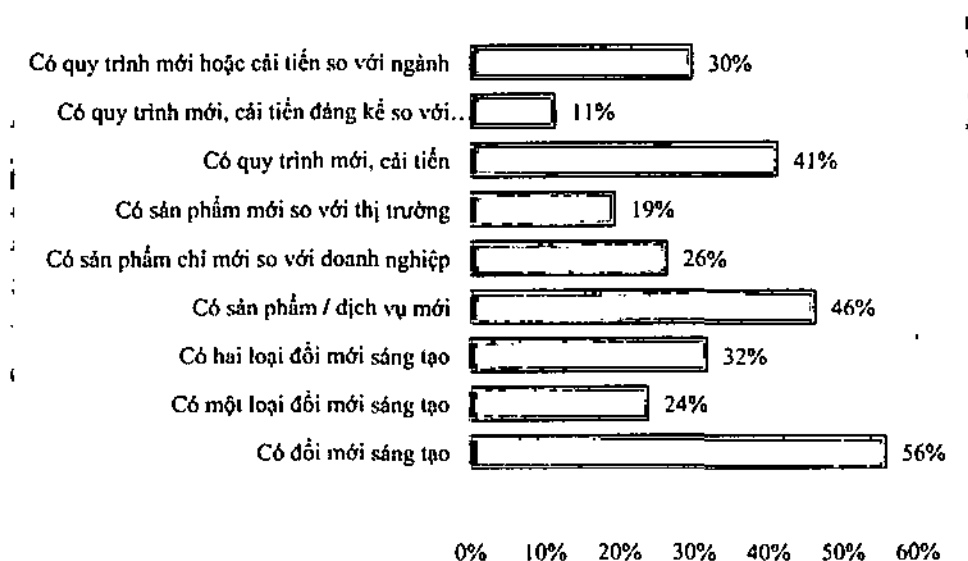
## **4. Kết quả nghiên cứu**

### **4.1. Thực trạng đổi mới sáng tạo**

Hình 1 phản ánh thực trạng đổi mới sáng tạo ở các doanh nghiệp thuộc mẫu khảo sát. Kết quả cho thấy

có khoảng 56% doanh nghiệp có đổi mới sáng tạo. Đây là con số cao hơn rất nhiều so với con số chung của cả nước là 27,66% (Trần Đắc Hiến & cộng sự, 2020). Theo định nghĩa của OECD thì những doanh nghiệp này được gọi là doanh nghiệp đổi mới sáng tạo. Trong đó, có 24% doanh nghiệp chỉ có một loại hình đổi mới sáng tạo (đổi mới sản phẩm hoặc đổi mới quy trình) và có 32% doanh nghiệp có hai loại hình đổi mới sáng tạo (cả đổi mới quy trình và đổi mới sản phẩm/dịch vụ). Các con số này là khá cao so với kết quả khảo sát toàn quốc năm 2018 với các giá trị lần lượt là 17,92%, và 20,6%. Có 46% doanh nghiệp có đổi mới sản phẩm/dịch vụ, trong đó chỉ có hơn 19% có sản phẩm mới so với thị trường và chỉ có 26% doanh nghiệp có sản phẩm chỉ mới so với doanh nghiệp. Có 41% doanh nghiệp có đổi mới quy trình, trong đó có 11% có quy trình mới so với doanh nghiệp và 30% doanh nghiệp có quy trình mới so với ngành.

**Hình 1: Thực trạng đổi mới sáng tạo ở các doanh nghiệp**



Nguồn: Kết quả khảo sát.

#### 4.2. Thực trạng doanh số và kim ngạch xuất khẩu

Thực trạng doanh số và kim ngạch xuất khẩu của các doanh nghiệp thuộc mẫu khảo sát được thể hiện ở Bảng 1. Kết quả cho thấy có sự khác biệt khá lớn về doanh số cũng như kim ngạch xuất khẩu giữa các doanh nghiệp. Doanh số bình quân của các doanh nghiệp trong năm 2019 là 554 tỷ VND, với độ lệch chuẩn là 1655 tỷ VND, giá trị thấp nhất là 0,1 tỷ VND và giá trị cao nhất là 13263,1 tỷ VND. Kim ngạch xuất khẩu bình quân của các doanh nghiệp năm 2019 là 13 triệu USD, với độ lệch chuẩn là 21 triệu USD, giá trị thấp nhất là 0,0 triệu USD, giá trị cao nhất là 98,8 triệu USD.

**Bảng 1: Doanh số và kim ngạch xuất khẩu năm 2019 của mẫu nghiên cứu**

	Doanh số (tỷ VND)	Kim ngạch - xuất khẩu (triệu USD)
Trung bình	554,2	13,0
Độ lệch chuẩn	1655,0	21,0
Thấp nhất	0,1	0,0
Cao nhất	13263,1	98,8

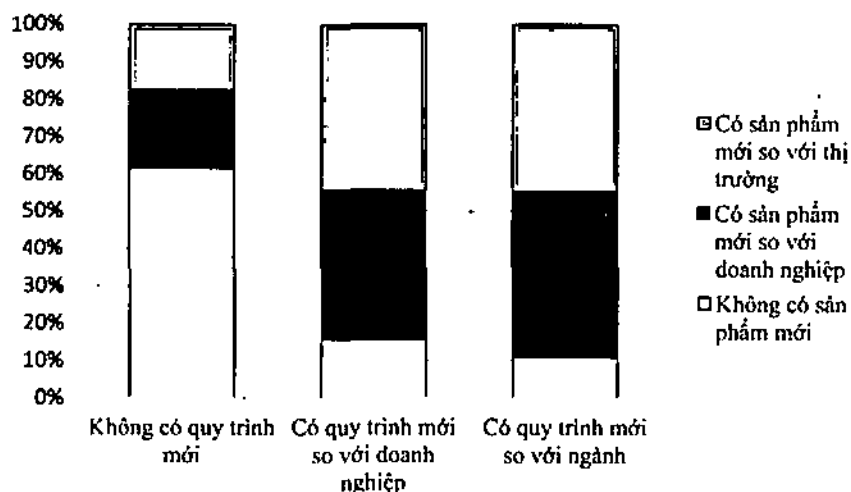
Nguồn: Kết quả khảo sát.

#### 4.3. Tác động của đổi mới quy trình đến đổi mới sản phẩm

Kết quả kiểm định Chi-Square test cho thấy có tác động của đổi mới quy trình đến đổi mới sản phẩm

(ở cả kiểm định Pearson Chi-Square với  $X^2=56.750$ ,  $df=4$ ,  $p<0.000$  và kiểm định Likelihood Ratio với  $X^2=59.543$ ,  $df=4$ ,  $p<0.000$ ). Kết quả ở Hình 2 cho thấy khi cấp độ đổi mới quy trình tăng lên thì tỷ lệ doanh nghiệp có sản phẩm mới cũng tăng lên và tỷ lệ doanh nghiệp không có sản phẩm mới giảm xuống.

**Hình 2: Quan hệ giữa đổi mới quy trình và đổi mới sản phẩm**



*Nguồn: Kết quả khảo sát.*

Cụ thể, khi đổi mới quy trình tăng lên theo các cấp độ: không có đổi mới quy trình – chỉ có quy trình mới so với doanh nghiệp – có quy trình mới so với ngành thì tỷ trọng doanh nghiệp có đổi mới sản phẩm cũng tăng tương ứng từ 23,7% lên 73,9% và 78,3%; tỷ trọng doanh nghiệp có sản phẩm mới so với thị trường cũng tăng lên từ 8,5% lên 34,8% và 35%; ngược lại tỷ trọng doanh nghiệp không có đổi mới sản phẩm giảm xuống tương ứng từ 76,3%, xuống 26,1% và 21,7%.

Kết quả này ủng hộ giả thuyết H1: Đổi mới quy trình có tác động tích cực đến đổi mới sản phẩm.

#### 4.4. Tác động của đổi mới quy trình đến doanh số và kim ngạch xuất khẩu

Kết quả kiểm định mô hình Univariate trong General Linear Model (Bảng 2) cho thấy có tác động của đổi mới quy trình đến cả doanh số ở Mô hình\_1 và kim ngạch xuất khẩu ở Mô hình\_2 (tương ứng các giá

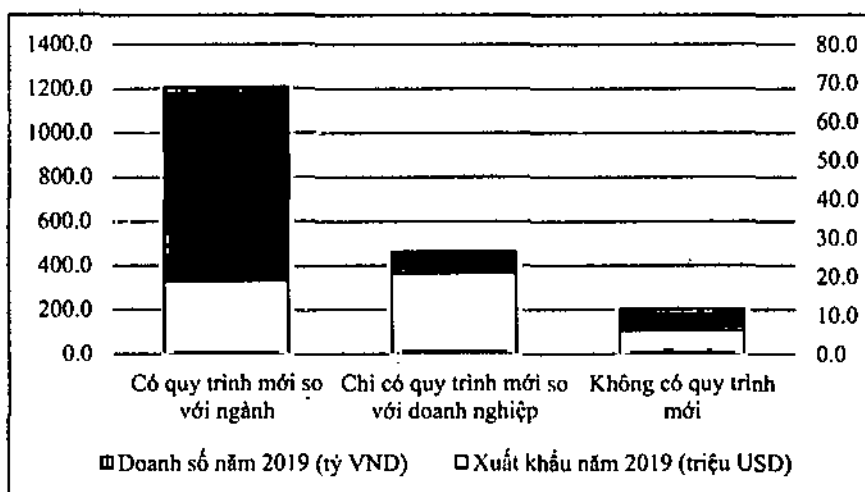
**Bảng 2: Tác động của đổi mới quy trình đến doanh số và kim ngạch xuất khẩu**

Biến phụ thuộc:	Mô hình_1 (Doanh thu Năm 2019)				Mô hình_2 (Kim ngạch xuất khẩu Năm 2019)			
	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F
Corrected Model	33.589.217,6	2	16794608,8	6,5**	3309,4	2	1654,7	4,1*
Intercept	46.693.947,5	1	46693947,5	18,2***	13833,0	1	13833,0	34,1***
Đổi mới quy trình	33.589.217,6	2	16794608,8	6,5**	3309,4	2	1654,7	4,1*
Error	418.377.190,4	163	2566731,2		28408,1	70	405,8	
Total	502.947.733,5	166			44057,0	73		
Corrected Total	451.966.408,1	165			31717,6	72		

*Ghi chú: \*\*\*có ý nghĩa ở mức  $p<0.001$ , \*\*có ý nghĩa ở mức  $p<0.01$ , \*có ý nghĩa ở mức  $p<0.05$*

*Nguồn: Kết quả khảo sát.*

**Hình 3: Quan hệ giữa đổi mới quy trình và doanh số / kim ngạch xuất khẩu**



Nguồn: Kết quả khảo sát.

trị F-test hơn 6,5 với các giá trị  $p < 0.01$  và F-test lớn hơn 4,1 với các giá trị  $P < 0.05$ ).

Tác động này được thể hiện ở Hình 3 và Bảng 3. Hình 3 phản ánh doanh số và kim ngạch xuất khẩu bình quân của các doanh nghiệp có quy trình mới so với ngành, có quy trình mới so với doanh nghiệp và không có đổi mới quy trình. Các doanh nghiệp thuộc các nhóm này có doanh số bình quân năm 2019 tương ứng lần lượt là 1208,4 tỷ VND, 463,9 tỷ VND, và 206,0 tỷ VND và có giá trị kim ngạch xuất khẩu bình quân lần lượt là 18,8 triệu USD, 20,8 triệu USD và 6,0 triệu USD.

**Bảng 3: Khác biệt về doanh số/kim ngạch xuất khẩu giữa các cấp độ đổi mới quy trình**

I	J	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
Mô hình 1.b, biến phụ thuộc là doanh số năm 2019				
Có quy trình mới so với ngành	Không có đổi mới quy trình	1002,4	278,0	0,001
	Chỉ có quy trình mới so với doanh nghiệp	744,5	407,5	0,164
Chỉ có quy trình mới so với doanh nghiệp	Không có đổi mới quy trình	257,9	380,2	0,776
Mô hình 2.b, biến phụ thuộc là kim ngạch xuất khẩu năm 2019				
Có quy trình mới so với ngành	Không có đổi mới quy trình	12,8	5,2	0,043
	Chỉ có quy trình mới so với doanh nghiệp	-2,0	7,0	0,958
Chỉ có quy trình mới so với doanh nghiệp	Không có đổi mới quy trình	14,8	6,7	0,080

Nguồn: Kết quả khảo sát.

Kết quả kiểm định *Post Hoc Tests* ở Bảng 3 cho thấy doanh số và kim ngạch xuất khẩu của các doanh nghiệp có quy trình mới so với ngành lớn hơn đáng kể so với các doanh nghiệp không có đổi mới quy trình. Không có sự khác biệt đáng kể giữa các doanh nghiệp trong các trường hợp còn lại.

Các kết quả này ủng hộ giả thuyết H2a: Đổi mới quy trình có tác động tích cực đến doanh số và kim ngạch xuất khẩu

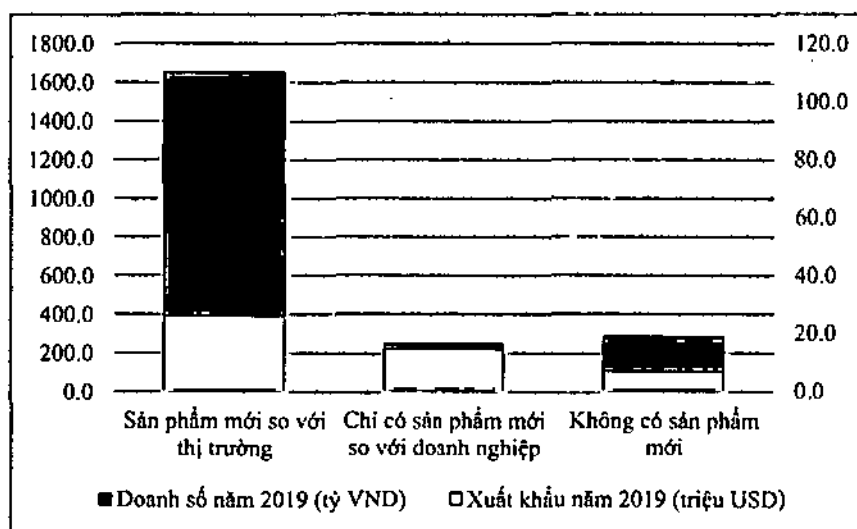
#### 4.5. Tác động của đổi mới sản phẩm đến doanh số và kim ngạch xuất khẩu

**Bảng 4: Tác động của đổi mới sản phẩm đến doanh số và kim ngạch xuất khẩu**

Biến phụ thuộc:	Mô hình_3 (Doanh thu năm 2019)				Mô hình_4 (Kim ngạch xuất khẩu năm 2019)			
	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F
Corrected Model	51.738.305,6	2	25869152,8	10,5***	3770,9	2	1885,4	4,7*
Intercept	75997674,2	1	75997674,2	31,0***	15844,0	1	15844,0	39,7***
Đổi mới sản phẩm	51738305,6	2	25869152,8	10,5***	3770,9	2	1885,4	4,7*
Error	400228102,5	163	2455387,1		27946,7	70	399,2	
Total	502947733,5	166			44057,0	73		
Corrected Total	451966408,1	165			31717,6	72		

Ghi chú: \*\*\*có ý nghĩa ở mức  $p < 0.001$ , \*\*có ý nghĩa ở mức  $p < 0.01$ , \*có ý nghĩa ở mức  $p < 0.05$   
 Nguồn: Kết quả khảo sát.

**Hình 4: Quan hệ giữa đổi mới quy trình và doanh số / kim ngạch xuất khẩu**



Nguồn: Kết quả khảo sát.

Kết quả kiểm định mô hình *Univariate* trong *General Linear Model* (Bảng: 4) cho thấy có tác động của đổi mới sản phẩm đến cả doanh số ở Mô hình\_3 và kim ngạch xuất khẩu ở Mô hình\_4 (tương ứng với các giá trị F-test lớn hơn 10,5 với các giá trị  $p < 0.001$  và F-test lớn hơn 4,7 với các giá trị  $P < 0.05$ ).

Tác động này được thể hiện ở Hình 4 và Bảng 5. Hình 4 phản ánh doanh số và kim ngạch xuất khẩu bình quân của các doanh nghiệp có sản phẩm mới so với thị trường, chỉ có sản phẩm mới so với doanh nghiệp và không có đổi mới sản phẩm. Các doanh nghiệp này có doanh số bình quân năm 2019 tương ứng lần lượt là 1653,7 tỷ VND, 246,5 tỷ VND, và 284,1 tỷ VND và có giá trị kim ngạch xuất khẩu bình quân lần lượt là 26,1 triệu USD, 14,6 triệu USD và 6,9 triệu USD.

Kết quả kiểm định *Post Hoc Tests* ở Bảng 5 cho thấy doanh số của các doanh nghiệp có sản phẩm mới so với thị trường lớn hơn đáng kể doanh số của các doanh nghiệp ở các nhóm còn lại. Kim ngạch xuất khẩu của các doanh nghiệp có sản phẩm mới so với thị trường lớn hơn đáng kể so với kim ngạch xuất khẩu của các doanh nghiệp không có sản phẩm mới. Không có sự khác biệt đáng kể về doanh số và kim ngạch xuất khẩu giữa các doanh nghiệp trong các trường hợp còn lại.



**Bảng 5: Khác biệt về doanh số/kim ngạch xuất khẩu giữa các cấp độ đổi mới sản phẩm**

I	J	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
<b>Mô hình 3.b: Biến phụ thuộc là doanh số năm 2019</b>				
Có sản phẩm mới so với thị trường	Không có đổi mới sản phẩm	1369,7	317,4	0,000
	Chỉ có sản phẩm mới so với doanh nghiệp	1407,3	354,4	0,000
Chỉ có sản phẩm mới so với doanh nghiệp	không có đổi mới sản phẩm	-37,6	286,2	0,991
<b>Mô hình 4.b: Biến phụ thuộc là kim ngạch xuất khẩu năm 2019</b>				
Có sản phẩm mới so với thị trường	Không có đổi mới sản phẩm	19,1	6,293	0,009
	Chỉ có sản phẩm mới so với doanh nghiệp	11,5	6,773	0,212
Sản phẩm chỉ mới so với doanh nghiệp	Không có đổi mới sản phẩm	7,6	5,334	0,332

*Nguồn: Kết quả khảo sát.*

Các kết quả này ủng hộ giả thuyết H2b: Đổi mới sản phẩm có tác động tích cực đến doanh số và kim ngạch xuất khẩu

## 5. Kết luận và ý nghĩa nghiên cứu

### 5.1. Kết luận và ý nghĩa về lý luận

Các kết quả nghiên cứu ủng hộ ba giả thuyết được đề xuất: H1: Đổi mới quy trình có tác động tích cực đến đổi mới sản phẩm; H2a: Đổi mới quy trình có tác động tích cực đến doanh số và kim ngạch xuất khẩu; và H2b: Đổi mới sản phẩm có tác động tích cực đến doanh số và kim ngạch xuất khẩu. Cụ thể, kết quả cho thấy:

(i) khi đổi mới quy trình tăng lên từ “không có đổi mới quy trình”, “chỉ có quy trình mới so với doanh nghiệp”, và “có quy trình mới so với ngành” thì tỷ trọng doanh nghiệp có đổi mới sản phẩm cũng tăng tương ứng. Tỷ trọng doanh nghiệp có đổi mới sản phẩm tăng lên là đáng kể khi cấp độ đổi mới tăng từ “không có đổi mới quy trình” lên “chỉ có quy trình mới so với doanh nghiệp”. Tuy nhiên tỷ trọng này không có sự thay đổi đáng kể khi cấp độ đổi mới tăng từ “chỉ có quy trình mới so với doanh nghiệp”, lên “có quy trình mới so với ngành”. Kết quả nghiên cứu này góp phần củng cố lập luận và kết quả nghiên cứu của Un & Asakawa (2015) rằng đổi mới quy trình giúp các doanh nghiệp tạo ra các nguồn lực để đổi mới sản phẩm. Tuy vậy, kết quả nghiên cứu này gợi ý đổi mới quy trình ở cấp độ cao không thể tự động dẫn đến đổi mới đổi mới sản phẩm ở cấp độ cao. Kết quả này gợi ý hướng nghiên cứu mới lý giải sự khác biệt trong tác động của đổi mới quy trình đến đổi mới sản phẩm trong các tình huống khác nhau; Liệu các yếu tố như năng lực đổi mới sáng tạo, trình độ nhu cầu và trình độ công nghệ thấp ở một nước đang phát triển có phải là các nguyên nhân của sự khác biệt này không?

(ii) Kết quả nghiên cứu chỉ những khác biệt cao về cấp độ đổi mới sáng tạo tạo ra sự khác biệt đáng kể về kim ngạch xuất khẩu và doanh số. Cụ thể doanh số và kim ngạch xuất khẩu của các doanh nghiệp “có quy trình mới so với ngành” lớn hơn đáng kể so với các “không có đổi mới quy trình”. Doanh số của các doanh nghiệp “có sản phẩm mới so với thị trường” lớn hơn đáng so với doanh số của “chỉ có sản phẩm mới so với doanh nghiệp” và các “không có đổi mới sản phẩm”. Tác động của đổi mới sản phẩm đến doanh số là mạnh hơn so với tác động của đổi mới quy trình, vì vậy để tạo sự thay đổi đáng kể về doanh số đòi hỏi phải có sự đổi mới vượt bậc về quy trình. Trong khi đó chỉ cần đổi có đổi mới sản phẩm là các doanh nghiệp có thể tạo ra sự tăng lên đáng kể về doanh số so với khi không có đổi mới sản phẩm. Lý do có thể được giải thích là đổi mới sản phẩm giúp sản phẩm đáp ứng tốt hơn nhu cầu thị trường, giúp doanh nghiệp thâm nhập hiệu quả vào các thị trường mới hoặc gia tăng thị phần trên thị trường hiện tại, trong khi đổi mới quy trình chủ yếu tác động đến hiệu quả hoạt động kinh doanh (Becker & Egger, 2013; Psomas & cộng sự, 2018; Rajapathirana & Hui, 2018).

(iii) Kết quả cho thấy cả đổi mới sản phẩm chỉ tác động đến kim ngạch xuất khẩu khi các đổi mới này là rất đáng kể (chuyển từ “không có đổi mới sản phẩm” sang “chỉ có sản phẩm mới so với doanh nghiệp” hoặc “có sản phẩm mới so với thị trường”). Kết quả nghiên cứu này tương đồng với kết quả nghiên cứu của Edeh & cộng sự (2020) rằng đổi mới sản phẩm và đổi mới quy trình đều có tác động tích cực đến kết quả xuất khẩu. Tuy nhiên, không có sự khác biệt về kim ngạch xuất khẩu giữa hai cấp độ liên tiếp của đổi mới sản phẩm. Nguyên nhân có thể là yêu cầu của khách hàng đối với sản phẩm trên thị trường và mức độ đổi mới sản phẩm của các doanh nghiệp trong ngành công nghiệp chế tạo chế biến ở Việt Nam là thấp hơn so với ở nước ngoài, nên những đổi mới so với doanh nghiệp ở Việt Nam là chưa đủ để tạo ra được lợi thế trên thị trường quốc tế.

### 5.2. Ý nghĩa thực tiễn

Kết quả nghiên cứu có thể giúp nâng cao niềm tin của doanh nghiệp đối với đổi mới sáng tạo trong việc giúp họ nâng cao doanh số hoặc mở rộng xuất khẩu. Đối với các doanh nghiệp chưa có sản phẩm/quy trình mới, việc triển khai các hoạt động đổi mới sáng tạo có thể giúp họ tạo ra những bước nhảy lớn về doanh số. Tuy nhiên, trong mọi tình huống đổi mới quy trình nên đi kèm với đổi mới sản phẩm mới tạo ra được những tác động đáng kể đến doanh số/kim ngạch xuất khẩu. Để xuất khẩu sản phẩm sang thị trường mới ở nước ngoài hoặc gia tăng kim ngạch xuất khẩu tại thị trường hiện có ở nước ngoài các doanh nghiệp cần triển khai các dự án đổi mới sáng tạo ở cấp độ cao.

### 5.3. Hạn chế và hướng nghiên cứu mới

Nghiên cứu này có một số hạn chế gợi mở cho các nghiên cứu về sau. Thứ nhất, đổi mới sáng tạo trong nghiên cứu này chỉ được đo lường dựa trên biến số thứ bậc dựa vào nhận thức của người trả lời, vì vậy, có thể có thể vẫn mang tính chủ quan dẫn đến những sai số từ phía người trả lời. Thứ hai, như đã thảo luận ở phần trên, kết quả nghiên cứu vẫn chưa giải thích được một cách đầy đủ tại sao không có sự khác biệt đáng kể về kim ngạch xuất khẩu giữa các doanh nghiệp “có đổi mới sáng tạo so với ngành/thị trường” và các doanh nghiệp “chỉ có sản phẩm mới so với doanh nghiệp”. Phải chăng tác động này phụ thuộc vào khoảng cách thu nhập hoặc khoảng cách công nghệ giữa quốc gia xuất khẩu và quốc gia nhập khẩu. Thứ ba, nghiên cứu này được thực hiện với các doanh nghiệp ở một nước đang phát triển như Việt Nam, nên không thể trả lời được liệu kết quả nghiên cứu có khác đi khi mẫu nghiên cứu là các doanh nghiệp ở một quốc gia công nghiệp phát triển. Một hạn chế khác là nghiên cứu này chưa loại trừ được tác động của các yếu tố khác cũng như tác động của doanh số/kim ngạch xuất khẩu của các năm trước (tương quan chuỗi) khi đánh giá tác động của đổi mới sáng tạo đến doanh số/kim ngạch xuất khẩu năm 2019. Để khắc phục các hạn chế ở trên, các nghiên cứu mới nên sử dụng các thang đo có tính khách quan hơn; bổ sung các biến số điều tiết như khoảng cách công nghệ, khoảng cách nhu cầu giữa nước xuất khẩu và nước nhập khẩu; hoặc bổ sung thêm các biến kiểm soát (ví dụ doanh số/kim ngạch xuất khẩu các năm trước) vào mô hình nghiên cứu. Những nghiên cứu như vậy sẽ cung cấp những hiểu biết đầy đủ hơn về tác động của đổi mới sáng tạo đến doanh số/kim ngạch xuất khẩu ở các doanh nghiệp.

### Tài liệu tham khảo

- Atalay, M., Anafarta, N. & Sarvan, F. (2013), ‘The Relationship between Innovation and Firm Performance: An Empirical Evidence from Turkish Automotive Supplier Industry’, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 75, 226-235, DOI: 10.1016/j.sbspro.2013.04.026.
- Becker, S.O. & Egger, P.H. (2013), ‘Endogenous product versus process innovation and a firm’s propensity to export’, *Empirical Economics*, 44(1), 329–354.
- Đặng Thu Hương (2020), ‘Nhân tố tác động đến năng lực đổi mới sáng tạo của các doanh nghiệp công nghiệp tỉnh Quảng Nam’, *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 280, 96-104.
- Edeh, J.N., Obodoechi, D.N. & Ramos-Hidalgo, E. (2020), ‘Effects of innovation strategies on export performance: New empirical evidence from developing market firms’, *Technological Forecasting and Social Change*, 158, 120167, DOI: 10.1016/j.techfore.2020.120167.
- Evangelista, R. & Vezzani, A. (2010), ‘The economic impact of technological and organizational innovations. A firm-level analysis’, *Research Policy*, 39(10), 1253-1263, DOI: 10.1016/j.respol.2010.08.004.

- 
- IMF (2018), *World Economic Outlook, April 2018 Cyclical Upswing, Structural Change - World Economic Outlook Reports*, International Monetary Fund, DOI: <https://doi.org/10.5089/9781484338278.081>.
- Kirbach, M. & Schmiedeberg, C. (2008), 'Innovation and Export Performance: Adjustment and Remaining Differences in East and West German Manufacturing', *Economics of Innovation and New Technology*, 17(5), 435-457, DOI: 10.1080/10438590701357189.
- Lê Thị Mỹ Linh (2016), 'Nhân tố tác động đến năng lực đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp chế biến thực phẩm Việt Nam', *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 233(2), 43-50.
- Lê Thị Mỹ Linh & Nguyễn Ngọc Hiền (2017), 'Kinh nghiệm quốc tế nhằm nâng cao năng lực đổi mới sáng tạo cho doanh nghiệp và bài học cho Việt Nam', *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 237, 95-102.
- Lê Thị Thu Hà (2018), 'Ảnh hưởng của các nhân tố đổi mới sáng tạo tới kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp Nhật Bản tại Việt Nam', *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 251, 92-102.
- Lec, K., Malcrba, F. & Primi, A. (2020), 'The fourth industrial revolution, changing global value chains and industrial upgrading in emerging economies', *Journal of Economic Policy Reform*, 23(4), 359-370, DOI: 10.1080/17487870.2020.1735386.
- Lee, R., Lee, J.H. & Garrett. T.C. (2019), 'Synergy effects of innovation on firm performance', *Journal of Business Research*, 99, 507-515, DOI: 10.1016/j.jbusres.2017.08.032.
- Nguyễn Minh Ngọc (2016), 'Tác động của nghiên cứu và phát triển, tiếp nhận công nghệ đến kết quả kinh doanh ở các doanh nghiệp chế tạo - chế biến', *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 225(3), 73-81.
- OECD (2018), *Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation* (4th Edition ed.), OECD Publishing, Paris/Eurostat, Luxembourg.
- Phùng Minh Thu Thủy & Trần Thọ Đạt (2019), 'Ảnh hưởng của các yếu tố nội sinh tới năng lực đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam', *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 269, 10-2010-2020.
- Psomas, E., Kafetzopoulos, D. & Gotzamani, K. (2018), 'Determinants of company innovation and market performance', *The TQM Journal*, 30(1), 54-73, DOI: 10.1108/tqm-07-2017-0074.
- Rajapathirana. R.P.J. & Hui, Y. (2018), 'Relationship between innovation capability, innovation type, and firm performance', *Journal of Innovation & Knowledge*, 3(1), 44-55, DOI: 10.1016/j.jik.2017.06.002.
- Schumpeter, J.A. (1934), *The Theory of Economic Development: An Inquiry Into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Harvard University Press, Cambridge, MA.
- Trần Anh Quyết, Trần Văn Hùng & Nguyễn Tuấn Minh (2020), 'Tri thức mới thu nhận, đổi mới sáng tạo và kết quả kinh doanh - Vai trò của hợp tác với trường đại học, năng lực hấp thụ, và nghiên cứu phát triển', *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 271, 145-155.
- Trần Đắc Hiền, Đào Mạnh Thắng, Vũ Anh Tuấn, Trần Thị Thu Hà, Võ Thị Thu Hà, Nguyễn Phương Anh & Trần Thị Hải Yến (2020), *Khoa Học, Công Nghệ và Đổi Mới Sáng Tạo Việt Nam 2019*, Nhà Xuất Bản Khoa Học và Kỹ Thuật, Hà Nội/
- Trần Thị Hồng Việt (2015), 'Nhân tố tác động đến năng lực đổi mới sáng tạo của các doanh nghiệp cơ điện tử Hà Nội', *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, Số đặc biệt tháng 12 năm 2015, 99-108.
- Un, C.A. & Asakawa, K. (2015), 'Types of R&D Collaborations and Process Innovation: The Benefit of Collaborating Upstream in the Knowledge Chain', *Journal of Product Innovation Management*, 32(1), 138-153.
- Wang, M., Li, Y., Li, J. & Wang, Z. (2021), 'Green process innovation, green product innovation and its economic performance improvement paths: A survey and structural model', *Journal of Environmental Management*, 297, 113282, DOI: 10.1016/j.jenvman.2021.113282.
- Xie, X., Huo, J. & Zou, H. (2019), 'Green process innovation, green product innovation, and corporate financial performance: A content analysis method', *Journal of Business Research*, 101, 697-706, DOI: 10.1016/j.jbusres.2019.01.010.