

ĐỔI MỚI SÁNG TẠO TẠI CÁC CÔNG TY ĐA QUỐC GIA VÀ GỢI Ý CHO CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

Trần Bích Ngọc*, Trần Sĩ Lâm**

Các công ty đa quốc gia có vai trò và vị thế to lớn trong nền kinh tế thế giới. Sở dĩ có được điều này là do các công ty đó đã biết sử dụng một cách hiệu quả yếu tố công nghệ trong sản xuất kinh doanh và liên tục đổi mới công nghệ bằng các hoạt động đổi mới sáng tạo. Bài viết này tập trung nghiên cứu những vấn đề cơ bản về đổi mới sáng tạo và chuyển giao công nghệ tại các công ty đa quốc gia. Đây là những hiểu biết cần thiết giúp cho các công ty đa quốc gia Việt Nam còn non trẻ và mới ra đời trong thời gian gần đây học tập để phát triển bền vững trong điều kiện cạnh tranh ngày càng trở nên gay gắt trên phạm vi toàn cầu như hiện nay.

Từ khóa: chính sách công nghệ, chuyển giao công nghệ, công ty đa quốc gia, đổi mới sáng tạo, R&D

1. Giới thiệu

Cạnh tranh hiện nay giữa các doanh nghiệp trên thế giới trong điều kiện của nền kinh tế tri thức thực chất là cạnh tranh trên các hoạt động đổi mới nhằm tạo ra các sản phẩm và các quy trình công nghệ mới. Các công ty đa quốc gia (ĐQG) trên thế giới từ lâu đã sử dụng rất hiệu quả đổi mới sáng tạo như là chiến lược then chốt để bảo vệ và phát triển vị thế trên thị trường.

Nghiên cứu về đổi mới sáng tạo tại các công ty ĐQG trên thế giới trong thời gian gần đây đã nhận được sự chú ý của các nhà kinh tế trong và ngoài nước. Đáng kể có một số tổ chức quốc tế có uy tín như UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development), OECD (Organization for Economic Cooperation and Development), Booz&Company... cũng như một số học giả nước ngoài như Snejina Michailova và Zaidah Mustaffa (2012); Jacky F.L. Hong và Thang V. Nguyen (2009); Tina C. Ambos và Bjorn Ambos (2009); Kristiina Makela, Hanna K. Kalla và Rebecca Piekkari (2007); Jakob Edler (2004);... đã công bố một số nghiên cứu chuyên sâu về vấn đề này.

Trong nước cũng có một số nghiên cứu chuyên sâu liên quan đến các công ty ĐQG trên thế giới và liên hệ với Việt Nam nhưng không nhiều, điển hình có thể kể đến như công trình *Các công ty xuyên quốc gia: khái niệm, đặc trưng và những biểu hiện mới* của Trung tâm Nghiên cứu Bắc Mỹ, Viện Khoa học xã hội Việt Nam (Nguyễn Thiết Sơn, 2003) cũng như một số công trình mới công bố gần đây trên một số Tạp chí Nghiên cứu kinh tế có uy tín trong nước như: *Chiến lược chiếm lĩnh thị trường*

trong hoạt động đầu tư trực tiếp của các công ty xuyên quốc gia (TNCs) Nhật Bản ở Việt Nam của Đinh Trung Thành (2013); *Sự sụp đổ của Tập đoàn Daewoo-Bài học kinh nghiệm tái cấu trúc Tập đoàn than và khoáng sản Việt Nam* của Vũ Hùng Phương và Lê Duy Linh (2013); *Đổi mới công tác quảng bá và xúc tiến đầu tư với các công ty xuyên quốc gia Nhật Bản trong bối cảnh hiện nay* của Đinh Trung Thành (2013); *Kinh nghiệm tái cấu trúc doanh nghiệp từ Tập đoàn Samsung-Hàn Quốc* của Nguyễn Trúc Lê (2013); *Đặc thù trong chiến lược đầu tư của các công ty xuyên quốc gia Nhật Bản ở Việt Nam* của Đinh Trung Thành (2013),...

Tuy nhiên, cho đến nay việc tổng hợp chiến lược đổi mới sáng tạo của các công ty ĐQG trên thế giới để trên cơ sở đó đề xuất các chiến lược đổi mới sáng tạo cho các công ty ĐQG của Việt Nam phát triển bền vững lại chưa có nhiều tác giả trong nước nghiên cứu chuyên sâu một cách hệ thống. Chính vì vậy mà nhóm tác giả đã lựa chọn nghiên cứu về vấn đề này.

Phương pháp nghiên cứu được lựa chọn chủ yếu là phương pháp tổng hợp và phân tích hệ thống hoá các tài liệu có liên quan đến đổi mới sáng tạo tại các công ty ĐQG trên thế giới, các số liệu thống kê liên quan của các tổ chức quốc tế có uy tín,...

2. Hoạt động đổi mới sáng tạo tại các công ty đa quốc gia

2.1. Xu hướng phát triển các hoạt động đổi mới sáng tạo của các công ty ĐQG

Công ty đa quốc gia (ĐQG), thường viết tắt là MNCs (Multinational Corporations) hoặc MNEs (Multinational Enterprises) hay còn được gọi là

Bảng 1: Chi phí R&D của 1000 công ty ĐQG hàng đầu thế giới giai đoạn 2006-2011

Chỉ tiêu	Đơn vị	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Chi phí R&D	Tỷ USD	450	495	521	503	550	603
Tăng hàng năm	%/năm	-	10,0	5,4	-3,5	9,3	9,6

Nguồn: (Booz&Co. 2012, tr.3)

công ty xuyên quốc gia TNCs (Transnational Corporations), là khái niệm để chỉ các công ty lớn sản xuất hay cung cấp dịch vụ ở ít nhất hai quốc gia. Một số nhà kinh tế còn cho rằng: điều kiện để được gọi là công ty ĐQG cần phải là trên 25% tài sản của công ty phải nằm ngoài lãnh thổ của quốc gia có vốn đầu tư ban đầu (home economy) và trên 25% doanh thu hàng năm của công ty là từ nước ngoài. (B.B. Гришин 2013, tr.136).

Thị trường thế giới liên tục đổi mới do ảnh hưởng của các tiến bộ khoa học công nghệ. Công nghệ tiên tiến đã làm thay đổi định dạng hoạt động của các

chuỗi ĐQG, làm phức tạp kết cấu của chúng và làm gia tăng tốc độ thay đổi của các nền kinh tế. Ngày hôm nay, để thành công trên thị trường sẽ là không đủ nếu chỉ theo sát các nhu cầu thị trường trong hiện tại mà các doanh nghiệp cần phải biết tạo ra các nhu cầu trong tương lai, thuyết phục khách hàng để họ phát sinh ra các nhu cầu này và để khách hàng trở nên thích thú với các sản phẩm thỏa mãn nhu cầu trong tương lai đó. Đây cũng chính là những nguyên nhân đã thúc đẩy các công ty ĐQG phải liên tục đổi mới sáng tạo. Các công ty ĐQG đặc biệt chú trọng đầu tư cho R&D. Theo nghiên cứu của Booz &

Bảng 2: 20 công ty ĐQG hàng đầu thế giới về đầu tư R&D (tỷ USD) năm 2011

Xếp hạng	Công ty	Địa lý	Ngành tham gia	Chi phí R&D
1	Toyota	Nhật Bản	Ôtô	9,9
2	Novartis	Châu Âu	Chăm sóc sức khỏe	9,6
3	Roche Holding	Châu Âu	Chăm sóc sức khỏe	9,4
4	Pfizer	Bắc Mỹ	Chăm sóc sức khỏe	9,1
5	Microsoft	Bắc Mỹ	Phần mềm và Internet	9,0
6	Samsung	Châu Á	Máy tính và điện tử	9,0
7	Merck	Bắc Mỹ	Chăm sóc sức khỏe	8,5
8	Intel	Bắc Mỹ	Máy tính và điện tử	8,4
9	General Motors	Bắc Mỹ	Ôtô	8,1
10	Nokia	Châu Âu	Máy tính và điện tử	7,8
11	Volkswagen	Châu Âu	Ôtô	7,7
12	Johnson & Johnson	Bắc Mỹ	Chăm sóc sức khỏe	7,5
13	Sanofi	Châu Âu	Chăm sóc sức khỏe	6,7
14	Panasonic	Nhật Bản	Máy tính và điện tử	6,6
15	Honda	Nhật Bản	Ôtô	6,6
16	GlaxoSmithKline	Châu Âu	Chăm sóc sức khỏe	6,3
17	IBM	Bắc Mỹ	Máy tính và điện tử	6,3
18	Cisco Systems	Bắc Mỹ	Máy tính và điện tử	5,8
19	Daimler	Châu Âu	Ôtô	5,8
20	AstraZeneca	Châu Âu	Chăm sóc sức khỏe	5,6
Tổng cộng Top 20				153,6

Nguồn: (Booz&Co. 2012, tr.6)

Company, chi phí đầu tư cho R&D của 1000 công ty ĐQG hàng đầu thế giới giai đoạn 2001-2011 tăng bình quân là 6%/năm. Mặc dù giai đoạn hiện nay, kinh tế toàn cầu trải qua giai đoạn suy thoái đầy khó khăn nhưng tốc độ tăng đầu tư cho R&D vẫn rất cao. Theo thống kê, tốc độ tăng chi phí R&D bình quân 3 năm gần đây 2009-2011 đã lên tới 9,5%/năm cao hơn rất nhiều so với những năm 2001-2003 chỉ là 3,5%/năm. Năm 2011, 1000 công ty ĐQG hàng đầu thế giới đầu tư cho R&D khoảng 603 tỷ USD. Điều này chứng tỏ các công ty ĐQG đặc biệt chú trọng R&D như là một chiến lược phát triển bền vững lâu dài.

Lĩnh vực được đầu tư R&D nhiều nhất là những lĩnh vực cạnh tranh nhất trên thị trường toàn cầu. Năm 2011, ba ngành có chi phí R&D hàng đầu thế giới là: Máy tính và điện tử 28%, Chăm sóc sức khoẻ 21% và Ôtô là 16%. Bảng 2 là Top 20 công ty ĐQG đầu tư hàng đầu về R&D trên thế giới.

Chính vì đặc biệt chú trọng R&D các công ty ĐQG đã trở thành các chủ thể chính trong phát triển công nghệ thế giới. Các công ty ĐQG đã tích lũy các thành tựu khoa học công nghệ lớn của thế giới- hơn 80% các bằng sáng chế, các li-xăng về kỹ thuật tiên tiến và công nghệ là thuộc về các công ty ĐQG.

2.2. Chính sách khoa học và công nghệ (Science and technology policy) của các công ty ĐQG

Hoạt động đổi mới sáng tạo của các công ty ĐQG trên thế giới chịu sự điều tiết trực tiếp của chính sách khoa học và công nghệ của công ty đó. Chính sách khoa học và công nghệ của công ty là tập hợp các mục tiêu, các nhiệm vụ, các nguyên tắc, các phương pháp và các hành động để trên nền tảng đó hướng tới thiết kế và sản xuất các sản phẩm mới, các quy trình công nghệ mới. Theo khái niệm này thì các hoạt động đổi mới sáng tạo là nội hàm của

các hoạt động công nghệ của công ty ĐQG do mục tiêu của chính sách khoa học và công nghệ trong các công ty này hướng tới tạo ra sản phẩm, công nghệ mới nhằm củng cố vị thế của công ty ĐQG trên thị trường và phát triển lợi thế cạnh tranh.

Các công ty ĐQG luôn coi khoa học và công nghệ là yếu tố giữ vị trí hàng đầu bởi công nghệ là yếu tố quyết định năng lực cạnh tranh, chiếm lĩnh thị trường và giữ thế độc quyền. Do đó, hoạt động quản lý công nghệ tại các công ty ĐQG thông qua các chiến lược công nghệ được hết sức chú trọng. Có ba chiến lược khoa học và công nghệ cơ bản sau đây được các công ty ĐQG sử dụng để bảo vệ vị thế của mình trên thị trường quốc tế, đó là: chiến lược trung tâm lớn, chiến lược toàn cầu hóa đa cực và chiến lược toàn cầu hóa.

Chiến lược trung tâm lớn: Đây là chiến lược tìm kiếm một cách tập trung các quyết định công nghệ và thiết kế các đặc tính hàng hóa của sản phẩm trên nền tảng các ưu tiên của các khách hàng tại nước chủ nhà- nơi có trụ sở chính của công ty mẹ trong công ty ĐQG.

Chiến lược toàn cầu hóa đa cực: Đây là chiến lược thiết kế một vài phương án sản phẩm tính tới các yêu cầu khác nhau của các thị trường tại các khu vực khác nhau. Mô hình này cho phép xem xét yếu tố toàn cầu hoá các hoạt động R&D và cho phép tính tới sự khác biệt về nhu cầu thị trường của các khu vực khác nhau mà công ty ĐQG phục vụ.

Chiến lược toàn cầu hóa: Đây là chiến lược điều phối hoạt động R&D trên tất cả các thành viên của công ty ĐQG (các chi nhánh và các công ty con) nhằm đưa ra các sản phẩm đáp ứng các tiêu chuẩn thế giới. Bản chất của mô hình này là định hướng vào thị hiếu của khách hàng trung bình thống kê trên toàn thế giới. (B.B. Гришин 2013, tr. 152-155)

Bảng 3: 10 công ty ĐQG hàng đầu thế giới về đổi mới sáng tạo giai đoạn 2010-2012

Xếp hạng	2010	2011	2012
1	Apple	Apple	Apple
2	Google	Google	Google
3	3M	3M	3M
4	GE	GE	Samsung
5	Toyota	Microsoft	GE
6	Microsoft	IBM	Microsoft
7	P&G	Samsung	Toyota
8	IBM	P & G	P & G
9	Samsung	Toyota	IBM
10	Intel	Facebook	Amazon

Nguồn: (Booz&Co. 2012, tr.3)

2.3. Hợp tác và trao đổi công nghệ của công ty ĐQG

Chiến lược toàn cầu hóa phải dựa trên cơ chế hợp tác quốc tế về trao đổi thông tin công nghệ mới và các kết quả nghiên cứu mới. Việc hợp tác này có thể giữa các thành viên trong phạm vi một công ty ĐQG hoặc giữa các công ty ĐQG với nhau trong khuôn khổ liên minh chiến lược.

Chuyển giao thông tin và công nghệ trong phạm vi một công ty ĐQG: Chuyển giao thông tin về công nghệ mới giữa công ty mẹ với các thành viên trong nội bộ một công ty ĐQG thường diễn ra theo hai phương thức chuyển giao sau:

(i) Phương thức chuyển giao các công nghệ hiện đại nhất. Đối tượng chuyển giao công nghệ này thường là các chi nhánh trong nội bộ hệ thống công ty ĐQG tại các nước phát triển. Các chi nhánh này có đủ điều kiện về trình độ công nghệ, cơ sở vật chất và nhân sự để tiếp thu và khai thác có hiệu quả công nghệ hiện đại. Mặt khác, mặt bằng công nghệ của đối thủ cạnh tranh tại các nước phát triển ở mức cao.

(ii) Phương thức chuyển giao các công nghệ hạng hai. Những công nghệ hạng hai không còn mới, không còn đem lại lợi thế cạnh tranh cho các công ty ĐQG thường được chuyển giao cho các công ty liên doanh hoặc các công ty nằm ngoài hệ thống công ty ĐQG tại các nước đang phát triển.

Chuyển giao thông tin và công nghệ giữa các công ty ĐQG: Liên minh chiến lược giữa các công ty ĐQG trong thực hiện các hoạt động đổi mới sáng tạo được xuất phát từ lý do chi phí để thực hiện độc lập các hoạt động đổi mới sáng tạo là rất lớn nên để hạn chế chi phí và thời gian tiếp cận các công nghệ mới, kết quả nghiên cứu mới các công ty ĐQG thường liên kết với nhau trong hoạt động nghiên cứu và phát triển công nghệ. Trong một liên minh như vậy sự phối hợp các công nghệ đặc trưng của từng công ty ĐQG đã tạo ra những sản phẩm có chất lượng và khả năng cạnh tranh rất cao. Cũng chính qua đó mà các công ty ĐQG đã chuyển giao công nghệ cho nhau. Có thể nói liên minh liên kết công nghệ là kênh chuyển giao của những công nghệ cao giữa các công ty ĐQG có đẳng cấp tương đồng. (Viện Nghiên cứu phát triển thành phố Hồ Chí Minh, 2011).

2.4. Các kênh chuyển giao công nghệ của các công ty ĐQG

Thông qua các hợp đồng mua bán công nghệ trên thị trường. Kênh này thường được các công ty ĐQG sử dụng với các đối tác ở các nước phát triển. Kỹ thuật được chuyển giao ở đây chủ yếu mang tính bộ phận, tức là chuyển giao từng phần trong dây chuyền công nghệ của một ngành nào đó.

Thông qua hình thức trao đổi thông tin, đào tạo và huấn luyện cán bộ khoa học, nhân viên kỹ thuật, công nhân lành nghề. Đây là kênh phản ánh tầm nhìn chiến lược của công ty; đào tạo trực tiếp đội

ngũ cán bộ làm công tác khoa học kỹ thuật; chuẩn bị cho các cấp độ cao hơn trong chính sách chuyển giao công nghệ tiên tiến trong tương lai. Theo đó các công ty ĐQG có thể duy trì được sự kiểm soát mang tính toàn cầu của mình trong dài hạn.

Thông qua các hoạt động đầu tư trực tiếp ra nước ngoài FDI. Đây chính là tổng thể các biện pháp và chính sách thương mại, đầu tư, thị trường,... của các công ty ĐQG, cho phép khai thác tối đa thế mạnh về công nghệ và tiềm lực R&D của mình.

Thông qua các hợp đồng công nghệ liên công ty ĐQG bao gồm một loạt các thỏa thuận giữa các công ty ĐQG về R&D cũng như những thỏa thuận trong quá trình sản xuất, phân phối hàng hóa và dịch vụ giữa các công ty ĐQG với nhau. (Nguyễn Thiết Sơn 2003, tr. 227-240)

3. Kết luận và gợi ý cho các công ty đa quốc gia Việt Nam

Vai trò to lớn và các đóng góp tích cực của các công ty ĐQG trong nền kinh tế thế giới đã được thực tiễn chứng minh và không thể phủ nhận. Nguyên nhân của sự phát triển nhanh chóng và đạt tới sức mạnh cạnh tranh toàn cầu của các công ty đó là do các hoạt động đổi mới sáng tạo trong các công ty đó. Trong thời gian khoảng gần thập kỷ trở lại đây tại Việt Nam bắt đầu xuất hiện những công ty ĐQG như Viettel, PVN, FPT, Hoàng Anh Gia Lai, Vinamilk,... Đây là những hạt giống quý, là những con chim đầu đàn của nền kinh tế Việt Nam, đặc biệt trong giai đoạn khủng hoảng kinh tế toàn cầu.

Tuy nhiên, thành công của một số công ty ĐQG Việt Nam mới chỉ là bước đầu và còn rất nhiều thử thách ở phía trước. Việc thành công hay thất bại của họ vẫn là một ẩn số và chưa thể nói trước được điều gì nhưng, những công ty đó đã và đang thấp lùn hy vọng về một nước Việt Nam hùng mạnh, với những công ty có khả năng cạnh tranh với những người khổng lồ của thế giới, kể cả trong lĩnh vực công nghệ cao. Các công ty ĐQG của chúng ta cần rút ra được các bài học quý báu từ sự phát triển vững chắc của các tập đoàn ĐQG của thế giới đó là phải xem đổi mới sáng tạo như là yếu tố then chốt nhất cho tăng trưởng kinh tế bền vững.

Nghiên cứu về đổi mới sáng tạo và chuyển giao công nghệ tại các công ty ĐQG trên thế giới, nhóm tác giả đề xuất một số giải pháp về đổi mới sáng tạo cho các doanh nghiệp Việt Nam như sau:

Thứ nhất, cần đầu tư nhiều hơn nữa cho hoạt động đổi mới sáng tạo và công nghệ. Các công ty ĐQG của Việt Nam nếu muốn phát triển bền vững lâu dài và dần giành được lợi thế cạnh tranh so với các công ty ĐQG của nước ngoài, nên cần phải đầu tư nhiều hơn cho R&D. Theo nghiên cứu của Booz&Co., các công ty ĐQG hàng đầu thế giới đều dành trung bình khoảng 10% doanh số bán hàng cho R&D, các công ty ĐQG của Việt Nam cũng nên làm

như vậy. Tuy đầu tư lớn cho R&D như vậy sẽ làm cho lợi nhuận của các công ty ĐQG không cao trong ngắn hạn, nhưng sẽ đảm bảo cho sự phát triển bền vững lâu dài cho công ty. Đồng thời chúng ta cũng cần quản lý thật hiệu quả các nguồn vốn đầu tư cho R&D, tránh lãng phí đầu tư dàn trải, cần đầu tư trọng điểm phù hợp với chiến lược kinh doanh và lợi thế cạnh tranh của từng công ty ĐQG.

Thứ hai, cần quản trị hiệu quả hơn nữa các hoạt động đổi mới sáng tạo. Quản trị đổi mới sáng tạo là một trong những loại hình quản trị đặc thù rất khó quản lý hiệu quả, nhưng nếu quản trị tốt sẽ mang lại lợi ích phát triển bền vững cho doanh nghiệp. Những điểm chính yếu cơ bản mà các công ty ĐQG của chúng ta cần đặc biệt lưu ý là: (i) Cân bằng giữa các mục tiêu liên quan đến hoạt động kinh doanh. Cân bằng giữa lợi ích của từng hoạt động kinh doanh, giữa bên trong và bên ngoài, giữa công ty mẹ và các công ty thành viên; (ii) Chú trọng quản trị nguồn nhân lực trình độ cao. Chú trọng bồi dưỡng, phát triển và ưu đãi với đội ngũ cán bộ làm công tác R&D; (iii) Quản trị chặt các thông tin và công nghệ chuyên giao. Thông tin và công nghệ trong trao đổi và chuyên giao phải được giám sát chặt chẽ đảm bảo tính bảo mật cũng như phải phù hợp với chiến lược kinh doanh của các công ty ĐQG Việt Nam.

Thứ ba, cần tận dụng hiệu quả hơn nữa các kênh chuyên giao công nghệ của các công ty ĐQG trên thế giới. Chúng ta cần khai thác hiệu quả nhất các kênh chuyên giao công nghệ với các công ty ĐQG hàng đầu qua các kênh chuyên giao. Tạo điều kiện thuận lợi tối đa cho chuyên giao công nghệ như ưu đãi về cơ chế, chính sách chuyên giao công nghệ cho các công ty ĐQG Việt Nam để các doanh nghiệp Việt Nam được chuyên giao và tiếp cận các công nghệ tiên tiến nhất. Chúng ta cũng có thể quy định bắt buộc các công ty ĐQG muốn đầu tư tại Việt Nam hay bán sản phẩm cho Việt Nam với cơ chế ưu đãi phải chuyên giao công nghệ tiên tiến cho Việt Nam theo tỷ lệ bắt buộc nhất định. Các công ty ĐQG Việt Nam cũng cần chuẩn bị tốt hơn nguồn nhân lực chất lượng cao, trang thiết bị, cơ sở hạ tầng hiện đại để có thể khai thác hiệu quả nhất các công nghệ kỹ thuật được chuyên giao. Đặc biệt các công ty ĐQG phải có cơ chế chính sách đặc thù thu hút các chuyên gia hàng đầu về công nghệ Việt kiều về nước làm việc cũng như thu hút và khai thác các chuyên gia công nghệ hàng đầu thế giới sang làm việc với đãi ngộ đặc biệt kể cả các chuyên gia đã nghỉ hưu.

Thứ tư, cần sự hỗ trợ mạnh mẽ hơn nữa của Nhà nước về đổi mới sáng tạo công nghệ then chốt. Một số ngành công nghệ then chốt đặc biệt là các công nghệ cơ bản, đầu tư cho R&D có thể rất lớn nhưng hiệu quả lại không thu hồi lại ngay hoặc rủi ro đầu tư lớn rất cần có sự hỗ trợ của Nhà nước về cơ chế chính sách tài chính đặc thù. Nhà nước cũng cần

phải làm tốt vai trò định hướng, hỗ trợ cho các công ty ĐQG của chúng ta vào các hướng đổi mới sáng tạo trong các ngành then chốt. Nếu xác định là ngành kinh tế và kỹ thuật then chốt, Nhà nước cần huy động các nguồn lực cũng như có cơ chế ưu đãi để nhanh chóng hỗ trợ chuyển giao các công nghệ hàng đầu cho các công ty ĐQG Việt Nam để rút ngắn khoảng cách lạc hậu so với các công ty ĐQG nước ngoài. Việt Nam rất nên nghiên cứu mô hình thành công của Trung Quốc và Ấn Độ. Hai nước này những năm gần đây đặc biệt chú trọng tăng đầu tư cho R&D và mặc dù tổng chi phí đầu tư cho R&D của Trung Quốc và Ấn Độ không lớn nhưng lại mang lại hiệu quả kinh doanh cao cho các công ty ĐQG của hai nước này.

Thứ năm, cần tăng cường hợp tác hiệu quả và chặt chẽ hơn giữa 3 nhà: Nhà doanh nghiệp-Nhà khoa học-Nhà nước. Tại Việt Nam quản lý nhà nước về công nghệ còn chưa tập trung, các cơ quan quản lý như các sở khoa học công nghệ, sở công thương thiếu các cơ sở dữ liệu về công nghệ và các hoạt động công nghệ, đổi mới sáng tạo tại các doanh nghiệp trong số đó có các công ty ĐQG. Sự thiếu minh bạch về thông tin công nghệ của các doanh nghiệp Việt Nam dẫn tới sự khó khăn trong nghiên cứu từ phía các nhà khoa học để có thể tư vấn cho họ các giải pháp hiệu quả trong các hoạt động quản lý công nghệ, đổi mới sáng tạo. Các cơ quan quản lý nhà nước thiếu các cơ sở dữ liệu dẫn tới các chính sách công nghệ đưa ra còn chưa phù hợp, chưa thực sự đem lại lợi ích cần thiết cho các doanh nghiệp này, nhất là cho các “đầu tàu” của nền kinh tế. Tóm lại, chúng ta cần tạo ra được cơ chế để gỡ gạc và trao đổi định kỳ giữa ba nhà: Nhà doanh nghiệp-Nhà khoa học-Nhà nước, trên cơ sở đó tìm kiếm những ý tưởng đổi mới trong quản trị và công nghệ nhằm nâng tầm vóc và đảm bảo cạnh tranh cho các công ty ĐQG của chúng ta.

Một trong những nguyên nhân thành công của các công ty ĐQG trên thế giới chính là chiến lược đổi mới sáng tạo. Học tập kinh nghiệm của các công ty ĐQG quốc tế trong quản lý đổi mới sáng tạo chính là con đường đúng đắn để các công ty ĐQG của chúng ta tồn tại và phát triển trong điều kiện cạnh tranh khốc liệt của nền kinh tế thị trường toàn cầu hóa như hiện nay. Đổi mới sáng tạo sẽ là con đường phát triển bền vững nhất cho các công ty ĐQG Việt Nam trên thị trường thế giới. Chỉ khi nào áp dụng một cách triệt để, đồng bộ và kiên trì chính sách đổi mới sáng tạo phù hợp mới có thể đảm bảo cho năng lực cạnh tranh và hiệu quả kinh doanh lâu dài cho các công ty ĐQG của chúng ta. □

Tài liệu tham khảo:

- B.V. Гришин (2013), Управление инновационной деятельностью в условиях модернизации национальной экономики- Москва- учебное пособие. (Dịch: Grishin Vladislav Vichtorovich (2013), Quản lý hoạt động đổi mới sáng tạo trong điều kiện hiện đại hóa nền kinh tế quốc gia, Moscow)
- Booz&Co. (2012), The 2012 Global Innovation 1000
- Christopher Williams, Soo Hee Lee (2011), “Entrepreneurial contexts and knowledge coordination within the multinational corporation”, Journal of World Business, 46 (2011), 253-264
- Jacky F.L. Hong, Thang V. Nguyen (2009), “Knowledge embeddedness and the transfer mechanisms in multinational corporations”, Journal of World Business, 44 (2009), 347-356
- Jakob Edler (2004), “International research strategies of multinational corporations: A German perspective”, Technological Forecasting & Social Change, 71 (2004), 599-621
- Kristiina Makela, Hanna K. Kalla, Rebecca Piekkari (2007), “Interpersonal similarity as a driver of knowledge sharing within multinational corporations”, International Business Review, 16 (2007)
- Nguyễn Trúc Lê (2013), “Kinh nghiệm tái cấu trúc doanh nghiệp từ Tập đoàn Samsung-Hàn Quốc”, Kinh tế Châu Á-Thái Bình Dương, Số 395 (Tháng 3/2013), 36-38
- Vũ Hùng Phương, Lê Duy Linh (2013), “Sự sụp đổ của Tập đoàn Daewoo-Bài học kinh nghiệm tái cấu trúc Tập đoàn Than và Khoáng sản Việt Nam”, tạp chí Kinh tế và Phát triển, Số 189 (Tháng 3/2013), 52-61
- Đinh Trung Thành (2013), “Chiến lược chiếm lĩnh thị trường trong hoạt động đầu tư trực tiếp của các công ty xuyên quốc gia (TNCs) Nhật Bản ở Việt Nam”, Nghiên cứu kinh tế, Số 2 (417) (Tháng 2/2013), 67-77
- Đinh Trung Thành (2013), “Đặc thù trong chiến lược đầu tư trực tiếp của các công ty xuyên quốc gia Nhật Bản ở Việt Nam”, Kinh tế Châu Á-Thái Bình Dương, Số 399 (Tháng 5/2013), 40-42
- Đinh Trung Thành (2013), “Đổi mới công tác quảng bá và xúc tiến đầu tư với các công ty xuyên quốc gia Nhật Bản trong bối cảnh hiện nay”, Kinh tế Châu Á-Thái Bình Dương, Số 402 (Tháng 6/2013), 36-39
- Nguyễn Thiết Sơn (Chủ biên) (2003), Các công ty xuyên quốc gia: khái niệm, đặc trưng và những biểu hiện mới, NXB Khoa học xã hội, Hà Nội
- OECD (2011), OECD Guidelines for Multinational Enterprises
- Snejina Michailova, Zaidah Mustaffa (2012), “Subsidiary knowledge flows in multinational corporations: Research accomplishments, gaps, and opportunities”, Journal of World Business, 47 (2012), 383-396
- Tina C. Ambos, Bjorn Ambos (2009), “The impact of distance on knowledge transfer effectiveness in multinational corporations”, Journal of International Management, 15 (2009)
- Viện Nghiên cứu phát triển thành phố Hồ Chí Minh (2011), Một số vai trò của các công ty đa quốc gia (TNCs), <http://www.hids.hochiminhcity.gov.vn>, ngày truy cập: 18/05/2013

The innovation in multinational corporations and suggestion for Vietnamese corporations

Abstract:

The multinational corporations play important role in the world economy. One of the reasons for success of these multinational corporations is the innovation policy. This paper introduces a research of innovation and technology transfer in multinational corporations. Suggestions from the study will help new Vietnamese corporations to develop in the context of global competition.

Thông tin tác giả:

***Trần Bích Ngọc, tiến sĩ**

- Nơi công tác: Đại học Bách khoa Hà Nội

Email: bichngoc2201@gmail.com

**** Trần Sĩ Lâm, tiến sĩ**

- Nơi công tác: Đại học Ngoại thương

Email: transilam@ftu.edu.vn; trsilampol@yahoo.co.uk