

TÁC ĐỘNG CỦA HOẠT ĐỘNG LIÊN KẾT XUÔI VÀ NGƯỢC ĐẾN ĐỔI MỚI SẢN PHẨM CỦA CÔNG TY CON: TRƯỜNG HỢP TẠI VIỆT NAM

Võ Văn Dứt

Khoa Kinh tế, Trường Đại học Cần Thơ

Email: vvdut@ctu.edu.vn

Lê Hoàng Đông Phương

Panda Global Logistics Co., LTD, TP. Hồ Chí Minh

Email: phuongjustphuong@gmail.com

Ngày nhận: 6/11/2015

Ngày nhận bản sửa: 18/01/2016

Ngày duyệt đăng: 25/8/2016

Tóm tắt:

Mục tiêu của bài viết này là nghiên cứu sự ảnh hưởng của hoạt động liên kết dọc đến đổi mới sản phẩm của công ty con tại Việt Nam. Dựa vào Lý thuyết mạng lưới kinh doanh, nghiên cứu giả thuyết rằng các công ty con thuộc các công ty đa quốc gia có khả năng đổi mới cao hơn khi mức độ liên kết ngược và liên kết xuôi càng cao với đối tác kinh doanh trong nước. Sử dụng dữ liệu từ Ngân hàng thế giới tại 354 công ty con đang hoạt động tại Việt Nam để kiểm định các giả thuyết. Kết quả mô hình Probit cho biết rằng, liên kết ngược và liên kết xuôi có mối tương quan thuận với đổi mới sản phẩm của công ty con, với sự kiểm soát đặc điểm của công ty con, công ty mẹ và nước đầu tư.

Từ khóa: công ty con, công ty đa quốc gia, đổi mới sản phẩm, liên kết dọc.

The impact of forward and backward linkages on subsidiary innovation: The case of Vietnam

Abstract:

This paper investigates the impact of vertical linkages on subsidiary innovation in Vietnam. Building upon business network theory, we hypothesize that a subsidiary is likely to reach a higher level of its product innovation when the level of its backward and forward linkages with domestic business actors is higher. The study uses the data set of the World Bank at 354 subsidiaries locating along the country to test the hypotheses. The results of Probit regression strongly support our proposed hypotheses with controlling the characteristics of subsidiary, parent firm and home country.

Keywords: *Subsidiary; multinational enterprise; product innovation; vertical linkage.*

1. Giới thiệu

Các công ty đa quốc gia (MNEs) được khái niệm như một mạng lưới toàn cầu gồm những chi nhánh, những chi nhánh này giữ vai trò quan trọng đối với lợi thế cạnh tranh của công ty đa quốc gia (Birkinshaw & cộng sự, 1998). Một trong những vai trò cốt yếu đó chính là sự đổi mới sản phẩm của

công ty con (Phene & Almeida, 2008). Nhiều nghiên cứu đã chỉ ra rằng các công ty con sở hữu những nguồn kiến thức quan trọng góp phần vào sự đổi mới chung cho cả mạng lưới (Phene & Almeida, 2008; Võ Văn Dứt, 2014). Vì vậy, thấu hiểu đúng đắn hoạt động đổi mới của công ty con là quan trọng bởi kết quả của sự đổi mới tác động trực tiếp đến hiệu quả hoạt động của công ty con nói riêng và

mạng lưới công ty đa quốc gia nói chung.

Một trong những lý thuyết hiện đại giải thích hoạt động của MNE là Lý thuyết mạng lưới kinh doanh (Andersson & cộng sự, 2007; Forsgren, 2008). Theo Lý thuyết này, công ty mẹ không có kiến thức về môi trường kinh doanh địa phương vì công ty mẹ chỉ là công ty ngoài cuộc, chỉ có liên hệ tương đối với mạng lưới kinh doanh của công ty con. Việc gia nhập thành công vào mạng lưới kinh doanh tại nước tiếp nhận đầu tư của công ty con sẽ mang lại nhiều lợi ích hơn cho họ.

Cho đến nay, có một vài nghiên cứu đã cho thấy sự đổi mới phụ thuộc vào khả năng tiếp thu và tổng hợp kiến thức mới của công ty con từ mạng lưới liên kết bên trong và bên ngoài (Mudambi & Navarra, 2004). Những kiến thức mới mà công ty con tiếp thu từ mạng lưới này đều có tác động tích cực đến sự đổi mới (Frost, 2001). Tuy nhiên, các nghiên cứu này chưa chỉ ra được vai trò quan trọng của hoạt động liên kết dọc (giữa công ty con và các đối tác tại nước nhận đầu tư) đối với hoạt động đổi mới sản phẩm của công ty con. Đồng thời, những lập luận lý thuyết và bằng chứng thực nghiệm về vấn đề này còn khá hiếm. Hơn nữa, những nghiên cứu trên chưa khám phá hoạt động đổi mới của công ty con tại nền kinh tế mới nổi.

Chính vì vậy, mục tiêu của bài viết này là nghiên cứu ảnh hưởng của hoạt động liên kết dọc đến đổi mới sản phẩm của công ty con tại Việt Nam. Những tranh luận về mặt lý thuyết của nghiên cứu sẽ bổ sung nền tảng kiến thức lý thuyết về liên kết dọc và đổi mới của công ty con. Đồng thời, bài viết cung cấp bằng chứng thực nghiệm về mối quan hệ giữa liên kết dọc và đổi mới trong bối cảnh Việt Nam có nhiều công ty nước ngoài đang hoạt động. Những hàm ý của bài viết giúp tăng cường liên kết giữa công ty con và doanh nghiệp bản địa để nâng cao khả năng học hỏi và kiến thức góp phần gia tăng đổi mới. Đây là một trong những yếu tố quan trọng giúp doanh nghiệp nâng cao khả năng cạnh tranh và phát triển bền vững hơn. Do vậy, nghiên cứu mối quan hệ giữa liên kết dọc và đổi mới hết sức quan trọng cả về mặt học thuật và thực tiễn.

Phần còn lại của bài viết được tổ chức như sau: Mục 2 trình bày lý thuyết, phát triển giả thuyết, phương pháp nghiên cứu; Mục 3 trình bày kết quả nghiên cứu và thảo luận; và cuối cùng, kết luận, khuyến nghị, hàm ý của bài viết được tổng kết ở Mục 4.

2. Tổng quan nghiên cứu, cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

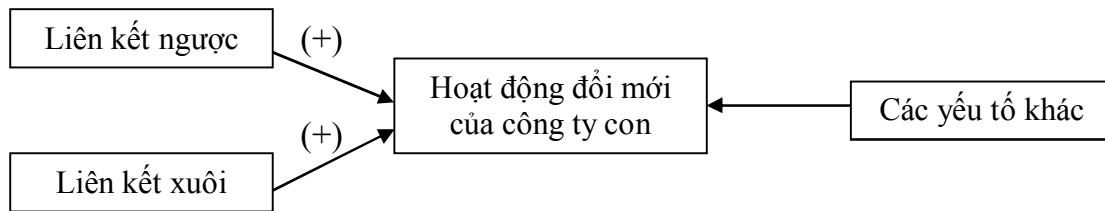
2.1. Tổng quan nghiên cứu, cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

Liên kết dọc bao gồm tất cả các chuỗi liên kết giá trị được tạo nên giữa các công ty con thuộc công ty đa quốc gia và công ty nội địa tại nước tiếp nhận đầu tư. Sự ảnh hưởng của các tập đoàn đa quốc gia đến nền kinh tế nước nhận đầu tư thông qua những liên kết dọc chủ yếu xảy ra ở giữa các ngành công nghiệp hơn là bên trong nội bộ ngành công nghiệp (Kugler, 2006), và ngược lại. Liên kết dọc được phân loại là liên kết ngược và liên kết xuôi. Trong đó, liên kết ngược gồm tất cả các mối liên hệ hướng lên với nhà cung ứng tạm thời, nhà cung ứng then chốt hay nhà thầu phụ (UNCTAD, 2001). Liên kết xuôi bao gồm tất cả các mối liên hệ hướng xuống giữa công ty con với người tiêu dùng, đại lý và nhà phân phối tại nước tiếp nhận đầu tư.

Theo Lý thuyết mạng lưới kinh doanh (Andersson & cộng sự, 2007; Forsgren, 2008; De Jong & cộng sự, 2015), mạng lưới kinh doanh tồn tại cả trong công ty đa quốc gia lẫn trong môi trường kinh doanh tại nước nhận đầu tư của công ty con. Các công ty con có sự khác biệt về lịch sử, tính chất và mức độ liên kết bên trong và bên ngoài mạng lưới của công ty đa quốc gia (Forsgren & cộng sự, 2007). Những liên kết ban đầu có thể chỉ là sự tương tác bình thường nhưng dần về sau phát triển thành những mối quan hệ dựa trên sự tin tưởng lẫn nhau, sự thích nghi và thiện chí xây dựng mối quan hệ lâu dài thì rất cần thiết cho hoạt động đổi mới thành công (Uzzi, 1997). Những mối quan hệ với các đối tác khác nhau là quan trọng vì thông qua quá trình tương tác lẫn nhau, các công ty con có khả năng phát triển về công nghệ. Những khả năng này giúp công ty con đẩy mạnh khai thác triệt để hơn các nguồn lực rời rạc và tiếp thu kiến thức mới giúp mạng lưới công ty đa quốc gia mạnh hơn (Gulati & cộng sự, 2000).

Kế thừa lý thuyết trên, tác giả lập luận rằng mức độ liên kết ngược của công ty con càng cao thì khả năng đổi mới của công ty con càng cao. Lập luận này được giải thích bởi hai lý do. Thứ nhất, liên kết ngược càng nhiều đồng nghĩa với sự thắt chặt và mức độ tương tác giữa công ty con và nhà cung ứng. Thông qua đó, mức độ trao đổi thông tin và cơ hội tiếp cận thông tin mới sẽ càng cao (Andersson & cộng sự, 2007). Thứ hai, liên kết ngược càng cao tạo động lực xây dựng niềm tin giữa công ty con và nhà

Hình 1: Mô hình nghiên cứu



Nguồn: Tác giả phát thảo

cung ứng tại nước nhận đầu tư, từ đó làm tăng khả năng chia sẻ các thông tin mật vốn chỉ được chia sẻ nội bộ. Kết quả là những nguồn kiến thức giá trị và cơ hội học hỏi sẽ hỗ trợ quá trình đổi mới cho công ty con. Vì vậy, giả thuyết thứ nhất được đề nghị:

Giả thuyết 1: Liên kết ngược sẽ có mối tương quan thuận với hoạt động đổi mới của công ty con.

Tương tự, công ty con có mức độ liên kết xuôi càng cao nghĩa là nó có mối quan hệ rộng rãi với khách hàng và đại lý trong mạng lưới kinh doanh. Những quan hệ này làm tăng khả năng đổi mới sản phẩm của công ty con bởi hai lý do. Thứ nhất, các đối tác trong mạng lưới sẽ sẵn lòng chia sẻ kiến thức mới về công nghệ tân tiến nhất và cho phép công ty con được thâm nhập vào các nguồn kiến thức khác nhau (Andersson & cộng sự, 2007). Đặc biệt là quá trình trao đổi kiến thức mới sẽ trở nên dễ dàng hơn vì giữa họ có sự am hiểu sâu sắc lẫn nhau và nhận thức đúng về sự phát triển tối ưu cho đôi bên. Bằng cách kết hợp các nguồn lực có giá trị và kiến thức mới này, công ty con có thể tạo ra ý tưởng mới, sáng kiến ra con đường kinh doanh mới và phát triển công nghệ mới mà chúng đều có lợi cho sự đổi mới (Andersson & cộng sự, 2007).

Thứ hai, những mối quan hệ lâu dài và gắn gũi với khách hàng sẽ giúp công ty con am hiểu hơn về nhu cầu của khách hàng (Yamin & Andersson, 2011). Càng am hiểu khách hàng càng nhiều, công ty sẽ sản xuất ra sản phẩm đáp ứng đúng nhu cầu thay đổi theo thời gian của khách hàng, từ đó làm nền tảng cho sự đổi mới để thích nghi tiếp theo. Do vậy, giả thuyết thứ hai là:

Giả thuyết 2: liên kết xuôi và hoạt động đổi mới của công ty con có quan hệ đồng biến.

Dựa vào hai giả thuyết trên và kết quả của các nghiên cứu trước (Semos & cộng sự, 2005; Taggart & Hood, 1999) mô hình nghiên cứu được khái quát ở Hình 1.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

2.2.1. Dữ liệu sử dụng

Để kiểm định các giả thuyết trên, bài viết sử dụng nguồn dữ liệu điều tra doanh nghiệp năm 2005 từ Ngân hàng thế giới. Nguồn dữ liệu này được công bố trên trang web của Ngân hàng thế giới (<http://www.worldbank.org>) và cũng được sử dụng phổ biến trong nhiều nghiên cứu đã công bố trên các tạp chí quốc tế và trong nước có uy tín (Bardasi & cộng sự, 2012; Ramadami & van Witteloostuijn, 2012; Võ Văn Dứt & Nguyễn Thị Yến Nhi, 2015). Theo nguồn dữ liệu này, có 354 công ty có vốn đầu tư nước ngoài (công ty con) đang hoạt động tại Việt Nam cung cấp đủ các thông tin phục vụ cho mục tiêu nghiên cứu. Vì vậy, tổng số quan sát được sử dụng trong nghiên cứu này là 354.

2.2.2. Định nghĩa và đo lường các biến trong mô hình nghiên cứu

Biến phụ thuộc (Y):

Hoạt động đổi mới sản phẩm của công ty con. Hoạt động đổi mới được định nghĩa là “các đổi mới sản phẩm hay quy trình công nghệ bao gồm hàng loạt các hoạt động nghiên cứu khoa học, công nghệ, tổ chức, tài chính và thương mại”, nhưng “các sản phẩm hay quy trình công nghệ mới chỉ được coi là được thực hiện nếu như đã được thị trường chấp nhận hoặc được sử dụng trong quá trình sản xuất” (OECD, 2005, 46). Tại câu hỏi q28a trong phiếu điều tra năm 2005 của Ngân hàng thế giới yêu cầu người quản lý công ty trả lời rằng: “*Trong những năm gần đây, doanh nghiệp của Ông/Bà có tiếp nhận công nghệ mới để thay đổi quy trình sản xuất sản phẩm hoặc để sản xuất sản phẩm mới hay không?*”. Dựa vào câu hỏi này, nghiên cứu đo lường biến phụ thuộc - đổi mới sản phẩm của công ty con bằng biến giả, nhận giá trị 1 khi nhà quản lý trả lời “có” và nhận giá trị 0 khi nhà quản lý trả lời là “không”.

Các biến độc lập:

Liên kết ngược (X_1) phản ánh những mối quan hệ giữa công ty con với những nhà cung ứng địa phương, nghĩa là công ty con thu mua sản phẩm, hàng hóa từ một công ty khác tại nước nhận đầu tư để làm nguyên liệu đầu vào (Hirschman, 1958). Vì vậy, liên kết ngược được đo lường bằng % hàng hóa công ty con thu mua từ nhà cung ứng nội địa bên ngoài mạng lưới công ty đa quốc gia (Jindra & cộng sự, 2009). Tại câu hỏi 16a1 yêu cầu người quản lý trả lời: “Ông/Bà vui lòng cho biết, trong năm qua doanh nghiệp của Ông/Bà mua hàng hóa đầu vào hoặc nguyên liệu đầu vào từ nhà cung ứng nội địa chiếm bao nhiêu % trong tổng số cần mua của doanh nghiệp?”. Dựa vào thông tin này, liên kết ngược được đo lường bởi % lượng hàng hóa hoặc nguyên vật liệu đầu vào mà công ty con thu mua từ nhà cung ứng trong nước. Giá trị của biến này thay đổi từ 0% đến 100%. Giá trị này càng cao chứng tỏ công ty con có các hoạt động liên kết ngược càng nhiều.

Liên kết xuôi (X_2) là những mối quan hệ giữa công ty con với khách hàng hay đại lý tại nước nhận đầu tư. Do đó, liên kết xuôi được đo lường bằng % số sản phẩm được bán cho khách hàng bên ngoài mạng lưới công ty đa quốc gia trên tổng doanh số (Jindra & cộng sự, 2009). Tương tự như liên kết ngược, tại câu hỏi 15a yêu cầu người quản lý trả lời: “Ông/Bà vui lòng cho biết, trong năm qua % doanh thu của doanh nghiệp được bán cho các doanh nghiệp tư nhân nội địa, doanh nghiệp nhà nước, đại lý nội địa, các cá nhân nội địa (chiếm trong tổng doanh thu của doanh nghiệp) là bao nhiêu?”. Giá trị của biến này thay đổi từ 0% đến 100%. Giá trị càng cao nghĩa là công ty con có hoạt động liên kết xuôi càng nhiều.

Các biến kiểm soát: Bên cạnh liên kết ngược và liên kết xuôi, đổi mới của công ty con có thể chịu tác động bởi các yếu tố khác liên quan đến đặc điểm của công ty con, công ty mẹ và nước đầu tư như sau:

- *Mức độ nghiên cứu và phát triển* được đo lường bằng % khả năng thiết kế cho hoạt động nghiên cứu và cải tiến được sử dụng (câu hỏi q24a). Tỷ lệ này càng tăng thì đổi mới càng tăng.

- *Quy mô của công ty con* được đo bằng số lượng nhân viên làm việc toàn thời gian tính đến năm 2005 (câu hỏi q74a).

- *Năm hoạt động của công ty con* tính bằng số năm kinh doanh của công ty con từ năm thành lập

đến năm 2005 (câu hỏi q06).

- *Phương thức gia nhập thị trường của công ty mẹ* đo lường bằng biến giả, nhận giá trị 1 đối với hình thức M&A và nhận giá trị 0 trong trường hợp đầu tư mới hoàn toàn (100% vốn nước ngoài) (câu hỏi 01a).

- *Kinh nghiệm của người quản lý* thể hiện số năm làm việc thuộc lĩnh vực hoạt động của công ty tính đến năm 2005 (câu hỏi q14).

- *Xuất khẩu của công ty con* được đo lường bằng % doanh thu mà công ty xuất khẩu trên tổng doanh thu (câu hỏi 15a).

- Đặc điểm quốc gia được kiểm soát là *tác động của quốc gia đầu tư*. Những công ty mẹ đến từ 41 quốc gia khác nhau trên thế giới. Do vậy, biến này được đo lường bằng biến giả để phân biệt giữa quốc gia thuộc nhóm nước phát triển và nhóm đang phát triển. Nhóm nước phát triển nhận giá trị 1 và ngược lại là 0.

2.2.3. Phương pháp ước lượng

Biến phụ thuộc đo lường bởi biến giả, nên nghiên cứu sử dụng mô hình Probit (Wooldridge, 2002) để ước lượng tác động của liên kết dọc đến hoạt động đổi mới sản phẩm của công ty con. Phương trình ước lượng được thể hiện như sau:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \beta_8 X_8 + \beta_9 X_9 + \varepsilon$$

trong đó, Y: biến phụ thuộc

Y = 1 - Có đổi mới

Y = 0 - Không đổi mới

α : hằng số;

$\beta_{1,2}$: hệ số ước lượng của các biến độc lập;

$X_{1,2}$: giá trị của các biến độc lập;

$\beta_{3 \rightarrow 9}$: hệ số ước lượng của các biến kiểm soát;

$X_{3 \rightarrow 9}$: giá trị của các yếu tố kiểm soát;

ε : sai số của mô hình Probit.

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Mô tả thống kê và mối tương quan giữa các biến trong mô hình nghiên cứu

Bảng 1 cho biết giá trị trung bình, độ lệch chuẩn, hệ số phóng đại phương sai (Variance inflation factor - VIF) và mối tương quan giữa các biến trong mô hình nghiên cứu. Kết quả phân tích ma trận tương quan ở Bảng 1 cho thấy hệ số tương quan giữa các biến độc lập thấp (< 0,8) (Hair & cộng sự, 2006). Hệ số tương quan cao nhất 0,35 - là mối tương quan giữa doanh thu xuất khẩu và R&D. Bên cạnh đó, kết

quả kiểm định cho thấy rằng, tất cả các biến đều có giá trị VIF dưới “ngưỡng” giá trị 10,0. Các kết quả hàm ý rằng, không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến (multicollinearity) khi xem xét tất cả các biến đồng thời trong một mô hình nghiên cứu (Hair & cộng sự, 2006).

Thêm vào đó, kết quả kiểm định Wald cho biết, dữ liệu của nghiên cứu không xảy ra hiện tượng phương sai sai số thay đổi (Heteroscedasticity) vì kiểm định này không có ý nghĩa về mặt thống kê với giá trị p là $p=0,27$. Các kết quả kiểm định trên ngầm định rằng, không làm cho giá trị ước lượng các biến số trong mô hình nghiên cứu bị chệch (unbiased estimation). Liên kết xuôi, liên kết ngược và quốc gia đầu tư có mối tương quan thuận với đổi mới sản phẩm của công ty con tại mức ý nghĩa thống kê là 1% ($p<0,001$). Điều này cho thấy các yếu tố này có mối quan hệ chặt chẽ với hoạt động đổi mới của công ty con.

3.2 Kết quả và thảo luận

Kết quả ước lượng mô hình Probit về tác động của liên kết dọc đến hoạt động đổi mới của công ty con thuộc công ty đa quốc gia được trình bày trong Bảng 2. Bảng 2 cho biết giá trị phù hợp logarit (log likelihood) có sự cải thiện từ -236,72 (mô hình 1) lên -162,15 (mô hình 2), -171,16 (mô hình 3) và tiếp tục tăng lên -74,32 (mô hình 4). Điều này chứng tỏ mô hình 4 có thể giải thích sự tác động của các biến độc lập lên biến phụ thuộc tốt hơn so với các mô hình còn lại. Bởi vì, khi đưa từng biến độc lập cùng với biến kiểm soát vào mô hình thì Pseudo R² tăng qua các mô hình, ở mô hình 4 Pseudo R² là cao nhất chứng tỏ việc đưa cả 2 biến độc lập cùng 1 lúc để xem xét là phù hợp nhất vì Pseudo R² là cao nhất.

Mô hình 1 trong Bảng 2 chỉ xem xét tác động của các yếu tố kiểm soát đến đổi mới sản phẩm của công ty con. Hệ số Pseudo-R² của mô hình là 0,035. Giá trị của p là 0,042, có nghĩa là mô hình 1 có ý nghĩa thống kê ở mức 5%. Kết quả trong mô hình 1 cho thấy rằng, năm hoạt động của công ty con, quy mô của công ty con, doanh thu xuất khẩu, kinh nghiệm của người quản lý và phương thức gia nhập thị trường không có ý nghĩa về mặt thống kê (lần lượt cho các biến này là $\beta=0,000$, $p>0,1$; $\beta=-0,000$, $p>0,1$; $\beta=-0,000$, $p>0,1$; $\beta=-0,000$, $p>0,1$; $\beta=0,10$, $p>0,1$).

Kết quả này chỉ ra rằng, các yếu tố này không tác động đến hoạt động đổi mới của công ty con (ít nhất

Bảng 1. Mô tả thống kê và mối tương quan giữa các biến trong mô hình (n=354)

Các biến	Trung bình	Độ lệch chuẩn	VIF	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1 Đổi mới của công ty con (có đổi mới)	0,51	0,5	1,11									
2 Liên kết xuôi (%)	66,35	41,62	1,23	0,60***								
3 Liên kết ngược (%)	56,45	39,88	1,22	0,59***	0,14***							
4 Mức độ nghiên cứu và phát triển (R&D) (%)	7	6,61	1,18	0,10*	0,01	0,07						
5 Năm hoạt động công ty con	9,77	7,85	1,02	0,02	0,04	0,06	-0,02					
6 Quy mô công ty con (số lượng nhân viên)	239,18	471,22	1,66	-0,03	0,02	-0,05	0,01	0,11**				
7 Doanh thu xuất khẩu (%)	59,29	37,88	1,25	-0,04	-0,04	-0,06	0,35***	-0,05	0,13***			
8 Kinh nghiệm người quản lý (năm)	29,8	13,43	1,09	-0,04	0,01	-0,02	0,04	0,06	-0,03	-0,03		
9 Phương thức gia nhập thị trường (M&A)	0,23	0,42	1,08	0,02	0,07	0,01	-0,05	-0,03	0,01	0,10*	-0,13**	
10 Quốc gia đầu tư (quốc gia phát triển)	0,72	0,45	1,12	0,17***	0,05	0,07	0,05	0,04	0,03	-0,03	-0,13**	0,02

*, ** và *** lần lượt biểu diễn giá trị mức ý nghĩa thống kê tại 10%, 5% và 1%

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu từ Stata

về mặt thống kê). Trong khi đó, R&D có mối tương quan thuận với hoạt động đổi mới của công ty con tại mức ý nghĩa thống kê 5% ($\beta = 0,04$, $p < 0,05$). Kết quả này có nghĩa là, khi công ty con tăng tỷ lệ năng lực nghiên cứu và đổi mới cho hoạt động R&D càng nhiều thì khả năng đổi mới của công ty con sẽ càng cao hơn. Về mặt lý thuyết, điều này hoàn toàn phù hợp bởi R&D được biết đến như một yếu tố quan trọng quyết định kết quả của hoạt động đổi mới (Simões & cộng sự, 2002).

Ngoài ra, kết quả ở mô hình 1 cũng cho biết rằng, tác động của quốc gia đầu tư có mối tương quan thuận với đổi mới của công ty con tại mức ý nghĩa thống kê là 1% ($\beta = 0,45$, $p < 0,01$). Điều này có nghĩa là các công ty con có công ty mẹ thuộc các nước phát triển có khả năng đổi mới cao hơn so với các nước đang phát triển. Nghĩa là, những công ty mẹ ở các nước phát triển có động lực thực hiện hoạt động đổi mới hơn bởi môi trường cạnh tranh gay gắt và cam go ở nước sở tại đòi hỏi họ phải đổi mới liên tục để tồn tại (Un, 2011).

Mô hình 2 và mô hình 3 cho biết kết quả tác động riêng biệt của liên kết xuôi và liên kết ngược đến hoạt động đổi mới của công ty con. Giá trị Pseudo- R^2 đều cao hơn nhiều so với mô hình 1, lần lượt là 0,3391 và 0,3024. Các giá trị này hàm ý rằng, khả năng giải thích của từng biến độc lập đối với biến phụ thuộc của 2 mô hình là tốt hơn mô hình 1. Ở mô hình 2 và 3, kết quả ước lượng tác động của các yếu tố kiểm soát đến đổi mới sản phẩm không có sự khác biệt so với mô hình 1 cả về dấu và mức ý nghĩa thống kê. Mô hình 2 và 3 cho thấy liên kết xuôi và liên kết ngược có mối tương quan thuận đối với hoạt động đổi mới của công ty con với mức ý nghĩa là 1% (lần lượt là $\beta = 0,025$, $p < 0,0$; $\beta = 0,022$, $p < 0,01$). , công ty con sử dụng hàng hóa đầu vào từ nhà cung ứng nội địa và bán sản phẩm cho thị trường bản địa nhiều hơn sẽ làm tăng khả năng đổi mới sản phẩm của công ty con. Kết quả thực tiễn là phù hợp với kỳ vọng của giả thuyết 1 và 2.

Mô hình 4 trình bày kết quả ước lượng tác động đồng thời của liên kết xuôi và liên kết ngược đến hoạt động đổi mới của công ty con thuộc công ty đa quốc gia với sự kiểm soát các yếu tố khác. Giá trị của Pseudo- R^2 trong mô hình 4 tăng lên đến 69,71%, hàm ý là các biến độc lập ở mô hình 4 giải thích tốt hơn khi xem xét liên kết xuôi và liên kết ngược trong cùng mô hình. Điều này ngầm định rằng, tầm quan trọng của liên kết xuôi và liên kết ngược cần được xem xét trong mô hình. Giá trị của

Bảng 2. Ảnh hưởng của hoạt động liên kết dọc đến đổi mới sản phẩm của công ty con (kết quả mô hình Probit)

Các biến	Mô hình 1	Mô hình 2	Mô hình 3	Mô hình 4	Tác động biên (dy/dx)
Hằng số	-0,34 (0,26)	-2,12 (0,35)***	-1,63 (0,32)***	-5,75 (0,86)***	
Các biến kiểm soát					
Mức độ nghiên cứu và phát triển (%)	0,04 (0,02)**	0,06 (0,02)***	0,03 (0,02)*	0,07 (0,03)**	0,03 (0,01)**
Độ tuổi công ty con (năm)	-0,02 (0,01)	-0,02 (0,01)	-0,02 (0,01)	-0,02 (0,01)	-0,01 (0,00)
Quy mô công ty con (số lượng nhân viên)	-0,01 (0,01)	-0,01 (0,01)	-0,01 (0,00)	-0,01 (0,00)	-0,01 (0,00)
Doanh thu xuất khẩu (%)	-0,01 (0,00)	-0,01 (0,00)	-0,00 (0,00)	-0,00 (0,00)	-0,00 (0,00)
Kinh nghiệm người quản lý (năm)	-0,03 (0,01)	-0,01 (0,01)	-0,00 (0,01)	-0,02 (0,01)	-0,01 (0,00)
Phương thức thâm nhập thị trường (M&A)	0,10 (0,17)	-0,06 (0,19)	0,09 (0,19)	-0,21 (0,29)	-0,08 (0,11)
Tác động của quốc gia đầu tư (quốc gia phát triển)	0,45 (0,15)**	0,54 (0,18)***	0,49 (0,17)***	0,62 (0,25)**	0,24 (0,09)***
Các biến độc lập					
Liên kết xuôi (%)		0,025 (0,00)***	-	0,045 (0,01)***	0,018 (0,00)***
Liên kết ngược (%)			0,022 (0,00)***	0,042 (0,01)***	0,017 (0,00)***
N	354	354	354	354	
Pseudo- R^2	0,0352	0,3391	0,3024	0,6971	
Giá trị phù hợp logarit	-236,72	-162,15	-171,16	-74,32	
Giá trị P	0,042	0,000	0,000	0,000	

*, **, và *** lần lượt biểu diễn giá trị mức ý nghĩa thống kê tại 10%, 5% và 1%; Nguồn: Kết quả xử lý số liệu từ Stata

p là 0,000, có nghĩa là mô hình 4 có ý nghĩa thống kê ở mức 1%. Mô hình Probit là một dạng của mô hình xác suất phi tuyến tính nên các hệ số hồi quy của mô hình không trực tiếp giải thích mối quan hệ giữa biến phụ thuộc và biến độc lập mà chỉ có thể sử dụng dấu và mức ý nghĩa. Vì vậy, Bảng 2 chỉ ra tác động biên của các biến độc lập lên biến phụ thuộc. Ví dụ, đối với các yếu tố kiểm soát, tác động của R&D lên hoạt động đổi mới có ý nghĩa thống kê tại 5% ($\beta=0,03$, $p<0,05$). Khi các yếu tố khác không đổi, công ty con sử dụng thêm 1% tỷ lệ năng lực thiết kế cho đổi mới sẽ làm tăng khả năng đổi mới sản phẩm lên 3%. Tác động của quốc gia phát triển đến đổi mới cũng được giải thích tương tự ($\beta=0,24$, $p<0,01$).

Từ Bảng 2, kết quả ước lượng cho biết rằng liên kết ngược có mối tương quan thuận với hoạt động đổi mới của công ty con thuộc công ty đa quốc gia tại Việt Nam và đạt mức ý nghĩa thống kê là 1% ($\beta=0,042$, $p<0,01$). Kết quả này ủng hộ hoàn toàn **giả thuyết 1**, đó là liên kết ngược có mối tương quan thuận với hoạt động đổi mới của công ty con. Hệ số tác động biên của yếu tố này là 0,017 tại mức ý nghĩa thống kê 1%. Khi các yếu tố khác không đổi, công ty con khi mua thêm 1% hàng hóa từ nhà cung ứng nội địa sẽ làm tăng khả năng đổi mới lên 1,7% với độ tin cậy 99%. Do vậy, giả thuyết 1 của nghiên cứu được ủng hộ rất mạnh mẽ cả về mặt lý thuyết và thực tiễn. Kết quả này hàm ý rằng, những công ty đa quốc gia nên tăng cường tạo liên kết nhiều hơn nữa với nhà cung ứng địa phương để tăng khả năng đổi mới sản phẩm và qui trình công nghệ.

Bên cạnh đó, mô hình 4 cũng thể hiện mối tương quan thuận giữa liên kết xuôi và hoạt động đổi mới sản phẩm của công ty con tại mức ý nghĩa thống kê 1% ($\beta=0,045$, $p<0,01$). Hệ số tác động biên của yếu tố này là 0,018. Giá trị này có nghĩa là, khi các yếu tố khác không thay đổi, 1% hàng hóa tăng thêm mà công ty con bán cho người tiêu dùng hoặc đại lý bán địa sẽ làm tăng 1,8% khả năng đổi mới cho công ty con. Kết quả này đúng với kỳ vọng của giả thuyết 2, đó là liên kết xuôi có mối quan hệ đồng biến với hoạt động đổi mới sản phẩm của công ty con. Kết quả này ngầm định rằng, những công ty con nên tăng cường hơn nữa sự liên kết với đại lý, nhà phân phối và người tiêu dùng bản địa để tiếp cận nguồn kiến thức mới cung cấp cho hoạt động đổi mới được tăng cường.

4. Kết luận

Sử dụng Lý thuyết mạng lưới kinh doanh, bài viết

nghiên cứu mối quan hệ giữa liên kết dọc và sự đổi mới sản phẩm của công ty con tại Việt Nam. Sử dụng dữ liệu từ 354 công ty con đến từ 41 quốc gia, kết quả cho thấy rằng liên kết ngược và liên kết xuôi đều có mối tương quan thuận với hoạt động đổi mới sản phẩm của công ty con. Liên kết càng nhiều với nhà cung ứng và người tiêu dùng địa phương càng tăng khả năng đổi mới sản phẩm của công ty con. Khi công ty con có thể tiếp cận với mạng lưới kinh doanh gồm nhiều liên kết như vậy thì khả năng tiếp cận với những kiến thức mới càng nhiều, mà những kiến thức đó vốn dĩ chỉ được chia sẻ một cách ngẫu nhiên và ngầm định trong mạng lưới kinh doanh.

Kết quả của bài viết cũng ngầm định rằng, bộ phận R&D trong mỗi công ty đa quốc gia luôn giữ vai trò then chốt trong chiến lược đổi mới của những nhà quản trị. Với việc tận dụng hiệu quả nguồn lực và chi phí cho R&D, các công ty đa quốc gia có thể cho ra đời sản phẩm, dịch vụ, công nghệ và qui trình hoàn toàn mới và đi trước thời đại để phát triển và duy trì vị thế của công ty trong môi trường cạnh tranh.

Bên cạnh đó, những công ty con thuộc công ty đa quốc gia đến từ những quốc gia phát triển có lợi thế tiếp cận khả năng đổi mới cao hơn so với những quốc gia đang phát triển. Bởi vì họ thành lập các liên minh chiến lược giữa các công ty con trong một công ty đa quốc gia hoặc giữa các công ty đa quốc gia với nhau. Xuất phát từ lý do chi phí để thực hiện độc lập các hoạt động đổi mới sản phẩm là rất lớn nên để hạn chế chi phí và thời gian tiếp cận công nghệ mới thì các kết quả nghiên cứu và công nghệ của công ty đa quốc gia được trao đổi và chuyển giao lẫn nhau.

Hơn thế nữa, vai trò to lớn và các đóng góp tích cực của các công ty đa quốc gia đối với 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 thành công mang lại. Các công ty đa quốc gia luôn xem 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 của họ như hiện nay. Chính vì vậy, các doanh nghiệp trong nước đang tương tác với các công ty đa quốc gia cạnh tranh thủ tiếp cận và học hỏi kinh nghiệm và kiến thức nhiều nhất để dần tự khẳng định ưu thế của riêng mình trong bối cảnh hội nhập kinh tế toàn cầu đang gia tăng. □

Lời thừa nhận/cảm ơn: Nhóm tác giả xin chân thành cảm ơn các phản biện kín (từ Hội thảo khoa học của Trường Đại học Ngân hàng và Hội thảo khoa học thường niên của Khoa Kinh tế, Trường Đại học Cần Thơ) đã có nhiều góp ý giá trị cho bài viết này được tốt hơn.

Tài liệu tham khảo

- Andersson, U., Forsgren, M. & Holm, U. (2007), 'Balancing subsidiary influence in the federative MNC: A business network perspective', *Journal of International Business Studies*, 38(5), 820-818.
- Bardasi, E., Shwetlena Sabarwal, S. & Terrell, K. (2012), 'How do the female entrepreneurs perform? Evidence from three developing regions', *Small Business Economics*, 37(4), 417-441.
- Birkinshaw, J. & Hood, N. (1998), 'Multinational subsidiary evolution: Capability and charter change in foreign-owned subsidiary companies', *Academy of Management Review*, 23(4), 773-795.
- De Jong, G., Vo Van Dut, Jindra, B. & Marek, P. (2015), 'Does country determine subsidiary decision-making autonomy? Theory and evidence from European transition economies', *International Business Review*, 24 (5), 874-889.
- Forsgren, M. (2008), *The theories of Multinational Firm: A Multinational Creature in the Global Economy*, Edward Elgar, Cheltenham, UK and Northampton, MA, USA.
- Frost, T. (2001), 'The geographic sources of foreign subsidiaries' innovations', *Strategic Management Journal*, 22(2), 101-123.
- Gulati, R., Nohria, N. & Zaheer, A. (2000), 'Strategic networks', *Strategic Management Journal*, 21, 203-215.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E. & Tatham, R.L., (2006), *Multivariate Data Analysis*, NJ, Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Hirschman, A.O. (1958), *The strategy of economic development*. Yale University Press, New Haven.
- Jindra, B., Giroud, A. & Scott-Kennel, J. (2009), 'Subsidiary roles, vertical linkages and economic development: Lessons from transition economies', *Journal of World Business*, 44, 167-179.
- Kugler, M. (2006), 'Spillovers from foreign direct investment: Within or between industries?' *Journal of Development Economics*, 80(2), 444-477.
- Mudambi, R. & Navarra, R. (2004), 'Is knowledge power? Knowledge flows, subsidiary power and rent-seeking within MNCs', *Journal of International Business Studies*, 35(5), 385-406.
- OECD (2005), *Oslo Manual. Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data* (3rd edition), OECD, Paris.
- Phene, A. & Almeida, P. (2008), 'Innovation in multinational subsidiaries: The role of knowledge assimilation and subsidiary capabilities', *Journal of International Business Studies*, 39(5), 901-919.
- Ramdani, D. & van Witteloostuijn, A. (2012), 'The shareholder-manager relationship and its impact on the likelihood of firm bribery', *Journal of Business Ethics*, 108(4), 495-507.
- Simões, V.C., Biscaya, R. & Nevado, P. (2002), 'Subsidiary decision-making autonomy: Competences, integration and local responsiveness', In Lundan, S.M. (Ed.), *Network Knowledge in International Business* (137-166), Edward Elgar, Cheltenham, UK and Northampton, MA, USA.
- Taggart, J.H. & Hood, N. (1999), 'Determinants of autonomy in multinational corporation subsidiaries', *European Management Journal*, 17(2), 226-236.
- Un, C.A. (2011), 'Research notes and commentaries – The advantage of foreignness innovation', *Strategic Management Journal*, 32(11), 1232-1242.
- Uzzi, B. (1997), 'Social structure and competition in interfirm networks. The paradox of embeddedness', *Administrative Science Quarterly*, 42(1), 35-67.
- UNCTAD (2001), *World Investment Report 2001: Promoting Linkages*. United Nations, New York and Geneva.
- Võ Văn Dứt (2014), 'Tác động của phương thức gia nhập thị trường đến khả năng thâm nhập tài sản địa phương của công ty đa quốc gia', *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, 35, 127-134.
- Võ Văn Dứt & Nguyễn Thị Yến Nhi, (2015), 'Các nhân tố ảnh hưởng đến hồi lộ của các công ty cổ phần'. *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 217, 38-45.
- Yamin, M. & Andersson, U. (2011), 'Subsidiary importance in the MNC: What role does internal embeddedness play?', *International Business Review*, 20(2), 151-162.
- Wooldridge, J.M. (2002), *Econometric analysis of cross section and panel data*, MIT Press, Boston.