

CÁC YẾU TỐ THÚC ĐẨY VÀ CẢN TRỞ ĐỔI MỚI- SÁNG TẠO: GÓC NHÌN CỦA DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

Phan Thị Thục Anh

Viện Quản trị Kinh doanh, Đại học Kinh tế quốc dân

Email: ptanh@bsneu.edu.vn; phanthucanh@yahoo.com

Ngày nhận: 01/8/2016

Ngày nhận bản sửa: 11/8/2016

Ngày duyệt đăng: 25/11/2016

Tóm tắt:

Đổi mới- sáng tạo có tầm quan trọng đặc biệt trong việc tạo ra lợi thế cạnh tranh bền vững và nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Tuy nhiên, nghiên cứu về đổi mới-sáng tạo từ góc nhìn của chính bản thân doanh nghiệp còn rất hiếm, đặc biệt ở Việt Nam còn chưa có nghiên cứu nào chỉ ra được các yếu tố thúc đẩy và cản trở đổi mới-sáng tạo từ góc nhìn này. Dựa vào kết quả khảo sát 172 nhà quản lý, bài viết đi sâu phân tích năm nhóm yếu tố quyết định đổi mới-sáng tạo trong doanh nghiệp, bao gồm các nhóm yếu tố liên quan đến: (1) lãnh đạo, (2) nhân viên, (3) tổ chức và văn hóa doanh nghiệp, (4) môi trường kinh doanh và vị thế của doanh nghiệp, và (5) nguồn lực doanh nghiệp.

Từ khóa: Đổi mới-sáng tạo, lãnh đạo, văn hóa doanh nghiệp, nguồn lực doanh nghiệp

Factors facilitating and inhibiting innovation: A perspective of Vietnamese businesses

Abstract:

Innovation plays an extremely important role in creating sustainable competitive advantage and in improving performance of business firms. However, research on innovation from business perspective is very rare, especially, in Vietnam there is no research that points out factors facilitating and inhibiting innovation from this perspective. Based on the results of a survey of 172 managers, this paper analyses five groups of factors determining innovation in business firms, including those related to: (1) leaders, (2) staff, (3) the organization and culture of the firm, (4) the business environment and the firm's position, and (5) the firm's resources.

Key words: Innovation, leadership, corporate culture, firm resources.

1. Giới thiệu

Trong môi trường kinh doanh đầy biến động ngày nay, hầu như không có doanh nghiệp nào tồn tại được lâu dài nếu chỉ duy trì những sản phẩm, dịch vụ và cách làm cũ/ truyền thống. Đổi mới-sáng tạo gần như là yêu cầu bắt buộc để doanh nghiệp có thể cạnh tranh và phát triển bền vững. Các nghiên cứu trước đã cho thấy rằng đổi mới-sáng tạo là yếu tố quan trọng tạo ra lợi thế cạnh tranh và quyết định sự phát triển của doanh nghiệp (Marques và Ferreira, 2009; Bigliardi, 2013). Chính vì vậy, đổi mới-sáng tạo luôn là tâm điểm chú ý của doanh nghiệp, của chính phủ cũng như của cộng đồng nghiên cứu.

Trên thế giới và ở Việt Nam đã có nhiều công trình được công bố về đổi mới-sáng tạo (ví dụ, Gunday & cộng sự, 2011; Phan Thị Thục Anh, 2014; Nguyễn Quốc Duy, 2015; Lopez-Fernandez & cộng sự, 2016; Nguyễn Văn Thắng & cộng sự, 2016), tuy nhiên, hiếm có công trình nào xem xét hoạt động này từ góc nhìn của chính bản thân doanh nghiệp. Doanh nghiệp có quan điểm như thế nào về đổi mới-sáng tạo? Đây là những thuận lợi và khó khăn trong đổi mới-sáng tạo theo cách nhìn của họ? Câu trả lời cho những câu hỏi như vậy khó có thể tìm thấy trong các nghiên cứu trước. Đặc biệt, theo hiểu biết của tác giả thì ở Việt Nam chưa có nghiên cứu nào về các yếu tố thúc đẩy và cản trở đổi mới-sáng tạo nhìn

từ giác độ của doanh nghiệp. Bài viết sẽ lấp khoảng trống này.

Mục tiêu chính của bài viết là làm rõ các yếu tố thúc đẩy và cản trở đổi mới-sáng tạo từ góc nhìn của các doanh nghiệp Việt Nam. Bài viết có cấu trúc như sau: phần tiếp theo trình bày cơ sở lý thuyết về đổi mới-sáng tạo, tiếp nối bằng mô tả về phương pháp nghiên cứu, phần sau đó trình bày kết quả nghiên cứu và luận bàn, cuối bài là kết luận.

2. Cơ sở lý thuyết về đổi mới-sáng tạo

Đổi mới-sáng tạo được định nghĩa là ‘việc giới thiệu thành công những phương pháp hoặc kết quả mới vào một tình huống ứng dụng cụ thể nào đó’ (Mohr, 1969, 112) hay ‘một quá trình chuyển đổi ý tưởng thành sản phẩm, quy trình và dịch vụ mới hữu dụng và được sử dụng trong thực tế’ (Bessant & Tidd, 2007, 29). Theo tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD), đổi mới-sáng tạo là ‘việc thực thi một sản phẩm (hàng hóa/ dịch vụ) hay một quy trình mới hoặc được cải tiến đáng kể, một phương pháp marketing mới, hay một biện pháp mới mang tính tổ chức trong thực tiễn hoạt động, trong tổ chức công việc hay trong quan hệ với bên ngoài’ (OECD, 2005, 46). Điểm mấu chốt trong định nghĩa này là doanh nghiệp phải áp dụng hay ‘thực thi’ được một điều gì đó mới mẻ ở mức độ ‘đáng kể’ trong thực tiễn hoạt động sản xuất kinh doanh. Những chỉnh sửa chút ít về sản phẩm nhằm đáp ứng yêu cầu cụ thể của một khách hàng nào đó hoặc những thay đổi nhỏ khác như điều chỉnh theo mùa vụ không được coi là đổi mới-sáng tạo.

Đổi mới-sáng tạo không đồng nghĩa với phát minh mặc dù hai khái niệm liên quan chặt chẽ với nhau. Trong khi phát minh đề cập đến việc tạo ra một sản phẩm hoặc giới thiệu một quy trình nào đó lần đầu tiên, trước đó chưa từng có trên thế giới thì đổi mới-sáng tạo không nhất thiết phải như vậy. Theo OECD (2005), đổi mới-sáng tạo của doanh nghiệp có thể rơi vào một trong ba mức độ: (1) mới đối với doanh nghiệp, (2) mới đối với thị trường, và (3) mới đối với thế giới. Mới đối với doanh nghiệp xảy ra khi trước đó doanh nghiệp chưa có hoặc chưa làm. Mới đối với thị trường xảy ra khi doanh nghiệp là đơn vị đầu tiên giới thiệu đổi mới-sáng tạo trên thị trường hoạt động của mình. Mới đối với thế giới xảy ra khi doanh nghiệp là đơn vị đầu tiên (trên thế giới) giới thiệu đổi mới-sáng tạo này cho tất cả các thị trường, tất cả các ngành công nghiệp trong nước và quốc tế. Khi đó, doanh nghiệp sẽ được coi là nhà

phát minh. Mức độ 3 rất hiếm và thường chỉ xảy ra ở một số ít doanh nghiệp dẫn đầu. Đa số doanh nghiệp từ các nước đang phát triển như Việt Nam chỉ có thể đạt được mức độ 1 hoặc 2. Việc áp dụng lần đầu những phát minh hoặc những thực tiễn sản xuất kinh doanh ở nơi khác vào doanh nghiệp cũng được coi là đổi mới-sáng tạo. Như Despa (2014) đã chỉ ra, phát minh đòi hỏi phải mới ở tầm thế giới còn đổi mới-sáng tạo chỉ đòi hỏi mới ở tầm địa phương hoặc trong nội bộ doanh nghiệp.

Cũng theo OECD (2005), đổi mới-sáng tạo bao gồm 4 loại hình: (1) đổi mới-sáng tạo *sản phẩm*; (2) đổi mới-sáng tạo *quy trình*, (3) đổi mới-sáng tạo *tổ chức* và (4) đổi mới-sáng tạo *marketing*. Loại thứ nhất đề cập đến những sự thay đổi về đặc điểm hay tính năng sản phẩm. Loại thứ hai đề cập đến những thay đổi căn bản trong cách thức sản xuất hoặc giao hàng. Loại thứ ba đề cập đến những thay đổi trong phương pháp tổ chức thực hiện công việc hay trong quan hệ đối ngoại. Loại hình thứ tư đề cập đến việc thực thi các phương pháp marketing mới, bao gồm việc thiết kế, đóng gói, phân phối, định giá, khuếch trương sản phẩm. Cách phân loại này bao phủ hết những thay đổi ở tất cả các mảng hoạt động của doanh nghiệp. Trong bài viết này, đổi mới-sáng tạo được hiểu theo cách của OECD và bao gồm cả 4 loại nêu trên.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này sử dụng phương pháp khảo sát với câu hỏi mở. Sau khi thống nhất cách hiểu về đổi mới-sáng tạo theo chuẩn của OECD, các nhà quản lý được yêu cầu ghi rõ 3 nhân tố thúc đẩy và 3 nhân tố cản trở đổi mới-sáng tạo mà họ cảm thấy quan trọng/ đáng kể nhất ở doanh nghiệp họ đang công tác. Tổng cộng có 172 phiếu phản hồi hợp lệ từ 172 nhà quản lý đến từ 150 doanh nghiệp thuộc các loại hình sở hữu khác nhau, bao gồm cả nhà nước và tư nhân. Ngoại trừ một số ít các nhà quản lý là lãnh đạo cấp cao (chiếm 7%), đa số những người còn lại là lãnh đạo cấp trung. Các nhà quản lý này là những mắt xích quan trọng trong việc tiếp thu tri thức từ bên ngoài cũng như sáng tạo tri thức từ bên trong doanh nghiệp, do vậy nhận định của họ về đổi mới-sáng tạo rất đáng tin cậy.

Dữ liệu thu về từ khảo sát được đưa vào phần mềm Excel bằng cách lên danh mục tất cả các yếu tố được các nhà quản lý đề cập và tính toán tần suất đề cập đến từng yếu tố. Kết quả cho thấy có 45 yếu tố thúc đẩy đổi mới-sáng tạo với 504 lượt đề cập và 53

yếu tố cản trở đổi mới-sáng tạo với 549 lượt đề cập. Tổng cộng có 1053 lượt đề cập trên tổng số 98 yếu tố được liệt kê. Do có phần trùng lặp giữa các yếu tố này nên trong bước tiếp theo, yếu tố thúc đẩy và cản trở đổi mới-sáng tạo được sắp xếp, lồng ghép lại và phân nhóm theo chủ đề.

4. Kết quả nghiên cứu và luận bàn

Khi xem xét câu trả lời của các nhà quản lý, tác giả nhận thấy có sự tương đồng rất lớn giữa các yếu tố thúc đẩy đổi mới-sáng tạo và các yếu tố cản trở hoạt động này. Một yếu tố vừa có thể thúc đẩy, vừa có thể cản trở nếu như phát triển hay đi theo những chiều hướng khác nhau. Ví dụ, cùng yếu tố văn hóa, nếu phù hợp sẽ thúc đẩy, còn nếu không phù hợp sẽ gây ra sự cản trở đối với hoạt động đổi mới-sáng tạo. Chính vì vậy, trong phần này kết quả nghiên cứu được trình bày theo nhóm yếu tố với giải trình cụ thể về tính chất thúc đẩy hay cản trở của yếu tố đó.

4.1. Nhóm yếu tố liên quan đến lãnh đạo

Lãnh đạo được đề cập đến nhiều nhất như là yếu tố thúc đẩy hoặc cản trở đổi mới-sáng tạo trong doanh nghiệp. Bảng 1 trình bày tần suất đề cập đến các khía cạnh khác nhau liên quan đến lãnh đạo mà có thể thúc đẩy hay cản trở đổi mới-sáng tạo. Tổng

cộng có 328 lượt đề cập (chiếm 31.1% trong tổng số 1053 lượt đề cập), trong đó 145 lượt cho rằng lãnh đạo (tốt) là nhân tố thúc đẩy và 183 lượt cho rằng lãnh đạo (chưa tốt) là nhân tố cản trở đổi mới-sáng tạo.

Hai khía cạnh quan trọng nhất đòi hỏi ở người lãnh đạo để có thể tiến hành đổi mới-sáng tạo hiệu quả trong doanh nghiệp là: (1) lãnh đạo phải có tầm nhìn, có tư duy về đổi mới-sáng tạo (141 lượt đề cập) và (2) lãnh đạo phải khuyến khích đổi mới-sáng tạo bằng cách ban hành các chính sách, cơ chế phù hợp và thực thi chúng một cách công bằng (138 lượt đề cập). Hơn nữa, nếu lãnh đạo là người có năng lực, biết cách quản lý thông qua việc tạo áp lực về thời gian thực hiện công việc cho nhân viên, chú trọng nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, biết quan tâm đến đời sống của nhân viên và dám ghi nhận, bổ nhiệm những người có khả năng đổi mới-sáng tạo vào các vị trí chủ chốt thì cũng sẽ góp phần không nhỏ vào việc thúc đẩy đổi mới-sáng tạo. Ngược lại, nếu lãnh đạo yếu về năng lực, trình độ, thiếu hiểu biết về sự cần thiết của đổi mới-sáng tạo, sợ mắc lỗi và đặc biệt là không đánh giá và thừa nhận đúng đắn đổi mới-sáng tạo của nhân viên thì sẽ cản trở hoạt động này.

Bảng 1: Tần suất đề cập đến lãnh đạo như là yếu tố thúc đẩy/ cản trở đổi mới-sáng tạo

Thúc đẩy	Tần suất	Cản trở	Tần suất
Lãnh đạo có tầm nhìn, tư duy đổi mới-sáng tạo	58	Tư tưởng/ quan điểm/ tầm nhìn bảo thủ và sức ì của nhà lãnh đạo	83
Lãnh đạo khuyến khích hoạt động đổi mới-sáng tạo (chính sách ưu đãi)	65	Lãnh đạo không đưa ra được chính sách, cơ chế khuyến khích phù hợp và công bằng trong doanh nghiệp	73
Lãnh đạo có năng lực	8	Năng lực, trình độ quản lý, kinh nghiệm lãnh đạo yếu	8
Lãnh đạo tạo áp lực về thời gian thực hiện công việc cho nhân viên	7	Lãnh đạo không đánh giá và thừa nhận đúng đắn đổi mới-sáng tạo của nhân viên	11
Lãnh đạo quan tâm đời sống nhân viên	3	Lãnh đạo sợ mắc lỗi	4
Lãnh đạo chú trọng nâng cao chất lượng nguồn nhân lực phục vụ đổi mới-sáng tạo	3	Lãnh đạo thiếu hiểu biết về sự cần thiết của đổi mới-sáng tạo	2
Lãnh đạo ghi nhận, cân nhắc, bổ nhiệm hoặc quy hoạch người đổi mới-sáng tạo vào các vị trí chủ chốt	1	Quyết định của lãnh đạo không được nhân viên ủng hộ hoặc ngược lại	2
Tổng số	145	Tổng số	183

Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát

Bảng 2: Tần suất đề cập đến nhân viên như là yếu tố thúc đẩy/ cản trở đổi mới-sáng tạo

Thúc đẩy	Tần suất	Cản trở	Tần suất
Nhân viên có khả năng và trình độ	53	Năng lực nhân viên hạn chế	72
Mong muốn/ ý chí đổi mới-sáng tạo, tinh thần cầu tiến của bản thân nhân viên	30	Sức ỳ của các cá nhân (ko quyết tâm, sợ mất chi phí và thời gian)/ thiếu động lực, không muốn bị chú ý, không muốn đổi mới-sáng tạo vì không tăng thu nhập, không nhận được lợi ích	48
Lợi ích cá nhân (thăng tiến, có thêm thu nhập)	6	Vị trí công việc của nhân viên (không yêu cầu)	12
Trách nhiệm với doanh nghiệp	4	Ý thức của nhân viên: không gắn bó, không có niềm tin vào doanh nghiệp	4
Có thời gian	3	Nhân viên thiếu hiểu biết về sự cần thiết của đổi mới-sáng tạo	4
Độ trẻ tuổi của nhân viên	2	Độ tuổi/ Nguồn nhân lực già	3
Tác động của đồng nghiệp (những người sáng tạo hơn)	1		
Tổng số	99	Tổng số	143

Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát

Kết quả này tương đồng với kết quả các nghiên cứu trước đây. Quan điểm và sự ủng hộ của nhà lãnh đạo là điều kiện tiên quyết để hoạt động đổi mới-sáng tạo có thể diễn ra trong tổ chức (Kim & Pae, 2014). Chỉ khi lãnh đạo có tầm nhìn và thực tâm muốn thay đổi, muốn thực hiện cái mới thì hoạt động đổi mới-sáng tạo mới có thể thực thi (Phan Thị Thục Anh & Nguyễn Thùy Dung, 2015).

4.2. Nhóm yếu tố liên quan đến nhân viên

Sau lãnh đạo, các yếu tố liên quan đến nhân viên là nhóm được đề cập nhiều thứ hai trong số các nhóm yếu tố thúc đẩy/cản trở đổi mới-sáng tạo. Bảng 2 trình bày chi tiết số lần đề cập này. Tổng cộng có 242 lượt đề cập đến nhân viên (chiếm 23% trong tổng số), trong đó 99 lượt cho rằng nhân viên (tốt) là nhân tố thúc đẩy và 143 lượt cho rằng nhân viên (chưa tốt) là nhân tố cản trở đổi mới-sáng tạo.

Khía cạnh được nhắc đến nhiều nhất là năng lực của nhân viên với 125 lượt đề cập. Nhân viên có khả năng và trình độ là nhân tố giúp cho việc đổi mới-sáng tạo trong doanh nghiệp trở nên khả thi. Ngược lại, nếu nhân viên không có đủ khả năng thì đổi mới-sáng tạo cũng khó lòng được thực hiện. Khía cạnh được đề cập nhiều tiếp theo là động lực/mong

muốn/ý chí đổi mới-sáng tạo của nhân viên với 78 lượt đề cập, trong đó các đối tượng khảo sát bàn nhiều về sức ỳ của nhân viên như là yếu tố cản trở đổi mới-sáng tạo. Đối với cá nhân người lao động thì tiến hành đổi mới-sáng tạo chưa biết có đem lại kết quả gì về dài hạn hay không nhưng trước mắt sẽ mất thời gian, chi phí trong khi thu nhập không tăng thêm. Doanh nghiệp có thể kỳ vọng vào đổi mới-sáng tạo nếu như điều đó gắn liền với lợi ích cá nhân và nếu cá nhân có thời gian, có trách nhiệm, có tuổi đời còn trẻ. Ngược lại, nếu nhân viên không gắn bó, không có niềm tin với doanh nghiệp, thiếu hiểu biết về đổi mới-sáng tạo và/ hoặc tuổi cao thì khó có thể kỳ vọng rằng đổi mới-sáng tạo sẽ diễn ra một cách dễ dàng và mang lại hiệu quả cao. Ngoài ra, còn có 11 ý kiến cho rằng do vị trí công việc của nhân viên không yêu cầu đổi mới-sáng tạo nên họ không nghĩ đến hoặc không thấy cần thiết phải đổi mới-sáng tạo.

Kết quả nêu trên cũng phù hợp với những nhận định trong các công trình nghiên cứu trước đây. Ví dụ, Lee & cộng sự (2011) cho rằng năng lực nhân viên đóng vai trò hết sức quan trọng đối với hoạt động đổi mới-sáng tạo. Thiếu nhân viên có năng lực là yếu tố cản trở đổi mới-sáng tạo (OECD, 2005; Lopez-Fernandez & cộng sự, 2016). Các nghiên cứu

Bảng 3: Tần suất đề cập đến tổ chức và văn hóa doanh nghiệp như là yếu tố thúc đẩy/ cản trở đổi mới-sáng tạo

Thúc đẩy	Tần suất	Cản trở	Tần suất
Văn hóa/ môi trường doanh nghiệp khuyến khích đổi mới-sáng tạo, sẵn sàng chấp nhận rủi ro.	35	Văn hóa/ môi trường làm việc của tổ chức không khuyến khích đổi mới-sáng tạo, luôn tuân thủ theo truyền thống.	40
Niềm tin, ý chí của toàn doanh nghiệp (cho rằng sẽ có lợi khi đổi mới-sáng tạo và tin rằng đủ năng lực để thực hiện việc đó)	29	Cơ cấu bộ máy quản lý quá chặt chẽ/ Cách tổ chức lạc hậu, rườm rà/ Cơ chế triển khai phải qua nhiều công đoạn/ Thủ tục, quy trình áp dụng phức tạp.	32
Chiến lược hoạt động/ phát triển của doanh nghiệp đặt ra yêu cầu phải đổi mới-sáng tạo	28	Không đặt ra mục tiêu đổi mới-sáng tạo, chỉ hướng vào những điều có sẵn/ không có chiến lược hoạt động cụ thể	9
Có cơ chế đánh giá và khen thưởng đổi mới-sáng tạo đúng lúc, đúng người	11	Thiếu sự đoàn kết giữa các bộ phận	8
Chính sách được thực thi một cách phù hợp/ công bằng	4	Không có cơ chế khổng chế thời gian, để tự do ko ép thúc	4
Tinh thần làm việc đoàn kết giữa các bộ phận	2	Trao đổi thông tin liên quan không liên tục và thiếu hiệu quả	4
Tổng số	109	Tổng số	97

Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát

của Rehman (2015); Otter & Weber (2016) cho thấy động lực của nhân viên cũng là yếu tố quyết định để đảm bảo đổi mới-sáng tạo được thực thi.

Như vậy, cùng với nhóm nhân tố lãnh đạo, có thể thấy rằng con người là yếu tố đóng vai trò quyết định trong đổi mới-sáng tạo ở cấp độ doanh nghiệp.

4.3. Nhóm yếu tố liên quan đến tổ chức và văn hóa doanh nghiệp

Nhóm yếu tố tiếp theo bao gồm các khía cạnh liên quan đến tổ chức và văn hóa doanh nghiệp. Tổng cộng có 206 lượt đề cập (chiếm 19,6% trong tổng số), trong đó 109 ý kiến đề cập đến văn hóa và tổ chức như là yếu tố thúc đẩy trong khi có 97 ý kiến cho rằng nếu không phù hợp, chúng sẽ là yếu tố cản trở đổi mới-sáng tạo trong doanh nghiệp. Bảng 3 trình bày chi tiết các khía cạnh này.

Có thể thấy rằng, văn hóa và môi trường nội bộ của doanh nghiệp đóng vai trò hết sức quan trọng trong việc thúc đẩy hay cản trở đổi mới-sáng tạo trong doanh nghiệp với 75 ý kiến đề cập đến yếu tố này. Nói đến văn hóa doanh nghiệp là nói đến hệ thống giá trị được chia sẻ bởi các thành viên. Văn hóa doanh nghiệp bao gồm những giá thiết, những

thói quen trong tư duy, trong hành động được người trong cuộc tuân theo và chấp nhận một cách dễ dàng, thậm chí là vô thức (Schein, 2010). Văn hóa doanh nghiệp có thể khuyến khích đổi mới-sáng tạo, sẵn sàng thay đổi, chấp nhận cái mới cùng với những rủi ro đi kèm. Khi đó, các thành viên của tổ chức thấy rằng đổi mới-sáng tạo là điều tốt đẹp, là cần thiết. Những ý tưởng, đề xuất, cách làm mới sẽ được đón nhận và hoan nghênh.

Ngược lại, ở một số doanh nghiệp, việc đề xuất và thực hiện hoạt động hay cách làm mới sẽ không được ủng hộ, thậm chí còn bị cản trở, chê bai. Về lâu dài, điều này sẽ triệt tiêu tinh thần và ý chí đổi mới-sáng tạo của các thành viên. Toàn doanh nghiệp sẽ chỉ luôn luôn đi theo lối mòn, mọi công việc sẽ được thực hiện theo kiểu truyền thống. Văn hóa doanh nghiệp khi đó sẽ là yếu tố cản trở rất lớn đối với đổi mới-sáng tạo.

Một số công trình nghiên cứu trước đã chỉ ra rằng những giá trị văn hóa nhất định sẽ thúc đẩy hoặc cản trở đổi mới-sáng tạo. Chẳng hạn, Ertürk (2014) cho rằng đổi mới-sáng tạo đòi hỏi doanh nghiệp phải có ‘văn hóa sáng tạo’, nghiên cứu của González-Benito

& cộng sự (2015) cho thấy văn hóa doanh nghiệp định hướng doanh nhân và định hướng thị trường là nhân tố quyết định đổi mới-sáng tạo. Tương tự, Rehman (2015) cho rằng văn hóa khuyến khích hoạt động nhóm, khuyến khích sự thay đổi; tạo điều kiện giao tiếp cởi mở, minh bạch; cơ cấu tổ chức rõ ràng trong đó nhân viên hiểu rõ chức năng, nhiệm vụ của mình là các yếu tố thúc đẩy đổi mới-sáng tạo.

Gắn liền với văn hóa doanh nghiệp là niềm tin, ý chí của toàn doanh nghiệp về đổi mới-sáng tạo. Không ai có thể đảm bảo 100% rằng đổi mới-sáng tạo sẽ hoàn toàn thành công, vì vậy niềm tin đóng vai trò rất lớn khi thực hiện hoạt động này. Hơn nữa, niềm tin và ý chí cần phải được cụ thể hóa bằng hành động. Do vậy, mục tiêu, chiến lược, chương trình hành động phải được xây dựng để thực hiện niềm tin. Dữ liệu trong bảng 3 cho thấy có 28 ý kiến cho rằng có mục tiêu và chiến lược đổi mới-sáng tạo rõ ràng là yếu tố thúc đẩy và 9 ý kiến cho rằng thiếu mục tiêu, chiến lược đổi mới-sáng tạo là yếu tố cản trở hoạt động này trong doanh nghiệp. Kết quả này cũng tương đồng với các nghiên cứu trước đây (ví dụ, Souitaris, 2002; Galende & Juan, 2003), trong đó chiến lược của doanh nghiệp cũng được xác định như một yếu tố chủ chốt thúc đẩy/ cản trở đổi mới-sáng tạo.

Việc triển khai đổi mới-sáng tạo cũng cần đi kèm với chính sách khen thưởng hợp lý, đúng lúc, đúng

người; thực thi chính sách phải đảm bảo công bằng giữa các cá nhân, các bộ phận. Một rào cản khá lớn trong quá trình thực thi đổi mới-sáng tạo (với 32 lượt đề cập) là cơ cấu bộ máy quản lý của doanh nghiệp quá chặt chẽ, cách tổ chức lạc hậu, rườm rà, triển khai phải qua nhiều công đoạn, đòi hỏi áp dụng các thủ tục/ quy trình phức tạp. Ngoài ra, thiếu sự đoàn kết giữa các bộ phận, thiếu cơ chế ép thúc, không chế thời gian và việc trao đổi thông tin liên quan không liên tục và thiếu hiệu quả cũng là những yếu tố cản trở đổi mới-sáng tạo.

4.4. Nhóm yếu tố liên quan đến môi trường kinh doanh và vị thế doanh nghiệp

Môi trường kinh doanh bên ngoài và vị thế của doanh nghiệp cũng là nhóm yếu tố quan trọng trong việc thúc đẩy hay cản trở đổi mới-sáng tạo. Kết quả khảo sát cho thấy có 144 lượt đề cập đến các yếu tố khác nhau thuộc nhóm này, chiếm 13.7% tổng số lượt đề cập, trong đó có 96 lượt cho rằng những yếu tố này thúc đẩy và 48 lượt cho rằng chúng là yếu tố cản trở đổi mới-sáng tạo. Bảng 4 tổng hợp câu trả lời của các nhà quản lý về từng yếu tố trong nhóm.

Ba yếu tố thúc đẩy đổi mới-sáng tạo được nhắc đến nhiều nhất trong nhóm là nhu cầu của khách hàng, môi trường cạnh tranh và áp lực nâng cao chất lượng sản phẩm/ tạo ra sản phẩm mới với tần suất đề cập lần lượt là 29, 25 và 21 lượt. Trong khi đó, yếu tố cản trở đổi mới-sáng tạo có thể đến từ một thực

Bảng 4: Tần suất đề cập đến môi trường kinh doanh và vị thế doanh nghiệp như là yếu tố thúc đẩy/ cản trở đổi mới-sáng tạo

Thúc đẩy	Tần suất	Cản trở	Tần suất
Nhu cầu xã hội/ khách hàng/ thực tiễn	29	Công việc không yêu cầu	11
Môi trường cạnh tranh (với các doanh nghiệp khác)	25	Rào cản pháp lý, thủ tục hành chính phức tạp, không minh bạch	9
Áp lực nâng cao chất lượng sản phẩm/ tạo ra sản phẩm mới	21	Lĩnh vực kinh doanh (độc quyền hoặc ít cạnh tranh)	5
Đặc thù của sản phẩm, dịch vụ	8	Kết quả kinh doanh quá ổn định => giảm áp lực phải đổi mới-sáng tạo	4
Hoạt động cty đang trì trệ/ khó khăn	6	Chính sách nhà nước thay đổi	3
Khác (xuất hiện thực tiễn sản xuất kinh doanh mới, tiến bộ khoa học kỹ thuật...)	7	Khác (khả năng thích nghi của doanh nghiệp yếu, sức ỳ của các đơn vị liên quan...)	16
Tổng số	96	Tổng số	48

Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát

Bảng 5: Tần suất đề cập đến nguồn lực của doanh nghiệp như là yếu tố thúc đẩy/ cản trở đổi mới-sáng tạo

Thúc đẩy	Tần suất	Cản trở	Tần suất
Có khả năng về kinh tế, nguồn vốn	28	Khả năng tài chính, vật chất hạn hẹp	61
Có điều kiện kỹ thuật, công nghệ phục vụ cho hoạt động đổi mới-sáng tạo	20	Hạ tầng khoa học công nghệ của đơn vị yếu kém	10
Hợp tác với bên ngoài	5	Thiếu các mối liên kết với các đối tác	4
Có đầy đủ thông tin về đổi mới-sáng tạo	2	Khả năng tiếp cận với môi trường bên ngoài để có cơ hội học hỏi ít và thiếu hiệu quả	3
Tổng số	55	Tổng số	78

Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát

tế là doanh nghiệp hoạt động trong môi trường quá an toàn (kết quả kinh doanh quá ổn định), ít hoặc không có cạnh tranh hay công việc không yêu cầu phải đổi mới-sáng tạo. Điều này cũng nhất quán với các nghiên cứu trước đây. Cạnh tranh được coi là động lực đòi hỏi các doanh nghiệp nâng cao năng suất lao động, hoàn thiện công nghệ và thực hiện đổi mới-sáng tạo (Davis & Meyer, 2004; Ertürk, 2014). Bên cạnh đó, những thay đổi trong nhu cầu, đặc biệt là thay đổi về xu hướng, thị hiếu của người tiêu dùng sẽ buộc doanh nghiệp phải đổi mới-sáng tạo để được khách hàng chấp nhận (Langrish và cộng sự, 1972; Rothwell, 1992; Ertürk, 2014). Ngược lại, đối với những tổ chức hoạt động trong môi trường độc quyền/ ít cạnh tranh hoặc nhu cầu ít biến động thì chỉ cần duy trì những gì sẵn có là doanh nghiệp đã có thể tồn tại (Phan Thị Thực Anh & Nguyễn Thùy Dung, 2015). Ngoài ra, những rào cản pháp lý, thủ tục hành chính phức tạp, không minh bạch và chính sách nhà nước thay đổi thường xuyên cũng là những yếu tố cản trở đổi mới-sáng tạo trong doanh nghiệp.

4.5. Nhóm yếu tố liên quan đến nguồn lực của doanh nghiệp

Nhóm yếu tố cuối cùng đề cập đến các nguồn lực khác nhau trong doanh nghiệp. Đổi mới-sáng tạo đòi hỏi doanh nghiệp phải đầu tư về tiền bạc, thời gian và công sức. Các nguồn lực cần thiết để đổi mới-sáng tạo trong doanh nghiệp được đề cập đến theo thứ tự tần suất giảm dần là: nguồn lực tài chính (89 lượt), nguồn lực khoa học công nghệ (30 lượt),

nguồn lực quan hệ đối tác (9 lượt) và nguồn lực về thông tin (5 lượt). Toàn bộ có 133 lượt đề cập đến yếu tố nguồn lực, chiếm 12.6% trong tổng số lượt đề cập. Bảng 5 trình bày chi tiết câu trả lời của các nhà quản lý được khảo sát.

Số liệu trong bảng cho thấy khả năng tài chính là cản trở lớn nhất đối với đổi mới-sáng tạo đứng trên giác độ nguồn lực, áp đảo so với sự thiếu hụt về các nguồn lực khác. Đổi mới-sáng tạo nhìn chung là tốn kém, do vậy sự thiếu hụt về tài chính sẽ gây khó khăn cho doanh nghiệp trong đổi mới-sáng tạo, khiến cho việc thực hiện hoạt động này bị ngưng trệ, thậm chí là không thể thực hiện được. Sau khả năng tài chính thì trình độ, điều kiện và hạ tầng khoa học - kỹ thuật, công nghệ cũng đóng vai trò khá lớn đối với đổi mới-sáng tạo. Kết quả này cũng phù hợp với các nghiên cứu trước đây. Ví dụ (Ertürk, 2014) cho rằng đổi mới-sáng tạo đòi hỏi phải có đủ nguồn tài chính chi cho hoạt động nghiên cứu và phát triển cũng như phải có cơ sở hạ tầng nghiên cứu và phát triển đủ mạnh. Tương tự, OECD (2005) cũng chỉ ra rằng sự thiếu hụt nguồn tài chính trong nội bộ doanh nghiệp và các nguồn tài chính bên ngoài như quỹ đầu tư mạo hiểm hay các nguồn tài trợ công không sẵn có là một trong những yếu tố cản trở lớn nhất đối với đổi mới-sáng tạo.

5. Kết luận

Trên cơ sở khảo sát 172 nhà quản lý, nghiên cứu này đã xác định được 5 nhóm yếu tố thúc đẩy/cản trở đổi mới-sáng tạo từ góc nhìn của doanh nghiệp

Việt Nam. Tuy còn một số hạn chế nhất định do mẫu nghiên cứu thuận tiện, nhưng với cách sử dụng câu hỏi mở trong khảo sát, nghiên cứu đảm bảo hoàn toàn tính khách quan do các nhà quản lý không có bất kỳ định kiến nào trước khi viết ra câu trả lời mà tất cả chỉ dựa vào kinh nghiệm thực tiễn của bản thân và quan sát thực tế hoạt động của doanh nghiệp.

Kết quả nghiên cứu bổ sung cho kho tàng tri thức về đổi mới-sáng tạo trong doanh nghiệp nói chung và ở Việt Nam – một nước đang phát triển nói riêng. Các nghiên cứu tiếp theo có thể sử dụng kết quả của nghiên cứu này để kiểm định lại mối quan hệ giữa các nhóm yếu tố đã được xác định trên một qui mô rộng lớn và bao quát hơn.

Lời thừa nhận/cám ơn:

Nghiên cứu này được tài trợ bởi Quỹ phát triển khoa học và công nghệ quốc gia (NAFOSTED) trong đề tài mã số II4.5-2012.10. Tác giả xin chân thành cảm ơn Quỹ vì tài trợ này.

Tài liệu tham khảo

- Bessant, J. & Tidd, J. (2007), *Innovation and entrepreneurship*, Wiley, Chichester.
- Bigliardi, B. (2013), 'The effect of innovation on financial performance: A research study involving SMEs', *Innovation : Management, Policy & Practice*, 15(2), 245-255.
- Davis, L.N. & Meyer, K.E. (2004), 'Subsidiary research and development, and the local environment', *International Business Review*, 13(3), 359-382.
- Despa, M.L. (2014), 'Evolution and Trends Regarding the Concepts of Innovation and Invention', *Informatica Economică*, 18(1), 139-151.
- Ertürk, M. (2014), 'Determinants And Effects Of Innovation On The Firm Level: An Empirical Investigation', *International Journal of Research in Business and Social Science*, 3(1), 118-129.
- Galende, J. & Juan, M.D.L.F. (2003), 'Internal Factors Determining A Firm's Innovative Behaviour', *Research Policy*, 32(5), 715-736.
- González-Benito, O., Muñoz-Gallego, P.A. & García-Zamora, E. (2015), 'Entrepreneurship And Market Orientation As Determinants Of Innovation: The Role Of Business Size', *International Journal of Innovation Management*, 19(4), 1-28.
- Gunday, G., Ulusoy, G., Kilic, K. & Alpkan, L. (2011), 'Effects of innovation types on firm performance', *International Journal of Production Economics*, 133(2), 662-676.
- Kim, N. & Pae, J.H. (2014), 'Does intra-firm diffusion of innovation lead to inter-firm relationship benefits? The cases of innovation providers and adopters', *Journal of Business & Industrial Marketing*, 29(6), 514-524.
- Langrish, J., Gibbons, M., Evans, W.G. & Jevons, F.R. (1972), *Wealth from Knowledge: Studies of Innovation in Industry*, Macmillan, London.
- Lee, J.Y., Swink, M. & Pandejpong, T. (2011), 'The Roles of Worker Expertise, Information Sharing Quality, and Psychological Safety in Manufacturing Process Innovation: An Intellectual Capital Perspective', *Production and Operations Management*, 20(4), 556-VIII.
- Lopez-Fernandez, M.C., Serrano-Bedia, A.M. & Gómez-López, R. (2016), 'Determinants of innovation decision in small and medium-sized family enterprises', *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(2), 408-427.
- Marques, C.S. & Ferreira, J. (2009), 'SME Innovative Capacity, Competitive Advantage and Performance in a 'Traditional' Industrial Region of Portugal', *Journal of Technology Management and Innovation*, 4(4), 53-68.
- Mohr, L. (1969), 'Determinants of innovation in organizations', *The American Political Science Review*, 63(1), 111-126.
- Nguyễn Quốc Duy (2015), 'Đổi mới sáng tạo và các nhân tố tác động- Tổng kết cơ sở lý thuyết', *Kinh tế & Phát triển*, 211(II), 37-46.
- Nguyễn Văn Thắng, Phan Thị Thục Anh & Nguyễn Thị Tuyết Mai (2016), 'Knowledge Creation, Innovation and Financial Performance of Firms: Evidence from Vietnam', *International Journal of Business and Management*, 11(6), 95-107.

- OECD (2005), *Oslo Manual: Guidelines for collecting and interpreting innovation data*.
- Otter, N. & Weber, M. (2016), 'Determinants of Public Sector Innovation: The Example of Capacity Development in Public Procurement', *International Public Administration Review*, 13(1), 9-27.
- Phan Thi Thuc Anh (2014), 'Characteristics of Innovation in Vietnamese Firms: An Exploratory Research', *Journal of Economics and Development*, 16(3), 82-95.
- Phan Thị Thục Anh & Nguyễn Thùy Dung (2015), 'Tác động của yếu tố môi trường đến hoạt động đổi mới-sáng tạo trong các tổ chức tại Việt Nam', *Kinh tế & Phát triển*, 222(đặc san), 35-42.
- Rehman, N. Ur (2015), 'Business and Management Factors Relating to Firm Innovation Performance', *Indian Journal of Commerce & Management Studies*, 6(1), 83-95.
- Rothwell, R. (1992), 'Successful Industrial Innovation: Critical Factors for the 1990s', *R&D Management*, 22(3), 221-239.
- Schein, E.H. (2010), *Organizational culture and leadership*, Jossey-Bass, San Francisco.
- Souitaris, V. (2002), 'Technological Trajectories As Moderators Of Firm-Level Determinants Of Innovation', *Research Policy*, 31(6), 877-898.